

علوم اجتماعی

دانشگاه فردوسی مشهد

(نشریه علمی)



دانشکده ادبیات و علوم انسانی

سال یست و یکم، شماره ۲، تابستان ۱۴۰۳، شماره پیاپی ۴۸

- ۱ **مدل سازی کارایی شبکه محور: اولویت بندی انواع شبکه های ارتباطات و اطلاعات علمی بر مبنای دسترسی به اطلاعات شغلی**
مهسا صادقی نژاد، محسن نوغانی دخت بهمنی، حسین اکبری
- ۳۷ **مطالعه جامعه شناختی رابطه بین سرمایه اجتماعی و خشونت جنسی علیه زنان (مطالعه موردی زنان متأهل شهر قزوین)**
موسی سعادت، مرتضی قلیچ، زهرا کریمی
- ۶۹ **تبیین جامعه شناختی تأثیر فضای مجازی بر بی تفاوتی اجتماعی**
سید صمد بهشتی، مسلم تراقی منش، ابوالقاسم عسکری، نظر پیشرو نصرآباد سفلی، شجاعت پورصدیقی
- ۱۰۹ **بررسی رابطه بین بازی های بومی و محلی بر هویت فرهنگی و اجتماعی شهروندان استان خوزستان**
زهرا هدایت نیا، اسماعیل ویسیا، مریم کریمی
- ۱۴۹ **طراحی الگوی راهبردی کارآفرینی اجتماعی: یک مطالعه فراترکیب**
رضا نوروزی اجیرلو، مسلم سلیمان پور، صمد خباز باویل
- ۱۷۷ **مطالعه تغییرات شکلی و محتوایی در سبک خرید و رفتاری مردم در پاساژهای کرج**
عزت اله فریدنیا، منوچهر علی نژاد
- ۲۰۷ **تأثیر سرمایه فرهنگی بر مدارای اجتماعی در شهرهای کوچک، میانی و کلان شهری مورد مطالعه: جوانان سه شهر خواف، سبزوار و مشهد**
مهدی زنگنه، زکیه شرفی
- ۲۳۳ **وارثان فکری اروپیک گافمن: بررسی تأثیر اندیشه های اجتماعی اروپیک گافمن در نظریه پردازی متفکران معاصر جامعه شناسی**
فاطمه گلایی، عادل محبتیان
- ۲۸۵ **طراحی مدل عوامل تشکیل دهنده مفهوم نشاط جامعه و مقایسه تطبیقی ایران با کشورهای خاورمیانه**
فریا شعار، علی اکبر رضایی، محمدسعید ذکائی، عباسعلی قیومی، ابراهیم اخلاصی
- ۳۲۹ **تحلیل محتوای کتاب های درسی دوره ابتدایی بر مبنای مؤلفه های هویت یابی (مورد مطالعه: کتاب های فارسی و مطالعات اجتماعی)**
فاطمه رهبری، حکیمه السادات شریفزاده، میمنت عابدینی پلترک



دانشگاه فردوسی مشهد
علوم اجتماعی
(نشریه علمی)

سال بیست و یکم، شماره ۲، تابستان ۱۴۰۳، شماره پیاپی ۴۸

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 اسمورژینسکی، 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 میرزایی

ویراستار ادبی: مینا ریحانی

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 مونا اسالم نژاد گیلوایی (استادیار جامعه شناسی پژوهشکده گیلان شناسی، دانشگاه گیلان)
دکتر مریم اسکافی نوغانی (استادیار گروه علوم اجتماعی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد گناباد)
دکتر مهناز امیرپور (استادیار گروه علوم اجتماعی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد قوچان)
دکتر اسماعیل بلالی (دانشیار جامعه شناسی گروه علوم اجتماعی، دانشگاه بوعلی سینا)
دکتر علی بوداقتی (استادیار گروه علوم اجتماعی، دانشگاه شهید چمران اهواز)
دکتر مهربان پارسامهر (دانشیار گروه تعاون و رفاه اجتماعی، دانشگاه یزد)
دکتر سمیرا پور (استادیار گروه علوم اجتماعی، دانشگاه بیرجند)
دکتر هادی رازقی مله (دکتری جامعه شناسی/ بررسی مسائل اجتماعی ایران، دانشگاه کاشان)
دکتر صمد رسول زاده اقدم (دانشیار گروه مطالعات خانواده، دانشگاه شهید مدنی آذربایجان تبریز)
دکتر شعبان زینالی (دکتری مدیریت دولتی و پژوهشگر دانشگاه آزاد اسلامی واحد قزوین)
دکتر مهدیه سرحدی (مرئی گروه علوم تربیتی، دانشگاه پیام نور تهران)
دکتر سعید سلطانی بهرام (استادیار گروه جامعه شناسی، دانشگاه ارومیه)
دکتر مریم سهرابی (دکتری جامعه شناسی، دانشگاه فردوسی مشهد)
دکتر صمد صباغ دهخوارقانی (استادیار گروه علوم اجتماعی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز)
دکتر صمد عدلی پور (دکتری جامعه شناسی، دانشگاه تبریز)
دکتر محمد مبارکی (استادیار گروه علوم اجتماعی، دانشگاه بوعلی سینا همدان)
دکتر رضا معصومی راد (استادیار گروه علوم اجتماعی، دانشگاه گیلان)
دکتر حسین میرزائی (استادیار جامعه شناسی، دانشگاه فردوسی مشهد)
دکتر سیداحمد میرمحمدتبار (استادیار گروه جامعه شناسی، دانشگاه اراک)

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

-
- ۱-۳۵ ■ مدل‌سازی‌کارایی شبکه‌محور: اولویت‌بندی انواع شبکه‌های ارتباطات و اطلاعات علمی بر مبنای دسترسی به اطلاعات شغلی
مهسا صادقی نژاد، محسن نوغانی دخت بهمنی، حسین اکبری
- ۳۷-۶۷ ■ مطالعه جامعه‌شناختی رابطه بین سرمایه اجتماعی و خشونت جنسی علیه زنان (مطالعه موردی زنان متأهل شهر قزوین)
موسی سعادت، مرتضی قلیچ، زهرا کریمی
- ۶۹-۱۰۷ ■ تبیین جامعه‌شناختی تأثیر فضای مجازی بر بی‌تفاوتی اجتماعی
سید صمد بهشتی، مسلم نراقی منش، ابوالقاسم عسکری، نظر پیشرو نصرآباد سفلی، شجاعت پورصدیقی
- ۱۰۹-۱۴۷ ■ بررسی رابطه بین بازی‌های بومی و محلی بر هویت فرهنگی و اجتماعی شهروندان استان خوزستان
زهرا هدایت‌نیا، اسماعیل ویسیا، مریم کریمی
- ۱۴۹-۱۷۵ ■ طراحی الگوی راهبردی کارآفرینی اجتماعی: یک مطالعه فراترکیب
رضا نوروزی اجیرلو، مسلم سلیمان‌پور، صمد خباز باویل
- ۱۷۷-۲۰۵ ■ مطالعه تغییرات شکلی و محتوایی در سبک خرید و رفتاری مردم در پاساژهای کرج
عزت‌اله فریدنیا، منوچهر علی‌نژاد
- ۲۰۷-۲۳۲ ■ تأثیر سرمایه فرهنگی بر مدارای اجتماعی در شهرهای کوچک، میانی و کلان‌شهری مورد مطالعه: جوانان سه شهر خواف، سبزوار و مشهد
مهدی زنگنه، زکيه شرفی
- ۲۳۳-۲۸۳ ■ وارثان فکری اروینگ گافمن: بررسی تأثیر اندیشه‌های اجتماعی اروینگ گافمن در نظریه‌پردازی متفکران معاصر جامعه‌شناسی
فاطمه گلابی، عادل محبتیان
- ۲۸۵-۳۲۸ ■ طراحی مدل عوامل تشکیل‌دهنده مفهوم نشاط جامعه و مقایسه تطبیقی ایران با کشورهای خاورمیانه
فریبا شعار، علی‌اکبر رضایی، محمدسعید ذکایی، عباسعلی قیومی، ابراهیم اخلاصی
- تحلیل محتوای کتاب‌های درسی دوره ابتدایی بر مبنای مؤلفه‌های هویت‌یابی (مورد مطالعه: کتاب‌های فارسی و مطالعات اجتماعی)
فاطمه رهبری، حکیمه السادات شریف‌زاده، میمنت عابدینی بلترک
-

علوم اجتماعی دانشگاه فردوسی مشهد (نشریه علمی)

سال بیست و یکم، شماره ۲، تابستان ۱۴۰۳، شماره پیاپی ۴۸



Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY 4.0)

مدل سازی کاربایی شبکه محور: اولویت بندی انواع شبکه های ارتباطات و اطلاعات

علمی بر مبنای دسترسی به اطلاعات شغلی

مهسا صادقی نژاد (دانشجوی دکتری جامعه شناسی اقتصادی و توسعه، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه

فردوسی مشهد، مشهد، ایران)

m.sadeghinezhad@mail.um.ac.ir

محسن نوغانی دخت بهمنی (دانشیار جامعه شناسی، گروه علوم اجتماعی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی،

دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران، نویسنده مسئول)

noghani@um.ac.ir

حسین اکبری (دانشیار جامعه شناسی، گروه علوم اجتماعی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه فردوسی

مشهد، مشهد، ایران)

h-akbari@um.ac.ir

چکیده

دانش و تخصص برای کنشگران شبکه ارتباطات و اطلاعات علمی حامل منفعت اقتصادی است. اگر متخصصان با اعضای شبکه ارتباطات و اطلاعات علمی خود در تعامل نباشند ممکن است هرگز از فرصت های شغلی مرتبط با تخصصشان باخبر نشوند (مخصوصاً در رشته های علوم انسانی). از این رو، اهداف اصلی پژوهش حاضر عبارتند از: اول، اولویت بندی انواع عام شبکه ارتباطات و اطلاعات علمی از حیث اطلاع رسانی درباره فرصت های شغلی به واسطه همکاری علمی با تماس های اجتماعی در این شبکه ها. دوم، تعیین اینکه عملکرد شبکه همکاری علمی دانشجویان جامعه شناسی از حیث دسترسی به اطلاعات شغلی به کدام یک از این شبکه ها شباهت دارد. نوشتار حاضر از حیث نظریه، روش و تکنیک مبتنی بر رویکرد تحلیل شبکه اجتماعی است. جمعیت مطالعه شامل کلیه دانشجویان تحصیلات تکمیلی رشته جامعه شناسی دانشگاه فردوسی مشهد (۶۰ نفر) است. داده ها از نوع رابطه ای است که به وسیله پرسش نامه مولد نام، گردآوری و با نرم افزار R تحلیل شدند. یافته های برآمده از توصیف شبکه نشان داد که اعضا ترجیح می دهند با کسانی همکاری علمی داشته باشند که یا خودشان یا همکارانشان سرشناسند.

نشریه علوم اجتماعی دانشگاه فردوسی مشهد، سال بیست و یکم، شماره ۲، تابستان ۱۴۰۳، شماره پیاپی ۴۸ صص ۳۵-۱

تاریخ تصویب: ۱۴۰۱/۰۸/۲۴

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۱/۰۶/۱۰

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۳/۲۸

همچنین، با کسانی که با ایشان همکار مشترک دارند. یافته‌های حاصل از مدل‌سازی شبکه‌محور نشان داد شبکه جهان‌کوچک از حیث اطلاع‌رسانی درباره فرصت‌های شغلی به واسطه همکاری علمی با تماس‌های اجتماعی بهترین عملکرد را داراست و شبکه منظم، شبکه تصادفی و شبکه بدون مقیاس به ترتیب، در اولویت‌های بعدی قرار می‌گیرند. درعین حال، عملکرد شبکه همکاری علمی دانشجویان جامعه‌شناسی مانند شبکه بدون مقیاس، دو قطبی است. طبق نتایج، شبکه ارتباطات و اطلاعات علمی زمانی کارآمد است که نه تنها مولد دانش، بلکه مولد اطلاعات شغلی نیز باشد.

واژگان کلیدی: اطلاعات شغلی، تماس اجتماعی، همکاری علمی، شبکه ارتباطات و اطلاعات علمی، مدل‌سازی شبکه‌محور.

۱. مقدمه

اطلاعات مربوط به آن دسته از فرصت‌های شغلی که برعهده گرفتن آنها نیازمند داشتن مهارت و تخصص است، گاهی از مجاری غیر رسمی و توسط افرادی منتقل می‌شود که بیشتر درگیر فعالیت‌های علمی-پژوهشی در آن حیطه تخصصی هستند؛ به عبارت دیگر چنین افرادی در شبکه‌های ارتباطات و اطلاعات علمی عضویت دارند؛ اگر متخصصان یک حیطه علمی خاص از اعضای شبکه ارتباطات و اطلاعات علمی خود فاصله زیادی داشته باشند یا دیرتر در معرض اطلاعات مربوط به فرصت‌های شغلی مرتبط با تخصص خود قرار می‌گیرند و یا هرگز از این فرصت‌ها باخبر نمی‌شوند؛ به بیان روشن‌تر شبکه ارتباطات و اطلاعات علمی اصطلاحی است که برای توصیف گروه‌های همکاری علمی^۱ استفاده می‌شود. همکاری علمی فرایندی است که طی آن دو یا چند کنشگر با هدف خلق اثری مشترک، منابع و استعدادهای خود را به اشتراک می‌گذارند (حریری و نیکزاد، ۱۳۹۰: ۸۲۶). بنابراین، همکاری علمی در بطن یک شبکه اجتماعی رخ می‌دهد. شبکه همکاری علمی زیربنایی برای انباشت سرمایه اجتماعی به واسطه اشاعه دانش و کسب وجهه خوب در میان اعضای شبکه است. بنابراین، اگرچه پیامد مستقیم همکاری علمی،

1. Scientific Collaboration

تولید علم است (میشل پترسن^۱، ۲۰۱۵)، اما تنها پیامد آن برای اعضای گروه نیست. دانش و تخصص برای کنشگران شبکه ارتباطات و اطلاعات علمی حامل منفعت اقتصادی است (وو، ژانگ و ژاو^۲، ۲۰۱۵: ۱۶). از این رو، اشاعه دانش در شبکه تعاملات علمی جریان یک طرفه‌ای نیست که صرفاً به زیان محقق باشد (لئو، یانگ و هیو^۳، ۲۰۱۵؛ لئو، وانگ، گئو^۴ و یانگ، ۲۰۱۵)؛ چراکه این شبکه باید هزینه دسترسی به تخصص مورد نیاز را پردازد و شبکه‌ای که این هزینه را پردازد، شبکه‌ای فرصت‌ساز است. یکی از فرصت‌هایی که شبکه مزبور برای متخصصان خود مهیا می‌کند، در اختیار گذاشتن اطلاعات شغلی^۵ مربوط به تخصصشان به واسطه یکدیگر است؛ یعنی اطلاع‌رسانی درباره فرصت‌های شغلی که هنوز متصدی برای آنها تعیین نشده (مارین^۶، ۲۰۱۳). تصمیم‌گیری درباره به اشتراک گذاشتن اطلاعات شغلی برعهده فرد مطلع (دارنده اطلاعات شغلی) است (مارین، ۲۰۱۲). مهم‌ترین ویژگی مطلع، داشتن شبکه‌های اجتماعی وسیع و پراکنده است (برت^۷، ۱۹۹۵: ۱۶). در مقابل، فرد متقاضی که مشخصه بارز وی انجام اقداماتی مشخص در جهت جست‌وجوی کار است (جوادی و هرندی، ۱۳۸۷: ۷۲)، خواهان دستیابی به اطلاعات شغلی اوست.

اساساً، مردم به یکی از سه شیوه زیر اقدام به جست‌وجوی اطلاعات شغلی می‌کنند. اول، از طریق یک فرآیند جست‌وجوی رسمی (یعنی مطالعه آگهی‌های استخدامی یا مراجعه به کارفرما)؛ دوم، به وسیله جست‌وجوی فعالانه اطلاعات استخدامی از طریق تماس‌های اجتماعی^۸ غیر رسمی یا فرایندی که جست‌وجوی غیر رسمی فعال نامیده می‌شود؛ سوم، آگاهی از فرصت‌های شغلی به واسطه تماس‌های غیر رسمی بدون جست‌وجوی فعالانه استخدام‌های اخیر که فرایند عدم

-
1. Michael Petersen
 2. Wu, Zhang & Zhao
 3. Liu, Yang & Hu
 4. Wang, Guo
 5. Job Information
 6. Marin
 7. Burt
 8. Social Contacts

جست‌وجوگری نام دارد (کمیک، مک دونالد و تریمبل^۱، ۲۰۱۰: ۲۱۴). نتایج آمارگیری نیروی کار نشان می‌دهد «مراجعه به دوستان و آشنایان» یا فرایند جست‌وجوی غیررسمی (اعم از فعال و غیرفعال) رایج‌ترین شیوه کاریابی از ابتدای سال ۹۰ تا انتهای سال ۹۴ بوده (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۰؛ ۱۳۹۱؛ ۱۳۹۲؛ ۱۳۹۳؛ ۱۳۹۴). لذا، افراد اغلب از طریق شبکه‌های اجتماعی که در آنها عضویت دارند اقدام به یافتن شغل مورد نظرشان می‌نمایند تا شیوه‌های دیگر.

مراجعه به تماس‌های اجتماعی در بین دانشجویان و دانش‌آموختگان دانشگاهی که انتظار دارند پس از فراغت از تحصیل وارد بازار کار شوند (احمدی، ۱۳۹۳: ۲) به مراتب چشمگیرتر است. یکی از مهم‌ترین و کارآمدترین شبکه‌هایی که دانشجویان به‌واسطه آن اقدام به جست‌وجوی اطلاعات شغلی می‌کنند، شبکه همکاری‌های علمی درون رشته‌ای است (اعظم آزاده و دهقان دهنوی، ۱۳۸۸). شبکه‌ای که عمده تخصص و تجربه هر فرد در بطن آن رشد می‌کند. از طرفی، درجریان همکاری‌های علمی، اعضا مهارت‌ها و توانمندی‌های خود را ظاهر می‌کنند و از طرف دیگر، همکاران مطلع آنها با مشاهده این مهارت‌ها و مطابقتشان با ملزومات فرصت‌های شغلی که از آنها باخبرند تحت شرایط خاصی همکارانشان را از این فرصت‌ها مطلع می‌کنند. در عین حال، ارائه مهارت‌ها یا اشاعه دانش تحت تأثیر ساختار شبکه‌ای است که دانش و مهارت در آن عرضه می‌شود (کیم و پارک^۲، ۲۰۰۹؛ لی و لین^۳، ۲۰۱۰). ازاین‌رو، توجه به نوع ساختار همکاری‌های علمی که حصول اطلاعات شغلی در آن در نتیجه اشاعه دانش رخ می‌دهد، ضروری است.

با توجه به اینکه ۲۰/۰۴ درصد فعالان اقتصادی (یعنی دانشجویان و فارغ التحصیلان دانشگاهی) در وضعیت بی‌کار به سر می‌برند (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۵)، می‌توان نتیجه گرفت میزان اطلاع از فرصت‌های شغلی به‌واسطه شبکه ارتباطات و اطلاعات علمی کم‌وبیش در تمامی رشته‌ها و تخصص‌های دانشگاهی اهمیت دارد. با این حال، بررسی مسئله مزبور در رشته‌های

1. Kmec, McDonald & Trimble

2. Kim & Park

3. Li & Lin

علوم انسانی که بی‌کاری دانش‌آموختگان در آنها بروز و ظهور آشکارتری دارد (احمدی، ۱۳۹۳: ۲)، ضرورت بیشتری دارد. در این بین، رشته پژوهش علوم اجتماعی به‌عنوان یکی از رشته‌های علوم انسانی که در آن گستره‌ای از مهارت‌های عملی به دانشجویان آموزش داده می‌شود (هادن و موبلی^۱، ۲۰۰۱) و تعریف زمینه‌های شغلی برای دانش‌آموختگان آن کمتر مورد توجه جامعه‌شناسان قرار گرفته (احمدی، ۱۳۹۳: ۳)، کانون تمرکز مطالعه حاضر است.

با عنایت به مباحث یادشده، پژوهش حاضر مشتمل بر دو هدف اصلی است. هدف اول، شناسایی تأثیر نوع ساختار شبکه ارتباطات و اطلاعات علمی بر میزان اطلاع از فرصت‌های شغلی در سطوح گوناگون اشاعه دانش است که درنهایت، به ارائه یک اولویت‌بندی از این ساختارها ختم می‌شود. در این اولویت‌بندی، ساختارها از حیث میزان اطلاع‌رسانی درباره فرصت‌های شغلی طبقه‌بندی شده‌اند. هدف دوم، تعیین این موضوع که عملکرد شبکه دانشجویان رشته جامعه‌شناسی از حیث اطلاع از فرصت‌های شغلی به کدام یک از انواع عام شبکه ارتباطات و اطلاعات علمی شباهت دارد.

۲. مبانی نظری تحقیق

یک مطالعه کلاسیک در زمینه اطلاعات شغلی، مطالعه گرانووتر^۲ (۱۹۷۴) است. او نحوه دسترسی به اطلاعات شغلی به‌واسطه روابط اجتماعی غیررسمی را مطالعه کرد. نتایج بررسی وی نشان داد روابط غیر رسمی، مجاری اولیه‌ای هستند که افراد (۵۶ درصد پاسخ‌گویان) از راه آنها اطلاعاتی درباره فرصت‌های شغلی (به‌ویژه مشاغل با دستمزد بالا) پیدا می‌کنند. افزون براین، مهم‌ترین اطلاع‌رسان‌ها عبارتند از شاغلین و یا افرادی که با آن فرصت شغلی در ارتباط بوده‌اند. با توجه به این نکته که کسب اطلاعات در درجه اول به انگیزه افرادی بستگی دارد که اطلاعات را انتقال می‌دهند و سپس، به موقعیت راهبردی فرد در جریان کلی اطلاعات.

مارین (۲۰۱۲) در پژوهشی با عنوان «چرا مردم اطلاعات شغلی را به اشتراک نمی‌گذارند و

1. Hawdon & Mobley

2. Granovetter

چه زمانی این کار را انجام می‌دهند؟» اذعان می‌دارد دارندگان اطلاعات شغلی ترجیح می‌دهند زمانی اطلاعاتشان را به اشتراک بگذارند که اهداف و برنامه‌های شغلی متقاضی را از قبل به‌روشنی بدانند؛ به عبارتی کسانی که مطلع یا بی‌واسطه آنها را می‌شناسد یا به‌واسطه اعضای شبکه شخصی‌اش (دوستانِ دوستان). مطلع نمی‌خواهد متقاضی تصور کند که به‌طرز مداخله‌گرانه‌ای قصد نصیحت وی را دارد. بنابراین، تا زمانی که از مطلع درخواست نشود، تمایلی به اشتراک‌گذاری اطلاعاتش ندارد.

مارین (۲۰۱۳) در پژوهشی دیگر، شبکه‌ها و موقعیت‌های شبکه‌ای را که در جریان اطلاع‌جویی درباره فرصت‌های شغلی برای متقاضیان سودمندتر بودند، بررسی کرد. این بار نتایج مطالعه مارین نشان داد که دو گروه از مطلعان از فرصت‌های بیشتری برای به اشتراک‌گذاری اطلاعات شغلی برخوردارند: اولاً، کسانی که دارای شبکه‌های درون صنعتی قوی هستند و می‌توانند اطلاعات مربوط به فرصت‌های شغلی را به اشتراک بگذارند؛ ثانیاً، کسانی که دارای شبکه‌های پراکنده‌اند و می‌توانند اطلاعات مربوط به متقاضیان شناسایی‌شده در شبکه را به اشتراک بگذارند. در عین حال، نتایج پژوهش مارین مؤید آن است که اگرچه این دو گروه از فرصت‌های بیشتری برای به اشتراک‌گذاری اطلاعات شغلی برخوردارند، اما این کار را انجام نمی‌دهند یا حداقل کمتر از کسانی که جزء یکی از این دو گروه نیستند این کار را انجام می‌دهند. تریمبل اُکانر^۱ (۲۰۱۳) مطالعه‌ای را با این هدف که ساکنان واشنگتن تا چه حد در پیدا کردن کار به دیگران کمک می‌کنند، انجام داد. دستاوردهای این مطالعه نشان داد زمانی یک تماس‌قادر است اطلاعات شغلی را بهتر به اشتراک بگذارد که یا مرد یا شاغل و یا دارای تحصیلات بالاتر از متقاضی باشد. همچنین، زمانی یک تماس‌قادر تمایل به اشتراک‌گذاشتن اطلاعاتش دارد که بداند متقاضی فردی «فعال» است.

اعظم‌آزاده و دهقان دهنوی (۱۳۸۸) در پژوهشی با عنوان «اشتغال دانشجویان: رابطه بین شبکه روابط اجتماعی و وضعیت شغلی» رابطه بین شبکه اجتماعی دانشجویان با وضعیت

1. Trimble O'Connor

شغلی‌شان را با روش پیمایش بررسی کردند. نتایج نشان داد از بین ابعاد شبکه روابط اجتماعی (شامل: تعامل اجتماعی، حمایت اجتماعی، ساختار روابط اجتماعی و روابط رسمی و غیررسمی)، بعد تعامل اجتماعی از راه روابط دانشگاهی غیررسمی فرصت‌های شغلی بیشتری برای دانشجویان مهیا می‌کند.

احمدی (۱۳۹۳) در مطالعه‌ای با عنوان «بررسی وضعیت اشتغال دانش‌آموختگان جامعه‌شناسی و عوامل مرتبط با آن» و با روش پیمایش اقدام به بررسی وضعیت اشتغال دانش‌آموختگان رشته جامعه‌شناسی و تعیین رابطه آن با برخی متغیرهای اجتماعی و جمعیتی نموده است. نتایج بررسی نشان داد احتمال اشتغال (مرتبط با رشته جامعه‌شناسی) دانش‌آموختگانی که معدل دروس عملی و نیز معدل کلشان بالاتر است یا بیشتر در فعالیت‌های پژوهشی مشارکت داشته یا دانش‌آموخته مقاطع تحصیلات تکمیلی‌اند، بیش از دانش‌آموختگانی است که واجد چنین شرایطی نیستند.

مرور پیشینه تحقیق نشان می‌دهد که کانون توجه اکثر مطالعات حول محور سه موضوع است: اول، خصایص و موقعیت شبکه‌ای مطلع؛ دوم، خصایص متقاضی؛ سوم، ویژگی پیوندهایی که به وسیله آنها اطلاعات شغلی جابه‌جا می‌شوند. با این همه، معلوم نیست آیا حقیقتاً متقاضیانی که در ساختارهای ارتباطات و اطلاعات علمی گوناگون و در سطوح مختلف اقدام به انتشار تخصص (های) خود می‌کنند، با نسبت‌های متفاوتی نیز از اطلاعات شغلی مرتبط با تخصصشان برخوردار خواهند شد یا خیر. به بیان دیگر، آیا برخورداری از اطلاعات شغلی به واسطه تماس‌های شبکه ارتباطات و اطلاعات علمی تحت تأثیر نوع بافت این شبکه و سطح اشاعه دانش قرار دارد یا خیر.

۲.۱. نظریه کاربایی شبکه محور

کاربایی به واسطه تماس‌های شبکه اجتماعی یکی از رایج‌ترین راهبردهای کاربایی است که حدود نیمی از فرصت‌های شغلی از همین طریق به متقاضیان پیشنهاد می‌شود (گرانووتر، ۱۹۹۵؛ تریمبل آکانر، ۲۰۱۳: ۵۹۴). بنابر دیدگاه شبکه، شبکه اجتماعی عبارت است از مجموعه‌ای کنشگر و روابط مابین آنها که این روابط فرصت‌ها و محدودیت‌هایی را در برابر رفتارهای کنشگران قرار

می‌دهد (واسرمن و فاوست^۱، ۱۹۹۴: ۴). یکی از این فرصت‌ها، فرصت دسترسی به اطلاعات شغلی به واسطه اعضای شبکه شخصی (تماس‌های اجتماعی) است که چگونگی آن در نظریه‌های کاریابی شبکه‌محور بحث شده است. به‌طورکلی، در نظریه‌های کاریابی شبکه‌محور به سه مجموعه عامل اشاره شده که توانایی یا تمایل به اشتراک‌گذاری اطلاعات شغلی را تحت تأثیر قرار می‌دهند. در ادامه، راجع به این مجموعه عوامل بیشتر توضیح داده خواهد شد. پیش از ورود به این بحث لازم است به تعریف برخی از مفاهیم رایج در نظریه‌های مذکور اشاره شود.

۲.۲. تعریف مفاهیم

متقاضی: فردی که در جست‌وجوی شغل است.

اطلاعات شغلی: مقصود اخبار مربوط به فرصت‌های شغلی است.

تماس اجتماعی: فردی که مستقیماً با متقاضی در ارتباط است. به‌طورکلی، تماس‌های اجتماعی اعضای شبکه متقاضی را تشکیل می‌دهند و در صورتی که دارای اطلاعات شغلی باشند، مطلع محسوب می‌شوند.

شبکه شخصی: شبکه شخصی یک کنشگر شامل همه افرادی است که مستقیماً با آنها مراوده دارد. به عبارت دیگر، همه تماس‌های اجتماعی یک کنشگر، شبکه شخصی وی را تشکیل می‌دهند.

رابطه تماس-متقاضی: قوت رابطه بین تماس-متقاضی یکی از عواملی است که توانایی یا تمایل به اشتراک‌گذاری اطلاعات شغلی را تحت تأثیر قرار می‌دهد. به‌طورکلی، زمانیکه متقاضی از تماس‌های خویش درخواست اطلاعات می‌کند، وجود پیوند قوی^۲ بین تماس-متقاضی به دو دلیل بهتر موجب انتقال منابع (اطلاع‌رسانی) می‌شود. دلیل اول، تماس‌هایی که پیوند قوی با متقاضی دارند نسبت به تماس‌هایی که پیوند ضعیف^۳ با متقاضی دارند بهتر می‌دانند که چگونه می‌توان به متقاضی کمک کرد، چراکه تماس‌های با رابطه قوی احتمالاً با شرایط کاری متقاضی (مهارت‌ها و انواع مشاغل) که امکان موفقیت متقاضی در آنها وجود دارد) آشنایی دارند (مارین،

1. Wasserman & Faust

2. Strong Tie

3. Weak Tie

۲۰۱۲). به طور خلاصه، دانستن چیزهایی درباره متقاضی احتمالاً به تماس های اجتماعی کمک می کند تا منابع (اطلاعات) خاص و مرتبط با متقاضی را که می توانند با او به اشتراک بگذارند، بخاطر بیاورند و نیز به آنها کمک می کند تا درباره انتقال منابعی که امکان مفید بودنشان برای متقاضی وجود دارد، تصمیم گیری کنند (تریمبل اُکانر، ۲۰۱۳). دلیل دوم، تماس های اجتماعی رغبت چندانی ندارند به متقاضیانی که رابطه ضعیفی با آنها دارند، کمک کنند؛ چون نمی خواهند اطلاعاتی به متقاضی منتقل کنند که مورد نیازشان نیست یا تناسبی با شرایط کاری آنها ندارد (مارین، ۲۰۱۲؛ تریمبل اُکانر، ۲۰۱۳). افزون براین، بنابر نظریه پیوندهای ضعیف کارکرد پیوندهای ضعیف در انتقال منابع بین خوشه های اجتماعی مجزا و اتصال خوشه های منزوی به جهان اجتماعی وسیع تر است (گرانووتر، ۱۹۸۲؛ برت، ۱۹۹۵)، حال آنکه کارکرد پیوندهای قوی، انتقال منابع درون خوشه اجتماعی است (گرانووتر، ۱۹۸۲؛ برت، ۲۰۰۵). درواقع، تنها پیوندهای قوی هستند که می توانند تماس های اجتماعی را ملزم به صرف وقت و تلاش جهت کاربایی نمایند (لین، ۲۰۰۱). تماس هایی که متقاضی را می شناسند و با او احساس نزدیکی می کنند ممکن است ترغیب شوند به او کمک کنند یا خود را موظف به این کار بدانند یا احساس کنند برای اطمینان از اینکه متقاضی کاری پیدا می کند باید بیشتر سرمایه گذاری نمایند (گرانووتر، ۱۹۸۲). در عین حال، تمایل برای به اشتراک گذاری اطلاعات شغلی زمانی افزایش پیدا می کند که متقاضی نیز متقابلاً در گذشته به تماس های اجتماعی کمک کرده باشد یا با این انتظار به آنها کمک می کنند که بدانند متقاضی به خاطر احساس انتظار یا وظیفه متقابل -که ویژگی پیوندهای قوی است- در آینده از آنها حمایت خواهد کرد (گرانووتر، ۱۹۸۵). در اصل، مبادله انواع حمایت های اجتماعی بین پیوندهای قوی از نوع دوسویه است؛ بدین معنا که کنشگران مرتباً منابعی را برای دیگران فراهم می کنند بدون اینکه بدانند دیگران نیز منابعی را برای آنها فراهم کرده اند یا خیر و یا اینکه اگر فراهم کرده اند، میزانش چقدر است. با این همه، انتظار دارند مبادله منابع، دوسویه (متقابل) باشد (هکتر^۱، ۱۹۸۷). معمولاً، پیوندهای قوی حامل اعتماد انباشته و تقویت شده در نتیجه

همکاری‌های پیشین هستند که موجب همکاری‌های بیشتر و بیشتر بین طرفین می‌شود (برت، ۲۰۰۱). در مطالعه حاضر، تعداد همکاری‌های علمی بین متقاضی-تماس و تعداد همکاری‌های علمی بین متقاضی-تماس‌های شبکه شخصی هر تماس حاکی از آشنایی تماس با شرایط کاری متقاضی یا به بیان دیگر، حاکی از قوت یا ضعف رابطه است.

شباهت اجتماعی^۱ تماس-متقاضی: عامل دیگری که امکان، اقدام و نیز میزان به اشتراک‌گذاری اطلاعات شغلی را متأثر می‌کند، درجه شباهت اجتماعی تماس-متقاضی است. اساساً، تماس‌هایی که به لحاظ اجتماعی به متقاضی شباهت دارند به احتمال زیاد می‌دانند که چگونه می‌توانند به متقاضی کمک کنند، نسبت به تماس‌هایی که به لحاظ اجتماعی متفاوت با متقاضی هستند. این امر بدان سبب است که تماس‌های مشابه احتمالاً به انواع خاصی از منابع (یعنی، اطلاعات شغلی و نفوذ) دسترسی دارند که به دلیل اشتراکشان با متقاضی از حیث موقعیتی که در ساختار اجتماعی اشغال نموده‌اند، متقاضی در جریان جست‌وجوی کار به منابع آنها نیاز پیدا خواهد کرد (تریمبل اُکانر، ۲۰۱۳: ۵۹۵). تفاوت‌ها از حیث نرخ مشارکت گروه‌های خاصی از نیروی کار، تفکیک جنسیت (هیلمان^۲، ۱۹۹۵؛ ردگیوی^۳، ۱۹۹۷؛ کمیک، مک دونالد و تریمبل، ۲۰۱۰)، نژاد/قومیت در بازار کار و ملزومات کاری از جنس تحصیلات و تجربه میزان دسترسی تماس‌ها به منابع و در نتیجه، توانایی‌شان را برای کمک به متقاضیان به لحاظ اجتماعی متمایز محدود می‌کند. به تعبیری دیگر، به میزانی که دو فرد از لحاظ اجتماعی از یکدیگر متمایز باشند، احتمال اینکه منابع مورد نیاز برای کمک به کاریابی دیگری را در اختیار داشته باشند، کاسته خواهد شد (تریمبل اُکانر، ۲۰۱۳: ۵۹۵). اگرچه در نظریه شبکه، شباهت اجتماعی تعریف خاص خود را دارد و معطوف به شباهت در روابط و به معنای اشتراک در تماس‌های اجتماعی (لادا و ایتن^۴، ۲۰۰۳) است، اما شباهت اجتماعی از جهتی می‌تواند معطوف به شباهت در خصایص^۵ و

-
1. Social Similarity
 2. Heilman
 3. Ridgeway
 4. Lada & Eytan
 5. Attributes

به معنای اشتراک در خصایص اجتماعی نیز باشد که در نظریه شبکه از این نوع شباهت با عنوان «همسانی»^۱ نام برده می شود. بنابراین، انواع شباهت اجتماعی عبارتند از: شباهت در روابط اجتماعی و شباهت در خصایص اجتماعی. تمامی مواردی که در بالا به آنها اشاره شد، نظیر شباهت از حیث جنسیت، نژاد و قومیت همگی از نوع شباهت در خصایص اجتماعی اند. بنابر شواهد تجربی، همسانی در خصایص اجتماعی به ویژه همسانی در جنسیت به مثابه یکی از انواع شباهت اجتماعی نقش مهمی در ضمانت متقاضی به وسیله تماس های اجتماعی دارد (گرانووتر، ۱۹۹۵؛ استریس^۲، ۱۹۹۸؛ مک دونالد، ۲۰۱۱). به این دلیل که تماس های اجتماعی نسبت به مشابهان احساس تعهد می کنند و این احساس آنها را وادار می کند تا به خاطر وابستگی که نسبت به مشابهان احساس می کنند در فرایند کارایی بیشتر به آنها کمک کنند تا متمایزان (فیسک^۳، ۱۹۹۸؛ رسکین^۴، ۲۰۰۰)؛ به بیان ساده تر، از آنجا که افراد با دیگران اجتماعاً مشابه احساس راحتی می کنند، لذا احساس می کنند کمک رسانی به آنها در فرایند کارایی نیز برای شان با سهولت بیشتری امکان پذیر است تا کمک رسانی به دیگران اجتماعاً نامتشابه (مارین، ۲۰۱۲). با این همه، هرچند مطالعاتی در باب اطلاع از فرصت های شغلی به واسطه شباهت های اجتماعی تماس- متقاضی انجام شده، اما در همه این مطالعات تأکید بر شباهت در خصایص اجتماعی بوده و نه روابط اجتماعی. از این رو، وجه تمایز مطالعه حاضر از نمونه های پیشین در نظر گرفتن نوع مغفول شباهت اجتماعی؛ یعنی شباهت در روابط اجتماعی است.

پایگاه تماس / متقاضی: انتقال اطلاعات شغلی تا حدودی نیز بستگی به پایگاه تماس و متقاضی دارد. پایگاه مستقیماً در ارتباط با میزان دسترسی به اطلاعات شغلی قرار دارد. بدین ترتیب که شبکه شخصی تماس های دارای پایگاه بالا، بزرگ تر و پراکنده تر است. در نتیجه، دسترسی به منابع اجتماعی نیز برای آنها با سهولت بیشتری امکان پذیر است (لین، ۱۹۹۹؛ ۲۰۰۱). با این اوصاف، تماس های با پایگاه بالا از حیث اطلاع از نحوه کمک رسانی به اعضای شبکه

1. Homophily
2. Straits
3. Fiske
4. Reskin

شخصی خویش در موقعیت بهتری قرار دارند (لین، ۱۹۹۹؛ مارین، ۲۰۱۳). به این دلیل که نه تنها متقاضیان شبکه شخصی خود را می‌شناسند، بلکه از فرصت‌های شغلی موجود در شبکه شخصی خود نیز مطلعند (برت، ۲۰۰۵؛ مارین، ۲۰۱۳). بنابراین، می‌توان نتیجه گرفت که تماس‌های با پایگاه بالا در شبکه اطلاعات شغلی از موقعیت استراتژیک برخوردارند و بنابه دیدگاه منابع اجتماعی، متقاضیان به میزانی که به این موقعیت‌ها نزدیک‌تر باشند در دستیابی به افراد متنوع و منابع غنی موفق‌تر خواهند بود (لین، ۲۰۰۱). متقابلاً، پایگاه متقاضی به‌عنوان یکی از کارکنان در نزد تماس‌های اجتماعی‌اش و نیز ارزیابی‌هایی که تماس‌های اجتماعی از رفتارهای کاری او دارند بر قضاوتشان در مورد متقاضی، انواع مشاغلی که به‌طور بالقوه می‌تواند در آنها مشغول به کار شود و اینکه آیا تمایلی به کمک‌کردن در فرآیند کاریابی او دارند یا خیر تأثیرگذار است (تریمل اُکانر، ۲۰۱۳). اسمیت^۱ (۲۰۰۵؛ ۲۰۰۷؛ ۲۰۱۰) مدعی است که تماس‌های اجتماعی هنگام تصمیم‌گیری درباره به اشتراک‌گذاری فرصت‌های شغلی به تصوراتشان درباره اخلاق کاری و شایستگی‌های فرد متقاضی توجه دارند. این در حالی است که اگر تماس‌های اجتماعی احتمال دهند فرد متقاضی واجد ویژگی‌هایی مانند بی‌انگیزگی، عدم مسئولیت‌پذیری یا گرایش به بزه‌کاری است از ارائه اطلاعات اجتناب می‌ورزند (اسمیت، ۲۰۰۵؛ ۲۰۰۷). به‌طور خلاصه، گفته می‌شود وضعیت اشتغال، تحصیلات و سن برخی از شاخص‌های پایگاه است و سبب می‌شود تا افراد شاغل، با تحصیلات بالاتر و مسن‌تر از متقاضی بیشتر قادر به کمک‌کردن به متقاضی در فرآیند کاریابی باشند (مارسدن^۲، ۱۹۸۷). در مطالعه حاضر (و با توجه به نتایج برآمده از یافته‌های توصیفی) فرض شده از دانشجویانی اطلاعات شغلی درخواست می‌شود که یا سابقه و تجربه بیشتری در زمینه فعالیت‌های علمی-پژوهشی مرتبط با رشته تحصیلی خود دارند و این سابقه و تجربیات را در بستر همکاری‌های علمی با سایر اعضای شبکه شخصی هم‌رشته خود کسب کرده‌اند یا با چنین دانشجویانی همکاری بلافصل و مستقیم داشته‌اند. در اصطلاح شبکه از دانشجویان دسته اول با عنوان «اعضای سرشناس شبکه» و از دانشجویان دسته دوم با عنوان

1. Smith

2. Marsden

«اعضای کانونی شبکه» نام برده می شود. در نتیجه، دانشجویانی که درگیر فعالیت های علمی- پژوهشی بیشتری هستند و بیشتر دانش خود را منتشر می کنند، احتمال بیشتری دارد که در معرض اطلاعات شغلی اعضای سرشناس یا کانونی شبکه قرار بگیرند؛ اما در عین حال احتمال دارد ساختار شبکه ای که فرد در آن به اشاعه دانش می پردازد اثر کاهنده/ فزاینده بر میزان دسترسی به اطلاعات شغلی داشته باشد. به همین جهت، فرضیات زیر در مطالعه حاضر مطرحند.

۲.۳. فرضیه ها

۱. افرادی که دانش خود را در سطح بالایی در ساختارهای مختلف ارتباطات و اطلاعات علمی منتشر می کنند، به میزان متفاوتی اطلاعات شغلی دریافت می کنند.
۲. افرادی که دانش خود را در سطح متوسطی در ساختارهای مختلف ارتباطات و اطلاعات علمی منتشر می کنند، به میزان متفاوتی اطلاعات شغلی دریافت می کنند.
۳. افرادی که دانش خود را در سطح پایینی در ساختارهای مختلف ارتباطات و اطلاعات علمی منتشر می کنند، به میزان متفاوتی اطلاعات شغلی دریافت می کنند.

۳. روش تحقیق

از آنجاکه واحد تحلیل مطالعات شبکه محور، رابطه است (چلبی، ۱۳۷۳)، در این پژوهش از روش تحلیل شبکه اجتماعی^۱ استفاده شد. شبکه ارتباطات و اطلاعات علمی مورد مطالعه (جامعه آماری) متشکل از کلیه دانشجویان تحصیلات تکمیلی رشته جامعه شناسی دانشگاه فردوسی مشهد (۶۰ نفر) بود که مورد تمام شماری قرار گرفتند. داده های پژوهش از نوع رابطه ای^۲ بود که با پرسش نامه مولد نام^۳ محقق ساخت گردآوری شدند. پرسش نامه مزبور مبتنی بر تکنیک انتخاب فهرست وار^۴ بود؛ بدین معنا که فهرستی از اسامی اعضای شبکه در پرسش نامه قرار داده شده و از پاسخگو تقاضا می شد تا در پاسخ به هر سؤال، اسامی مورد نظر را انتخاب کند. سطح سنجش روابط مورد نظر و نیز سطح سنجش معرف های مربوط به هر نوع رابطه در جدول ۱ نشان داده

1. Social Network Analysis

2. Relational

3. Name Generator Questionnaire

4. Roster Choice

شده است.

اساساً، سطوح سنجش داده رابطه‌ای برحسب دو ملاک جهت‌مندی^۱ و مقدارپذیری^۲ مشخص می‌شود. مقصود از رابطه غیر جهت‌دار این است که وجود یک رابطه از A به B به معنای وجود رابطه از B به A نیز هست. برعکس، در یک رابطه جهت‌دار وجود یک رابطه از A به B لزوماً به معنای وجود رابطه از B به A نیست. مقدارپذیری معطوف به شدت^۳ رابطه است.

جدول ۱. سطح سنجش روابط و معرف‌های مربوطه (مأخذ: مطالعه حاضر)

رابطه	معرف	سطح سنجش معرف	سطح سنجش رابطه
همکاری علمی	همکاری در تهیه مقاله	غیر جهت‌دار / غیر مقداردار	غیر جهت‌دار / مقداردار
	همکاری در طرح پژوهشی	غیر جهت‌دار / غیر مقداردار	
	همکاری در تألیف / ترجمه کتاب	غیر جهت‌دار / غیر مقداردار	
	همکاری در برگزاری کارگاه	غیر جهت‌دار / غیر مقداردار	
اطلاع‌جویی / اطلاع‌رسانی (درباره اطلاعات شغلی)	پیشنهاد یک فرصت شغلی به فرد	جهت‌دار / غیر مقداردار	جهت‌دار / مقداردار
	معرفی فرد به دیگران (مثلاً، کارفرما، سازمان و ...)	جهت‌دار / غیر مقداردار	
	معرفی غیرمستقیم فرد به دیگران به‌واسطه یک معرف	جهت‌دار / غیر مقداردار	
	اطلاع‌رسانی درباره کارفرمای یک شغل به دلیل سابقه کار با او	جهت‌دار / غیر مقداردار	
	اطلاع‌رسانی درباره محیط‌کاری یک شغل به دلیل سابقه کار در آنجا	جهت‌دار / غیر مقداردار	

زمانی که صرفاً وجود / عدم وجود رابطه سنجیده می‌شود، مقداری غیر از صفر و یک به رابطه داده نمی‌شود و بنابراین، رابطه در سطح دودویی (غیر مقداردار) سنجیده می‌شود. برعکس،

1. Directionality
2. Numeration
3. Intensity

زمانیکه سؤال به گونه ای مطرح می شود که پاسخ گو علاوه بر بیان وجود/ عدم وجود روابطش با دیگران می تواند سطح تعاملاتش با آنها را رتبه بندی کند، سطح سنجش رابطه مقداردار است (شکل ۱).

جهت مندی

		جهت دار	
		غیر جهت دار	جهت دار
مقدار پذیری	دودویی (غیر مقداردار)	غیر جهت دار و غیر مقداردار	جهت دار و غیر مقداردار
	مقداردار	غیر جهت دار و مقداردار	جهت دار و مقداردار

شکل ۱. سطوح سنجش داده رابطه ای (مأخذ: اسکات^۱، ۲۰۱۳: ۵۸)

یکی از روش های تعیین شدت رابطه، وزن آدهی به رابطه است. در مطالعه حاضر از ساده ترین روش وزن دهی استفاده شد که عبارت است از حاصل جمع مقادیر دودویی مربوط به معرف های یک نوع رابطه (بورگاتی، اورت و جانسون^۳، ۲۰۱۳: ۷۹).

روایی پرسش نامه به وسیله اعتبار ساختاری^۴ بررسی شد. از این رو، روابط گزارش شده با برخی اعضای شبکه که دارای شبکه های همکاری علمی وسیع تری بوده و در نتیجه، اشراف بیشتری بر روابط سایرین داشتند در میان گذاشته شد و مشخص شد که ساختار مشاهده شده به میزان قابل توجهی با ساختار درست مطابقت دارد.

پایایی پرسش نامه با کنترل دو خطای رایج در شیوه طرح سؤالات شبکه محور تأمین شده است: ۱- خطای فراموشی: به خاطر نیاوردن اسامی همه اعضای شبکه هنگام پاسخ گویی به سؤالات؛ ۲- خطای اندازه گیری: اختلاف بین ساختار درست و ساختار اندازه گیری شده. مهم ترین عاملی که سبب بروز خطای اندازه گیری می شود، طراحی سؤال به شیوه «انتخاب تثبیت شده» است؛ یعنی از پاسخ گو بخواهیم در پاسخ به هر سؤال برای مثال، فقط از ۵ نفر نام ببرد. دو خطای فوق با استفاده از تکنیک انتخاب فهرست وار و اجتناب از تحدید انتخاب های افراد کنترل

1. Scott
2. Weight
3. Borgatti, Everett & Johnson
4. Structural Validity

شده است.

تکنیک‌های تحلیل داده پژوهش عبارتند از: ۱- مدل‌سازی ریاضی شبکه^۱؛ ۲- مدل‌سازی پویایی‌های شبکه. از تکنیک اول برای ایجاد انواع شبکه ارتباطات و اطلاعات علمی (شامل: شبکه‌های بدون مقیاس، جهان کوچک، تصادفی و منظم)^۲ و از تکنیک دوم برای ساخت مدل شبکه‌محور^۳ استفاده شده است. ضمن این توضیح که انواع چهارگانه شبکه به گونه‌ای مدل‌سازی شدند که تا حد ممکن شباهت زیادی به شبکه مشاهده شده (شبکه ارتباطات و اطلاعات علمی دانشجویان) داشته باشند؛ به عنوان مثال، از جمله دستکاری‌هایی که برای شبیه‌تر کردن شبکه‌های مدل‌سازی شده به شبکه مشاهده شده انجام شد، می‌توان به یکسان کردن اندازه شبکه، خصایص اعضا، افزودن بر احتمال حضور منزوی‌ها و غیره اشاره کرد. هدف از دستکاری‌های مذکور این است که هرچه بیشتر از تفاوت‌های بین شبکه‌های مدل‌سازی شده با شبکه مشاهده شده بکاهیم، تا جایی که شبکه‌های مدل‌سازی شده تنها از نظر آرایش پیوندها نسخه‌های متفاوتی از شبکه مشاهده شده را نمایش دهند. سرانجام، داده‌های مربوط به شبکه اصلی و شبکه‌های مدل‌سازی شده در مدل شبکه‌محور قرار داده شدند. شبکه‌های مدل‌سازی شده و مدل شبکه‌محور مربوطه در نرم افزار R.v.3.2.3 (و بسته تابع igraph داخل آن) دستورنویسی شدند. در ادامه، راجع به تکنیک‌های فوق بیشتر توضیح داده خواهد شد.

1. Mathematical Modeling of Network

۲. شبکه بدون مقیاس (Scale-Free Network)، شبکه‌ای است که در آن عده اندکی دارای پیوندهای زیاد و عده زیادی دارای پیوندهای اندک‌اند (لاک، ۲۰۱۵: ۱۵۵). شبکه جهان کوچک (Small-World Network) با دو ویژگی اصلی شناخته می‌شود؛ فاصله کم بین اعضا و وجود خوشه‌بندی‌های بسیار (کولازیک و کاردی، ۲۰۱۴: ۷۴). در شبکه تصادفی (Random Network)، تمامی اعضا از شانس یکسانی برای برقراری پیوند با یکدیگر برخوردارند (بریندز، کراس و اسپیلیو پائولا، ۲۰۰۹: ۷۰) و در شبکه منظم (Regular Network)، تعداد پیوندهای همه اعضا در بازه محدودی تعریف می‌شود یا به بیان ساده تر، همه اعضا با عده تقریباً یکسانی در ارتباط‌اند (کولازیک و کاردی، ۲۰۱۴: ۲۴).

3. Network-Based Model

۳. ۱. مدل سازی پویایی های شبکه با زبان برنامه نویسی شیء گرا^۱

برای ساخت مدل پویایی های شبکه همکاری علمی، ابتدا سازوکاری تعریف شد که در آن سه مورد به وضوح روشن شده بود: اولاً، چگونگی کاسته شدن از/ افزوده شدن بر تارک^۲ های (اعضای) شبکه؛ ثانیاً، شکل گیری/ حذف لبه^۳ های (پیوندهای) مابین آنها و ثالثاً، شکل گیری/ تغییر خصایص یا رفتارهای تارک ها در نتیجه دو مورد قبل. سازوکار مذکور مبتنی بر مبانی نظری، پیشینه تجربی و خروجی های تحلیل توصیفی شبکه است. سپس، با استفاده از زبان برنامه نویسی شیء گرا در نرم افزار R برنامه نویسی شد. این برنامه (مدل) دو عنصر اصلی داشت که عبارتند از: تابع Update: تابع Update هسته اصلی مدل پویایی های شبکه محسوب می شود (لاک^۴، ۲۰۱۵: ۲۱۹)، چون سازوکار طراحی شده برای مدل داخل این تابع تعریف می شود. مهم ترین کاری که تابع Update انجام می دهد، انتقال مرحله ای گراف از یک وضعیت به وضعیت بعدی است (اسکات، ۲۰۱۳) و این کار را برپایه سازوکار تعریف شده انجام می دهد. اساساً انتقال گراف از یک وضعیت به وضعیت دیگر به دلیل رخداد یک یا چند مورد از تغییرات سه گانه در ترکیب شبکه اتفاق می افتد. در پژوهش حاضر، تعریف تابع Update عمدتاً مبتنی بر توابع شرطی زبان برنامه نویسی شیء گرای R بوده است.

تابع کپسوله سازی^۵: تابع کپسوله سازی به گونه ای تنظیم شد که وجود سه عنصر در آن الزامی بود: ۱- مؤلفه داده (Graph)؛ ۲- تعداد زمان های اجرای مدل (Time)؛ ۳- تعداد دورهای اجرای مدل (Run). در صورت فقدان هر یک از عناصر فوق، مدل قابل اجرا نبود. در اینجا، ابتدا یک «مؤلفه فهرست» ساخته می شود تا گراف حاصل از هر تغییر وضعیت در آن ذخیره شود، به طوری که اولین گراف فهرست همان شبکه مشاهده شده است. سپس، تابع Update به درون تابع کپسوله فراخوانی شده تا با انتخاب تصادفی یک تارک در هر دور و زمان دلخواه، تابع

1. Modeling of Network Dynamics with Object-Oriented Programming Language

2. Vertex

3. Edge

4. Luke

5. Function of Encapsulation

Update روی آن تارک اجرا شود. با هر بار اجرای این فرآیند، گراف موجود Update می‌شود و گراف Update شده داخل مؤلفه فهرست ذخیره می‌شود. در آخر، تعداد $Time \times Run$ گراف در مؤلفه فهرست موجود است. تابع کیسوله‌سازی یک تابع شبیه‌سازی است که چهارچوب شبیه‌سازی را حول محور تابع Update کیسوله (فشرده) می‌کند.

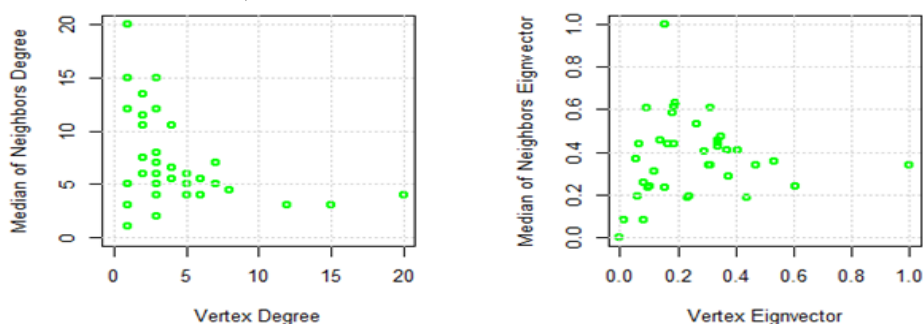
سرانجام، مدل پویایی‌های شبکه پژوهش حاضر روی پنج شبکه مشاهده‌شده، بدون مقیاس، جهان‌کوچک، تصادفی و منظم در خلال ۱۰۰ زمان اجرا و این عمل به‌ازای هر شبکه ۲۰ دور تکرار شد. در نتیجه، به ازای هر شبکه ۲۰۰۰ گراف و به‌ازای ۵ شبکه جمعاً ۱۰۰۰۰ گراف به‌علاوه خصایص و پارامترهای مربوطه به دست آمد. در نهایت، با انجام تحلیل‌های هم‌زمان روی خصایص و پارامترهای هر پنج شبکه به مقایسه برآیندهای حاصل از اجرای مدل روی انواع شبکه‌ها پرداخته شد.

۴. یافته‌های تحقیق

۴.۱. راهبردهای همکاری علمی

راهبرد اول: همکاری با اعضای سرشناس شبکه

در شکل ۲، گرایش غالب در بین اعضای شبکه برای انتخاب طرف‌های همکاری‌هایشان برحسب دو ملاک «وسعت شبکه» و «حضور تارک‌های کانونی» ترسیم شده است.



شکل ۲. چپ: درجه همکاری علمی تارک در مقابل میانه درجه همکاری علمی همکاران بلافصل وی؛ راست: بردارویژه همکاری علمی تارک در مقابل میانه بردارویژه همکاری علمی همکاران بلافصل وی

(مأخذ: مطالعه حاضر)

سمت چپ شکل ۲، گرایش به انتخاب همکار برحسب وسعت شبکه را نمایش می‌دهد و بنابر آن اغلب اعضای شبکه همکارانشان را از بین اعضای حاشیه‌ای (اعضای دارای درجه همکاری علمی متوسط) انتخاب می‌کنند. به بیان دقیق‌تر، میانه درجه همکاران بسیاری از اعضا بیش از ۴ است، پس بسیاری از اعضای شبکه حداقل نیمی از همکارانشان بیش از ۴ همکار دارند. در اصل، چنین همکارانی ($15 \leq$ درجه همکاری علمی ≤ 5) از جمله اعضای فعال یا سرشناس شبکه‌اند. البته، فعال‌ترین عضو (با درجه همکاری علمی بیشتر از ۱۵) و همچنین اعضای منفعل (با درجه همکاری علمی کمتر از ۵) از این رویه مستثنا هستند.

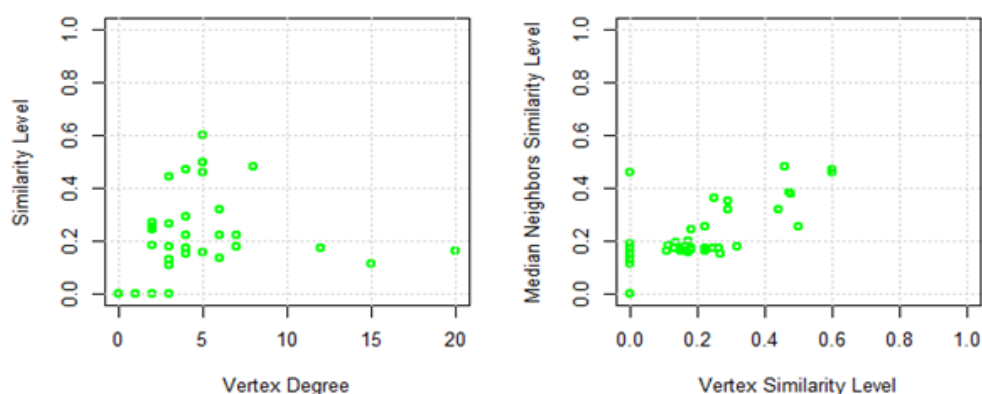
راهبرد دوم: همکاری با اعضای قانونی شبکه

در سمت راست شکل ۲، گرایش به انتخاب همکار برحسب حضور تارک‌های قانونی نمایش داده شده است. مزیت تارک قانونی در این است که نه تنها امکان همکاری با اعضای مرکزی، بلکه امکان همکاری با سایر اعضا - حتی پیرامونی‌ترین عضو - را نیز دارد. به‌طور کلی، هر عضو شبکه یا عضوی قانونی (بردارویژه بیشتر از $0/75$) یا نسبتاً قانونی ($0/75 \leq$ بردارویژه $\leq 0/25$) و یا غیر قانونی (بردارویژه کمتر از $0/25$) است. به عبارت ساده‌تر، در شبکه آنها اعضای دارای درجه همکاری علمی بالا یا فراوان است یا نسبتاً فراوان یا اندک. با این همه، عموم اعضای شبکه همکارانشان اعضایی نسبتاً قانونی‌اند. همان‌گونه که ملاحظه می‌شود به استثنای معدودی از اعضا میانه مرکزیت بردارویژه همکاران بقیه اعضا بیش از $0/24$ است؛ یعنی حداقل نصف اعضای شبکه‌شان همکاری نسبتاً خوبی با اعضای دارای درجه همکاری علمی بالا دارند. این در حالی است که خود اعضا در سطوح متفاوتی از مرکزیت بردارویژه قرار دارند. در نتیجه، اکثر اعضا گرایش به همکاری با تارک‌های نسبتاً قانونی دارند.

راهبرد سوم: همکاری با شبیه‌ترین بجای همکاری با متمایزترین

ابتدا لازم است روشن شود منظور از مشابه یا متمایز بودن اعضای شبکه چیست؟ اساساً، جفت‌اعضایی که همکاران مشترک بیشتری دارند به یکدیگر شبیه‌ترند و در مقابل، جفت‌اعضایی

که همکار مشترک نداشته یا به تعداد محدود دارند متمایز از یکدیگرند. در سمت چپ شکل ۳ ملاحظه می‌شود که به استثنای چند مورد، اغلب اعضا ترجیح می‌دهند به تناسب افزایش درجه همکاری علمی‌شان همکارانشان را بیشتر از بین اعضای مشابهی که با آنها همکاران مشترک دارند، انتخاب کنند.



شکل ۳. راست: سطح مشابهت تارک در مقابل میانه سطح مشابهت همسایگان؛ چپ: درجه تارک در مقابل سطح مشابهت (مأخذ: مطالعه حاضر)

سمت راست شکل ۳ به این سؤال پاسخ می‌دهد که چنانچه اعضا گرایش به همکاری با مشابهان داشته باشند، آیا همکارانش نیز چنین گرایشی خواهند داشت؟ به نظر می‌رسد صرف نظر از چند مورد استثنا به میزانی که گرایش به مشابهت‌گزینی در هر عضو بیشتر باشد، گرایش به مشابهت‌گزینی در بین همکاران آن عضو نیز بیشتر خواهد بود و بالعکس.

۲.۴. مدل شبکه‌محور همکاری علمی و دسترسی به اطلاعات شغلی

برپایه شواهد تجربی، مجموعه عوامل یادشده در نظریه‌های کارایی شبکه‌محور و توصیف‌های به عمل آمده از راهبردهای همکاری علمی در شبکه ارتباطات و اطلاعات علمی مشاهده‌شده، سازوکار دسترسی به اطلاعات شغلی به واسطه همکاری علمی بین متخصصان بدین شرح است:

(۱) در هر گام زمانی یک تارک غیرمنزوی (i) از بین تارک‌های متخصص به‌طور تصادفی انتخاب می‌شود تا تخصصش را در سطح شبکه (G) اشاعه دهد.

(۲) تارک انتخاب شده از میان اعضای شبکه خود (j) تا دو فاصله (همکاران و همچنین همکارانِ همکاران) دست به انتخاب متخصصانی می زند تا در جریان همکاری علمی تخصصش را به آنها منتقل کند. تارک متخصص با در نظر داشتن شروط ذیل متخصصان را انتخاب می کند:

(۳) **شرط اول:** شباهت تارک متخصص (j) به تارک i در بازه گرایش به شباهت گزینی تارک i باشد (اصل شباهت). یعنی:

$$Sim_{i,j \in G} = \frac{2(AC_{ij})}{A_i + A_j} \quad 0 \leq Sim_{i,j \in G} \leq 1$$

که در آن $Sim_{i,j \in G}$ شباهت هر جفت تارک (i, j) به یکدیگر، A_i تعداد همکاران تارک I در فاصله یک (همکاران بلافاصله یا درجه یک i)، A_j تعداد همکاران تارک j در فاصله یک (همکاران بلافاصله یا درجه یک j) و AC_{ij} تعداد همکاران مشترک j و i در فاصله یک (همکاران بلافاصله یا درجه یک j و i) است. اساساً، نمره شباهت هر جفت تارک به یکدیگر مقداری بین صفر و یک است. لازم به ذکر است که j کلیه همکاران درجه یک و دو تارک I است. همچنین، گرایش به شباهت گزینی تارک I عبارت است از:

$$Sim_i = Median \left(\frac{\sum_{j=1}^n 2(AC_{ij})}{A_i + \sum_{j=1}^n A_j} \right) \quad 0 \leq Sim_i \leq 1$$

که در آن j صرفاً همکاران درجه یک تارک I است. در اینجا نیز نمره کلی گرایش به شباهت گزینی تارک مقداری بین صفر و یک است. بنابراین، بازه گرایش به شباهت گزینی تارک i عبارت است از:

$$j \in G ; \quad Sim_i - Sim_{i,j \in G} \leq 0.25 \quad 1 \leq i, j \leq n$$

طبق عبارت فوق، در نهایت تارک هایی انتخاب می شوند که حاصل تفاضل میزان شباهتشان به تارک I ($Sim_{i,j \in G}$) از میزان شباهت گزینی تارک I (Sim_i) در فاصله ± 0.25 از میزان شباهت گزینی تارک I (Sim_i) باشد. دستورالعمل فوق به ازای هر جفت تارک (i, j) تکرار شده است.

(۴) **شرط دوم:** از بین واجدین شرط اول، تارک هایی انتخاب می شوند که در شبکه تارک متخصص

یا یک عضو سرشناس باشند (اصل مرکزیت درجه‌ای^۱) یا یک عضو کانونی (اصل مرکزیت بردارویژه^۲). پس:

$$j \in G ; (Sim_i - Sim_{i,j \in G} \leq 0.25) \Rightarrow (0.25 \leq d_j) \vee (0.25 \leq e_j) \quad 1 \leq i, j \leq n$$

که در آن d_j نماد نمره مرکزیت درجه‌ای هر تارک j و e_j نماد نمره مرکزیت بردارویژه هر تارک j است.

۵) شرط سوم: اگر تارک‌های واجد شرط سوم عضو مجموعه همکاران تارک متخصص باشند، در صورتی انتخاب می‌شوند که نسبت به سایر همکاران تارک متخصص همکاری‌های بیشتری با وی انجام داده باشند (اصل پیوندهای قوی^۳). یعنی:

$$j \in G ; (Sim_i - Sim_{i,j \in G} \leq 0.25) \Rightarrow (0.25 \leq d_j) \vee (0.25 \leq e_j) \wedge \max(Wd_j) \quad 1 \leq i, j \leq n$$

که در آن Wd_j نماد نمره مرکزیت درجه‌ای وزنی هر تارک j است

۶) شرط چهارم: اگر تارک‌های واجد شرط سوم عضو مجموعه همکاران همکاران تارک متخصص باشند، در صورتی انتخاب می‌شوند که تارک واسطه میان آنها قبلاً هم با تارک متخصص و هم با همکار همکار تارک متخصص (همکار بلافاصله تارک واسطه) چندین همکاری انجام داده باشد (اصل انتقال یافتگی پیوندها^۴). یعنی:

$$j \in G ; (Sim_i - Sim_{i,j \in G} \leq 0.25) \Rightarrow (0.25 \leq d_j) \vee (0.25 \leq e_j) \wedge (0 < WE_{i,k}, WE_{j,k}) \quad 1 \leq i, j \leq n$$

که در آن $WE_{i,k}$ نماد وزن پیوند بین I و k است و $WE_{j,k}$ نماد وزن پیوند بین j و k .

۷) بین تارک متخصص و هر تارک واجد شرط چهارم به‌طور جداگانه یک پیوند همکاری علمی برقرار شده و تارک متخصص، تخصصش را از طریق این پیوند منتقل می‌کند.

۸) اکنون، تارک متخصص از میان تارک‌هایی که از قبل با آنها همکاری داشته یا به‌واسطه شرایط

1. Degree Centrality

2. Eigenvector Centrality

۳. منظور پیوندهایی است که وزن بیشتری دارند.

4. Transitivity Ties

در زبان شبکه اصل انتقال یافتگی پیوندها زمانی ایجاد می‌شود که بین سه تارک، دو پیوند قوی به وجود آید و سبب ایجاد پیوند بین دو تارکی شود که هیچ‌گونه رابطه‌ای با یکدیگر نداشته‌اند.

گفته شده به تازگی یک پیوند همکاری میان آنها ایجاد شده (که در هر دو صورت اکنون همسایگان بلا فصل وی محسوب می شوند)، یک تارک را به عنوان مطلع فرضی انتخاب می کند تا اطلاعات شغلی مربوط به تخصصش را از او درخواست کند. احتمال انتخاب تارک مطلع (P_j) به درجه همکاری های علمی وی یا به عبارتی به درجه اهمیتش (میزان سرشناس بودنش) در شبکه تارک متخصص (متقاضی) بستگی دارد. پس:

$$P_j = \frac{Wd_j}{\sum_{j=1}^n Wd_j}$$

۹) سپس، مطلع فرضی باید به درخواست متقاضی پاسخ دهد. اگر مطلع فرضی حامل هیچ گونه اطلاعات شغلی نباشد، هیچ گونه اطلاعاتی نیز عاید متقاضی نخواهد شد؛ اما اگر مطلع فرضی حقیقتاً یک تارک مطلع باشد؛ یعنی موجودی اطلاعات شغلی او صفر نباشد و حامل اطلاعات شغلی باشد، میزان اطلاعات شغلی که عاید متقاضی می شود بستگی به درجه شناخت مطلع و همکاریانش از تخصص متقاضی دارد. بنابراین، دریافتی متقاضی تابع یکی از سه حالت ذیل خواهد بود:

۱۰) حالت اول: اگر تعداد همکاری هایی که متقاضی با اعضای شبکه مطلع داشته به اندازه تعداد همکاری های اعضای ناشناس شبکه مطلع باشد به این معناست که تخصص متقاضی برای مطلع و همکاریانش تا حد زیادی ناشناخته است، پس مطلع هیچ گونه اطلاعات شغلی در اختیار متقاضی قرار نمی دهد:

$$\left(\sum_{j=1}^n WE_{i,j} \right) < Q_1(WE_{j,J}) \Rightarrow JIS_i = 0 \quad 0 < JIS_j$$

منظور از $J = \{j_1, \dots, j_n\}$ مجموعه اعضای شبکه شخصی تارک j ، $WE_{i,j}$ وزن پیوند بین i و هر عضو از مجموعه J (که شامل تارک j نیز هست)، Q_1 چارک اول، $WE_{j,J}$ وزن پیوند بین j و هر عضو از اعضای شبکه شخصی خودش؛ یعنی J است. سرانجام، منظور از JIS_i موجودی اطلاعات شغلی تارک i و JIS_j موجودی اطلاعات شغلی تارک j است.

۱۱) حالت دوم: اگر تعداد همکاری هایی که متقاضی با اعضای شبکه مطلع داشته به اندازه تعداد

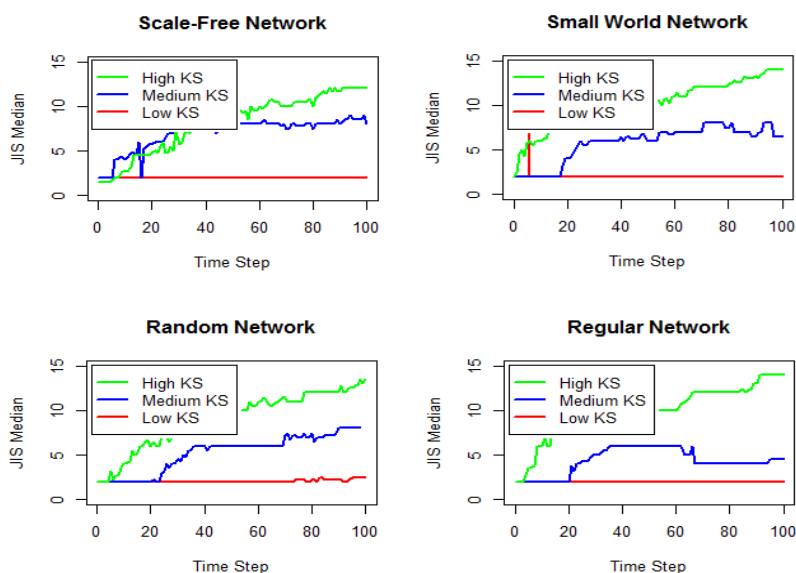
همکاری‌های اعضای سرشناس شبکه مطلع باشد به این معناست که تخصص متقاضی برای مطلع و همکارانش نسبتاً ناشناخته است، پس مطلع به میزانی که متقاضی از او درخواست کرده اطلاعات در اختیارش قرار می‌دهد:

$$Q_1(WE_{i,j}) \leq \left(\sum_{j=1}^n WE_{i,j} \right) \Rightarrow 1 \leq JIS_i \quad 0 < JIS_j$$

(۱۲) حالت سوم: اگر تعداد همکاری‌هایی که متقاضی با اعضای شبکه مطلع داشته به اندازه تعداد همکاری‌های سرشناس‌ترین اعضای شبکه مطلع باشد، به این معناست که تخصص متقاضی برای مطلع و همکارانش تا حد زیادی شناخته شده است، پس مطلع بیش از میزان درخواستی متقاضی اطلاعات در اختیارش قرار می‌دهد:

$$Q_3(WE_{i,j}) \leq \left(\sum_{j=1}^n WE_{i,j} \right) \Rightarrow 2 \leq JIS_i \quad 1 < JIS_j$$

که در آن Q_3 چارک سوم است. در اصل، رخداد حالت سوم منوط به این است که موجودی اطلاعات شغلی مطلع (JIS_j) بیش از یک واحد باشد. سرانجام، با اجرای دستورات فوق نتایج شکل ۳ به دست آمد.



شکل ۴. میانه موجودی اطلاعات شغلی به تفکیک سطح اشاعه دانش در شبکه‌های چهارگانه: سبز: اشاعه دانش در سطح بالا (برون درجه بالا)، آبی: اشاعه دانش در سطح متوسط (برون درجه متوسط)، قرمز: اشاعه دانش در سطح پایین (برون درجه پایین) (مأخذ: مطالعه حاضر)

۳.۴. اولویت‌بندی انواع شبکه ارتباطات و اطلاعات علمی از حیث دسترسی به اطلاعات شغلی برای آنکه بدانیم عملکرد کدام نوع شبکه از حیث دسترسی به اطلاعات شغلی مناسب‌تر است، میانگین موجودی اطلاعات شغلی تارک‌ها در سطوح مختلف اشاعه دانش (کم/متوسط/زیاد) بین انواع شبکه، مقایسه شد و نتایج جدول ۲ به دست آمد. با این توضیح که سطح معناداری آزمون لوین به‌ازای اشاعه دانش در سطوح متوسط و زیاد بیش از ۰/۰۵ و به‌ازای اشاعه دانش در سطح کم، کمتر از ۰/۰۵ بود. لذا، از آنجاکه به‌ازای اشاعه دانش در سطح کم فرض برابری واریانس‌ها رد نشد، میانگین موجودی اطلاعات شغلی تارک‌ها در این سطح مقایسه نشد. طبق یافته‌های جدول ۲، فرضیات اول و دوم این مطالعه رد نشد؛ چراکه تفاوت معناداری بین موجودی اطلاعات شغلی افرادی وجود دارد که دانش خود را در سطح زیاد یا متوسط منتشر می‌کنند. به دلیل برقرار نبودن پیش‌فرض‌های آزمون آماری مورداستفاده، قضاوت در مورد فرضیه سوم میسر نیست.

جهان کوچک: مناسب‌ترین شبکه

در شبکه جهان کوچک موجودی اطلاعات شغلی تارک‌هایی که دانش‌شان را در سطح بالایی منتشر می‌کنند نسبت به موجودی اطلاعات شغلی تارک‌هایی که در شبکه بدون مقیاس چنین کاری را انجام می‌دهند، به‌طور متوسط ۳/۵۵ واحد و نسبت به موجودی اطلاعات شغلی تارک‌های مشابه در شبکه تصادفی ۱/۳۰ واحد بیشتر است (جدول ۳). جهان کوچک نه تنها بین موجودی اطلاعات شغلی متناسب با سطح اشاعه دانش تمایز قائل می‌شود (شکل ۴)، بلکه سرشناس‌ترین اعضا نیز نسبت به اعضای مشابه در سایر شبکه‌ها (به استثنای شبکه منظم) به‌طور متوسط از اطلاعات شغلی بیشتری برخوردارند (جدول ۲). لذا، مناسب‌ترین شبکه از حیث دسترسی به اطلاعات شغلی است.

جدول ۲. مقایسه میانگین موجودی اطلاعات شغلی سطوح مختلف اشاعه دانش به تفکیک نوع شبکه
(مأخذ: مطالعه حاضر)

معناداری	آماره F	نوع شبکه				سطح اشاعه دانش	
		منظم	تصادفی	جهان کوچک	بدون مقیاس	میانگین	زیاد
۰/۰۰۰	۲۹/۹۸	۹/۸۵	۹/۲۸	۱۰/۵۸	۷/۰۲	میانگین	زیاد
		۲/۸۰	۲/۹۰	۲/۵۱	۳/۰۲	انحراف معیار	
۰/۰۰۰	۴۲/۲۹	۳/۹۵	۴/۳۵	۴/۴۴	۶/۱۵	میانگین	متوسط
		۱/۳۱	۱/۶۰	۱/۳۸	۱/۷۰	انحراف معیار	
-	-	۲	۲/۱۰	۲	۲	میانگین	کم
		۰	۰	۰	۰	انحراف معیار	

شبکه منظم: شبکه‌ای نسبتاً مناسب

دو نکته مهم درباره دسترسی به اطلاعات شغلی در شبکه منظم درخور توجه است. نکته اول، شبکه منظم نیز مانند جهان کوچک دارای قابلیت تمایزبخشی بین موجودی اطلاعات شغلی تارک‌ها به تناسب سطح اشاعه دانش است (شکل ۴). نکته دوم، متوسط موجودی اطلاعات شغلی سرشناس‌ترین اعضا فقط بین شبکه منظم و بدون مقیاس تفاوت معناداری دارد (به‌طور متوسط ۲/۸۳ واحد اطلاعات شغلی بیشتر به نفع شبکه منظم). پس، چرا شبکه منظم از حیث دسترسی به اطلاعات شغلی مناسب‌تر از شبکه تصادفی است؟ زیرا متوسط موجودی اطلاعات شغلی سرشناس‌ترین اعضای شبکه منظم نه با متوسط موجودی اطلاعات شغلی سرشناس‌ترین اعضای شبکه تصادفی تفاوت معناداری دارد و نه با متوسط موجودی اطلاعات شغلی سرشناس‌ترین اعضای جهان کوچک (جدول ۳).

بنابراین، شبکه منظم به اندازه هر دو شبکه تصادفی و جهان کوچک مناسب است؛ با این تفاوت که متوسط موجودی اطلاعات شغلی سرشناس‌ترین اعضای جهان کوچک به‌طور معناداری بیش از متوسط موجودی اطلاعات شغلی سرشناس‌ترین اعضای شبکه تصادفی است. پس، از آنجایی که شبکه تصادفی به اندازه جهان کوچک مناسب نیست، در مرتبه‌ای پایین‌تر از

جهان کوچک قرار می گیرد. این امر بدین معنا نیست که چون شبکه منظم نیز تفاوت معناداری با شبکه تصادفی نداشته باید در مرتبه اهمیت شبکه تصادفی قرار گیرد. در اصل، اگرچه شبکه منظم تفاوت معناداری با شبکه تصادفی ندارد، اما تفاوتش با جهان کوچک نیز معنادار نیست. لذا، شبکه منظم از نظر درجه اهمیت متوسط موجودی اطلاعات شغلی سرشناس ترین اعضایش بین جهان کوچک و شبکه تصادفی قرار می گیرد.

جدول ۳. مقایسه میانگین موجودی اطلاعات شغلی بین هر جفت از شبکه های جدول ۲ (مأخذ: مطالعه حاضر)

اشاعه دانش در سطح زیاد				اشاعه دانش در سطح متوسط			
شبکه اول	شبکه دوم	اختلاف میانگین	معناداری	شبکه اول	شبکه دوم	اختلاف میانگین	معناداری
بدون مقیاس	جهان کوچک	-۳/۵۵	۰/۰۰۰	بدون مقیاس	جهان کوچک	۱/۷۰	۰/۰۰۰
	تصادفی	-۲/۲۵	۰/۰۰۰		تصادفی	۱/۸۰	۰/۰۰۰
	منظم	-۲/۸۳	۰/۰۰۰		منظم	۲/۲۰	۰/۰۰۰
جهان کوچک	تصادفی	۱/۳۰	۰/۰۰۰	جهان کوچک	تصادفی	۰/۰۹	۰/۹۹
	منظم	۰/۷۳	۰/۹۹		منظم	۰/۴۹	۰/۷۴
تصادفی	منظم	۰/۵۷	۰/۵۵	تصادفی	منظم	۰/۴۰	۰/۹۲

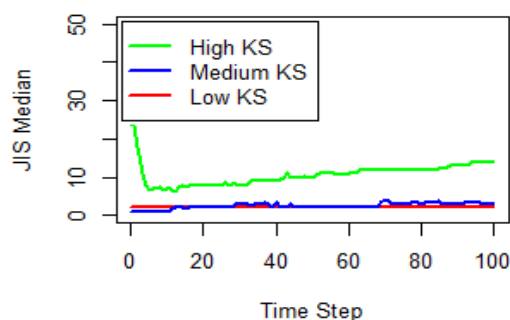
شبکه تصادفی: شبکه ای قابل قبول

در شبکه تصادفی نیز مانند دو شبکه قبل به میزانی که اعضا اقدام به اشاعه دانش کنند، از اطلاعات شغلی بهره مند می شوند (شکل ۴). همچنین، متوسط موجودی اطلاعات شغلی سرشناس ترین اعضا به طور معناداری بیشتر از متوسط موجودی اطلاعات شغلی اعضای مشابه در شبکه بدون مقیاس است؛ یعنی سرشناس ترین اعضای شبکه تصادفی به طور متوسط ۲/۲۵ واحد نسبت به سرشناس ترین اعضای شبکه بدون مقیاس بیشتر اطلاعات شغلی دریافت می کنند (جدول ۳). بنابراین، شبکه تصادفی در مرتبه ای بالاتر از شبکه بدون مقیاس و پایین تر از شبکه منظم است؛ یعنی رتبه سوم.

شبکه بدون مقیاس: شبکه‌ای نامناسب و دو قطبی

شبکه بدون مقیاس با سه ویژگی از سایر شبکه‌ها متمایز می‌شود. اولاً، اعضای شبکه بدون مقیاس از حیث موجودی اطلاعات شغلی به دو قطب بسیار مطلع و کمتر مطلع تقسیم می‌شوند، به‌طوری‌که برخورداری از اطلاعات شغلی چندان تابع سطح اشاعه دانش نیست. در شکل ۴ ملاحظه می‌شود که موجودی اطلاعات شغلی سرشناسان و سرشناس‌ترین اعضای شبکه در خلال زمان غالباً به یکدیگر نزدیک است. ثانیاً، قطب بسیار مطلع شبکه بدون مقیاس نسبت به سرشناس‌ترین اعضای سایر شبکه‌ها اطلاعات شغلی کمتری دارد. طبق جدول ۳، موجودی اطلاعات شغلی سرشناس‌ترین اعضای شبکه بدون مقیاس به‌طور متوسط $3/55$ واحد از اعضای مشابه در جهان کوچک، $2/83$ واحد از اعضای مشابه در شبکه منظم و $2/25$ واحد از اعضای مشابه در شبکه تصادفی کمتر است. ثالثاً، سرشناسان شبکه بدون مقیاس که بخشی از قطب بسیار مطلع این شبکه را تشکیل می‌دهند، نسبت به سرشناسان دیگر شبکه‌ها مطلع‌ترند. بنابر جدول ۳، موجودی اطلاعات شغلی سرشناسان شبکه بدون مقیاس به‌طور متوسط $1/70$ واحد از سرشناسان جهان کوچک، $2/20$ واحد از سرشناسان شبکه منظم و $1/80$ واحد از سرشناسان شبکه تصادفی بیشتر است. به نظر می‌رسد سرشناسان شبکه بدون مقیاس در دستیابی به اطلاعات شغلی موفق‌تر از سرشناس‌ترین اعضا هستند و عمده اطلاعات شغلی قطب بسیار مطلع شبکه بدون مقیاس در اختیار سرشناسان آن است تا سرشناس‌ترین‌ها.

Observed Network



شکل ۵. موجودی اطلاعات شغلی به تفکیک سطح اشاعه دانش (مأخذ: مطالعه حاضر)

شبکه مشاهده شده به مثابه شبکه ای بدون مقیاس

اکنون برای پاسخ به این سؤال که عملکرد شبکه مشاهده شده به کدام یک از انواع چهارگانه شبکه شباهت بیشتری دارد، مجدداً باید به مقایسه میانگین موجودی اطلاعات شغلی اعضا بپردازیم؛ اما این بار در بین ۵ شبکه. ضمن این توضیح که سطح معناداری آزمون لوین فقط به ازای اشاعه دانش در سطح زیاد بیش از ۰/۰۵ است. لذا، از آنجاکه سطح معناداری آزمون لوین به ازای اشاعه دانش در دو سطح کم و متوسط، کمتر از ۰/۰۵ بود و فرض برابری واریانس ها در موردشان رد نشد، میانگین موجودی اطلاعات شغلی تارک ها در سطوح مذکور مقایسه نشد (جدول ۴).

جدول ۴. مقایسه میانگین موجودی اطلاعات شغلی سطوح مختلف اشاعه دانش به تفکیک نوع شبکه

(مأخذ: مطالعه حاضر)

معناداری	آماره F	نوع شبکه					سطح اشاعه دانش	
		منظم	تصادفی	جهان کوچک	بدون مقیاس	مشاهده شده		
۰/۰۰۰	۲۸/۰۴	۹/۸۵	۹/۲۸	۱۰/۵۸	۷/۰۲	۱۰/۶۸	میانگین	زیاد
		۲/۸۰	۲/۹۰	۲/۵۱	۳/۰۲	۲/۸۵	انحراف معیار	
-	-	۳/۹۵	۴/۳۵	۴/۴۴	۶/۱۵	۱/۹۲	میانگین	متوسط
		۱/۳۱	۱/۶۰	۱/۳۸	۱/۷۰	۰/۶۵	انحراف معیار	
-	-	۲	۲/۱۰	۲	۲	۲	میانگین	کم
		۰	۰	۰	۰	۰	انحراف معیار	

به طور کلی، سه ویژگی معرف شبکه مشاهده شده است. ویژگی اول، در شبکه مشاهده شده دو قطب اطلاعاتی بسیار مطلع و کمتر مطلع دیده می شود (مشابه شبکه بدون مقیاس). بنابر شکل ۵، موجودی اطلاعات شغلی سرشناسان و ناشناسان در خلال زمان تقریباً به یک اندازه است. به بیان دیگر، شبکه مشاهده شده قادر نیست به تناسب سطح اشاعه دانش اعضا، آنها را مطلع کند. ویژگی دوم، حضور قوی ترین منابع اطلاعاتی در بین سرشناس ترین اعضاست؛ به طوری که

قطب بسیار مطلع شبکه مشاهده شده به طور متوسط نسبت به قطب بسیار مطلع شبکه بدون مقیاس ۳/۶۵ واحد و نسبت به سرشناس ترین اعضای شبکه تصادفی ۱/۴۰ واحد اطلاعات شغلی بیشتری دریافت می کنند. با این حال، از این نظر تفاوت معناداری بین شبکه مشاهده شده با دو شبکه جهان کوچک و منظم دیده نمی شود (جدول ۵). ویژگی سوم، حضور ضعیف ترین منابع اطلاعاتی در بین سرشناسان با میانگین ۱/۹۲ که حتی از میانگین موجودی اطلاعات شغلی ناشناسان نیز کمتر است (شکل ۵).

جدول ۵. مقایسه میانگین موجودی اطلاعات شغلی بین شبکه مشاهده شده و سایر شبکه ها (مأخذ: مطالعه حاضر)

اشاعه دانش در سطح زیاد			
شبکه اول	شبکه دوم	اختلاف میانگین	معناداری
مشاهده شده	بدون مقیاس	۳/۶۵	۰/۰۰۰
	جهان کوچک	۰/۱۰	۱
	تصادفی	۱/۴۰	۰/۰۰۰
	منظم	۰/۸۳	۰/۰۸

۵. نتیجه گیری و پیشنهادها

اهداف اصلی مطالعه حاضر، بررسی میزان دسترسی به اطلاعات شغلی در بافت های گوناگون همکاری علمی به تفکیک سطح اشاعه دانش و در نتیجه، اولویت بندی انواع شبکه های همکاری علمی و نیز تعیین اینکه عملکرد شبکه همکاری های علمی دانشجویان تحصیلات تکمیلی رشته جامعه شناسی از حیث دسترسی به اطلاعات شغلی به کدام یک از این شبکه ها شباهت دارد. یافته های توصیفی نشان داد اعضا ترجیح می دهند با کسانی کار کنند که یا خودشان همکاران متعددی دارند یا همکارانشان. به تعبیر دیگر، افرادی که یا خودشان سرشناس اند یا همکارانشان. برخی دیگر نیز راهبرد مشابهت گزینی را انتخاب می کنند؛ به عبارتی ترجیح می دهند با کسانی کار کنند که با آنها همکاران مشترک بیشتری دارند. راهبرد اخیر، همسو با عامل شباهت در روابط

اجتماعی تماس-متقاضی در نظریه کاربایی شبکه محور است (فیسک، ۱۹۹۸؛ رسکین، ۲۰۰۰؛ مارین، ۲۰۱۲؛ تریمبل اُکانر، ۲۰۱۳). به طور خلاصه، مهم ترین راهبردهایی که اغلب اعضا برای انتخاب همکار درپیش می گیرند، عبارتند از: همکاری با همکاران سرشناس، کانونی یا انتخاب افرادی که با آنها همکار مشترک دارند. یافته های برخاسته از مدل شبکه محور نیز نشان داد شبکه جهان کوچک از حیث دسترسی به اطلاعات شغلی به واسطه تماس های اجتماعی شبکه بهترین عملکرد را دارد و شبکه منظم، شبکه تصادفی و شبکه بدون مقیاس به ترتیب در اولویت های بعدی قرار می گیرند. در تأیید این یافته، پژوهش های متعددی (کوان و جونارد^۱، ۲۰۰۴؛ کوان، جونارد و ماگ^۲، ۲۰۰۴؛ کیم و پارک، ۲۰۰۹) وجود دارند که نشان می دهند میزان و سرعت انتقال اطلاعات در جهان کوچک بیش از سایر انواع عام شبکه است. مهم ترین دلیل این امر اینکه در چنین شبکه ای افراد گروه های کوچک تری برای همکاری با یکدیگر تشکیل می دهند و در عین همکاری قوی با اعضای گروه خود از همکاری با سایر گروه های شبکه نیز غافل نیستند. بنابراین، اگر در یک شبکه همکاری علمی حقیقتاً اعضایی باشند که از اطلاعات شغلی برخوردار باشند، زمانی اطلاعاتشان می تواند به خوبی در سطح شبکه توزیع بشود که ساختار شبکه همکاری علمی از نوع جهان کوچک باشد؛ چراکه این نوع ساختار شبکه ای از ظرفیت های بیشتری برای مطلع ساختن افرادی از گروه های مختلف همکاری علمی برخوردار است. در عین حال، عملکرد شبکه همکاری علمی دانشجویان جامعه شناسی مانند شبکه بدون مقیاس، دو قطبی است؛ یعنی عده اندکی دارای اطلاعات شغلی بیشتر (قطب بسیار مطلع) و عده زیادی دارای اطلاعات شغلی کمتر (قطب کمتر مطلع) هستند. منتها علی رغم شبکه بدون مقیاس که غالباً در آن کسانی که دانش خود را بیشتر اشاعه می دهند منبع اطلاعات شغلی محسوب می شوند، در شبکه دانشجویان جامعه شناسی کسانی که دانش خود را بیشتر اشاعه می دهند در قطب کمتر مطلع شبکه جای دارند. با این وجود، عدم تساوی در برخورداری از اطلاعات شغلی همان گونه که در نظریه سرمایه انسانی گفته شده ریشه در مهارت ها و توانایی های افراد دارد (برت، ۲۰۰۵). در عین حال،

1. Cowan & Jonard

2. Müge

نمی‌توان منکر این امر شد که همکاری مداوم با متصدیان موقعیت‌های راهبردی شبکه به‌ویژه موقعیت‌های مرکزی (لین، ۱۹۹۹؛ ۲۰۰۱) و نیز، نوع ساختاری که فرد در آن قرار می‌گیرد (ولمن^۱، ۱۹۹۲) در خلال زمان موجب تفاوت در میزان دسترسی به اطلاعات شغلی می‌شود. در نتیجه، یک شبکه ارتباطات و اطلاعات علمی کارآمد علاوه بر دارا بودن کارکرد اشاعه دانش باید از کارکرد انتشار اطلاعات شغلی نیز برخوردار باشد. از این رو، پیشنهاد پژوهش حاضر افزودن کارکرد «مطلع‌یابی» به شبکه‌های دانش موجود به‌ویژه شبکه‌های دانشگاهی (مانند: پایگاه اشتراک دانش (پاد) دانشگاه فردوسی) است. در اینجا شبکه موجود ضمن ثبت، طبقه‌بندی و به‌روزرسانی تخصص (های) اعضا و ایجاد امکان استفاده دیگر اعضای شبکه از این تخصص‌ها به هنگام ضرورت، لازم است از کارکرد حمایتی نیز برخوردار باشد؛ بدین معنا که از اعضا درخواست شود اطلاعات شغلی مهارت‌محور خود را در سیستم ثبت کنند. سپس، سیستم متناسب با سهمی که فرد در دانش‌افزایی شبکه داشته و در صورت تطابق اطلاعات شغلی موجود با مهارت‌هایی که از فرد در سیستم ثبت شده به‌صورت خودکار میزانی از اطلاعات شغلی در اختیار او قرار داده شود.

کتابنامه

۱. احمدی، س. (۱۳۹۳). بررسی وضعیت اشتغال دانش‌آموختگان جامعه‌شناسی و عوامل مرتبط با آن. *دوفصلنامه جامعه‌شناسی اقتصادی و توسعه*، ۳(۱)، ۱-۲۳.
۲. اعظم آزاده، م. و دهقان دهنوی، آ. (۱۳۸۸). اشتغال دانشجویان: رابطه بین شبکه روابط اجتماعی و وضعیت شغلی. *مسائل اجتماعی ایران*، ۱۶(۶۳)، ۵-۳۲.
۳. جوادی، م. و هرندی، ف. (۱۳۸۷). تغییر تعریف بیکاری و تأثیر آن بر میزان بیکاری منتشر شده. *فصلنامه علمی - پژوهشی رفاه اجتماعی*، ۹(۳۳)، ۶۵-۷۹.
۴. چلبی، م. (۱۳۷۳). تحلیل شبکه در جامعه‌شناسی. *علوم اجتماعی (دانشگاه علامه طباطبائی)*.

۳(۵/۶)، ۹-۴۸.

۵. حریری، ن. و نیکزاد، م. (۱۳۹۰). شبکه‌های هم‌تألفی در مقالات ایرانی رشته‌های کتابداری و اطلاع‌رسانی، روان‌شناسی، مدیریت و اقتصاد در پایگاه ISI بین سال‌های ۲۰۰۰ تا ۲۰۰۹. فصلنامه علمی-پژوهشی پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران، ۲۶(۴)، ۸۲۵-۸۴۴.
۶. مرکز آمار ایران. (۹۵-۱۳۹۰). نتایج آمارگیری نیروی کار ۹۵-۱۳۹۰. تهران: معاونت برنامه‌ریزی و نظارت راهبردی مرکز آمار ایران.

7. Borgatti, S. P., Everett, M. G. & Johnson, J. C. (2013). *Analyzing Social Networks*. London: SAGE Publications Ltd.
8. Brandes, U., Kruse, R. & Spiliopoulou, M. (2009). *Community Analysis in Dynamic Social Networks*. Magdeburg University Press.
9. Burt, R. S. (1995). *Structural Holes: The Social Structure of Competition*. USA: Harvard University Press.
10. Burt, R. S. (2001). Bandwidth and Echo: Trust Information, and Gossip in Social Networks. In: James, E. R. & Alessandra, C. (Eds.). *Networks and Markets*. New York: Russell Sage Foundation, pp 30-74.
11. Burt, R. S. (2005). *Brokerage and Closure. An Introduction to the Theory of Social Capital*. Oxford: Oxford University Press.
12. Cowan, R. & Jonard, N. (2004). Network Structure and the Diffusion of Knowledge. *Journal of Economic Dynamics Control*, 28(8), 1557-1575.
13. Cowan, R., Jonard, N. & Müge, Ö. (2004). Knowledge Dynamics in a Network Industry. *Technological Forecasting and Social Change*, 71(5), 469-484.
14. Fiske, S. T. (1998). Stereotyping, Prejudice, and Discrimination. In: Gilbert, D. T., Fiske, S. T. & Lindzey, G. (Eds.). *The Handbook of Social Psychology* (4th ed). New York: McGraw Hill, pp. 357-411.
15. Granovetter, M. S. (1974). *Getting a Job*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
16. Granovetter, M. S. (1982). The Strength of Weak Ties: A Network Theory Revisited. *Sociological Theory*, 1, 201-233.
17. Granovetter, M. S. (1985). Economic Action and Social Structure the Problem of Embeddedness. *American Journal of Sociology*, 91, 481-510.
18. Granovetter, M. S. (1995). *Getting a Job: A Study in Contacts and Careers* (2d ed.). Chicago: University of Chicago Press.
19. Hawdon, J., & Mobley, C. (2001). Applied Sociology: What Skills are Important? *Social Insight. Knowledge at Work*, 6, 12-20.

20. Hechter, M. (1987). *Principles of Group Solidarity*. Berkeley: University of California Press.
21. Heilman, M. E. (1995). Sex Stereotypes: Do They Influence Perceptions of Managers? *Journal of Social Behavior and Personality*, 10, 237-252.
22. Kim, H. & Park, Y. (2009). Structural Effects of R&D Collaboration Network on Knowledge Diffusion Performance. *Expert Systems with Applications*, 36, 8986–8992.
23. Kmec, J. A., McDonald, S. & Trimble, L. B. (2010). Making Gender Fit and “Correcting” Gender Misfits: Sex Segregated Employment and the Non search Process. *Gender and Society*, 24(2), 213-236.
24. Kolaczyk, E. D. & Csárdi, G. (2014). *Statistical Analysis of Network Data with R*. New York: Springer.
25. Lada, A. A. & Eytan, A. (2003). Friends and Neighbors on the Web. *Social Networks*, 25(3), 211-230.
26. Li, N. & Lin, M. (2010). Scale-Free Network Provides an Optimal Pattern for Knowledge Transfer. *Physica A*, 389, 473-480.
27. Lin, N. (1999). Building a Network Theory of Social Capital. *Connections*, 22(1), 28-51.
28. Lin, N. (2001). *Social Capital: A Theory of Social Structure and Action*. New York: Cambridge University Press.
29. Liu, J., Yang, G. Y. & Hu, Z. L. (2015). Knowledge Diffusion in the Collaboration Hyper network. *Physica A*, 419, 429-436.
30. Liu, J. G., Wang, J. P., Guo, Q. & Yang, G. Y. (2015). Improved Knowledge Diffusion Model Based on the Collaboration Hyper network. *Physica A*, 1-8.
31. Luke, D. A. (2015). *A User's Guide to Network Analysis in R*. London: Springer.
32. Marin, A. (2012). Don't Mention It: Why People Don't Share Job Information, When They Do, and Why It Matters. *Social Networks*, 34, 181-192.
33. Marin, A. (2013). Who Can Tell? Network Diversity, Within-Industry Networks, and Opportunities to Share Job Information. *Sociological Forum*, 28(2), 350-372.
34. Marsden, P. V. (1987). Core Discussion Networks of Americans. *American Sociological Review*, 52, 122–131.
35. McDonald, S. (2011). What's in the Old Boys Network? Accessing Social Capital in Gendered and Racialized Networks. *Social Networks*, 33, 317–330.
36. Michael Petersen, A. (2015). Quantifying the Impact of Weak, Strong, and Super Ties in Scientific Careers. *PNAS*, 4671-4680.
37. Reskin, B. F. (2000). The Proximate Causes of Employment Discrimination. *Contemporary Sociology*, 29, 319–328.

38. Ridgeway, C. L. (1997). Interaction and the Conversation of Gender Inequality: Considering Employment. *American Sociological Review*, 62, 218-35.
39. Scott, J. (2013). *Social Network Analysis* (3d ed.). London: SAGE Publications.
40. Smith, S. S. (2005). Don't Put My Name on it: Social Capital Activation and Job-Finding Assistance among the Back Urban Poor. *American Journal of Sociology*, 111, 1-57.
41. Smith, S. S. (2007). *Lone Pursuit: Distrust and Defensive Individualism among the Black Poor*. New York: Russell Sage Foundation.
42. Smith, S. S. (2010). A Test of Sincerity: How Black and Latino Service Workers Make Decisions about Making Referrals. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 629, 30-52.
43. Straits, B. C. (1998). Occupational Sex Segregation: The Role of Personal Ties. *Journal of Vocational Behavior*, 52, 191-207.
44. Trimble O'Connor, L. (2013). Ask and You Shall Receive: Social Network Contacts' Provision of Help During the Job Search. *Social Networks*, 35, 593-603.
45. Wasserman, S. & Faust, K. (1994). *Social Network Analysis: Methods and Applications*. Cambridge: Cambridge University Press.
46. Wellman, B. (1992). Which Type of Ties and Network Provide What Kinds of Social Support? *Advances in Group Processes*, 9, 207-235.
47. Wu, W., Zhang, H. & Zhao, L. (2015). A Study of Knowledge Super networks and Network Robustness in Different Business Incubators. *Physica A*, 1-16.



Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY 4.0)

مطالعه جامعه‌شناختی رابطه بین سرمایه اجتماعی و خشونت جنسی علیه زنان (مطالعه موردی زنان متأهل شهر قزوین)

موسی سعادت‌ی (استادیار گروه جامعه‌شناسی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه بین‌المللی امام خمینی (ره)،
قزوین، ایران، نویسنده مسئول)

m.saadati@soc.ikiu.ac.ir

مرتضی قلیچ (استادیار گروه جامعه‌شناسی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه بین‌المللی امام خمینی (ره)، قزوین،
ایران)

ghelich@soc.ikiu.ac.ir

زهرا کریمی (کارشناسی جامعه‌شناسی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه بین‌المللی امام خمینی (ره)، قزوین،
ایران)

zahrakarimyofecisociology@gmail.com

چکیده

امروزه یکی از مهم‌ترین آسیب‌های اجتماعی پنهان، مسئله خشونت جنسی علیه زنان است که توسط همسران بر آنان اعمال می‌شود. خشونت جنسی به‌طور کلی، بر روح و روان زنان تأثیرات مخربی داشته و مانع رشد و شکوفایی این قشر آینده‌ساز شده و موجب احساس ناامنی در بین زنان می‌شود. با توجه به این مهم، پژوهش حاضر نیز با هدف بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و خشونت جنسی در بین زنان متأهل شهر قزوین انجام شده است. روش تحقیق پژوهش، از نوع پیمایشی است. جامعه آماری شامل کلیه زنان متأهل شهر قزوین است که از میان آنان تعداد ۳۸۳ نفر از طریق فرمول آماری کوکران و به شیوه نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای برای گردآوری اطلاعات لازم انتخاب شدند. گردآوری اطلاعات لازم از طریق پرسشنامه محقق‌ساخته صورت پذیرفته است. جهت سنجش اعتبار ابزار اندازه‌گیری از اعتبار صوری و برای برآورد پایایی نیز از تکنیک آلفای کرونباخ استفاده شده است. اعتبار نرم‌افزار مورد نیاز نیز برای تجزیه و تحلیل داده‌ها، نرم‌افزار SPSS است. نتایج حاصل از آزمون همبستگی نشان داد که رابطه خطی بین مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی شامل تعهد اجتماعی، حمایت اجتماعی و مشارکت اجتماعی

نشریه علوم اجتماعی دانشگاه فردوسی مشهد، سال بیست‌ویکم، شماره ۲، تابستان ۱۴۰۳، شماره پیاپی ۴۸، صص ۶۷-۳۷

تاریخ تصویب: ۱۴۰۲/۰۷/۲۲

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۲/۰۷/۱۲

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۴/۱۰

با دو مؤلفه خشونت جنسی (خشونت فیزیکی و خشونت روانی) و سازه خشونت جنسی با اطمینان ۹۹ درصد و در سطح معناداری کوچکتر از ۰/۰۱ به تأیید رسیده است. نوع تمامی روابط مذکور، منفی و معکوس است. همچنین، نتایج حاصل از تحلیل رگرسیونی چند متغیره حاکی از آن است که متغیرهای حاضر در مدل رگرسیونی توانسته‌اند ۴۳ درصد از تغییرات متغیر وابسته خشونت جنسی علیه زنان را تبیین و پیش‌بینی کنند.

واژگان کلیدی: سرمایه اجتماعی، خشونت خانگی، خشونت جنسی، زنان متأهل، خانواده.

۱. مقدمه

خشونت در خانواده، مسئله شایعی است که سلامتی و حقوق افراد را به خطر می‌اندازد و کم‌وبیش در تمام فرهنگ‌ها و گروه‌های اجتماعی-اقتصادی روی می‌دهد. فضای خانه و محیط خانوادگی یکی از بسترهای خشونت است. خشونت خانگی آثار مخربی بر جو عاطفی خانواده و همچنین فرزندان دارد؛ از طرفی اعمال خشونت خانگی مردان نسبت به زنان علاوه بر آثار مخرب بر نهاد خانواده، پیامدهای فردی و روانی عديده‌ای را به همراه دارد (سادات میری و دادور، ۱۳۸۹: ۲). چه بسا مشکلات روانی چون: تنهایی، افسردگی، اضطراب، وسواس و اختلال در خوردن و خواب، سرزنش خود، اختلال روابطی و رفتاری و همچنین، مشکلات فیزیکی شبیه شکستگی‌ها، آسیب اندام‌های داخلی، بیماری‌های التهابی، عفونت‌ها و... از عواقب کشنده و آسیب‌زای خشونت علیه زنان است (شامحمدی، ۱۳۹۶: ۷۳). یکی از غرایز مهم و بسیار قوی در نهاد آدمی، غریزه جنسی است که ضامن بقای نسل بشر است. در گذشته، جامعه بین‌المللی نسبت به جرایم علیه زنان به‌ویژه تبعیض جنسیتی و خشونت‌های علیه آنان توجه لازم را نداشت. بخشی از این بی‌توجهی شاید ناشی از آن باشد که حقوق بشردوستانه بین‌المللی، معمولاً خشونت‌های جنسی^۱ را جرمی علیه حیثیت و شرافت زن و نه یک خشونت جسمی علیه وی دانسته و بنابراین، برای آن اهمیتی کمتر از جرایمی چون شکنجه قائل شده است. جرایم مبتنی بر جنسیت با وجود گستردگی و وسیع بودن دایره شمول آن در باب جرایم جنسی و خشونت‌های

1. Sexual Violence

مبتنی بر جنسیت مطابق اسناد موجود بین‌المللی درباره زنان و به‌خصوص در روابط زناشویی، متأسفانه هنوز به‌طور کامل در قوانین داخلی ایران پذیرفته نشده است. بررسی دقیق ابعاد خشونت جنسی در روابط زناشویی بسیار دشوار بوده و نمی‌توان مطالعه دقیقی درباره آن انجام داد. تا جایی که می‌توان گفت ۷۰٪ زنان در طول زندگی، درگیر نوعی از خشونت از طرف شریک زندگی خود می‌شوند. در گزارش بخش زنان سازمان ملل متحد در سال ۲۰۱۶ آمده است که احتمال بروز افسردگی و سقط جنین در زنانی که تحت سوء استفاده جنسی از طرف شریک زندگی خود قرار می‌گیرند، دو برابر دیگران بوده و همچنین، احتمال ابتلا به ایدز در این زنان یک و نیم برابر بقیه است. حداقل ۱۲۰ میلیون زن و دختر در جهان، یک‌بار در زندگی خود مورد تجاوز جنسی یا اعمال جنسی همراه با اجبار و زور قرار گرفته‌اند که متأسفانه اکثر این تجاوزات توسط همسر یا شریک جنسی قبلی صورت گرفته است (بیگی و آشنا، ۱۳۹۸: ۱۱۷). آمارهای طلاق و تعداد بالای پرونده‌های خانوادگی در دادسراها و دادگاه‌ها نشان دهنده وجود تنش‌ها و خشونت خانوادگی در جامعه ایران است. قربانیان این خشونت معمولاً زنان هستند (یعقوبی و رئوفی، ۱۳۹۳: ۱۲۲). آزارگری جنسی شامل پیشنهادات جنسی ناخواسته، درخواست ناخواسته برای نفع جنسی و دیگر رفتارهای کلامی، غیرکلامی و فیزیکی با ماهیت جنسی و براساس کلیشه‌های جنسی یا جنسیتی می‌شود که به‌صورت آشکار یا ضمنی شرایط شغلی، وضعیت تحصیلی و فعالیت‌ها و برنامه‌های فرد را تحت تأثیر قرار می‌دهد، بر عملکرد شغلی یا تحصیلی فرد اثر می‌گذارد، محیط کاری و تحصیلی را خصمانه، تهدید آمیز و خشن می‌کند. در کشور ما آمار رسمی درباره آزارهای جنسی در افراد، چه مجرد چه متأهل وجود ندارد؛ اما تحقیقات رسمی کشور آمریکا نشان داده است که تقریباً یک زن از هر دو زن قربانی خشونت جنسی شده‌اند (غیر از تجاوز) (یونسی و جعفری، ۱۳۹۷: ۱۰). در ایران، تنها در سال‌های اخیر به این موضوع توجه شده و بیشتر بررسی‌ها بر دیگر مؤلفه‌های خشونت خانگی علیه زنان متمرکز بوده است. در سال‌های اخیر، کژکارکردی‌های جنسی در ازدواج، سبب شده است که مطالعه بیشتری در روابط جنسی زوج‌ها انجام شود (رازقی و همکاران، ۱۳۹۸: ۲).

در بحث خشونت، این موضوع که زنان به طور قاطع بیش از مردان قربانی خشونت هستند، همچون امری مسلم پذیرفته شده است. بنابر آمار جهانی حدود ۹۰٪ از قربانیان خشونت خانگی زنان و تنها ۱۰٪ مردان هستند. موضوع تأسفبرانگیز این است که زنان به عنوان گروهی ویژه همچنان در جامعه دچار خشونت و قربانی انواع خشونت‌های بدنی و روانی می‌شوند که آثار و پیامدهای سوء برای آنها به وجود می‌آورد. واقعیت این است که خشونت ممکن است اثرات طولانی مدتی بر رفتار فرد قربانی باقی بگذارد، سلامت جسمی-روانی و قدرت سازگاری او را کاهش دهد و روابط خانوادگی و اجتماعی او را از حال عادی خارج کند. چون سرمایه اجتماعی نقش مؤثری در کاهش هزینه‌های فعالیت‌ها و موفقیت افراد در دستیابی به اهداف خود دارد، یکی از موضوعات پژوهشی مرتبط با نهادهای اجتماعی است. طی چند دهه گذشته فرسایش شدیدی در سرمایه اجتماعی، هم درون خانواده و هم در بیرون آن رخ داده است. سرمایه اجتماعی که شاخص برجسته آن میزان گفت‌وگو درباره موضوعات اجتماعی، فرهنگی، علمی، اقتصادی، سیاسی بین همسران است کاهش یافته است (عباسی اسفجیر و همکاران، ۱۳۸۵: ۹۳). سرمایه اجتماعی را می‌توان یکی از عوامل تأثیرگذار بر میزان فعالیت مجرمانه در اجتماع در نظر گرفت. همچنین، به نظر می‌رسد که سرمایه اجتماعی در تعیین احتمال روی آوردن افراد خاص به رفتار مجرمانه نقش بازی می‌کند. به طور کلی، بروز خشونت علیه زنان می‌تواند ناشی از کمبود اعتماد و همکاری بین زن و شوهر و در نتیجه کمبود سرمایه اجتماعی خانواده باشد (ملکی و نژادسبزی، ۱۳۸۹: ۳۴). سرمایه اجتماعی را میتوان تأثیر اقتصادی مولفه های فرهنگی یک سیستم اجتماعی دانست که در آن مولفه هایی نظیر: اعتماد، مشارکت داوطلبانه، هنجارهای حرفه ای، پاسخگویی و موارد مشابه باعث می شود تا هزینه های مدیریتی نظیر نظارت و کنترل رسمی، ریزنی های مدیریتی، کندی ناشی از سیستم بوروکراتیک و موارد دیگر و امکان استفاده از زمان و سرمایه در جهت انجام فعالیت ها با بهره وری بیشتری انجام شود (اختر محقق، ۱۳۸۵: ۱۳). در حوزه خانواده، سرمایه اجتماعی باعث می‌شود اعتماد، مشارکت و احساس تعهد به زندگی در زوجین زیاد شده و استحکام خانواده بیشتر شود و مثل سپری در برابر انواع خشونت‌های خانگی

علیه زنان عمل کند (سوری، ۱۳۹۲: ۵۰). در این راستا، تحقیق حاضر نیز درصدد پاسخ‌گویی به سؤالات زیر نوشته شده است:

- میزان سرمایه اجتماعی در بین زنان متأهل شهر قزوین در چه حدی است؟

- خشونت جنسی علیه زنان متأهل در شهر قزوین به چه میزانی است؟

- چه رابطه‌ای بین سرمایه اجتماعی و خشونت جنسی علیه زنان متأهل شهر قزوین وجود دارد؟

۲. مبانی نظری تحقیق

بحث سرمایه اجتماعی، قبل از سال ۱۹۱۶، در مقاله‌ای توسط هانی فان^۱ از دانشگاه ویرجینیای غربی برای نخستین بار مطرح شد؛ اما علی‌رغم اهمیت آن در تحقیقات اجتماعی تا سال ۱۹۶۰ میلادی که توسط جین جاکوب^۲ در برنامه‌ریزی شهری به کار برده شد، شکل جدی به خود نگرفت. در دهه ۱۹۷۰، لوری این تئوری را وارد عرصه اقتصاد کرد، او از تئوری سرمایه اجتماعی برای انتقاد از نظریات نئوکلاسیک و ناعادلانه بودن توزیع درآمد استفاده کرد. جیمز کلن^۳ (۱۹۸۸)، برای اولین بار این مفهوم را در آمریکای شمالی وارد عرصه سیاست کرد. پوتنام تلاش‌های وی را در اروپا پیگیری کرد. تئوری سرمایه اجتماعی، عمدتاً با نظریه‌های بوردیو^۴، کلن و پاتنام^۵ تکامل پیدا کرد (الوانی و همکاران، ۱۳۸۱: ۴). مفهوم سرمایه اجتماعی، ریشه در افکار جامعه‌شناسان کلاسیک دارد. تأکید دورکیم بر بررسی همبستگی اجتماعی و خاستگاه آن و همچنین، تعلق خاطر دوتوکویل به نهادهای مدنی، برجسته‌ترین نمونه‌ها به شمار می‌رود؛ اما هیچ‌کدام از آنها به‌طور مستقیم اصطلاح «سرمایه اجتماعی» را به کار نبرده‌اند. اولین بار در قرن بیستم این اصطلاح استفاده شد که در ابتدا بیش از آنکه یک «مفهوم» باشد، استعاره‌ای بود برای

1. Hanyfn

2. Jane Jacob

3. James kelman

4. Pierre Bourdieu

5. Robert D. Putnam

اشاره به اهمیت شبکه‌های اجتماعی (نوغانی و همکاران، ۱۳۸۷: ۳۳). سرمایه اجتماعی را به‌طور کلی می‌توان منابعی تعریف کرد که میراث روابط اجتماعی‌اند و کنش جمعی را تسهیل می‌کنند. این منابع که از راه اجتماعی‌شدن حاصل می‌شوند، دربرگیرنده اعتماد، هنجارهای مشارکتی و شبکه‌هایی از پیوندهای اجتماعی است که موجب گردآمدن افراد به‌صورتی منسجم و باثبات در داخل گروه برای تأمین هدفی مشترک می‌شود (زاهدی و همکاران، ۱۳۸۸: ۱۱۱).

از نظر پیر بورديو، سرمایه اجتماعی «مجموع منابع بالفعل و یا بالقوه‌ای را دربر می‌گیرد که به مالکیت یک شبکه پایدار متصل است». شبکه‌ای که هریک از اعضای خود را از پشتیبانی سرمایه اجتماعی برخوردار و آنان را مستحق «اعتبار» می‌کند. بدین‌سان، حجم سرمایه اجتماعی در تملک یک فرد به اندازه شبکه پیوندهایی بستگی دارد که او می‌تواند به‌طرزی مؤثر بسیج کند (شیانی و همکاران، ۱۳۸۹: ۶۲). از دیدگاه پیر بورديو سرمایه اجتماعی، جمع منابع واقعی یا بالقوه‌ای است که حاصل شبکه‌ای بادوام از روابط کمابیش نهادینه‌شده آشنایی و شناخت متقابل -یا به بیان دیگر، با عضویت در یک گروه- است. شبکه‌ای که هریک از اعضای خود را از پشتیبانی سرمایه جمعی برخوردار و آنان را مستحق «اعتبار» می‌کند. به اعتقاد بورديو سرمایه اجتماعی چیزی است که در طول زمان برای کسب آن باید تلاش کرد. به تعبیر او، سرمایه اجتماعی محصول نوعی سرمایه‌گذاری فردی یا جمعی، آگاهانه یا ناآگاهانه است که به دنبال تثبیت یا بازتولید روابط اجتماعی است که مستقیماً در کوتاه‌مدت یا بلندمدت قابل استفاده هستند. درواقع، سرمایه اجتماعی نوعی ابزار دسترسی به منابع اقتصادی و فرهنگی از راه ارتباطات اجتماعی است. تأکید بورديو بر مشارکت فرد در شبکه‌های اجتماعی است که این مشارکت سبب دسترسی او به منابع و امکانات گروه می‌شود. در دیدگاه او، سرمایه اجتماعی نوعی محصول اجتماعی است که ناشی از تعامل اجتماعی است (تنهایی و همکاران، ۱۳۸۸: ۴۲-۴۴).

به اعتقاد جیمز کلمن، سرمایه اجتماعی بخشی از ساختار اجتماعی است که به کنشگر اجازه می‌دهد تا با استفاده از آن به منابع خود دست یابد. این بعد از ساختار اجتماعی شامل تکالیف و انتظارات مجاری اطلاع‌رسانی، هنجارها و ضمانت اجرایی است که انواع خاصی از رفتار را

تشویق یا منع می‌کنند. سرمایه اجتماعی مجموعه‌ای از عناصر متفاوت است که دارای دو ویژگی مشترک هستند. تمام این عناصر دارای برخی از جوانب ساختاراجتماعی بوده و برخی از کنش‌های افراد واقع در درون ساختار را تسهیل می‌کنند. از دیدگاه کلمن، مفهوم سرمایه اجتماعی، نشان‌دهنده آن است که چگونه ساختاراجتماعی یک گروه می‌تواند همچون منبعی برای افراد آن گروه «خانواده» عمل کند. کلمن وجود سرمایه اجتماعی را در اعتماد، اطلاع‌رسانی و ضمانت اجرای کارآمد، روابط اقتدار و میزان تکالیف در گروه می‌داند. به اعتقاد کلمن، سرمایه اجتماعی می‌تواند به سه شکل در خانواده حاضر شود: اول، تکالیف و انتظاراتی که بستگی به میزان قابلیت اعتماد به محیط اجتماعی دارد. دوم، ظرفیت اطلاعات برای انتقال و حرکت در ساختار اجتماعی تا بتوان پایه‌ای برای کنش فراهم کرد. سوم، وجود هنجارهایی که توأم با ضمانت اجرایی مؤثر هستند. کلمن معتقد است که سرمایه اجتماعی در یک تعامل اجتماعی (ذهنی-عینی) خلق می‌شود و از نظر او سرمایه اجتماعی در نهایت برای افراد، سرمایه انسانی را به همراه دارد (شکرپیگی، ۱۳۹۶: ۱۸۹).

رابرت پاتنام سرمایه اجتماعی را مجموعه‌ای از مفاهیمی چون اعتماد، هنجارها و شبکه‌ها می‌داند که موجب ایجاد ارتباط و مشارکت بهینه یک اجتماع می‌شود و در نهایت منافع متشکل آنان را تأمین خواهد کرد. پاتنام استدلال می‌کند که اعتماد اجتماعی همچون یکی از مؤلف‌های اساسی سرمایه اجتماعی، روح همکاری، یک‌پارچگی و انسجام را در شهروندان تزریق می‌کند. اعتماد اجتماعی به افراد کمک می‌کند تا روح همکاری در میان آنها از راه رفتارهای مشترک توسعه یابد (باقری و همکاران، ۱۳۹۶: ۴۰-۴۱). به نظر پاتنام، زندگی در جامعه‌ای که میزان قابل ملاحظه‌ای از سرمایه اجتماعی دارد، راحت‌تر است؛ چراکه شبکه‌های اجتماعی هنجارهای قدرتمند بده‌بستان فراگیر را تقویت کرده و مشوق ظهور اعتماد اجتماعی هستند. این چنین شبکه‌هایی، همکاری و ارتباطات را تسهیل کرده، به اعتبارها افزوده و از این راه، غلبه بر معماهای کنش جمعی را ممکن می‌کنند. از این رهگذر، شبکه‌های متراکم می‌توانند مفهوم «خود»

مشارکت‌کنندگان را گسترش داده و «من» را به «ما» تبدیل کنند یا «تمایل» مشارکت‌کنندگان برای کنش جمعی را تقویت کنند (شجاعی باغینی، ۱۳۸۷: ۳۴۷).

به نظر فرانسیس فوکویاما سرمایه اجتماعی متعلق به گروه است و نه به افراد. هنجارهایی که شالوده سرمایه اجتماعی را تشکیل می‌دهند، در صورتی معنی دارد که بیش از یک فرد در آن سهیم باشد. گروهی که حامی سرمایه اجتماعی‌اند، ممکن است به کوچکی دو دوست باشند که با یکدیگر تبادل اطلاعات می‌کنند یا در پروژه‌ای مشترکاً همکاری می‌کنند و یا ممکن است در مقیاس بزرگتری تمامی یک ملت باشد (غفاری، ۱۳۸۴: ۷۳). وی همچنین درباره سرمایه اجتماعی، هنجارهای اجتماعی را به دو قسمت تقسیم می‌کند: هنجارهای مولد سرمایه اجتماعی، که به ارتقای همکاری میان اعضای گروه منجر می‌شود و اساساً شامل سجایایی چون صداقت، ادای تعهدات و ارتباطات دوجانبه است؛ اما هنجارهای غیر مولد سرمایه اجتماعی، کمکی به ارتقاء همکاری میان اعضای گروه نخواهد کرد. پس ممکن است در جامعه‌ای سرمایه اجتماعی و اعتماد متقابل را نبینیم؛ ولی هنجارهای اجتماعی قوی، آن هم از نوع غیر مولد سرمایه اجتماعی وجود داشته باشد؛ مثل عدم اعتماد به دیگران. جامعه‌ای که افراد حتی نباید به پدر و مادر خود اعتماد کنند دارای یک هنجار اجتماعی قوی غیر مولد سرمایه اجتماعی است (کلدی، ۱۳۸۴: ۱۸۸).

نان لین، با طرح «نظریه منابع اجتماعی» مشخصاً این مسئله را مطرح کرده است که دستیابی به منابع اجتماعی و استفاده از منابع نهفته در شبکه‌های اجتماعی می‌تواند به موقعیت‌های اجتماعی-اقتصادی بهتر منجر شود. بر همین اساس، لین در سال‌های اخیر (۱۹۸۸)، سرمایه اجتماعی را به مثابه منابع نهفته در ساختار اجتماعی تعریف می‌کند که با کنش‌های هدفمند قابل دسترسی یا گردآوری است. به این ترتیب، از نظر لین سرمایه اجتماعی از سه جزء تشکیل شده است: منابع نهفته در ساختار اجتماعی، قابلیت دسترسی افراد به این گونه منابع اجتماعی و استفاده یا گردآوری این گونه منابع اجتماعی در کنش‌های هدفمند. لین منابع ارزشمند در اکثر جوامع را ثروت، قدرت و پایگاه اجتماعی معرفی می‌کند و لذا سرمایه اجتماعی افراد را برحسب میزان یا

تنوع ویژگی‌های دیگرانی که فرد با آنها پیوندهای مستقیم و غیر مستقیم دارد قابل سنجش می‌داند. وی منابع نهفته و (موقعیت‌های شبکه‌ای) را دو عنصر مفهومی مهم سرمایه اجتماعی قلمداد می‌کند و نتایج سرمایه‌گذاری افراد در روابط و شبکه‌های اجتماعی را درباره دو نوع کنش ابزاری و کنش اظهاری طبقه‌بندی می‌کند. برای کنش ابزاری سه گونه بازگشت سرمایه (بازدهی) را مطرح می‌کند: بازدهی اقتصادی (ثروت)، بازدهی سیاسی (قدرت) و بازدهی اجتماعی (شهرت) و برای مورد اخیر می‌نویسد: «به نظر من شهرت یکی از شاخص‌های بازدهی اجتماعی است. شهرت را می‌توان به مثابه نظرات مساعد یا نامساعد درباره فرد در یک شبکه اجتماعی تعریف کرد» (زنجانی‌زاده، ۱۳۹۳؛ ۱۷-۱۶). به‌طور کلی، لین از سرمایه اجتماعی به‌عنوان دارایی ارتباطی یاد می‌کند و سرمایه‌گذاری در این شکل از سرمایه نه بر روی فرد، بلکه بر روی روابط صورت می‌گیرد؛ یعنی اینکه افراد برای دستیابی به سود، در تعاملات و شبکه‌سازی شرکت می‌کنند.

آنتونی گیدنز نیز در حوزه سرمایه اجتماعی بر مؤلفه تعهد و اعتماد تأکید می‌کند. وی بنیاد و سرمنشاء انواع اعتماد را اعتماد بنیادی می‌داند که حاصل نوعی اجتماعی‌شدن ناخودآگاه است که از تجربیات نخستین مراحل کودکی سرچشمه می‌گیرد. گیدنز معتقد است اگر این اعتماد در کودکی به‌خوبی شکل بگیرد، پایه و بنیاد همه‌گونه اعتمادهای بعدی در زندگی فرد می‌شود. نوع دوم اعتماد از نظر گیدنز، اعتماد متقابل بین شخصی است که برای ایجاد آن فرد هم باید به دیگران اعتماد کند، هم خودش مورد اعتماد باشد. سومین نوع اعتماد، اعتماد انتزاعی است. گیدنز معتقد است در جوامع مدرن اعتماد به اصول شخصی و اعتماد به افراد ناشناس برای زندگی اجتماعی گریزناپذیر شده است. وجه عمده اعتماد در این عصر، پابندی‌های بی‌چهره‌ای است که عمدتاً در نظام‌های تخصصی معنا می‌یابد. او ماهیت نهادهای مدرن را عمیقاً وابسته به سازوکارهای اعتماد به نظام‌های انتزاعی به‌ویژه نظام‌های تخصصی می‌داند. نوع دیگری از اعتماد که گیدنز تأکید می‌کند، اعتماد فعالانه است که خاص جوامع پسااستی است. در این جوامع هیئت سیاسی ملی تنها به یکی از مرجع‌های زندگی فرد در میان مراجع گوناگون دیگر تبدیل

می‌شود. بسیاری از آدم‌ها ممکن است به آنچه در زمینه سیاسی متعارف می‌گذرد گوش ندهند و برای برخی اصلاً مسائل سیاسی مهم نباشد؛ لیکن بسیاری از آدم‌ها به مراتب بیشتر از دوره مدرن به چگونگی حکومت شدنشان می‌اندیشند. گیدنز، جو دارای اعتماد را با اصطلاح پبله حفاظتی می‌آورد که درحقیقت، نوعی پوشش اطمینان‌بخش است که به حفظ و تداوم زندگی یاری می‌رساند.

خشونت حالتی از رفتار است که در آن فردی با استفاده از نیروی فیزیکی و یا غیر فیزیکی خواسته خود را به دیگران تحمیل می‌کند؛ در مفهوم اجتماعی، خشونت را می‌توان «وارد آوردن نوعی فشار و نیروی فیزیکی از سوی یک نهاد، یک فرد و یا یک گروه بر نهاد یا گروهی دیگر دانست که با هدف وادارکردن آن نهاد یا فرد، به انجام کاری برخلاف میل و اراده شان انجام بگیرد. از این رو، خشونت در برابر اراده، میل و آزادی قرار می‌گیرد (یارارشدی و همکاران، ۱۳۹۲؛ ۱۴۸-۱۴۹). خشونت طبق تعریف سازمان جهانی بهداشت عبارت است از: تهدید یا تمایل یا اقدام به استفاده عمدی از نیروی فیزیکی یا قدرت، علیه خود یا دیگری یا جامعه که موجب بروز آسیب جسمانی، مرگ، آسیب روانی، ضعف رشد و یا انواع محرومیت‌ها شود و خشونت خانگی عبارت است از خشونتی که بین افراد خانواده و شرکای زندگی رخ می‌دهد که اغلب و نه همواره در درون منزل اتفاق می‌افتد (علمی و همکاران، ۱۳۸۷: ۱۶۴).

یافته‌های پژوهش رزاقی و همکاران (۱۳۹۹)، با عنوان «بررسی رابطه رضایت جنسی با تعارضات زناشویی زنان»، نشان داد که بین رضایت جنسی و تعارضات زناشویی رابطه منفی معناداری وجود دارد و توجه به داشتن رضایت جنسی در رابطه زناشویی در مداخله‌های درمانی و آموزش‌های خانواده، ضروری به نظر می‌رسد.

نتایج پژوهش بنی‌فاطمه و همکاران (۱۳۹۷)، با عنوان «استرس و خشونت فیزیکی مردان علیه زنان: یک تحقیق کیفی»، نشان می‌دهد خشونت فیزیکی مردان علیه زنان بازتاب فشارها و استرس‌های متعددی است که بر آنها وارد می‌شود. به این معنا که خشونت مردان علیه زنان در خانواده نمایانگر واکنش مردان در برابر فشارهای بیرونی و درونی موجود در حوزه‌های عمومی

و خصوصی است. مفهوم «استرس» در این مطالعه نوعی واکنش منفی مردانه به شرایط و وضعیت حاکم بر جامعه‌ای است که اعمال خشونت علیه زنان بخشی از تبعات آن شرایط است.

نتایج پژوهش نیکدل و جاودانیان (۱۳۹۷)، با عنوان « طرح‌واره‌های شناختی پرخاشگر، شیوه‌های کنترل خشم و رضایت جنسی با گرایش مردان به خشونت علیه زنان»، نشان داد که طرح‌واره‌های شناختی پرخاشگر، نقش مهمی در ثبات خشونت در طول زمان و در موقعیت‌های مختلف دارند. تمایلات جنسی که نشان‌دهنده سلطه مردانه است، در صورت ناکامی می‌تواند یکی از ابعاد مهم طرح‌واره پرخاشگر یعنی مجازدانستن انتقام برای انجام رفتارهای خشن فعال کرده و فقدان مهارت‌های کنترل خشم این گرایش را تشدید می‌کند.

نتایج پژوهش عباسی اسفجیر (۱۳۹۵)، با عنوان «بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی خانواده بر خشونت علیه زنان در خانواده در شهر بابلسر»، نشان داد که رابطه معکوس و معناداری بین سرمایه اجتماعی ساختاری درون خانواده و خشونت روانی و عاطفی شوهران علیه زنان مشاهده شده است؛ این بدین معناست که با افزایش سطح سرمایه اجتماعی ساختاری درون خانواده، میزان خشونت روانی و عاطفی شوهران علیه زنان نیز کاهش می‌یابد.

نتایج پژوهش یعقوبی و رئوفی (۱۳۹۳)، با عنوان «بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر میزان خشونت علیه زنان (مطالعه موردی زنان متأهل شهر خلخال)»، به شیوه پیمایشی نشان می‌دهد که دخالت اطرافیان، جایگاه اقتصادی زوجین، پذیرش اقتدار مرد، فاصله سنی زوجین و خشونت در خانواده خاستگاه تأثیر مثبتی بر خشونت علیه زنان دارد. درحالی‌که علاقه زوجین، منابع حمایتی اجتماعی، تحصیلات زوجین، قدرت زن در ساختار خانواده ارتباط معکوسی با خشونت علیه زنان دارند.

نتایج پژوهش محمدی و میرزائی (۱۳۹۱)، با عنوان «بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر خشونت علیه زنان (مطالعه شهرستان روانسر)»، حاکی از آن است که خشونت در جامعه مورد نظر در ابعاد مختلف وجود دارد. بیشترین میزان خشونت رایج، خشونت روانی و خشونت جنسی و کمترین میزان خشونت، خشونت اقتصادی است و بین تصویر اقتدارگرایانه مرد از نقش خود و

خشونت علیه زنان رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد و بین کمک و همکاری شوهر در کارهای منزل با خشونت علیه زنان رابطه معکوس و معناداری مشاهده شد.

نتایج پژوهش عنایت و دهقانی (۱۳۹۱)، با عنوان «تحلیل رابطه سرمایه اجتماعی با خشونت خانگی علیه زنان (مطالعه موردی: شهرستان کهگیلویه)»، با روش پیمایشی حاکی از آن است که عوامل مؤثر بر خشونت شوهران علیه زنان در چرخه‌ای از عوامل فرهنگی-اجتماعی تمرکز یافته در میان خانواده‌ها جریان دارد.

نتایج پژوهش علی‌وردی نیا و همکاران (۱۳۹۰)، با عنوان «تحلیل اجتماعی خشونت شوهران علیه زنان: مدلی نظری و آزمونی تجربی»، نشان داد که قدرت زن در ساختار خانواده، خشونت‌پذیری، خشونت در خانواده خاستگاه و پایگاه اجتماعی-اقتصادی نسبی زوجین رابطه معناداری با خشونت شوهران علیه زنان داشته است.

نتایج پژوهش یعقوبی دوست و عنایت (۱۳۹۰)، با عنوان «بررسی جامعه‌شناختی عوامل مؤثر خشونت خانوادگی نسبت به دختران نوجوان (مورد مطالعه: دبیرستان‌های دخترانه شهر اهواز)»، با روش پیمایشی نشان داد که بین متغیرهای: انزوای اجتماعی، حمایت اجتماعی عاطفی ادراک‌شده، پایگاه اجتماعی-اقتصادی و جمعیت (خانوار)، با خشونت خانگی والدین نسبت به دختران نوجوان رابطه معناداری وجود دارد و نتایج به دست آمده از رگرسیون چندگانه نیز نشان دادند که متغیر انزوای اجتماعی بیشترین تأثیر را نسبت به متغیرهای دیگر پژوهش، برای پیش‌بینی بالای متغیر وابسته داشته است.

نتایج پژوهش ملکی و نژادسبزی (۱۳۸۹)، با عنوان «رابطه مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی خانواده با خشونت خانگی علیه زنان در شهر خرم‌آباد»، حاکی از آن است که کمترین تجربه خشونت خانگی در حوزه خشونت فیزیکی مستقیم و بیشترین موارد در حوزه خشونت فیزیکی غیرمستقیم و روانی-عاطفی است. حدود نیمی از افراد بررسی‌شده، دارای سرمایه اجتماعی خانوادگی در حد زیاد و خیلی زیاد و مابقی دارای سرمایه اجتماعی متوسط و کم بودند. سرمایه اجتماعی و مؤلفه‌های آن نقش تعیین‌کننده‌ای در خشونت خانگی علیه زنان داشتند؛ به‌نحوی که سرمایه

اجتماعی به تنهایی ۵۱ درصد واریانس خشونت خانگی را تبیین می‌کند، در تحلیل چند متغیره، پس از سرمایه اجتماعی، متغیر تحصیلات زن مهم‌ترین تبیین‌کننده خشونت خانگی علیه زنان و مؤثرترین منبع باارزش اجتماعی در فرایند توانمندسازی زنان شناخته شد.

نتایج پژوهش ساریچلو و همکاران (۱۳۸۸)، با عنوان «خشونت‌های خانگی علیه زنان و مداخله جهت پیشگیری در منطقه مینودر و کوثر قزوین» نشان داد که زنان برای رهایی از خشونت‌های خانگی باید مهارت‌های بسیاری از جمله مهارت‌های ارتباط با همسر و روابط بین فردی را فراگیرند. به علاوه برای کاهش این نوع خشونت‌ها لازم است مردان به عنوان عاملین خشونت نیز مهارت ارتباط بین فردی را بیاموزند.

نتایج پژوهش السان (۱۳۸۵)، با عنوان «جرم‌شناسی خشونت جنسی علیه زنان»، نشان می‌دهد که رضایت بزه‌دیده، در وقوع و سختی پیشگیری از خشونت جنسی تأثیر زیادی دارد و دولت و محاکم قضایی باید به حقوق قانونی بزه‌دیدگان چنین جرایمی توجه ویژه کنند. پیشگیری از خشونت جنسی علیه زنان، در درجه نخست نیازمند فرهنگ‌سازی و درک صحیح تفاوت «بزه‌دیدگی و بزه‌پذیری زنان» و در وهله دوم، نیازمند التزام دولت‌ها به حمایت از زنان بزه‌دیده و تعامل بین‌المللی دولت‌هاست.

نتایج پژوهش هرماندز و همکاران^۱ (۲۰۲۰)، با عنوان «ترس از جرم؛ نابرابری‌های اجتماعی و سرمایه اجتماعی: آزمونی تجربی در پرو»، به شیوه پیمایش و با استفاده از تحلیل چند سطحی جهت نظرسنجی از خانواده، نشان داد که سوء استفاده فیزیکی یا جنسی از اعضای خانواده و جرایم جنسی، قوی‌ترین عامل ترس از جرم است و متغیر سرمایه اجتماعی رابطه معنادار و معکوسی با متغیر ترس از جرم داشته است.

پژوهشی توسط کوا و همکاران^۲ (۲۰۲۰)، با عنوان «رابطه سرمایه اجتماعی و سوء استفاده سالمندی در بین افراد مسن: مطالعه موردی سالمندی در ژاپن» به شیوه پیمایش انجام شده است.

1. Hernández & et al

2. Koga & et al

نتایج حاکی از آن است که آزارهای جسمی، روانی و مالی به ترتیب ۱/۲۶، ۱۱/۱۲ و ۱/۴۵ درصد گزارش شد. عوامل مرتبط با افزایش احتمال تجربه آزار عبارتند از: زن بودن، زندگی با اعضای خانواده، داشتن سلامتی ضعیف و داشتن دیدگاه مثبت نسبت به اعتماد جامعه با خطر کمتری برای سال، بیهود بودن یا مجرد بودن و داشتن دیدگاه مثبت نسبت به اعتماد جامعه با خطر کمتری برای تجربه سوء استفاده همراه بود. همچنین، درحالی که عوامل جمعیت‌شناختی و سلامتی رابطه معناداری با سالمندآزاری داشته است، یافته‌های پژوهش مبنی بر اینکه اعتماد در جامعه خطر خشونت را کاهش می‌دهد، تأثیر معنادار سرمایه اجتماعی را نشان می‌دهد.

نتایج تحقیق آهnlوند و همکاران^۱ (۲۰۲۰)، با عنوان «شیوع و هم‌بستگی خشونت جنسی، جسمی و روانی علیه زنان و مردان ۶۰ تا ۷۴ سال در سوئد»، به شیوه پیمایش و با ابزار پرسش‌نامه با حجم نمونه ۲۸۰۰ زن و مرد، نشان داد که خشونت جنسی رایج‌ترین شکل خشونت علیه زنان بود. خشونت روانی منظم و مکرر رایج‌ترین شکل خشونت علیه مردان گزارش شده است. تفاوت‌های جنسیتی بیشتری در رابطه با ویژگی‌های قربانی پیدا شد. درحالی که بین زنان قربانی خشونت، متغیرهای جمعیت‌شناختی، سلامت و همچنین، سرمایه اجتماعی با خشونت آنان ارتباط معناداری داشت، تنها متغیر سلامت با قربانی خشونت شدن در سال گذشته در میان مردان از نظر آماری معنادار بود. در میان زنان، مشکلات اقتصادی، علائم اختلال استرس پس از سانحه (PTSD)، عدم اعتماد به افراد دیگر، و نداشتن کسی برای صحبت، با قربانی خشونت شدن همراه بود. سلامت روانی ضعیف و مصرف در معرض خطر الکل با قربانی شدن خشونت در میان مردان مرتبط است.

نتایج پژوهش بانارجی (۲۰۱۸)، با عنوان «شناسایی عوامل خشونت جنسی علیه زنان و حمایت از حقوق آنها در بنگلادش»، نشان می‌دهد که ساختار اجتماعی و مردسالاری، ازدواج، رویه فرهنگی و موانع دسترسی به عدالت، از عوامل اصلی خشونت جنسی در بنگلادش هستند.

نتایج پژوهش مرو و همکاران (۲۰۱۷)، با عنوان «سرمایه اجتماعی و بهداشت»، نشان می‌دهد که تمامی مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی (حمایت اجتماعی، مشارکت اجتماعی، انسجام اجتماعی، اعتماد اجتماعی) با متغیر بهداشت و سلامتی رابطه معنادار و مثبتی داشته است.

نتایج پژوهش نورمنیزا و همکاران (۲۰۱۷)، با عنوان «فرار از خشونت خانگی: یک مطالعه کیفی در مورد زنانی که شوهران بددهنشان را ترک کردند»، نشان داد که ازجمله عوامل مؤثر بر خشونت خانگی عبارتند از: حمایت اجتماعی، تعهد اجتماعی و مشارکت اجتماعی در بین زنان مورد مطالعه.

نتایج پژوهش سیما و یاس (۲۰۱۷)، با عنوان «خشونت‌های زناشویی و عفونت‌های مقاربتی در زنان مصر پس از انقلاب»، نشان می‌دهد که تقریباً یک سوم زنان علائمشان نشان می‌داد که در ۱۲ ماه گذشته خشونت جسمی یا جنسی شریک زندگی را تجربه کرده بودند. نتیجه اینکه مداخلات بهداشتی حوزه سلامت جنسی زنان، باید به راهکارهای مقابله با خشونت و پیشگیری تأکید و توجه کنند.

نتایج پژوهش عابد و همکاران (۲۰۱۷)، با عنوان «نقش پزشکی قانونی در ارزیابی خشونت جسمی غیر کشنده علیه زنان توسط همسرانشان در اردن»، حاکی از آن است که از ۱۵۸ نفر زن مراجعه کننده، ۸۷ زن جراحات‌های متعدد داشتند. اکثر آسیب‌ها، آسیب‌های بافتی بودند. نتیجه اینکه خشونت صمیمانه شریک زندگی می‌تواند طیف وسیعی از صدمات را از جزئی گرفته تا ... داشته باشد و به‌طور بالقوه تهدیدکننده زندگی است. پزشکی قانونی در مستندسازی و ارزیابی این صدمات و مشاوره به سیستم قضایی در این موارد نقش دارد. اینها همه عناصر اصلی در افزایش آگاهی از ماهیت و میزان این نوع رفتار و تأثیر آن بر زنان (و مردان) و مردم دیگر است. نتایج پژوهش لین (۲۰۱۷)، با عنوان «بررسی تأثیر خارج از مسیر مورد ضرب و شتم: خشونت، زنان و هنر»، این موضوعات را برجسته می‌کند: خشونت یادگیری و دانستن، قدرت هنر و دعوت به عمل، اشاره دارد به اینکه پتانسیل استفاده نشده هنر به‌عنوان یک استراتژی برای تأثیرگذاری بر مسئله خشونت مبتنی بر جنسیت است.

نتایج پژوهش ژانگ وانگ و همکاران (۲۰۱۶)، با عنوان «سرمایه اجتماعی و افسردگی قبل از زایمان در میان نخست‌های چینی: بررسی مقطعی»، نتایج نشان داد که شیوع افسردگی قبل از زایمان در بین گروه‌هایی با مشارکت اجتماعی و اعتماد اجتماعی به‌طور قابل توجهی پایین‌تر از کسانی بود که در زیرگروه نمره پایین‌تر گرفتند.

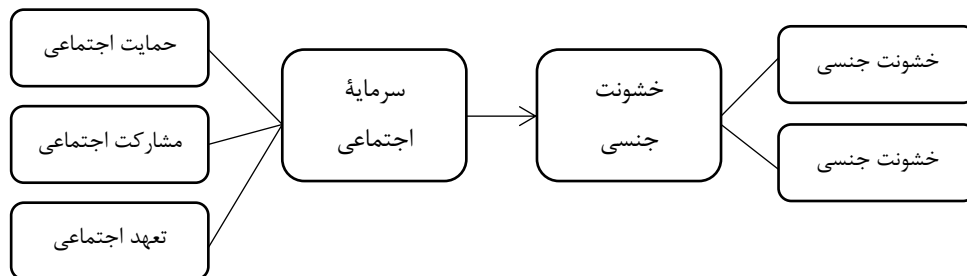
نتایج پژوهش استیکلیتز و همکاران (۲۰۱۱)، با عنوان «خیانت، حسادت و همسرآزاری در میان کشاورزان، آزمایش فرضیه‌های تکاملی درگیری زناشویی»، نشان داد که نقش حسادت و خیانت مردان نسبت به همسر در افزایش اختلاف زناشویی و همسرآزاری به‌خوبی اثبات شده است؛ ولی به نقش حسادت زنان نسبت به خیانت شوهران چندان توجه نشده است. مطابق تجزیه و تحلیل‌های چند متغیره پرخاشگری مردان نسبت به همسرانشان نشان داد که مردان از منابع خانوادگی برای منافع خودخواهانه خود استفاده می‌کنند.

تحقیق دیگری با عنوان «عوارض خشونت خانگی: PTSD میان زنان کتک‌خورده» توسط رونیت شرحبانی^۱ و همکاران (۲۰۰۳)، در نمونه‌ای از زنان اسرائیل با هدف بررسی میزان PTSD بین زنان کتک‌خورده و افسردگی انجام شد. نتایج نشان داد که ۵۱.۶٪ از زنان خشونت‌دیده، PTSD کامل داشتند. زنان خشونت‌دیده به‌طور معناداری سطوح بالاتری از نشانه‌های افسردگی را نسبت به زنان عادی داشتند. زنان خشونت‌دیده به‌طور معناداری نسبت به زنان معمولی دارای نشانه‌های PTSD بودند و اینکه بین خشونت خانگی و PTSD رابطه معناداری حاصل آمد و همچنین بین تمامی ابعاد خشونت شامل خشونت‌های فیزیکی، روانی، جنسی و مالی با افسردگی رابطه معناداری حاصل شد (شرحبانی و همکاران، ۲۰۰۳: ۱۳۳۵).

نتایج پژوهش اولیری و همکاران (۱۹۹۹)، با عنوان «رویکردهای خاص جنسیتی»، نشان می‌دهد که در طول درمان، شوهرها ۴۷٪ از پرخاشگری روانی و ۵۱٪ از پرخاشگری جسمی زنان را کاستند. در طی سال بعد از درمان فقط یک چهارم شوهرها بدون خشونت بودند. هدف از این مطالعه ارائه مقایسه‌ای از اثر دو روش درمانی، درمان خاص جنسیتی (زنان و مردان) و

1. Sharhabani

درمان مشترک با تمرکز بر کاهش پرخاشگری روانی و جسمی زنان است؛ نتیجه اینکه هیچ روش درمانی‌ای از نظر ایمنی و اثربخشی برای افراد داوطلب برتری نداشت. چهارچوب نظری پژوهش حاضر مبتنی بر آراء اندیشمندانی چون بوردیو، کلمن، فوکویاما، پاتنام، لین و گیدنز است. با توجه به پیشینه نظری و تجربی، مدل نظری پژوهش به صورت زیر تدوین می‌شود:



شکل ۱. مدل نظری پژوهش

در ادامه فرضیه‌های پژوهش براساس مبانی نظری و پیشینه تجربی به قرار زیر طراحی شده است.

- بین سرمایه اجتماعی و خشونت جنسی علیه زنان متأهل شهر قزوین رابطه وجود دارد.
- بین مشارکت اجتماعی و خشونت جنسی در بین زنان متأهل شهر قزوین رابطه وجود دارد.
- بین تعهد اجتماعی و خشونت جنسی در بین زنان متأهل شهر قزوین رابطه وجود دارد.
- بین حمایت اجتماعی و خشونت جنسی در بین زنان متأهل شهر قزوین رابطه وجود دارد.

۳. روش تحقیق

روش تحقیق استفاده‌شده در پژوهش حاضر، براساس هدف تحقیق از نوع کاربردی و براساس نحوه گردآوری داده‌ها پیمایشی است. در روش پیمایشی از نگرش و رفتار جمعیتی براساس انتخاب نمونه‌ای تصادفی و معرف از افراد آن جمعیت و پاسخ آنها به یک سری سؤالات،

توصیفی به عمل می‌آید. همچنین، با ساختن فرضیه‌هایی به تبیین نیز پرداخته می‌شود. این پژوهش از لحاظ میزان ژرفایی پهنانگر بوده و از لحاظ زمانی مقطعی است. جامعه آماری در این پژوهش، کلیه زنان متأهل شهر قزوین است که براساس سرشماری عمومی نفوس و مسکن سال ۱۳۹۵، ۳۵۵۴۴۸ نفر هستند. روش نمونه‌گیری از نوع نمونه‌گیری طبقه‌ای تصادفی است؛ بدین صورت که پس از برآورد حجم نمونه کل، نمونه اختصاصی برای هرکدام از گروه‌های سنی شهر قزوین به تناسب جمعیتشان محاسبه شد. تعداد نمونه آماری پژوهش نیز با استفاده از فرمول کوکران، ۳۸۳ نفر محاسبه گردید. همچنین، برای سنجش متغیرهای پژوهش از پرسشنامه محقق-ساخته استفاده شده است که در ادامه به تعاریف متغیرهای پژوهش پرداخته شده است.

سرمایه اجتماعی: واژه سرمایه اجتماعی، دربرگیرنده مفاهیمی چون: اعتماد، همکاری، همیاری میان اعضای یک گروه یا یک جامعه است که نظام هدفمندی را شکل می‌دهد و آنها را به سوی دستیابی به هدفی هدایت می‌کند (اسماعیلی، ۱۳۹۷: ۵). سرمایه اجتماعی دارای ابعاد زیادی است. در تحقیق حاضر با تکیه بر دستگاه نظری کلمن و فوکویاما (تأکید بر سرمایه اجتماعی خانواده و حمایت‌های دریافتی)، گیدنز (تأکید بر اعتماد و تعهد بین شخصی)، بوردیو و پاتنام (تأکید بر شبکه‌های اجتماعی و تعاملات و مشارکت)، نهایتاً سرمایه اجتماعی با مؤلفه‌های حمایت اجتماعی، مشارکت اجتماعی و تعهد اجتماعی سنجیده شده است.

مشارکت اجتماعی:

مشارکت به مفهوم کنشی قصددار، هدفمند، ارادی، اختیاری با خصوصیات متعامل بین کنشگر و زمینه اجتماعی و محیطی او و تقبل آگاهانه انجام امری یا بخشی از امور در شکل معاضدت، معاونت، همیاری و همکاری از روی میل و رغبت و نیاز و با هدف بهبود زندگی اجتماعی به‌عنوان یکی از عوامل تأثیرگذار بر فرآیندهای توسعه ملی است (اسماعیلی، ۱۳۹۷: ۵).

حمایت اجتماعی: حمایت اجتماعی را عبارت از ارزشیابی‌ها یا ارزیابی‌های فرد از اینکه تا چه حد یک تعامل یا الگوی تعاملات یا روابط برای وی سودمند است، می‌دانند (دلپسند و همکاران، ۱۳۹۱: ۹۵).

تعهد اجتماعی:

تعهد اجتماعی عاملی است که باعث ایجاد نظم در کار و حس انجام وظیفه در افراد می‌شود. تعهد باعث می‌شود افراد نسبت به وظایف و رفتار اجتماعی خود، بدون وجود کنترل خارجی حساس باشند و وظایف خود را به بهترین شکل ایفا کنند (حقیقتیان و عبداللهی، ۱۳۹۰: ۶۵).

خشونت: از نظر لغوی به معنای غضب، درشتی و تندی کردن، تعریف شده است. خشونت طیفی از رفتارهای بسیار تند و آسیب‌زا تا عکس‌العمل‌های منفی چون بی‌تفاوتی و کم‌توجهی را دربر دارد (شادمانی، ۱۳۹۷: ۶۴). خشونت خانگی، خشونتی است که با قصد و نیت آشکار یا پنهان برای وارد کردن آسیب فیزیکی، روانی، اجتماعی به زوج دیگر صورت می‌گیرد (نریمانی و محمدیان، ۱۳۸۴: ۱۰۷). در پژوهش حاضر، مؤلفه‌های خشونت جنسی فیزیکی و خشونت جنسی روانی سنجیده شده است.

در این پژوهش، نوع اعتبار صوری است؛ به این معنی که برای ارزیابی اعتبار ابزار اندازه‌گیری از نظر اساتید برای بررسی مفهومی استفاده شده است. جهت برآورد پایایی ابزارهای اندازه‌گیری نیز از تکنیک آلفای کرونباخ استفاده شده است. ضریب آلفای به دست آمده برای تمامی متغیرها بالای ۰/۷ بوده و از نظر آماری مورد تأیید است.

جدول ۱. ضریب پایایی مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی

مؤلفه	گویه‌ها	ضریب پایایی مؤلفه‌ها	ضریب پایایی کل
تعهد اجتماعی	من به زندگی خود متعهد هستم.	۰/۷۹۳	
	من به همسرم خیانت نمی‌کنم.		
	حس می‌کنم ممکن است همسرم روزی به من خیانت کند.		
	از اینکه همسرم بدون من خوش‌گذرانی کند ناراحت می‌شوم.		
حمایت اجتماعی	خانواده همسرم به من احترام می‌گذارند.	۰/۷۸۶	
	همسرم برای من ارزش زیادی قائل است.		
	همسرم به من عشق می‌ورزد.		

مؤلفه	گویه‌ها	ضریب پایایی مؤلفه‌ها	ضریب پایایی کل
	همسرم نسبت به من بی‌اعتنا است.	۰/۷۸۱	
	همسرم در انجام هرکاری مرا حمایت می‌کند.		
	همسرم در مواقع اضطراری کنار من است.		
	همسرم مرا تحسین و تشویق می‌کند.		
	من با خانواده‌ام همسرم رابطه خوبی دارم.		
	خانواده همسرم در زندگی پشت‌وپناه من هستند.		
	همسرم نسبت به غم و اندوه من بی‌اعتنا است.		
مشارکت اجتماعی	من در کارهای گروهی بسیار موفق هستم.	۰/۷۶۵	
	همسرم در کارهای منزل به من کمک می‌کند.		
	من در کارهای مهم با همسرم مشورت می‌کنم.		
	همسرم در تصمیم‌گیری‌های مهم با من مشورت می‌کند.		
	در زندگی با همسرم در بیشتر موارد توافق نظر داریم.		
	حس میکنم از زندگی‌ام راضی هستم.		

مطابق جدول شماره ۲، ضریب پایایی به دست آمده برای متغیر خشونت جنسی و مؤلفه‌های مربوطه بالای ۰/۷ بوده و از نظر آماری مورد تأیید است.

جدول ۲. ضریب پایایی مؤلفه‌های خشونت جنسی

مؤلفه	گویه‌ها	ضریب پایایی مؤلفه‌ها	ضریب پایایی کل
	بعد از هر بار رابطه جنسی به دکتر نیاز پیدا می‌کنم.	۰/۷۶۹	۰/۷۷۸
	همسرم هنگام برقراری رابطه جنسی کارهایی انجام می‌دهد که من علاقه‌ای به آنها ندارم.		
	همسرم در طول برقراری رابطه جنسی برخلاف میل من، دست و پای من را می‌بندد.		
	در هر نوبت رابطه جنسی به ارگاسم نمی‌رسم.		

مؤلفه	گویه‌ها	ضریب پایایی مؤلفه‌ها	ضریب پایایی کل
خشونت فیزیکی	همسر در طول رابطه جنسی به درد کشیدن من توجهی ندارد.		
	در رابطه جنسی با همسر، علی‌رغم میل من بدنم را زخمی می‌کند.		
	همسر در هنگام قاعدگی برخلاف میل من، بامن رابطه جنسی برقرار می‌کند.		
	همسر در هر نوبت رابطه جنسی برخلاف میل من، خواستار رابطه جنسی مقعدی است.		
	همسر علی‌رغم میل من، من را اجبار به دست‌زدن و لمس اندام تناسلی خود می‌کند.		
خشونت روانی	همسر اندام تناسلی من را مسخره می‌کند.	۰/۷۸۴	
	همسر جلوی من، برخلاف میل من، از اندام جنسی زنان دیگر تعریف می‌کند.		
	همسر در مقابل دیدگان من در فضای عمومی از نظر جنسی مزاحم زنان دیگر می‌شود.		
	همسر نسبت به اندام من بی‌اعتنا است.		
	همسر در طول برقراری رابطه جنسی، علی‌رغم میل من، به من فحاشی می‌کند.		
	از برقراری رابطه جنسی با همسر لذت نمی‌برم.		
	همسر فانتزی‌های جنسی خطرناکی از من می‌خواهد که برخلاف میل من است.		

۴. یافته‌های تحقیق

براساس یافته‌های تحقیق، شغل ۵۲/۳ درصد پاسخ‌گویان، خانه‌داری بوده است. همچنین، ۲۰/۵ درصد آنها مشغول به تحصیل، و ۱۸/۲ درصد سایر مشاغل را داشته‌اند. در بین نمونه‌های آماری مورد مطالعه، ۵۴/۵ درصد پاسخ‌گویان دارای مدرک لیسانس بوده‌اند. همچنین، ۳۶/۴ درصد شوهران پاسخ‌گویان نیز مدرک لیسانس داشتند؛ درواقع مدرک لیسانس در بین پاسخ‌گویان و شوهرانشان بیشترین فراوانی را داشته است. طبق یافته‌های تحقیق، ۱۵/۹ درصد درآمد ماهیانه

خانواده پاسخگویان بالای ۱۱ میلیون و ۳۸/۶ درصد آنها درآمدشان بین ۵-۱۱ میلیون بوده است. میانگین سن زنان مورد مطالعه، با در نظر گرفتن حداکثر سن ۶۰ سال به بالا و حداقل آن ۱۸ سال ۳۷/۸ سال بوده است.

نتایج حاصل از سنجش متغیر سرمایه اجتماعی حاکی از آن است که میانگین حاصل متغیر تعهد اجتماعی با حداکثر ۱۴ و حداقل ۹/۴،۷۵ برآورد شده است. میانگین میزان حمایت‌های دریافتی زن از خانواده ۲۴/۴۸، گزارش شده است. میانگین حاصل متغیر مشارکت اجتماعی با توجه به حداکثر ۳۳ و حداقل ۱۶، ۲۵/۰۴ بوده است. میانگین سرمایه اجتماعی کل نیز در بین آزمودنی‌ها، با بیشینه ۷۹ و کمینه ۴۵، برابر با ۵۹/۲۹ برآورد شده است (جدول شماره ۳).

جدول ۳. آماره‌های توصیفی متغیر سرمایه اجتماعی

متغیر	میانگین	انحراف معیار	چولگی	ماکزیمم	مینیمم	دامنه تغییرات
تعهد اجتماعی	۹/۷۵	۲/۷۸	۰/۴۳۱	۱۴	۴	۱۰
حمایت اجتماعی	۲۴/۴۸	۴/۳۳	۰/۲۷۶	۳۴	۱۶	۱۸
مشارکت اجتماعی	۲/۰۴	۴/۱۹	۰/۰۹۴	۳۳	۱۶	۱۷
سرمایه اجتماعی	۵۹/۲۹	۷/۷۵	۰/۶۴۳	۷۹	۴۵	۳۴

نتایج یافته‌های توصیفی متغیر خشونت جنسی نشان داد که میانگین حاصل بعد خشونت جنسی-فیزیکی با حداکثر ۴۰ و حداقل ۲۰ برابر با ۲۷/۶۰ است. میانگین بعد خشونت کلامی-روانی برابر با ۲۰/۹۳ برآورد شده است. میانگین خشونت جنسی کل نیز، در بین آزمودنی‌ها با حداکثر ۵۱ و حداقل ۳۵ برابر با ۴۵/۷۴ است (جدول شماره ۴).

جدول ۴. آماره‌های توصیفی متغیر خشونت جنسی

ابعاد	میانگین	انحراف معیار	چولگی	ماکزیمم	مینیمم	دامنه تغییرات
خشونت جنسی-فیزیکی	۲۷/۶۰	۳/۴۸	۰/۴۳۳	۴۰	۲۰	۲۰
خشونت جنسی-کلامی	۲۰/۹۳	۲/۵۳	۰/۳۹۹	۲۴	۷	۱۷
خشونت جنسی	۴۵/۷۴	۳/۲۹	۰/۱۱۵	۵۱	۳۵	۱۶

جهت سنجش همبستگی بین متغیر سرمایه اجتماعی و خشونت جنسی از ضریب همبستگی r پیرسون استفاده شده است. یافته‌ها حاکی از آن است که همبستگی بین متغیر سرمایه اجتماعی و مؤلفه‌های سه‌گانه شامل تعهد اجتماعی، حمایت اجتماعی و مشارکت اجتماعی با متغیر خشونت جنسی و مؤلفه‌های دوگانه مشتمل بر خشونت جنسی فیزیکی، خشونت جنسی روانی با اطمینان ۹۹ درصد و در سطح معناداری کوچک‌تر از ۰/۰۱ به تأیید رسید؛ نوع رابطه‌ها نیز منفی و معکوس برآورد شده است. به این معنا که با افزایش سرمایه اجتماعی و مؤلفه‌های مربوطه، میزان خشونت جنسی (فیزیکی و روانی) رو به کاهش می‌گذارد و برعکس، با کاهش میزان سرمایه اجتماعی در بین نمونه مورد مطالعه، خشونت جنسی روند صعودی خواهد داشت (جدول شماره ۵).

جدول ۵. آزمون همبستگی بین متغیرهای مستقل و خشونت جنسی

خشونت جنسی		خشونت جنسی روانی		خشونت جنسی فیزیکی		سرمایه اجتماعی
سطح معناداری	ضریب	سطح معناداری	ضریب	سطح معناداری	ضریب	
۰/۰۰۰	** -/۴۰۲	۰/۰۰۰	** -/۳۹۹	۰/۰۰۰	** -/۴۵۲	تعهد اجتماعی
۰/۰۰۰	** -/۳۷۴	۰/۰۰۰	** -/۳۸۵	۰/۰۰۰	** -/۴۶۹	حمایت اجتماعی
۰/۰۰۰	** -/۳۲۸	۰/۰۰۰	** -/۳۲۱	۰/۰۰۰	** -/۳۶۳	مشارکت اجتماعی
۰/۰۰۰	** -/۴۱۴	۰/۰۰۰	** -/۳۶۰	۰/۰۰۰	** -/۴۴۱	سرمایه اجتماعی

***: معناداری در سطح ۰/۰۵ / *: معناداری در سطح ۰/۰۱ / **: معناداری در سطح ۰/۰۰۱

در پژوهش حاضر، برای سنجش تأثیر متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته خشونت جنسی علیه زنان از تحلیل رگرسیونی چندمتغیره استفاده شده است. براساس نتایج، خطی بودن رابطه بین متغیرهای مستقل و وابسته براساس معناداری آزمون تحلیل واریانس، به اثبات رسیده است؛ به این معنا که متغیرهای مستقل توان پیش‌بینی و تبیین تغییرات متغیر خشونت جنسی علیه زنان را دارند. همچنین، استقلال خطاها براساس آماره دوربین واتسون محقق شده است؛ منظور اینکه

باقی مانده‌ها مستقل از هم هستند. عدم هم‌خطی متغیرهای مستقل نیز، با توجه به مقادیر شاخص‌های تولرانس^۱ (نزدیک به عدد یک) و شاخص تورم واریانس^۲ (کوچک‌تر از عدد دو)، از نظر آماری مورد تأیید است. متغیرهای مستقل در مدل رگرسیونی، شامل تعهد اجتماعی، حمایت اجتماعی و مشارکت اجتماعی به ترتیب بیشترین تأثیر را بر متغیر خشونت علیه زنان داشته‌اند. تأثیر تمامی متغیرهای مذکور بر مغیر وابسته به لحاظ آماری معنادار بوده و نوع تأثیرات نیز منفی و معکوس است. همچنین، متغیرهای مستقل در تحلیل رگرسیونی، براساس ضریب تبیین اصلاح‌شده، ۴۳ درصد از تغییرات متغیر وابسته را تبیین و پیش‌بینی کرده‌اند (جدول شماره ۶).

جدول ۶. آماره‌های تحلیل رگرسیونی چند متغیره خشونت جنسی

بررسی هم‌خطی		P-Value	آماره t	ضریب (Beta)	متغیر
شاخص تورم واریانس	تولرانس				
۱/۲۰	۰/۹۳۹	۰/۰۰۰	-۹/۰۱	-/۴۴۵	تعهد اجتماعی
۱/۱۹	۰/۹۴۴	۰/۰۰۰	-۸/۸۹	-/۴۲۱	حمایت اجتماعی
۱/۲۷	۰/۹۳۱	۰/۰۰۰	-۸/۳۷	-/۳۸۷	مشارکت اجتماعی
ضریب تعیین و ضریب تعیین تعدیل‌شده		آماره دوربین-واتسون		P-Value	آماره F
R= ۰/۶۶۲ R Square= ۰/۴۳۸ Adjusted R Square= ۰/۴۳۰		۱/۵۹		۰/۰۰۰	۲۹/۶۲
				کل مدل رگرسیونی	

۵. نتیجه‌گیری و پیشنهادها

خشونت در خانواده علیه زنان مانع اصلی در سلامت و تحکیم بنیان خانواده است؛ چراکه در صورت گسست روابط زوجین، استحکام خانواده از بین خواهد رفت و این نهاد دچار آسیب‌های اجتماعی زیادی خواهد شد. از آنجا که زنان عنصر اصلی یک خانواده به شمار

1. Tolerance

2. Variance Inflation Factor

می‌روند و وظیفه تربیت نسل‌های آینده و استوار نگه‌داشتن بنیان خانواده را بر عهده دارند، لذا پژوهش در راستای خشونت علیه این قشر آینده‌ساز یعنی خشونت جنسی که از طریق شوهران اعمال می‌شود و به‌عنوان یک آسیب اجتماعی پنهان، گریبان‌گیر آنان است، بیش از پیش ضروری می‌نماید. در این راستا، پژوهش حاضر با هدف مطالعه جامعه‌شناختی رابطه بین سرمایه اجتماعی و خشونت جنسی علیه زنان متأهل شهر قزوین انجام شده است.

چهارچوب نظری پژوهش حاضر مطابق با دیدگاه نظری جامعه‌شناسانی چون بوردیو، کلمن، فوکویاما، پاتنام و لین تنظیم شده است. طبق نظریات کلمن، بوردیو و پاتنام، سرمایه اجتماعی مجموعه ارزش‌ها و هنجارهایی هستند که فرد در ارتباط و مشارکت در یک گروه آنها را فرا می‌گیرد و انجام می‌دهد. مبنا و اساس تمام این هنجارها مفهومی است به نام اعتماد و تعهد به شبکه. شبکه از نظر آنان چیزی فراتر از یک ارتباط و کنش متقابل است و سرمایه اجتماعی خود از راه ارزش‌ها و هنجارها باعث شکل‌گیری شبکه خواهد شد که نهایتاً در درون شبکه‌های اجتماعی، پیوندها و تعاملات و مشارکت و همکاری تسهیل و برقرار و در مواقع لزوم، حمایت‌های اجتماعی اعم از مادی، عاطفی و اطلاعاتی مبتنی بر اعتماد بین فردی اجتناب‌ناپذیر خواهد بود. در راستای محتوای نظریه‌های متفکران اجتماعی مذکور، می‌توان اذعان نمود از آنجا که سرمایه اجتماعی پیونددهنده ارتباطات در جامعه و خانواده است، پس می‌تواند باعث انسجام خانواده شود و مشارکت و احساس مسئولیت افراد خانواده نسبت به یکدیگر را بالا برده و افراد نسبت به سلامتی یکدیگر و مسائل زناشویی خود بیشتر حساس باشند. بدین طریق، خشونت‌های جنسی، فیزیکی و روانی و کلامی کاهش یافته و زنان در خانواده به دلیل رنگ پوست، یا فرم بدن و غیره تحقیر نمی‌شوند. بدین ترتیب، علاقه زنان به برقراری رابطه جنسی بیشتر شده و همان‌طور که رابطه جنسی، باعث افزایش میزان عشق و عاطفه در بین زوجین می‌شود، به مراتب باعث علاقه‌مندی و مطلوب‌شدن رابطه زن و شوهر را با یکدیگر و نهایتاً موجبات استحکام خانواده فراهم می‌شود. به‌طور کلی، سرمایه اجتماعی با ایجاد حس همکاری و اعتماد بین افراد، موجب تقویت رفتارهای مطلوب اجتماعی در جامعه می‌شود و می‌توان گفت افزایش سرمایه

اجتماعی در جامعه منجر به کاهش رفتارهای نامطلوب اجتماعی می‌شود. برعکس، در جوامعی که روابط شبکه‌ای ضعیفی میان افراد برقرار است، قربانیان خشونت جنسی روابط اجتماعی شبکه‌ای ضعیفی دارند. مطابق نتایج بدست آمده از این پژوهش نیز بین سرمایه اجتماعی و مؤلفه‌های مربوطه با متغیر خشونت جنسی علیه زنان ارتباط معناداری حاصل آمده است. در این میان، برخورداری از سرمایه مذکور، باعث می‌شود زوجین ضمن حمایت و همکاری متقابل، در زندگی عاطفی و جنسی خود موفق‌تر عمل کنند و با درک و تعهد متقابل زندگی شاداب‌تر و دور از هر نوع خشونتی داشته باشند. پس نتایج حاصل از این پژوهش با محتوای نظریات فوق و بخشی از نتایج تحقیقات شریفیان ثانی (۱۳۸۰)، ملکی و نژاد سبزی (۱۳۸۹)، یعقوبی و رئوفی (۱۳۹۳)، عباسی اسفجیر (۱۳۹۵)، قیاسی و همکاران (۱۳۹۸)، رزاقی و همکاران (۱۳۹۹)، هاگ (۲۰۱۲)، ژانگ وانگ و همکاران (۲۰۱۶)، مرو و همکاران (۲۰۱۷)، سیما و یاس (۲۰۱۷)، تامپسون (۲۰۱۸)، بانارجی (۲۰۱۸)، همسو است. با توجه به نتایج حاصل از پژوهش حاضر، معناداری تأثیر سرمایه اجتماعی در تبیین خشونت جنسی علیه زنان می‌توان پیشنهادات زیر را در راستای کاهش پدیده خشونت جنسی علیه زنان ارائه کرد:

- برخورداری زنان متأهل از حمایت‌های اجتماعی در قالب حمایت‌های مادی، عاطفی، اطلاعاتی و مشورتی به‌ویژه از سوی خانواده پدری و خانواده همسر بیش از پیش ضروری به نظر می‌رسد.

- برگزاری کارگاه‌های آموزشی و مشاوره‌ای از سوی نهادهای ذی‌ربط نظیر نهاد آموزش و پرورش، دانشگاه، بهزیستی، سازمان جوانان، در راستای آشنایی و افزایش اطلاعات زوجین با حوزه مسائل و نیازهای جنسی

- تقویت بیش از پیش مقوله اعتماد و تعهد بین شخصی در زندگی مشترک به‌ویژه توسط زوجین جوان و تأکید بر این مهم که اعتماد به‌عنوان اساس و پایه نهاد خانواده می‌تواند منبع مهمی برای پیش‌گیری از آسیب‌های اجتماعی از جمله خشونت از نوع جنسی باشد.

- بالابردن سطح آگاهی زوجین نسبت به پیامدهای روانی، جسمانی و اجتماعی خشونت جنسی با تأکید بر این موضوع که بسیاری از پیامدهای این نوع خشونت تأثیر پایداری در زندگی زناشویی خواهد داشت.

- افزایش میزان مشارکت اجتماعی زوجین در فعالیتهای جمعی در قالب فعالیتهای ورزشی، هنری، تفریحی، آموزشی.

- تلاش در راستای حل مشکلات زناشویی با توسل به فرهنگ تعامل و گفت‌وگو و تعهد در خانواده به جای توسل به خشونت

کلام آخر اینکه زوجین باید در جهت تقویت سرمایه اجتماعی (مشمول بر مؤلفه‌های تعهد اجتماعی، حمایت اجتماعی و مشارکت اجتماعی)، در زندگی مشترک خود برنامه‌ریزی‌های لازم را انجام دهند و در این راستا، نسبت به زندگی خود وفادار باشند و در هر شرایطی نسبت به حمایت یکدیگر دریغ نورزند و با مشارکت در تمام امور زندگی موجبات استحکام و آرامش در خانواده را فراهم کنند.

کتابنامه

۱. ابوالحسن تنهایی، ح؛ حضرتی صومعه، ز. (۱۳۸۸). بررسی نظری پژوهش‌های سرمایه اجتماعی در جامعه ایران، نشریه علوم رفتاری، ۱ (۱)، ۵۲-۲۹.
۲. اخترمحقق، م. (۱۳۸۵). سرمایه اجتماعی. تهران: مهدی اختر محقق.
۳. ارشدی، ع. ی.، ملکی، و. و سعیدی روشن، ح. (۱۳۹۲). خشونت از منظر جرم‌شناسی، عوامل گرایش و راهکارهای مقابله با آن، ۲۲ (۶)، ۱۶۹-۱۴۶.
۴. آشنا، ح. و بیگی، ج. (۱۳۹۸). جرم‌انگاری خشونت جنسی در روابط زناشویی با تکیه بر اسناد بین‌المللی حقوق بشری، فصلنامه مطالعات بین‌المللی، ۲ (۱۶)، ۱۴۲-۱۱۵.
۵. السان، م. (۱۳۸۵). جرم‌شناسی خشونت جنسی علیه زنان، فصلنامه علمی پژوهشی رفاه اجتماعی، ۲۱ (۵)، ۱۶۳-۱۴۱.

۶. الوانی، س. م.، و سیدنقوی، م. ع. (۱۳۸۱). سرمایه اجتماعی: مفاهیم و نظریه ها، فصلنامه مطالعات مدیریت، ۳۳(۹)، ۲۶-۹.
۷. باقری، ف.، صدیق اورعی، غ.، و یوسفی، ع. (۱۳۹۴). تعهد اجتماعی: مفهومی جدید در عرصه علوم اجتماعی یا معنایی کهن در تاریخ اندیشه بشری، فصلنامه مطالعات اجتماعی، ۳(۲)، ۱۴۴-۱۰۸.
۸. بنی فاطمه، ح.، عباس زاده، م.، علیزاده اقدم، م.، و محمدپور، ن. (۱۳۹۷). استرس و خشونت فیزیکی مردان علیه زنان: یک تحقیق کیفی، زن در توسعه و سیاست، ۴(۱۶)، ۵۸۱-۶۰۲.
۹. حقیقتیان، م.، و عبداللهی، م. (۱۳۹۰). عوامل موثر بر تعهد اجتماعی در بین دانش آموزان مقطع دبیرستان شهر اصفهان، مجله مطالعات توسعه اجتماعی ایران، ۴(۳)، ۶۶-۷۴.
۱۰. دلپسند، ک.، ایار، ع.، خانی، س.، و محمدی، پ. (۱۳۹۱). حمایت اجتماعی و جرم: مطالعه تطبیقی جوانان مجرم و عادی شهر ایلام، فصلنامه مطالعات و تحقیقات اجتماعی، ۲(۱)، ۸۹-۱۲۰.
۱۱. رزاقی، ن.، پورحسین، م.، بابایی، ا.، و انتظاری، س. (۱۳۹۹). بررسی رابطه رضایت جنسی با تعارضات زناشویی زنان، مجله مطالعات ناتوانی، ۶۰(۱۰)، ۲-۴.
۱۲. زاهدی، م. ج.، ملکی، ا.، و حیدری، ا. (۱۳۸۷). فقر و سرمایه اجتماعی، فصلنامه رفاه اجتماعی، ۲۸(۷)، ۷۹-۱۰۶.
۱۳. زنجانی زاده، ه.، صالح آبادی، ا.، و جعفریان یزدی، ن. (۱۳۹۳). بررسی تاثیر سرمایه اجتماعی بر خشونت خانگی علیه زنان در مشهد، فصلنامه توسعه اجتماعی، ۲(۹)، ۷-۴۶.
۱۴. سادات میری، ه.، و دادور، ر. (۱۳۸۹). بررسی عوامل فردی- اجتماعی مرتبط با خشونت علیه زنان متاهل (ناحیه ۶ شهر مشهد در سال ۸۹-۱۳۸۸)، فصلنامه علوم اجتماعی، ۷(۱)، ۱۵۷-۱۳۴.
۱۵. ساریچلو، م. ا.، قافله باشی، س. ح.، کلاتری، ز.، مرادی بگلویی، م.، و جهانی هاشمی، ح. (۱۳۸۸). خشونت های خانگی علیه زنان و مداخله جهت پیشگیری در منطقه مینودر و کوثر قزوین، مجله دانشگاهی علوم پزشکی قزوین، ۴(۱۳)، ۲۰-۲۳.
۱۶. سوری، ع. (۱۳۹۴). بررسی تطبیقی سنجش سرمایه اجتماعی در ایران، فصلنامه تحقیقات مدل سازی اقتصادی، ۲۰(۲)، ۱۰۷-۱۲۹.

۱۷. شامحمدی، م. (۱۳۹۶). تبیین اجتماعی خشونت علیه زنان در ایران، فصلنامه مطالعات علوم اجتماعی، ۲(۳)، ۷۲-۸۳.
۱۸. شریفیان ثانی، م. (۱۳۸۰). سرمایه اجتماعی: مفاهیم اصلی و چارچوب نظری، مجله رفاه اجتماعی، ۲(۱)، ۵-۱۸.
۱۹. شکریگی، ع. و مستمع، ر. (۱۳۹۳). فراتحلیل مطالعات انجام شده پیرامون خشونت علیه زنان، مجله جامعه شناسی ایران، ۲(۱۵)، ۱۷۷-۱۵۳.
۲۰. شیانی، م.، موسوی، م. ط. و مدنی قهقرخی، س. (۱۳۸۸). سرمایه اجتماعی جوانان در ایران، مجله جامعه شناسی ایران، ۳(۱)، ۵۷-۸۴.
۲۱. عباسی اسفجیر، ع. ا. و رئوفی، ل. (۱۳۹۲). بررسی تاثیر سرمایه اجتماعی خانواده بر خشونت علیه زنان در خانواده در شهر بابل، فصلنامه مطالعات امنیت اجتماعی، ۴۶(۴)، ۹۱-۱۱۳.
۲۲. علمی، م.، تیغ زن، خ. و باقری، ر. (۱۳۸۷). تعیین میزان شیوع خشونت و عوامل اجتماعی موثر بر آن (مطالعه موردی در بین دانش آموزان دبیرستان های دخترانه و پسرانه شهر عجبشیر)، مطالعات جامعه شناسی، ۱(۱)، ۲۵-۴۶.
۲۳. علیوردی نیا، ا.، ریاحی، م. ا. و فرهادی، م. (۱۳۹۰). تحلیل اجتماعی خشونت شوهران علیه زنان: مدلی نظری و آزمونی تجربی، مجله مسائل اجتماعی ایران، ۲(۲)، ۹۵-۱۲۷.
۲۴. عنایت، ح. و دهقانی، ع. (۱۳۹۱). تحلیل رابطه سرمایه اجتماعی با خشونت خانگی علیه زنان (مطالعه موردی: شهرستان کهکیلویه)، فصلنامه علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد شوشتر، ۱۸(۶)، ۸۵-۱۰۴.
۲۵. قیاسی، م.، سرلک، ا. و غفاری، ه. (۱۳۹۸). تاثیر متقابل سرمایه اجتماعی و سلامت در استان های کشور، فصلنامه مطالعات راهبردی سیاست گذاری عمومی، ۳۱(۹)، ۱۱۵-۱۳۰.
۲۶. محمدی، ف. و میرزائی، ر. (۱۳۹۱). بررسی عوامل اجتماعی موثر بر خشونت علیه زنان (مطالعه شهرستان روانسر)، مجله مطالعات اجتماعی ایران، ۱(۶)، ۲-۲۰.
۲۷. ملکی، ا. و نژادسبزی، پ. (۱۳۸۹). رابطه ی مولفه های سرمایه اجتماعی خانواده با خشونت خانگی علیه زنان در شهر خرم آباد، مجله بررسی مسائل اجتماعی ایران، ۲(۱)، ۳۱-۵۳.

۲۸. نریمانی، م.، و آقامحمدیان، ح. (۱۳۸۴). بررسی میزان خشونت مردان علیه زنان و متغیرهای مرتبط با آن در میان خانواده های ساکن شهر اردبیل، فصلنامه اصول بهداشت روانی، ۲۷(۷)، ۱۱۳-۱۰۷.
۲۹. نوغانی، م.، و اصغرپور ماسوله، ا. (۱۳۸۷). بررسی تطبیقی رویکردها و شاخص های مورد استفاده در سنجش سرمایه اجتماعی، نشریه فرآیند مدیریت و توسعه، ۶۸(۱)، ۵۳-۳۳.
۳۰. نیکدل، ف.، و جاودانیان، ص. (۱۳۹۸). طرحواره های شناختی پرخاشگر، شیوه های کنترل خشم و رضایت جنسی با گرایش مردان به خشونت علیه زنان، مجله پژوهش های روان شناسی اجتماعی، ۳۳(۹)، ۳۵-۵۲.
۳۱. یعقوبی دوست، م.، و عنایت، ح. (۱۳۹۰). بررسی جامعه شناختی عوامل موثر خشونت خانوادگی نسبت به دختران نوجوان (مورد مطالعه: دبیرستان های دخترانه شهر اهواز)، مجله زن و مطالعات خانواده، ۱۴(۴)، ۱۷۲-۱۴۳.
۳۲. یعقوبی، ع.، و رئوفی، ل. (۱۳۹۲). بررسی عوامل اجتماعی موثر بر میزان خشونت علیه زنان (مطالعه موردی زنان متاهل شهر خلخال)، مجله مطالعات علوم اجتماعی ایران، ۳۹(۱۰)، ۱۴۰-۱۲۱.
۳۳. یونسی، ف.، و جعفری، ف. (۱۳۹۷). خودمراقبتی و پیشگیری از آزارهای جنسی. مرکز مشاوره دانشگاه تهران و دفتر مشاوره و سلامت وزارت علوم: تهران.

34. Abder, R., Hasan, O. S., Hafsah, R. J., & Salameh, I. (2017). Role of forensic medicine in evaluating non- fatal physical violence against women by their husbands in Jordan. *Journal of Forensic and Legal Medicine*, (49), 33-36.
35. Abebe, K.Z., Jones, K., Ciaravino, S., Ripper, L., Paglisotti, T., Morrow, S. E., Grafals, M., Dusen, C. V., & Miller, E. (2017). A cluster- randomized trial of a middle school gender violence prevention program: Design, rational, and sample characteristics. *Contemporary Clinical Trials*, (62), 11-20.
36. Ahnlund, P., Andersson, T., Snellman, F., Sundström, M., & Heimer, G. (2020). Prevalence and Correlates of Sexual, Physical, and Psychological Violence against Women and Men of 60 to 74 Years in Sweden. *Journal of Interpersonal Violence*, 35(5-6), 1539-1561.
37. Banarjee, S. (2019). Identifying factor of sexual violence against women and protection of their rights in Bangledesh. *journal Pre-Proof*.

38. Hernández, W., Dammert, L., & Kanashiro, L. (2020). Fear of crime examined through diversity of crime, social inequalities, and social capital: An empirical evaluation in Peru. *Australian & New Zealand Journal of Criminology*, 53(4), 515–535.
39. Koga, C., Hanazato, M., Tsuji, T., Suzuki, N., & Kondo, K. (2020). Elder abuse and social capital in older adults: The Japan Gerontological evaluation study. *Gerontology*, 66(2), 149–159.
40. Lee, S. (2017). Social capital and health at the country level, *Social science journal*.
41. O' leary. K., Heyman, D., & Neidig, P. (1999). Treatment of wife abuse: A comparison of Gender- specific and conjoint Approaches. *Behavior Therapy*, (30), 475-505.
42. Sommerfeldt.E., & Mauraeen, T. (2011). A social capital approach to improving public relations efficacy: Diagnosing intrenal constraints on external communication. *Public Relations Review*, (37), 197-206.
43. Stieglitz, J., Gurven, M., Kaplan, H., & Winking, J. (2012). Infidelity jealousy and wife abuse among Tsimane forager- farmers: testing evolutive hypotheses of marital conflict. *Evolution and Human Behavior*, 438-448.
44. Sukeri, S., & Normanieze, N. (2017), Escaping of domestic violence: A qualitative study of women who left their abusive husbands, *Journal Talbah University Medical sciences*, 1-6.
45. Thompson, M. (2018). Social capital Innovation and Economic Growth. *Department Economics*, 4710-4757.
46. Vyas, S. (2017). Marital violence and sexually transmitted infections among women in post- revolution Egypt. *Sexual & Reproductive Healthcare*, (13), 68-74.



Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY 4.0)

تبیین جامعه‌شناختی تأثیر فضای مجازی بر بی‌تفاوتی اجتماعی

سید صمد بهشتی (دانشیار گروه علوم اجتماعی، دانشگاه یاسوج، یاسوج، ایران، نویسنده مسئول)

sbeheshty@yu.ac.ir

مسلم نراقی‌منش (کارشناس ارشد جامعه‌شناسی، دانشگاه یاسوج، یاسوج، ایران)

moslemnaraghi@gmail.com

ابوالقاسم عسکری (کارشناس ارشد جامعه‌شناسی، دانشگاه یاسوج، یاسوج، ایران)

sociology.askari2307@gmail.com

نظر پیشرو نصرآباد سفلی (دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران)

pishronazar@gmail.com

شجاعت پورصدیقی (کارشناس ارشد علوم ارتباطات اجتماعی، واحد یزد، دانشگاه آزاد اسلامی، یزد، ایران)

shojaatpoor@gmail.com

چکیده

گسترش استفاده از شبکه‌های مجازی، بر ابعاد مختلف زندگی انسان‌ها تأثیرات مختلفی داشته است. یکی از مهم‌ترین عرصه‌هایی که لازم است اثرات این فضا بر آن بررسی شود، حوزه روابط اجتماعی انسان‌هاست. هدف از انجام این تحقیق، تبیین جامعه‌شناختی تأثیر فضای مجازی بر بی‌تفاوتی اجتماعی است. این تحقیق با روش کمی و به شیوه پیمایشی انجام شده است. در این تحقیق، ۳۷۵ نفر دانشجویان بین ۵۳۸۵ نفر دانشجوی دانشگاه یاسوج به‌عنوان نمونه آماری بررسی شدند. ابزار گردآوری داده‌ها پرسش‌نامه بوده است که با توجه به محدودیت‌های ناشی از بیماری کووید ۱۹ به‌صورت آنلاین جمع‌آوری شدند. یافته‌ها نشان دادند میانگین بی‌تفاوتی دانشجویان به میزان (۱۰۳.۹۵) پایین‌تر از سطح میانگین طیف به میزان (۱۱۱) است و در سطح جامعه آماری دانشجویان در سطحی بالاتر از متوسط، نسبت به شرایط جامعه حساس هستند. همچنین علیرغم اینکه بیشتر از سطح متوسط طیف از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند ولی استفاده فعال آنها از این شبکه‌ها نهایتاً در سطح متوسط هست. هرچند به طور کلی بین میزان زمان استفاده از شبکه‌های مجازی با میزان بی‌تفاوتی رابطه مثبتی وجود دارد ولی

نشریه علوم اجتماعی دانشگاه فردوسی مشهد، سال بیست و یکم، شماره ۲، تابستان ۱۴۰۳، شماره پیاپی ۴۸، صص ۶۹-۱۰۷

تاریخ تصویب: ۱۴۰۲/۰۹/۱۰

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۲/۰۸/۲۰

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۴/۱۷

بیشترین میزان بی تفاوتی ناشی از استفاده از شبکه های مجازی با هدف سرگرمی است. مقایسه ها نشان دادند میزان بی تفاوتی اجتماعی در بین مردان و شاغلین کمتر از زنان و دانشجویان بیکار است. همچنین میزان بی تفاوتی اجتماعی بین دانشجویان کارشناسی با مقاطع بالاتر و نیز دانشجویان علوم انسانی با سایر رشته های دانشگاهی معنادار هست. برآورد رگرسیونی متغیرهای تحقیق نشان داد حدود ۱۷.۵ درصد از تغییرات بی تفاوتی اجتماعی ناشی از استفاده از شبکه های اجتماعی است. در مجموع، یافته های این تحقیق نشان داد حضور در شبکه های مجازی و استفاده از آنها هرچند می تواند به تغییر در بعد شناختی و عاطفی افراد منجر شود ولی در عرصه کنش منجر به تغییرات چندانی نمی شود و این خطر را به همراه دارد که در فضای عمل، بین زندگی واقعی و مجازی افراد شکاف ایجاد شود.

واژگان کلیدی: فضای مجازی، اینترنت، شبکه های اجتماعی، بی تفاوتی اجتماعی.

۱. مقدمه

ظهور فناوری های نوین ارتباطی در عصر حاضر به همراه تحولاتی که در فضای مجازی به وجود آمده، تأثیرات عمیقی بر روابط فردی و اجتماعی گذاشته است و تصور ما را از جهان پیرامون دگرگون می سازد. از زمانی که این فناوری ها وارد فضای زندگی انسان شده تا به امروز، علی رغم تمام ابعاد مثبت و منفی آن، یک سری دغدغه ها و نگرانی هایی را بر خانواده ها تحمیل نموده است که در تمام جوامع موضوعیت داشته و محدود به جامعه و اقلیت خاص نمی شود (عقیلی و پوری، ۱۳۹۰: ۲۸).

یکی از پدیده هایی که در دنیای مدرن و در ایران نیز مشاهده می شود، پدیده بی تفاوتی اجتماعی^۱ است این پدیده به وضعیتی اطلاق می شود که مانع از هرگونه مشارکت و تعامل فعال، آگاهانه، مستمر و پایدار برای شکل دهی یک جامعه مردم سالار و زندگی اجتماعی بهتر می شود. این وضعیت با طرد هرگونه کنش فعال در فرآیندهای تصمیم گیری سطوح خرد و کلان جامعه، باعث تقلیل تأثیر فرد بر آینده و سرنوشت جامعه و درنهایت افول و عقب افتادگی آن می شود (نوابخش و میرزاپوری ولوکلا، ۱۳۹۴: ۵۴).

1. Social Apathy

با گذار از سبک زندگی سنتی به سبک مدرن، جمع‌گرایی به تدریج در جوامع کاهش یافته است؛ به گونه‌ای که شدت این تغییرات در شهرها و به‌ویژه در کلان‌شهرها دوچندان شده است. در این میان احساس تعهد و مسئولیت اجتماعی افراد به میزان قابل توجهی کاهش یافته است؛ به عبارت دیگر، رشد مدرنیته همراه با عوامل دیگر، فردگرایی را در جوامع تقویت کرده و زمینه را برای تضعیف احساسات نوع‌دوستی و هم‌دردی در بین مردم فراهم کرده است. در این راستا، جامعه‌شناسان و روان‌شناسان پدیده بی‌تفاوتی اجتماعی را مطرح می‌کنند و آن را نوعی بی‌تفاوتی و بی‌اعتنایی در افراد نسبت به محیط پیرامون خود توصیف می‌کنند. تعدادی از محققین وابسته به جامعه‌شناسی کلاسیک کوشیده‌اند بی‌تفاوتی اجتماعی را که اغلب از طریق تفسیر بیگانگی اجتماعی بیان می‌شود، توضیح دهند. به‌عنوان مثال، زیمل^۱ به ویژگی‌های زندگی شهری مدرن (کرایب^۲، ۲۰۱۵؛ ممتاز، ۲۰۰۰)، دورکیم به پدیده آنومی و ضعف هنجاری در جامعه مدرن (رفیع پور، ۱۹۹۹)، تونس و وبر به تکثیر کنش‌ها اشاره می‌کنند. براساس عقلانیت مدرن (رثا^۳، ۲۰۱۵)، مارکس به انزوای کارگران به دلیل ماهیت تولید سرمایه‌داری و زنانیکی و توماس در نظریه گسست اجتماعی نظام به ضعف هنجارها اشاره می‌کنند (کروبی و فردوسی، ۲۰۲۱: ۲).

بی‌تفاوتی اجتماعی یکی از عناصر نامطلوب فرهنگ مدرن است که با تأکید بیش از حد بر ترجیحات شخصی و منافع فردگرایانه در زندگی شهری معاصر نمود یافته و همچون مانعی در ایجاد و برقراری ارتباطات مثبت اجتماعی و نیز افزایش مشارکت شهروندان در امور اجتماعی قرار گرفته، به تضعیف یا حتی توقف فرایند توسعه ملی منجر می‌شود (قاضی‌زاده و کیان پور، ۱۳۹۴: ۶۰).

راجع به بی‌تفاوتی اجتماعی، متون دینی از جمله قرآن تذکراتی داده‌اند. قرآن مجید، ذیل آیات امر به معروف و نهی از منکر و آیات ۱۰۴ و ۱۱۰ سوره آل عمران، موضوع بسیار مهم بی‌تفاوتی اجتماعی را با تعبیرهای گوناگون مورد توجه قرار داده و معتقد است که احساس مسئولیت و

1. Simmel
2. Craib
3. Rhea

نوع دوستی مایه قوام و دوام تمام واجبات و ارزش های انسانی و اسلامی است و همچنین، اصل هشتم قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران نیز با الهام از آیات قرآن کریم (توبه / ۷۱) برای مقابله با بی تفاوتی، دعوت به خیر (امر به معروف و نهی از منکر) را وظیفه ای همگانی و بر عهده مردم نسبت به یکدیگر مقرر کرده است. بنابراین، آنچه در مسائل فردی و اجتماعی انسان ها ارزش و درجه اول اهمیت را دارد، داشتن حساسیت نسبت به سلامت و سعادت خود، خانواده، همسایگان و افراد جامعه است. باید بکوشیم نسبت به نقص ها، عیب ها و مشکلات گوناگون خود و دیگران بی تفاوت نباشیم؛ زیرا این بی تفاوتی، آفت سلامت و پیشرفت جامعه خواهد بود.

واقعیت این است که هر چند وقت یکبار، حوادثی در گوشه و کنار جهان و کشور رخ داده است که واکنش و ارتباط مردم با آنها قابل بررسی و تحلیل است. بسیاری از ما تا به حال شاهد ویدئوهای مختلفی از جمله تجاوز به حقوق و دارایی های افراد در مکان های عمومی، نزاع و درگیری، سرقت و غیره بوده ایم که نشان دهنده این موضوع است که فردی شاهد این وقایع بوده و بی توجه به دعوا، جنایت یا به درسرافتان بوده است. این موضوع نمونه بارز بی تفاوتی اجتماعی در بین افراد جامعه است. شاید خیلی برای ما اتفاق افتاده باشد که در خیابان های شهرمان شاهد نزاع و درگیری بین چند نفر باشیم و شاید بعد از شدید شدن دعوا بر روی هم سلاح سرد و یا گرم بکشند و ما بی تفاوت از این صحنه ها بگذریم و شاید هم گوشی های موبایلمان را درآورده و مشغول فیلم برداری شویم تا بعدها به دوستان و اطرافیانمان نشان داده و وقتمان را بگذرانیم. برخی از حوادثی که مصداق این پدیده است را می توان چنین مثال زد: حادثه میدان کاج تهران، جنایتی که منجر به کشته شدن فردی در مقابل دیدگان عده کثیری از مردم شد که بدون هیچ عکس العملی، مقابل مجروحی در حال جان دادن و التماس تنها به فیلم برداری با گوشی های تلفن همراه خود پرداختند. قتل دانشجویی در پل مدیریت، در تیرماه سال ۱۳۹۰ روی پل عابر پیاده پل مدیریت تهران رخ داد و در آن پسر دانشجویی هم کلاسی خود را با ۲۶ ضربه چاقو به قتل رساند. در سال ۱۳۹۰ در میدان انقلاب، شخصی اقدام به خودسوزی کرد؛ واکنش نه چندان جدی عابران و ناظران نسبت به این حادثه نیز مهم و قابل تأمل

بود. حاضران در محل حادثه واکنش جدی‌ای نسبت به خودسوزی قربانی نشان نداده‌اند. این صحنه‌ها را در موارد بسیار زیاد دیگری نیز می‌توان دید؛ نظیر اختلاس‌های صورت گرفته، گرانی و افزایش قیمت ناگهانی کالاها، سقوط هواپیما، موضوعات هسته‌ای، بگرام و غیره. جالب است که در این موارد واکنش مردم به موضوع، بیشتر نگاه کردن و گذشتن از کنار آن بوده است و یا انتشار مطالب طنزگونه پیرامون این وقایع در فضای مجازی.

عدم تمرکز بر مسائل اجتماعی و سیاسی پیرامون خود و بی‌تفاوتی نسبت به مسائل عمومی جامعه از جمله مباحث مهمی است که در تحلیل‌های سیاسی-اجتماعی کشور مورد توجه محققان علوم اجتماعی قرار گرفته است. در سطح جهانی، محققان به این نتیجه رسیده‌اند که هرچقدر بی‌تفاوتی بیشتر باشد، بی‌نظمی، فقدان مشروعیت نظام اجتماعی و ... بیشتر خواهد بود (عنبری و غلامیان، ۱۳۹۵: ۱۳۴). اینکه چه مواردی باعث می‌شد که مردم از کنار مسائل مختلف به صورت بی‌تفاوت عبور کنند، مسئله‌ای است که ذهن جامعه‌شناسان و دیگر اندیشمندان اجتماعی را به خود مشغول کرده است. امروزه با گسترش فضای ارتباطات در سطح جهان که باعث افزایش آگاهی مردم از وقایع صورت گرفته در گوشه و کنار جهان و جامعه‌ای که در آن زندگی می‌کنند شده است، انتظار می‌رفت که مردم نسبت به حوادثی که در اطرافشان رخ می‌دهد واکنش مناسب‌تری از خود نشان دهند؛ اما گاهی می‌بینیم که مردم در این فضای مجازی بیشتر برای سرگرم کردن خود استفاده می‌کنند تا تأثیرگذاری بر وقایع اجتماعی مختلفی که رخ می‌دهد.

تحقیقات نشان می‌دهند روند پوشش اینترنت در جهان و ایران بسیار بالاست؛ برای مثال براساس اعلام بانک جهانی در سال ۲۰۱۵ بیشتر از نیمی از مردم چین اینترنت داشتند و در کشور آلمان بیش از ۸۷ درصد مردم و در پاکستان فقط ۱۸ درصد مردم دسترسی به اینترنت داشتند که این رشد رو به افزایش است و همچنین، در همین سال کمتر از نیمی از مردم ایران به اینترنت دسترسی داشتند. بانک جهانی این آمار را به ازای هر ۱۰۰ نفر اعلام داشته است (شورای عالی فضای مجازی، ۱۳۹۶). طبق آمارهای ارائه شده مرکز مدیریت توسعه ملی اینترنت در آخرین

گزارش خود، شمار کاربران اینترنت در ایران تا پایان ۶ ماه نخست سال ۱۳۹۱ برابر ۴۵ میلیون و ۵ هزار ۶۴۴ نفر اعلام شده است (مرکز مدیریت توسعه ملی اینترنت، ۱۳۹۲).

رئیس قرارگاه فضای مجازی سازمان بسیج مستضعفین در سال ۹۷ با ارائه آماری از آخرین وضعیت فضای مجازی در دنیا گفت: کل کاربران اینترنت در سال ۲۰۱۸ در دنیا بیش از ۴ میلیارد نفر، کاربران شبکه‌های اجتماعی بیش از ۳ میلیارد نفر و استفاده‌کنندگان از گوشی هوشمند هم نزدیک به ۳ میلیارد نفر بوده و محبوب‌ترین پیام‌رسان‌های اجتماعی در دنیا نیز به ترتیب: «فیس‌بوک»، «یوتیوب» و «واتساپ» هستند. امینی در ادامه گریزی هم به آمار کاربران فضای مجازی در ایران زد و گفت: ایران با بیش از ۲۰ میلیون نفر کاربر در اینستاگرام، رتبه هفتم استفاده از این شبکه اجتماعی را در دنیا دارد و کاربران اینترنت هم در سال ۹۶ بیش از ۵۶ میلیون نفر بوده‌اند. وی همچنین بیان کرد ۳۰ میلیون کاربر تلفن همراه هوشمند در ایران داریم و در این زمینه رتبه ۱۶ جهان را به خود اختصاص داده‌ایم (مشرق نیوز، ۱۳۹۷).

از آنجا که انسان موجودی اجتماعی است و از لحظه تولد تا آخر عمر در اجتماع به سر می‌برد و پیوسته با انسان‌های دیگر در تعامل است، همواره باید یاد بگیرد چگونه در جمع زندگی و نیازهای خود را ارضا کند. برای این کار آموختن مهارت‌های اجتماعی لازم است. فرد طی فرایند جامعه‌پذیری این مهارت‌ها را فرامی‌گیرد و یادگیری درست آنها می‌تواند به شکل‌گیری مسئولیت‌پذیری اجتماعی منجر شود. مسئولیت‌پذیری اجتماعی نوعی احساس التزام به عمل یا واکنش فردی در موقعیت‌های گوناگون است. نوعی احساس تعهد و پایبندی به دیگران، تبعیت از قواعد و معیارهای اجتماعی و درک قواعد گروهی که در ذهن فرد شکل گرفته است و بر رفتارهای او اثر می‌گذارد به نظر کنزاد و هایدن^۱ (۱۹۸۱) در مسئولیت‌پذیری اجتماعی فرد گرایش مسئولانه دارد. برای فعالیت به صورت مسئولانه احساس شایستگی می‌کند (یزدان‌پناه و حکمت، ۱۳۹۲: ۱۲۸).

1. Kenzad and Hayden

لازم است که به پدیده بی‌تفاوتی اجتماعی از ابعاد مختلف توجه شود. به لحاظ فردی، کسی که نسبت به جامعه خویش بی‌تفاوت شده باشد، مطابق با معیارهای سلامت اجتماعی، قدرت انطباق، پذیرش، مشارکت و شکوفایی اجتماعی را از دست می‌دهد و نمی‌تواند سطح بالایی از سلامت اجتماعی را تجربه کند. افرادی که دچار چنین وضعیتی شوند، دچار از خود بیگانگی شده، در هویت‌یابی و نیز پذیرش الگوهای فرهنگی جامعه با مشکل روبه‌رو می‌شوند. همین امر زمینه بروز مسائلی را در جامعه ایجاد می‌کند که ریشه‌های فرهنگی دارند؛ چنانکه آبرل و همکارانش عنوان می‌کنند که جمعیت بی‌تفاوت یکی از شرایط بنیادی است که می‌تواند زنگ خطر را برای جامعه به صدا آورد. بی‌تفاوتی اجتماعی مانعی در راه مشارکت سیاسی و اجتماعی و همچنین توسعه ملی ایجاد کرده، می‌تواند مشروعیت و مقبولیت نظام سیاسی حاکم بر جوامع را با خطر روبه‌رو کند و در مجموع اینکه اگر چنین وضعیتی در جامعه ایجاد شود، با توجه به خصلت بازتولید مسائل اجتماعی در اثر جامعه‌پذیری افراد چرخه معیوبی از مسائل اجتماعی، فرهنگی و سیاسی ایجاد می‌شود. با توجه به مطالب بالا یعنی از یک‌سو گسترش فضای مجازی در ایران و از سوی دیگر بروز شواهدی که نشان از بی‌تفاوتی روزافزون ایرانیان نسبت به مسائل مختلف دارد، این سؤال مطرح می‌شود که چه رابطه‌ای بین گسترش استفاده از فضای مجازی و افزایش بی‌تفاوتی اجتماعی در بین ایرانیان وجود دارد. پاسخ به سؤال مذکور انگیزه نویسندگان در تدوین این مقاله است.

درباره نقش فضای مجازی در بی‌تفاوتی اجتماعی، به‌صورت جداگانه مطالعاتی انجام شده است که به‌عنوان پیشینه تجربی آورده می‌شود:

عنبری و غلامیان (۱۳۹۵) در مقاله‌ای به تبیین جامعه‌شناختی عوامل مرتبط با بی‌تفاوتی اجتماعی پرداختند. روش انجام این مطالعه پیمایشی در میان ساکنان بالای ۱۸ سال دو منطقه شهری (محله قزل‌قلعه منطقه ۶ تهران) و روستایی (نظام‌آباد اسلام‌شهر) بوده است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد بی‌تفاوتی اجتماعی بیش از آنکه به عوامل و متغیرهای فردی نسبت داده شود، تابعی از ادراکات و تفسیرهای اجتماعی افراد، خاصه میزان اعتماد عمومی، رضایت

اجتماعی، حس بی‌هنجاری در جامعه، تقدیرگرایی و احساس بی‌عدالتی بوده است. در این میان، اثرگذاری متغیرهای در جامعه «بی‌اعتمادی» در جامعه شهری و «نارضایتی اجتماعی» در جامعه روستایی بارزتر بوده است.

محسنی تبریزی (۱۳۹۰) پژوهشی درباره بی‌تفاوتی اجتماعی در ایران (موردپژوهش شهروندان تهرانی) پرداخته است. روش پژوهش پیمایشی و بر روی ۸۵۰ نفر در شهر تهران صورت گرفته است. یافته‌ها نشان داد، میان متغیرهای قومیت، شغل و تحصیلات از صفات زمینه‌ای تفاوت وجود دارد و بین تمامی متغیرهای مستقل اصلی، یعنی بی‌هنجاری (آنومی) اعتماد اجتماعی، اثربخشی، اجتماعی، رضایت اجتماعی، محرومیت نسبی، فردگرایی، تحلیل هزینه-پاداش، و التزام مدنی با بی‌تفاوتی اجتماعی رابطه معنی‌داری به دست آمد. براساس یافته‌های به دست آمده در این مطالعه، می‌توان استنتاج کرد که بی‌تفاوتی اجتماعی در شهروندان تهرانی در میزانی بالاتر از حد متوسط وجود دارد و سطح آن به ترتیب با نوسانات پنج متغیر التزام مدنی، فردگرایی، بی‌هنجاری، رضایت اجتماعی، و محرومیت نسبی تغییر می‌کند.

ظهیری‌نیا و همکاران (۱۳۹۳) به شناسایی عوامل مؤثر بر بی‌تفاوتی اجتماعی در بین دانشجویان دانشگاه محقق اردبیلی، با روش پیمایشی و با حجم نمونه آماری ۳۶۹ نفر پرداخته‌اند. نتایج نشان داد متغیرهای بیگانگی اجتماعی، اثربخشی اجتماعی، محرومیت نسبی، تحلیل هزینه-پاداش و ادراک عدالت، با بی‌تفاوتی اجتماعی رابطه آماری معنی‌داری دارند.

نوابخش و میرزاپوری ولوکلا (۱۳۹۴) با یک تحلیل جامعه‌شناختی، تأثیر بی‌هنجاری بر بی‌تفاوتی اجتماعی (مورد مطالعه شهروندان شهر بابل) را بررسی کردند. از روش پیمایش با جمعیت نمونه ۳۸۵ نفری از میان شهروندان بالای ۱۸ سال شهر بابل، برای بررسی موضوع استفاده شده است. یافته‌ها نشان داد که بی‌تفاوتی اجتماعی در زنان بیشتر از مردان است. همچنین، با افزایش سن و درآمد از میزان بی‌تفاوتی اجتماعی کاسته می‌شود.

قاضی‌زاده و کیان‌پور (۱۳۹۴) میزان بی‌تفاوتی اجتماعی در بین دانشجویان (مورد مطالعه: دانشگاه اصفهان) را بررسی کردند. تعداد جامعه آماری، دانشجویان دانشگاه اصفهان در سال

تحصیلی ۱۳۹۳-۱۳۹۲ بود که ۳۷۲ نفر از آنها با روش نمونه‌گیری طبقه‌بندی تصادفی انتخاب شدند. نتایج تحقیق حاکی از آن است که میانگین بی‌تفاوتی اجتماعی در بین افراد مطالعه‌شده از یک مقیاس ۵ درجه‌ای مقدار $1/93$ بوده که بیانگر بی‌تفاوتی اجتماعی در حد پایینی بوده است. مصلحی‌نیک و حاجیانی (۱۳۹۵) به بررسی تأثیر فضای مجازی بر همدلی اجتماعی دانشجویان دانشگاه تهران پرداختند. روش انجام پژوهش پیمایشی، داده‌ها با استفاده از پرسش‌نامه محقق‌ساخته به دست آمده است. روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای و حجم نمونه ۱۹۶ نفر بوده است. نتایج پژوهش، به‌طور قوی نشانگر آن است که دانشجویان دانشگاه تهران برخلاف انتظار از میزان معمول کمتر در فضای مجازی حضورداشته و برخلاف تصورات اولیه، وابستگی کمتری به اینترنت دارند. همچنین به لحاظ ارتباط درونی، ارزش‌های اخلاقی و مؤلفه همدلی اجتماعی در وضعیت خوبی قرار دارند.

فتحی و جعفری (۱۳۹۶) به بررسی رابطه مصرف رسانه‌ای با تغییر سبک زندگی پرداخته‌اند این مطالعه در بین دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد اردبیل به روش پیمایشی صورت گرفته است. نتایج نشان داد که بین مصرف رسانه‌ای و سبک زندگی رابطه وجود دارد. همچنین بین میزان مصرف رسانه‌ای دیجیتال با مصرف فرهنگی، مصرف مادی، رفتار سیاسی و دین‌داری، هم‌بستگی مستقیم وجود دارد.

جمشیدزاده و همکاران (۱۴۰۰) در پژوهشی به مطالعه جامعه‌شناختی نقش شبکه‌های اجتماعی بر بی‌تفاوتی اجتماعی پرداختند. این تحقیق به روش پیمایشی در بین شهروندان منطقه ۱ و ۲ شهر تهران در سال ۱۳۹۸ صورت گرفته است. نتایج حاصل از پژوهش نشان داد که میزان بی‌تفاوتی در حد متوسط روبه بالاست و بین متغیرهای نگرش نوع‌دوستانه، رفتار نوع‌دوستانه، نگرش مدنی، رفتار مدنی، تنوع استفاده از شبکه‌های اجتماعی، میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی، هم‌بستگی اجتماعی و بی‌تفاوتی اجتماعی رابطه وجود دارد.

در خارج از کشور هم مطالعات مختلفی که نزدیک به بحث است وجود دارد: ویاژنیکووا^۱ و همکاران (۲۰۱۹) به بررسی دلایل بی تفاوتی اجتماعی دانش آموزان پرداختند. روش انجام کار پیمایشی بود. آنها به این نتیجه رسیدند که تعدادی از ویژگی های رفتار اجتماعی که به افراد در معرض بی علاقه‌گی اجتماعی نسبت داده می شود نشان داده شده است: مردم‌گریزی، انزوا، بی مسئولیتی، انفعال، غوطه‌وری در مشکلات خود، قرارگرفتن در معرض نفوذ شخص دیگری است.

چونگ^۲ (۲۰۲۰)، در مقاله‌ای با عنوان تعریف بی تفاوتی آورده است که: «بی تفاوتی اجتماعی» به کاهش ابتکار عمل در مشورت کردن یا درگیر شدن در فعالیت‌ها یا تعاملات اجتماعی اشاره دارد. بی تفاوتی به‌طور سنتی با کاهش سطوح انگیزه برای اقدام، و همچنین با «نقص فعال‌سازی خودکار» همراه بوده است.

ماسن^۳ (۱۹۹۱) در تحقیقش پیرامون بی تفاوتی و تولد دموکراسی: چالش لهستانی بیان کرده که: بی تفاوتی، از کلمات یونانی به معنای «بدون احساس»، یک اصطلاح است که بر بی تفاوتی فردی و شکلی از رفتار سیاسی جمعی دلالت دارد. بی تفاوتی سیاسی درگیر نشدن یا نداشتن دخالت روانی در امور عمومی، جدایی عاطفی از تعهدات مدنی و پرهیز از فعالیت سیاسی است؛ اما هیچ‌یک از این موارد به تنهایی بی تفاوتی سیاسی نیست و اینها را می توان به عنوان مؤلفه های ضروری، اما ناکافی بی تفاوتی سیاسی در نظر گرفت. بی تفاوتی سیاسی با نداشتن علاقه به رفتار جمعی و توده‌ای مشهود است؛ اما منشأ آن در سطح روانی فردی است. در مجموع، بی تفاوتی سیاسی با این نگرش که فعالیت مورد انتظار انجام نمی شود، آشکار می شود.

کلاین^۴ (۲۰۱۴)، در تحقیقی با عنوان «رأی اکثریت، بی تفاوتی اجتماعی و وضعیت محدودیت‌های موجود»، چنین بیان کرده که: مرتبط ترین برخورد با بی تفاوتی اجتماعی را می توان

1. Viaznikova

2. Chong

3. Mason

4. Kline

در اثر بنکس و بوردز^۱ (۱۹۸۸) یافت که در طرح زمینه مقاله خودشان بیان می‌کنند که «بی تفاوتی یا بلاتکلیفی در روند تجمیع به‌طور بالقوه می‌تواند از چندین منبع متمایز ناشی شود؛ از جمله قوانین q. به انواع مختلفی از «خط سیر (روش) بنکس» که ممکن است در صورت شرایط موجود برای وقوع بی تفاوتی اجتماعی حاصل شود که تا حدی به نوع قاعده تساوی‌شکنی در مکان بستگی دارد (Kline, 2014).

۲. مبانی نظری تحقیق

مفهوم بی تفاوتی اجتماعی، ترجمه فارسی اصطلاح انگلیسی «Social apathy» است. در زبان فارسی از این اصطلاح ترجمه‌های گوناگونی شده است، گاهی آن را «بی‌قیدی اجتماعی» و «بی‌احساسی»، «بی‌حالی» یا «بی‌عاطفگی» ترجمه کرده‌اند (عنبری و غلامیان، ۱۳۹۵: ۱۳۵). تعریف متفاوتی برای این مفهوم از سوی دانشمندان مختلف ارائه شده است؛ برای مثال، هارولد کاپلان و بنیامین سادوک بی تفاوتی را رفتاری می‌دانند که در وضعیتی از نبود یا بی‌اعتنایی به احساس درونی و عاطفه انسانی، بی‌علاقگی و سطح اندک درگیری هیجانی نسبت به رفتاری و نیاز به همراهی دیگران در محیط پیرامونی بروز می‌کند و می‌تواند با نشانه‌هایی از افسردگی یا روان‌گسیختگی اشتراک‌هایی داشته باشد (مسعود نیا، ۱۳۸۰: ۱۵۳). جامعه‌شناسان بی تفاوتی اجتماعی را به گونه‌های مختلفی بررسی کرده‌اند.

وبر^۲ قفس آهنین را یکی از دستاوردهای نظام سرمایه‌داری می‌داند که باعث بی تفاوتی اجتماعی انسان‌ها می‌شود. قفس آهنین وبر که همان نظام بروکراسی است، باعث می‌شود که انسان‌ها تحت سیطره این نظام قرار بگیرند که خارج از اراده آنها بر ایشان چیره شده است. تحت سیطره این قفس آهنین، زندگی انسان‌ها با نیرویی تقدیری گریزناپذیر تعیین و مشخص می‌شود. تقدیری که از محدود شدن ما در قفس آهنین خبر می‌دهد. وبر با لحنی جدی که یادآور عبارات نیچه است می‌گوید: هیچ‌کسی نمی‌داند که چه کسی در آینده این قفس آهنین خواهد بود، آیا در

1. Banks and Boards
2. Weber

انتهای این رشد و توسعه فوق‌العاده پیامبران جدیدی ظهور خواهد کرد، آیا این ایده‌ها و آرمان‌های کهن تولدی دوباره خواهند یافت یا نه و اگر نه آیا تحجری ماشینی که با نوعی خود والابینی زینت یافته به وجود خواهد آمد. درباره آخرین مرحله این توسعه فرهنگی به واقع می‌توان گفت: متخصصان فاقد روح و لذت‌پرستان فاقد احساسند، این پوچی تصور می‌کند که به سطحی از تمدن دست یافته که پیش از این کسی به آن نائل نشده بود (استونز، ۱۳۹۳: ۶۲).

آبرل^۱ و همکارانش از شرایط بنیادی‌ای سخن می‌گویند که اگر وجود نداشته باشد جامعه‌ای نیز به جای نخواهد ماند. یکی از این عوامل جمعیت بی تفاوت جامعه مربوط است. جمعیت بی تفاوت برای یک جامعه تهدیدی به شمار می‌آید؛ اگرچه در اینجا درجه بی تفاوتی مطرح است، زیرا برخی از بخش‌های جامعه همیشه دست کم قدری بی تفاوتی را نشان می‌دهند؛ اما جمعیت جامعه در برخی موارد ممکن است چنان بی تفاوت شود که اجزای گوناگون سازنده جامعه از عملکرد بیفتند و سرانجام جامعه فروریزد (ریتزر، ۱۳۸۹: ۱۲۷).

از نظر گئورگ زیمل، «کلان‌شهر»ها^۲ عرصه اصیل فرهنگ مدرنند. از نظر وی انسان کلان‌شهر در برابر حقارت‌ها و تعصباتی که در فرد شهرستانی دیده می‌شود، به مفهومی معنوی و پالایش یافته، «آزاد» است؛ زیرا بی تفاوتی و احتیاط متقابل و شرایط زندگی معنوی دوائر بزرگ هرگز به نحوی شدیدتر از آنچه در شهرهای بزرگ به خاطر برخورد این عوامل (بی تفاوتی و احتیاط متقابل و غیره) با استقلال فردی رخ می‌نماید، به وسیله فرد احساس نشده است. دلیل این امر آن است که نزدیکی کالبدی و تنگی فضا فاصله روانی را صرفاً چشمگیرتر می‌کند. مسلماً صرفاً مشاهده چنین آزادی‌ای است که هیچ کس، تحت شرایط خاصی، در هیچ مکان دیگری همانند کلان‌شهر احساس تنهایی و گم‌گشتگی نمی‌کند؛ زیرا در اینجا نیز مانند هر جای دیگر، به هیچ وجه لزومی ندارد که آزادی شخص به صورت نوعی راحتی در زندگی عاطفی‌اش منعکس شود» (زیمل، ۱۳۵۸: ۱۰۶-۱۰۵). او معتقد است که یکی از ویژگی‌های بسیار مهم انسان‌هایی

1. April

2. metropolis

که در کلان‌شهرها زندگی می‌کنند، «آزادی شخصی» و «آزادی حرکات» آنهاست (همان، ۱۰۳). الگوی تحلیلی زیمل در قالب شکل (فرهنگ ذهنی) و زندگی (فرهنگ عینی) بیان می‌کند که چیرگی فرهنگ عینی بر فرهنگ ذهنی سبب بیگانگی در آن جامعه خواهد شد. در جوامع غربی رفتار اجتماعی در قالب مشارکت مدنی فعال (زندگی) همراه با توسعه جامعه مدنی مدرن (شکل) شکل گرفته است. زیمل نمود و ظهور بیگانگی را با زندگی مردم در کلان‌شهرها، فردگرایی، غلبه رایج عینی بر روح ذهنی، انزوای اجتماعی و درنهایت دل‌زدگی اجتماعی ارزیابی کرده است. وی معتقد است مردم در جوامع مدرن الگوی یکسانی را در وابستگی‌های گروهی خود ندارند. در این حالت روابط اجتماعی، هم‌زمان با وابسته شدن فرد به گروه‌ها، چندگانه می‌شود؛ لذا زمینه برای ظهور فردگرایی نیز فراهم می‌شود؛ البته حین بروز فردگرایی نیز، بسیاری از وابستگی‌های گروهی با تضاد همراه می‌شود و در این دیدگاه بیگانگی به شکل احساس انزوا و بی‌قدرتی ظاهر می‌شود (نوابخش و میرزاپوری ولوکلا، ۱۳۹۴: ۵۸).

گافمن^۱ مفهومی دارد با عنوان کنش دوسویه بی‌کانون^۲ که به مفهوم بی‌تفاوتی اجتماعی خیلی نزدیک است. کنش‌های ساده‌ای مانند پرسه‌زدن در خیابان، در صف ایستادن، در اتاق انتظار یا روی نیمکت پارکی نشستن، ایستادن در آسانسور، رفت‌وآمد در توالی همگانی و بسیاری دیگر از فعالیت‌های روزمره، بازنمای قلمرو بااهمیتی از سازمان اجتماعی است. گردهمایی بی‌کانون در نمای کلی مانند کنش دوسویه کانونمند است که دربردارنده قواعد هنجاری درباره فاصله‌گذاری، حرکت، تعیین جایگاه، گوش فرادادن، گفت‌وگو و نمایش خود است. هیچ نزدیکی و تمرکز شدید توجه یا اجبار رابطه چهره‌به‌چهره در رویارویی‌های بی‌کانون وجود ندارد. هنگامی که افراد در محیط همگانی‌اند، هنوز هم درگیر نمایشند؛ ولی چون تماشاچیان درگیر رودرویی چهره‌ای یا گفت‌وگوی درازمدت نیستند، بازنمایی می‌تواند بیشتر خاموش و کمتر با تحریک پیش برود. بسیاری از کنش‌های دوسویه بی‌کانون دربردارنده نزاکت و بی‌توجهی است.

1. Goffman

2. Unfocused Interaction

مردم می‌توانند با نادیده گرفتن ساده و تحمل کردن شکافه‌ای کوچک در هنجارها، خود و اعمال مناسبی بدون تنش و رنجش گرد هم آیند و حرکت کنند. مردم با این روش باعث می‌شوند کنش دوسویه بی‌کانون بدون رویداد بگذرد و افراد را قادر کند معنایی از واقعیت را در نگاه‌های زیرکانه، سر تکان‌دادن‌ها، تماس‌های چشمی لحظه‌ای، تغییر جهت‌ها و دیگر کنش‌های زندگی همگانی بنا کنند (ترنر^۱: ۱۳۹۴: ۵۱۴-۵۱۷). مثلاً وقتی ما در پیاده‌رو در شهر داریم به راه رفتن ادامه می‌دهیم و روبه‌روی ما یک نفر دیگر دارد می‌آید، از حضور آن شخص آگاهی داریم و وقتی در کنار هم قرار می‌گیریم با یک نیم‌نگاه به هم به‌سادگی از کنار یکدیگر دیگر عبور می‌کنیم، درواقع یک کنش دوسویه بی‌کانون صورت گرفته است. چیزی که در اکثر اتفاق‌هایی که در شهرها می‌افتد از آن آگاه هستیم و بی‌تفاوت از کنار آن می‌گذریم. مثلاً یک پیرمرد نابینا و ناتوان می‌بینیم و او هم ما را می‌بیند، در حال عبور از خیابان است، بدون کمک به او می‌گذریم که گافمن آن را کنش دوسویه بی‌کانون می‌نامد.

رایزمن^۲ به سه نوع جامعه اشاره می‌کند و از نظر او در جامعه دگراهر با رهبری رسانه‌های جمعی مواجهیم که پس از دوره رهبری صنعت و دوران درون‌راهر (ظهور فردگرایی)، دوران سوم صحنه ظهور انبوه تنها درون شهرهای بزرگ است. او این دوره را دوران امحای روابط سنتی و پابرجای خانوادگی خویشاوندی می‌داند، زمانی که وسایل ارتباط جمعی هدایت عواطف، احساسات و الگوهای حیات اجتماعی را به دست دارند. رایزمن، دوران سوم ارتباطی را دورانی می‌داند که در جریان آن، انبوه‌های تنها در درون شهرهای بزرگ پدید می‌آیند. او در اثرش به همین نام «انبوه تنها»، انسان‌هایی را مجسم می‌کند که در راه‌روهای تنگ قطارهای زیرزمینی، در دریایی از انسان‌ها غوطه می‌خورند، راه برای رفتن نیست و ازدحام، نفس کشیدن را مشکل می‌کند؛ اما به‌رغم این همه تراکم، انسان تنهاست و هیچ‌گاه در تاریخ چنین تنها نبوده است. هیچ‌یک از این انسان‌ها را نمی‌شناسد، هرگز آنان را ندیده است و باز به‌یقین می‌داند که هرگز

1. Turner

2. Reizman

هیچ‌یک از آنان را بار دیگر نخواهد دید. او در پی امحای روابط سنتی و پابرجای خانوادگی، خویشاوندی، همسایگی و دوستی‌های پایای قدیم تنهاست و در برابر وسایل ارتباط جمعی و صاحبان قدرتمند آن و همچنین وسوسه‌های ناشی از آن سخت آسیب‌پذیر است. پس به زعم رایزمن، این دوران در تاریخ انسان به‌عنوان دورانی ثبت خواهد شد که در آن دیگرانی چند «صاحبان وسایل ارتباطی» الگوهای حیات اجتماعی را می‌سازند (ساروخانی، ۱۳۹۲: ۶۷).

گیبسون^۱ فضای مجازی را «مکان تجسم‌های همراه با رضامندی» معرفی می‌کند که در آن هر دو بعد فیزیکی و ذهنی «خود» دچار تحول و دگرگونی می‌شود. درواقع جسم فیزیکی در واقعیت مجازی و فضای سایبر فاقد ارزش است و طراحی «خود» در دنیای مجازی به کاهش پیش‌بینی و اعمال کنترل بر هویت می‌انجامد. فضای سایبر فضایی است که تحت تأثیر انقلاب اطلاعات و فناوری اطلاعات که وجه مشخصه آن فرامکانی و فرازمانی است به وجود آمده است. در فضای سایبر چنانچه بودریار می‌گوید ما دیگر در حکم افراد با یکدیگر ارتباط برقرار نمی‌کنیم؛ بلکه پیام‌هایی هستیم بر روی صفحه کامپیوتر دیگران (عدلی‌پور، ۱۳۹۱: ۲۱).

تعریف فضای سایبر پیچیده است. درواقع، تعریف آن را می‌توان از طریق سه نوع استعاره داستان‌گویی تقسیم‌بندی کرد تا به ما تعاریفی متفاوت بدهد. ما می‌توانیم فضای سایبر را از دیدگاه سخت‌افزار تعریف کنیم؛ برای مثال، به‌عنوان شبکه‌ای جهانی از کامپیوترها که از راه زیرساخت‌های ارتباطی به هم متصل شده‌اند و اشکال گوناگون تعامل میان کنشگران دور از هم را تسهیل می‌کند. فضای سایبر در اینجا مجموع همه آن گروه‌ها و شبکه‌هاست. به صورتی دیگر، براساس تعریفی که تا حدودی مبتنی بر استعاره نمادین است، می‌توان فضای سایبر را به‌عنوان فضایی خیالی بین کامپیوترها تعریف کرد که در آنجا افراد ممکن است خودهای جدید و دنیاهای جدیدی بسازند. درواقع، فضای سایبر همه اینها و چیزی که بیشتر از اینهاست، هم سخت‌افزار و هم نرم‌افزار است، مجموعه‌ای از تصویرها و ایده‌ها نیز هست که جدایی‌ناپذیرند. همچنین، شیوه‌هایی که ما فضای سایبر را تجربه می‌کنیم، بازنمایی‌کننده نوعی تلاقی میان عناصر مادی و

1. Gibson

نمادین است که بسته به نوع تجربه، به هر کدام ارزش‌های متفاوتی داده می‌شود (بل، ۱۳۸۹: ۲۳-۲۲).

نظریه ساخت‌یابی آنتونی گیدنز، به‌نوعی تلفیق بین تعامل‌گرایی و ساختارگرایی است. او استدلال می‌کند که کنش‌های روزمره مانند خرید کردن، به مدرسه رفتن و غیره هم تولید (زاییده) و هم بازتولید (زاینده) ساختارهای اجتماعی است (عدلی‌پور و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۰). طبق نظریه ساخت‌یابی، عامل انسانی و ساخت در ارتباط با یکدیگر قرار می‌گیرند. تکرار رفتارهای افراد، ساختارها را بازتولید می‌کند و به‌واسطه همین بازتولید ساختارها از سوی کنش انسانی، ساختارها برای کنش انسان‌ها محدودیت ایجاد می‌کنند. ساختار اجتماعی عمدتاً ناشی از فعالیت‌های روزمره افراد و تبعیت از قاعده است و ساختار به آن قواعدی برمی‌گردد که در چنین کنشی نهفته است (کرایب، ۱۳۸۸: ۱۴۴). به گفته گیدنز ارتباطات سریع الکترونیکی که حتی بر ساکنان مناطق بسیار فقیر کره زمین اثر می‌گذارد، نهادهای محلی و شکل زندگی روزمره را به‌شدت دگرگون می‌کند. گیدنز، بحث جدایی زمان و مکان را مطرح می‌کند: «در جوامع پیشامدان، زمان همیشه در پیوند با فضا بوده است و در اندازه‌گیری زمان دقت وجود نداشت و با ظهور مدرنیته زمان به معیار تبدیل شد و پیوند تنگاتنگ بین زمان و فضا از هم گسیخت» (سیدمن^۱، ۱۳۹۲: ۱۹۰). وی بر این باور است که همین جدایی شرط وقوع فراگردهای ازجاکنندگی است. نهادهای ازجاکننده، پهنه فاصله‌گیری زمانی-مکانی را گسترش می‌دهند. نقطه تمرکز نظریه ساخت‌یابی، بر مفهوم جدایی زمان از مکان است. گیدنز چنین فرض می‌کند که تغییرات ساختاری در قدرت، به‌واسطه سطوح چندگانه جهانی‌شدن مانند مبادله پولی، پیشرفت‌های فناوریانه و دموکراسی سیاسی گسترده، باعث تغییر و دگرگونی حس ما از زمان و مکان شده است. در جوامع پیشامدرن، زمان و مکان یکنواخت و همبسته بودند؛ به این معنی که، مردم به تعامل در مجاورت یکدیگر تمایل داشتند؛ اما یکی از پیامدهای مهم مدرنیته این است که ظرفیت ما برای زندگی و کار در گستره زمان و مکان به‌صورت مجزا از یکدیگر، گسترش یافته است.

1. Seidman

به نظر گیدنز، کنش‌های روزمره به وسیله خود کنشگران به لحاظ ساختاری مقید می‌شود و فناوری‌های رسانه‌ای نیز در این امر دخیل هستند. در فرایند امتداد زمان و مکان، تجربیات رسانه‌ای شده، قادر به وادارکردن رویدادهای متفاوت به درون آگاهی روزمره است که می‌تواند به احساس عدم امنیت و واژگونی واقعیت منجر می‌شود. برای وی، تجربیات رسانه‌ای شده، شرط بیرونی کنش هستند که به ما اطلاعاتی درباره دیگران می‌دهند و روایتی را که ما درباره دیگران داریم، تغییر می‌دهند. براساس نظریه ساخت‌یابی گیدنز می‌توان استنباط کرد که شبکه‌های اجتماعی مجازی محصول و مخلوق کنش معنادار آدمیان است و افراد چنین محیطی را خلق کرده‌اند؛ اما این محیط پس از شکل‌گرفتن محدودیت‌هایی را بر عاملان اعمال می‌کند. ساختار شبکه‌های اجتماعی اینترنتی براساس بازتولید یا تکرار همان رفتار مداوم آدم‌ها دوام می‌یابد. افراد در رویارویی با شبکه‌های اجتماعی مجازی برخلاف سایر رسانه‌های متعارف، صرفاً در رده تولیدکننده یا مصرف‌کننده قرار نمی‌گیرند؛ بلکه می‌توانند در صورت تمایل به‌طور هم‌زمان این دو نقش را داشته باشند و در آن به تولید و بازتولید بپردازند؛ اما افراد در برخورد با این ساختار میزان فعالیت و مشارکت متفاوتی دارند. درواقع با استفاده از نظریه ساخت‌یابی می‌توان استنباط کرد که هرچه کاربران با فعالیت بازاندیشانه و مشارکت‌جویانه در شبکه‌های اجتماعی حضور یابند، بیشتر در تولید معنا سهیم هستند و لذا احتمال تأثیرپذیری آنها بیشتر است؛ ولی هرچه کاربران منفعل و غیر مشارکت‌جویانه در شبکه‌های اجتماعی حضور یابند، کمتر در تولید معنا سهیم هستند و احتمال تأثیرپذیری آنها کمتر خواهد بود (هدایتی و همکاران، ۱۳۹۵: ۳۲).

طبق نظریه گیدنز، عقاید مربوط به تأثیرهای اینترنت بر کنش متقابل اجتماعی در دو مقوله کلی جای می‌گیرند. در یک سمت، ناظران و مفسرانی هستند که دنیای اینترنت را پشتوانه شکل‌های نوین روابط الکترونیکی می‌دانند که تعامل‌های چهره‌به‌چهره کنونی را یا تقویت و یا تکمیل می‌کنند. افراد به هنگام سفر یا کار در خارج، می‌توانند با استفاده از اینترنت به‌طور مرتب با دوستان و بستگان خویش در ارتباط باشند؛ دوری و جدایی قابل تحمل‌تر می‌شود. اینترنت امکان شکل‌گیری انواع نوین روابط و مناسبات را نیز فراهم می‌آورد: کاربران

«بی‌نام و نشان» شبکه‌های اجتماعی می‌توانند در چت روم‌ها باهم ملاقات کرده و درباره موضوعات مورد علاقه خویش گفت‌وگو کنند. این تماس‌های مجازی گاه تبدیل به دوستی‌هایی تمام‌عیار می‌شود و یا حتی به ملاقات‌های حضوری می‌انجامد. بسیاری از کاربران اینترنت عضو اجتماعات فعال اینترنتی هستند که به لحاظ کیفی متفاوت با اجتماعاتی است که آنان در دنیای فیزیکی ساکنان آن هستند. دانش‌پژوهانی که اینترنت را افزوده مثبتی به تعامل انسانی می‌دانند، این استدلال را مطرح می‌کنند که اینترنت موجب وسعت و پرمایگی شبکه‌های اجتماعی مردم می‌شود (گیدنز، ۱۳۸۶: ۶۸۰).

امروزه تحولات فناوریانه و شبیه‌سازی در قالب فرهنگ سایبرنتیک در واقع نوعی منطق نوین زندگی یا دوجایگاهی‌شدن ارتباطات انسانی در دو حوزه واقعیت و فضای مجازی است. این فضای نوین به اصطلاح مایکل هایم بازخورد سریع‌تر و قدرتمندتری به نسبت فناوری‌های مدرنی چون تلویزیون، رادیو و روزنامه دارد و از سویی مثل فرژن و هربرت دریفوس معتقدند که فضای مجازی می‌تواند افراد را از تماس‌های اجتماعی محروم کند و ارتباطات اجتماعی را کم و نهایتاً می‌تواند موجب بی‌تفاوتی اجتماعی شود. دریفوس با قبول تعریف هیدگری تکنولوژی^۱ می‌گوید: اینترنت نه تنها یک ابداع مدرن و نو تکنولوژیک، بلکه صرفاً گونه جدیدی از این امر است، ادعای که آشکارکننده ماهیت خود تکنولوژی است. اینجا اینترنت نیز مانند دیگر اختراعات تکنولوژیک آثاری غیر از آنچه که انتظار می‌رود، آشکار می‌کند؛ به عنوان نمونه، اگر قصد اولیه تأسیس شبکه‌های اطلاعاتی برای حفظ و اشاعه دانش و اطلاعات برای دانشمندان بوده است، اکنون صرفاً چنین نیست. چنانکه تلفن و اتومبیل نیز ابتدا برای راحتی ارتباطات و انتقالات اختراع شد؛ اما در پی اختراع آنها مزاحمت و تخریب محیط زیست و رهایی سکس

۱. هایدگر معتقد است تفکر روزگار ما درباره تکنولوژی بسیار سطحی و سرسری است. آنها یا با تکنولوژی مخالفاند و یا با تکنولوژی موافق. به هر تقدیر انسان عصر مدرن به تکنولوژی متعهد و ملتزم شده است و اگر تکنولوژی برداشته شود تمدن فرومی‌ریزد اما از طرفی در نظر هایدگر تکنولوژی انرژی نهفته و امکانات و تغییرات عجیب و غریب را ظهور و بروز می‌دهد که انفجار هسته‌ای در برابر آن چیزی نیست. رجوع شود به پرسش از تکنیک اثر هایدگر.

نوجوانان پدید آمد. از نظر دریفوس اکنون ارتباطات میان دانشمندان در شبکه جهانی وب به موضوعی جانبی تبدیل شده است. شبکه چنان غول‌آسا شده که آن نیاز خاص اولیه، دیگر امری کاملاً فرعی می‌نماید. از اینجا هر کاربرد تازه آن، امری غافلگیرکننده است. از نظر ستایشگران اینترنت، انسان هویت‌هایی هر چه انعطاف‌پذیرتر نسبت به گذشته کسب خواهد کرد. به این ترتیب، وجوه جدیدی از معنا در زندگی چهره خواهد گشود و موجب گسترش دایره ادراک انسانی خواهد شد. از نظر دریفوس به شهادت پژوهش‌های موجود، نتایج اینترنت چنین نیست؛ برای نمونه، هنگامی که به افراد امکان دسترسی به شبکه جهانی اطلاعات داده می‌شود، آنان درمی‌یابند که دچار احساس انزوا و افسردگی شده‌اند. بدین ترتیب، نظریه نیچه‌ای دریفوس شکل می‌گیرد که حذف حضور تنی و فیزیکی انسان به مثابه وجود کلی او در فضای سبیرینتیک را به معنی گرایش افلاطونی افراطی‌ترین طرفداران شبکه تلقی می‌کند. این گروه افراطی از بسط شبکه در درازمدت انتظار دارند، هریک از انسان‌ها به زودی بتوانند از محدودیت تحمیل شده بر خود از جانب چشمان رهایی پیدا کنند. در این باره، جان پاری پارلو می‌گوید: «دنیاپی است که هم در همه جاست و هم در هیچ کجا؛ اما در آنجا که بدن ما زندگی می‌کند نیست» (مددپور، ۱۳۸۳: ۷۹).

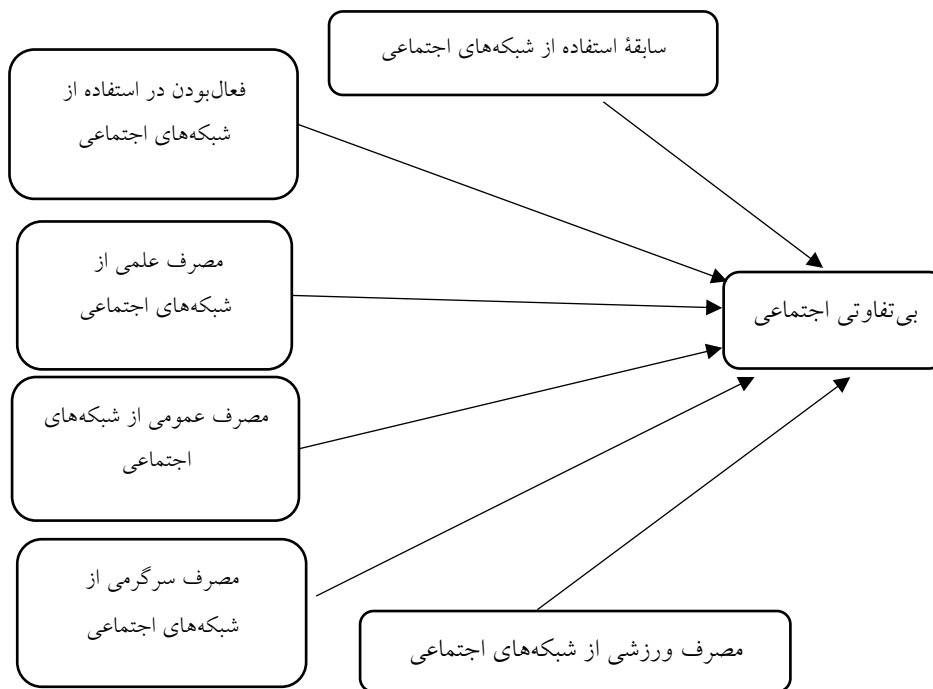
طبق نظریه ساخت‌یابی، عامل انسانی و ساخت در ارتباط با یکدیگر قرار می‌گیرند؛ تکرار رفتارهای افراد، ساختارها را بازتولید می‌کند و به واسطه همین بازتولید ساختارها از سوی کنش انسانی، ساختارها برای کنش انسان‌ها محدودیت ایجاد می‌کنند (کرایب، ۱۳۸۸: ۱۴۴). به گفته گیدنز، ارتباطات سریع الکترونیکی که حتی بر ساکنان مناطق بسیار فقیر کره زمین اثر می‌گذارد، نهادهای محلی و شکل زندگی روزمره را به شدت دگرگون می‌کند. به نظر گیدنز، کنش‌های روزمره به وسیله خود کنشگران به لحاظ ساختاری مقید می‌شود و تکنولوژی‌های رسانه‌ای نیز در این امر دخیل هستند. در فرایند امتداد زمان و مکان، تجربیات رسانه‌ای شده، قادر به وادار کردن رویدادهای متفاوت به درون آگاهی روزمره است که می‌تواند به احساس ناامنی و واژگونی

واقعیت منجر شود. برای وی، تجربیات رسانه‌ای شده، شرط بیرونی کنش هستند که به ما اطلاعاتی درباره دیگران می‌دهند و روایتی را که ما درباره دیگران داریم، تغییر می‌دهند.

براساس نظریه ساخت‌یابی گیدنز، می‌توان استنباط کرد که شبکه‌های اجتماعی مجازی محصول و مخلوق کنش معنادار آدمیان است و افراد چنین محیطی را خلق کرده‌اند؛ اما این محیط پس از شکل گرفتن محدودیت‌هایی را بر عاملان اعمال می‌کند. ساختار شبکه‌های اجتماعی اینترنتی براساس بازتولید یا تکرار همان رفتار مداوم آدم‌ها دوام می‌یابد. افراد در رویارویی با شبکه‌های اجتماعی مجازی برخلاف سایر رسانه‌های متعارف، صرفاً در رده تولیدکننده یا مصرف‌کننده قرار نمی‌گیرند؛ بلکه می‌توانند در صورت تمایل به‌طور هم‌زمان این دو نقش را داشته باشند و در آن به تولید و بازتولید بپردازند؛ اما افراد در برخورد با این ساختار، میزان فعالیت و مشارکت متفاوتی دارند. درواقع، با استفاده از نظریه ساخت‌یابی می‌توان استنباط کرد که هرچه کاربران با فعالیت بازاندیشانه و مشارکت‌جویانه در شبکه‌های اجتماعی حضور یابند، بیشتر در تولید معنا سهیم هستند و لذا احتمال تأثیرپذیری آنها بیشتر است؛ ولی هرچه کاربران منفعل و غیر مشارکت‌جویانه در شبکه‌های اجتماعی حضور یابند، کمتر در تولید معنا سهیم هستند و احتمال تأثیرپذیری آنها کمتر خواهد بود (هدایتی و همکاران، ۱۳۹۵: ۳۲).

به گفته گیدنز، ارتباطات سریع الکترونیکی که حتی بر ساکنان مناطق بسیار فقیر کره زمین اثر می‌گذارد، نهادهای محلی و شکل زندگی روزمره را به‌شدت دگرگون می‌کند. گیدنز بحث جدایی زمان و مکان را مطرح می‌کند: «در جوامع پیشامدرن، زمان همیشه در پیوند با فضا بوده است و در اندازه‌گیری زمان دقت وجود نداشت و با ظهور مدرنیته زمان به معیار تبدیل شد و پیوند تنگاتنگ بین زمان و فضا از هم گسیخت» (بروجردی علوی، ایلالی، ۱۳۹۷: ۸۰). فرضیه‌های این تحقیق (میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی، مصرف رسانه‌ای، مشارکت و فعال‌بودن در استفاده از شبکه‌های اجتماعی) از نظریه ساخت‌یابی گیدنز گرفته شده است.

مدل مفهومی تحقیق



شکل ۱- مدل نظری تحقیق

مأخذ: نظریه های تحقیق

فرضیه‌های تحقیق

به نظر می‌رسد میزان بی تفاوتی اجتماعی در سطح نمونه آماری بالاتر از سطح میانگین طیف است.

به نظر می‌رسد بین سابقه استفاده از شبکه‌های اجتماعی و بی تفاوتی اجتماعی رابطه معناداری وجود دارد.

به نظر می‌رسد بین نوع مصرف رسانه‌ای (علمی، سرگرمی، ورزشی و کسب اطلاعات عمومی) و بی تفاوتی اجتماعی رابطه معناداری وجود دارد.

به نظر می‌رسد بین فعال بودن در استفاده از شبکه‌های اجتماعی و بی تفاوتی اجتماعی رابطه معناداری وجود دارد.

به نظر می‌رسد میزان بی تفاوتی بر حسب جنسیت افراد تفاوت معناداری دارد.

به نظر می‌رسد میانگین بی تفاوتی اجتماعی بر حسب وضعیت شغلی افراد تفاوت معناداری دارد.

۳. روش تحقیق

روش انجام این مطالعه کمی و به صورت پیمایشی است، روش گردآوری داده‌ها میدانی و ابزار گردآوری داده‌ها پرسش‌نامه محقق ساخته است. جامعه آماری این تحقیق، دانشجویان دانشگاه یاسوج در سال تحصیلی ۱۴۰۰-۱۳۹۹ است. براساس آمار گرفته شده از معاونت آموزشی این دانشگاه، تعداد جامعه آماری ۵۳۸۵ نفر است. روش نمونه‌گیری در این پژوهش به شیوه نمونه‌گیری تصادفی بوده است. ابزار جمع‌آوری داده‌ها نیز پرسش‌نامه بوده است که به دلیل فراگیری کوید ۱۹ به روش اینترنتی در بین دانشجویان توزیع شد. روند کار هم به این صورت بوده است که لینک پرسش‌نامه در اختیار تمامی اساتید و دانشجویان و نیز بخش‌های مختلف دانشگاه که دارای گروه‌هایی بودند که فقط دانشجویان دانشگاه یاسوج در آن عضو بودند ارسال شد و از آنها خواسته شد تا لینک یادشده را در اختیار دانشجویان قرار دهند. به این صورت تلاش شد که تمامی دانشجویان شانس دسترسی به پرسش‌نامه را داشته باشند.

برای سنجش متغیر بی تفاوتی اجتماعی از ۳۵ گویه در سطح سنجش رتبه‌ای مقوله‌ای استفاده شد. گویه‌های مذکور در طیف لیکرت پنج درجه‌ای طراحی شده و با گزینه‌های خیلی کم، کم، متوسط، زیاد و خیلی زیاد با نمرات یک تا پنج کدگذاری شدند. نحوه نمره‌دهی پاسخگویان به نحوی بوده است که افراد بی تفاوت‌تر نمرات بالاتری را از طیف به خود اختصاص داده و کسانی که بی تفاوتی کمتری دارند، نمرات پایین‌تری دریافت کنند.

برای سنجش متغیر مستقل این تحقیق یعنی فضای مجازی (سابقه استفاده، مدت زمان نوع

مصرف و نیز برخورد فعال/ انفعالی با شبکه‌های مجازی) ابتدا تعریف نظری آن مشخص شد. در تمام تعاریف فضای مجازی، این فضا محیط الکترونیکی یا محیط شبکه‌ای از کامپیوترها دانسته می‌شود که با استفاده از جلوه‌های سمعی و بصری سعی دارد تا اشیاء و واقعیت‌های سه‌بعدی جهان واقعی را مشابه سازی کند؛ اما ادعا می‌شود که فاقد مادیت فیزیکی هستند. گفته می‌شود که از خصوصیات بارز این فضا بی‌مکانی و بی‌زمانی است (منتظر قائم، ۱۳۸۱: ۲۳۱). در این تحقیق، برای سنجش فضای مجازی از ۲۰ گویه استفاده شده است. ۷ گویه برای سنجش سابقه استفاده از شبکه‌های اجتماعی، ۷ گویه برای مدت زمان نوع مصرف رسانه‌ای، و ۶ گویه فعال بودن در استفاده از شبکه‌های اجتماعی (منظور این است که آیا کاربر فقط مثل یک بیننده مطالب دیگران را می‌خواند یا اینکه فعالانه در این محیط طرح موضوع کرده، با دیگران بحث می‌کند، گروه‌های هم‌اندیشی و علاقه‌مندی مشترک راه‌اندازی می‌کند و ...) را بررسی کرده‌اند. گویه‌های مذکور نیز در طیف لیکرت پنج‌درجه‌ای طراحی شده و با گزینه‌های خیلی کم، کم، متوسط، زیاد و خیلی زیاد با نمرات یک تا پنج کدگذاری شدند.

اعتبار پرسش‌نامه از طریق اعتبار صوری و سازه (تحلیل عامل اکتشافی) برآورد شد و پایایی آن براساس آزمون آلفای کرونباخ محاسبه شد.

جدول ۱- پایایی متغیرهای پرسش‌نامه

مأخذ: داده‌های تحقیق

متغیر	آلفا	تعداد گویه
سابقه استفاده از شبکه‌های اجتماعی	۰/۷۰	۷
مصرف رسانه‌ای (علمی، سرگرمی، ورزشی و کسب اطلاعات عمومی)	۰/۷۵	۷
فعال بودن در استفاده از شبکه‌های اجتماعی	۰/۷۸	۶
بی‌تفاوتی اجتماعی	۰/۸۳	۳۵

برای ارزیابی دقیق تر هم‌بستگی درونی گویه‌های مربوط به بی‌تفاوتی اجتماعی از روش تحلیل عامل اکتشافی استفاده شد. براساس نتایج حاصل از آزمون کفایت نمونه‌گیری (، $KMO = 0.918$ ، $p < 0.00$)، اطمینان حاصل شد که داده‌ها پیش‌فرض ویژگی‌های لازم برای انجام آزمون تحلیل عاملی را دارا هستند. همچنین، این تحلیل نشان داد که در مجموع، چهار عامل استخراج شده توانسته‌اند (۵۵/۴۴٪) از واریانس متغیر بی‌تفاوتی اجتماعی را تبیین کنند.

در نهایت برای دسته‌بندی و تلخیص و شناسایی گویه‌های مربوط به بی‌تفاوتی از تحلیل ماتریس چرخش یافته به سبک واریماکس استفاده شد. براساس اطلاعات جدول شماره (۴) گویه‌های مربوط به هر عامل ذیل آنها قرار گرفتند که با توجه به محتوای گویه‌ها عامل‌های چهارگانه بی‌تفاوتی نسبت به مسائل علمی در دانشگاه‌ها، بی‌تفاوتی نسبت به مسائل سیاسی، بی‌تفاوتی نسبت به مسائل اجتماعی و بی‌تفاوتی نسبت به مسائل اقتصادی نام‌گذاری شدند.

جدول ۲. نتایج تحلیل عامل اکتشافی گویه‌های بی‌تفاوتی و بار عاملی مربوط به هر گویه

مأخذ: داده‌های تحقیق

عامل				بی‌تفاوتی نسبت به فعالیت‌های علمی دانشگاه
۴	۳	۲	۱	
			۰/۷۶۶	
			۰/۷۱۶	
			۰/۶۸۹	
			۰/۶۷۹	
			۰/۶۵۹	
			۰/۶۰۱	
			۰/۵۵۰	

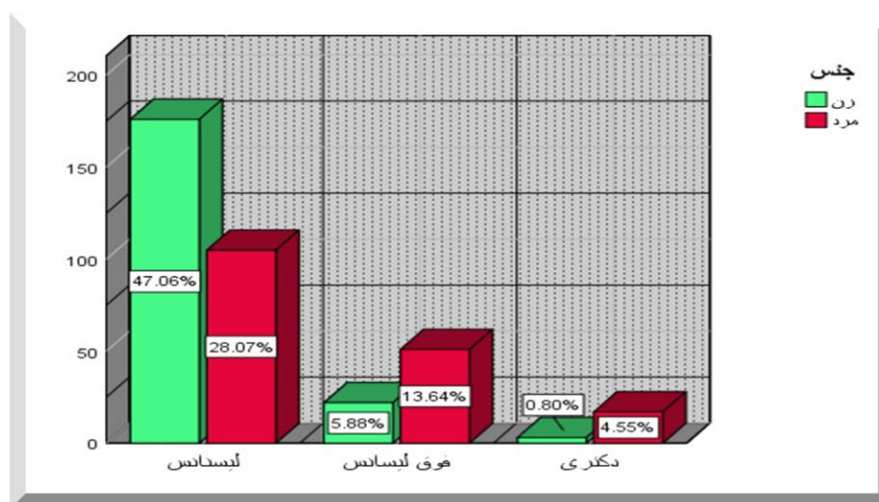
عامل				
۴	۳	۲	۱	
			۰/۵۳۲	بعضی مواقع که دانشجویان نسبت به مسئله‌ای اعتراض عمومی دارند، شرکت نمی‌کنم و اعتراض کردن را وظیفه خودم نمی‌دانم.
		۰/۷۵۹		برای شرکت در انتخابات و رأی دادن به کاندیداهای مورد منظر علاقه‌مند نیستم.
		۰/۷۵۱		از اختلاس کردن مسئولان خیلی گلایه‌ای ندارم.
		۰/۷۰۳		آینده سیاسی کشورم برام اهمیتی ندارد.
		۰/۶۶۴		رانت و فسادهایی که در جامعه رخ می‌دهد برایم مهم نیست.
	۰/۷۹۷			مشکلاتی که در بین مردم در حال افزایش است، برایم مهم نیست.
	۰/۷۶۰			عملاً اعتراض کردن به وضعیت تورمی جامعه بیهوده است.
	۰/۷۴۰			در جلوی چشمم سرقتی صورت می‌گیرد، ترجیح می‌دهم بگذرم تا اینکه به کمک شخص زیان‌دیده بشتابم.
	۰/۷۲۶			کلاً نسبت به جریانات و اتفاقاتی که در جامعه رخ می‌دهد بی‌اعتنا هستم.
	۰/۵۹۵			اگر ببینم که فردی در خیابان مزاحمت برای دختر جوانی ایجاد می‌کند (او را تهدید می‌کند و یا متلک می‌پرانند) به راحتی از کنارش می‌گذرم.
	۰/۵۹۳			اگر تصادفی در خیابان رخ بدهد، بدون توجه به کمک‌خواستن، شروع به عکس و فیلم‌برداری می‌کنم.
	۰/۵۸۱			اینکه مردم مسائل اجتماعی روز را درک می‌کنند یا نه، به حال من فرقی نمی‌کند.
	۰/۵۷۲			اگر کسی از من درخواست کمک مادی کند، در حد توانم به او کمک می‌کنم.
	۰/۵۶۰			اگر بدانم خانواده‌ای در هزینه زندگی روزمره خود مانده است، در حد توانم کمک می‌کنم.
۰/۸۳۳				افزایش چند برابری قیمت خانه و خودرو برایم مهم نیست.
۰/۶۴۴				اینکه اقتصاد به چه سمتی می‌رود به من ربطی ندارد.
۰/۶۰۳				قیمت‌ها هر چقدر هم که بالا برود چاره‌ای نداریم جز اینکه با آنها بسازیم.

عامل				
۴	۳	۲	۱	
۰/۶۰۰				چون با دلار کاری ندارم، بالا یا پایین آمدن قیمت آن اصلاً برایم مهم نیست.
۰/۵۲۴				برای مقابله با وضع گرانی کالا و مواد غذایی حاضرم علناً اعتراض کنم.

۴. یافته‌های تحقیق

از آنجاکه نقش آمار توصیفی در فرایند تحلیل آماری بسیار مهم و حیاتی است، در زیر به توصیف متغیرهای مستقل زمینه‌ای و مستقل پرداخته شده است.

به لحاظ جنسیت، ۵۳/۷ درصد از پاسخ‌گویان زن و ۴۶/۳ درصد مرد هستند که حاکی از مشارکت بیشتر زنان در پژوهش است. بر حسب وضعیت تحصیلات، بیشترین فراوانی در مقطع لیسانس و مربوط به زنان است و کمترین فراوانی هم در مقطع دکتری و بازهم مربوط به زنان است. نمودار زیر این توزیع را به تصویر کشیده است.



شکل ۱. توزیع فراوانی نسبی تحصیلات اعضای نمونه بر حسب جنسیت

مأخذ: داده‌های تحقیق

بر اساس اطلاعات کسب شده، ۳۷/۴ درصد از پاسخ‌گویان در دانشکده علوم انسانی، ۲۹/۹ درصد دانشکده فنی مهندسی، ۲۲/۲ درصد دانشکده علوم پایه و ۱۰/۴ درصد در دانشکده کشاورزی مشغول به تحصیل هستند.

درخصوص وضعیت بی‌تفاوتی دانشجویان به‌عنوان متغیر وابسته تحقیق، میانگین بی‌تفاوتی آنها برابر با ۱۰۳.۹۵ برآورد شده است؛ حال آنکه میانگین طیف سنجش این متغیر ۱۱۱ بوده است. آزمون تی تک‌نمونه‌ای نشان می‌دهد میزان بی‌تفاوتی مشاهده‌شده دانشجویان با اطمینان ۹۹ درصد در سطح جامعه آماری پایین‌تر از سطح متوسط است. این امر نشان می‌دهد که دانشجویان از گروه‌هایی هستند که نسبت به اتفاقات اطراف خود حساس هستند. براساس تحلیل‌های صورت‌گرفته، وضعیت توصیفی متغیرهای مستقل تحقیق در جدول زیر نمایش داده شده است:

جدول ۳. آماره‌های متغیرهای تحقیق

مأخذ: داده‌های تحقیق

متغیر	فراوانی	میانگین	میانگین طیف	آزمون تی تک نمونه‌ای		انحراف استاندارد	چولگی	کشیدگی
				t	سطح معناداری			
بی‌تفاوتی اجتماعی	۳۵۲	۱۰۳/۹۵	۱۱۱	-۷/۱۸	۰/۰۰	۱۸/۴	۱/۴۴	۲/۷
فعال بودن در شبکه‌های اجتماعی	۳۵۵	۲۰/۴۵	۲۱	-۱/۶۸	۰/۰۹	۶/۱۵۶	۰/۲۳۳	۰/۴۹
سابقه استفاده از شبکه‌های اجتماعی	۳۵۴	۲۵/۴	۲۱	۱۳/۳۲	۰/۰۰	۶/۲۱	-۱/۴۸	۱/۶۵

اطلاعات جدول شماره (۴) توزیع فراوانی نسبی پاسخ‌های داده‌شده به گویه‌های مربوط به بی‌تفاوتی اجتماعی را نشان می‌دهد:

جدول ۴. میزان بی تفاوتی اجتماعی در سطح نمونه

مأخذ: داده های تحقیق

گویه های بی تفاوتی اجتماعی	کاملاً موافقم	موافقم	نظری ندارم	مخالقم	کاملاً مخالفم	درصد کل
رانت و فسادهایی که در جامعه رخ می دهد برایم مهم نیست.	۴۶/۴	۲۸/۹	۱۱/۴	۶/۵	۸/۶	۱۰۰/۱
برای مبارزه با فساد حاضرم علناً به خیابان ها بیایم و علیه فسادگران شعار سر دهم.	۱۷/۳	۱۲/۰	۲۷/۲	۲۲/۷	۲۰/۸	۱۰۰/۱
اعتراض کردن به وضعیت موجود هیچ چیزی را تغییر نمی دهد.	۳۲/۵	۲۳/۲	۱۶/۵	۱۵/۰	۱۲/۸	۱۰۰/۱
برای مقابله با وضع گرانی کالا و مواد غذایی حاضرم عیاناً اعتراض کنم.	۶/۹	۱۲/۵	۳۲/۳	۲۴/۸	۲۳/۵	۱۰۰/۱
معضلات اجتماعی که گریبان گیر جامعه و مردم است به من ربطی ندارد.	۳۱/۸	۲۷/۷	۱۳/۳	۱۲/۰	۱۵/۲	۱۰۰/۱
افزایش قیمت خانه و خودرو برایم مهم نیست.	۵۱/۵	۲۳/۲	۱۰/۶	۳/۲	۱۱/۵	۱۰۰/۱
برای مقابله با اختلاس گران حاضرم کمپین مبارزه با اختلاس و فساد راه بیندازم.	۸/۸	۷/۵	۴۰/۸	۲۰/۵	۲۲/۴	۱۰۰/۱
پوشش ظاهری هر شخصی به خودش مربوط است و ربطی به من و شخص و نهاد دیگری ندارد.	۲۳/۲	۱۴/۹	۱۳/۵	۱۷/۶	۲۲/۸	۱۰۰/۱
در جلوی چشم من سرقتی صورت می گیرد ترجیح می دهم بگذرم تا اینکه به کمک شخص زیان دیده بشتایم.	۳۳/۶	۳۲/۸	۱۶/۸	۹/۱	۷/۷	۱۰۰/۱
اگر تصادفی در خیابان رخ دهد، بدون توجه به کمک خواستن، شروع به عکس و فیلم برداری می کنم.	۴۴/۵	۲۱/۸	۱۰/۵	۸/۷	۱۴/۵	۱۰۰/۱
اگر جلوی چشمم دعوایی در خیابان رخ دهد، میانجی گری می کنم.	۱۷/۱	۱۸/۹	۳۴/۱	۱۸/۶	۱۱/۳	۱۰۰/۱
کلاً نسبت به جریانات و اتفاقاتی که در جامعه رخ می دهد، بی اعتنا هستم.	۳۷/۶	۳۲/۷	۱۴/۸	۱۰/۰	۴/۹	۱۰۰/۱

جدول زیر نشان می‌دهد در زمانی که دانشجویان از فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کردند، بیشتر چه فعالیت‌هایی انجام می‌دهند. اطلاعات زیر نشان می‌دهد که ۷۰ درصد از دانشجویان کمتر از یک ساعت از وقت خودشان را صرف افزایش اطلاعات عمومی، ۱۲/۴ درصد تقریباً دو ساعت از وقت خود را صرف افزایش اطلاعات علمی، ۶۶/۳ درصد کمتر از یک ساعت از شبکه‌های اجتماعی برای سرگرمی و حدوداً ۴۰ درصد کمتر از یک ساعت برای پیگیری مسابقات ورزشی از شبکه‌های اجتماعی و اینترنت استفاده می‌کردند.

جدول ۵. توزیع فراوانی نسبی نوع استفاده از فضای مجازی توسط دانشجویان

مأخذ: داده‌های تحقیق

کمتر از ۵۹ دقیقه	از ۶۰ تا ۱۱۹ دقیقه	بین ۱۲۰ تا ۱۷۹ دقیقه	بین ۱۸۰ تا ۲۳۹ دقیقه	بین ۲۴۰ تا ۳۰۰ دقیقه	بیشتر از ۳۰۰ دقیقه
۷۰/۱	۱۶/۷	۱/۳	۳	۲/۲	۸/۹
۶۵/۱	۱۲/۴	۷/۸	۳/۵	۳/۲	۷/۸
۶۶/۳	۱۲/۹	۵/۱	۳/۲	۲/۲	۱۰/۰
۳۹/۱	۲۱/۳	۵/۴	۱۰/۲	۱۲/۷	۱۰/۸

آمار استنباطی فرضیه‌هایی که هم‌بستگی بین برخی متغیرها با بی‌تفاوتی اجتماعی را بررسی کرده‌اند، در جدول زیر آمده است.

جدول ۶. رابطه فعال بودن در استفاده از شبکه‌های اجتماعی

مأخذ: داده‌های تحقیق

بی‌تفاوتی اجتماعی			
جمع کل	ضریب هم‌بستگی	سطح معناداری	

فعال بودن	۳۶۱	۴۰۳/۰	۰۰۰/۰
سابقه استفاده	۳۶۱	۰/۰۲۹	۰/۵۸
استفاده از شبکه‌ها برای اطلاعات عمومی	۳۶۱	۰/۱۰۹*	۰/۰۴
افزایش اطلاعات علمی	۳۶۱	۰/۱۷۰**	۰/۰۰
استفاده از شبکه‌ها برای سرگرمی	۳۶۱	۰/۱۹۵**	۰/۰۰۰
پیگیری مسابقات ورزشی	۳۶۱	۰/۱۲۸*	۰/۰۱

درخصوص فرضیه وجود رابطه بین فعال بودن در استفاده از شبکه‌های اجتماعی و بی تفاوتی اجتماعی، این نتیجه حاصل شده است: نتیجه ضریب هم‌بستگی پیرسون نشان‌دهنده رد شدن فرض صفر و تأیید وجود رابطه معنادار (با شدت ۰/۴۰۳) بین فعال بودن در استفاده از شبکه‌های اجتماعی و بی تفاوتی اجتماعی است. این فرضیه با اطمینان ۹۹ درصد تأیید شده است و نشان می‌دهد هرچه دانشجو بیشتر در شبکه‌های اجتماعی فعال‌تر و مشارکت بیشتری داشته باشد، میزان بی تفاوتی او نیز افزایش پیدا می‌کند.

درخصوص رابطه میزان سابقه استفاده از فضای مجازی و بی تفاوتی، جدول فوق نشان می‌دهد که صرفاً سابقه استفاده از اینترنت و شبکه‌های اجتماعی با میزان بی تفاوتی دانشجو ارتباطی ندارد. بنابراین، فرضیه تحقیق رد و فرض صفر پذیرفته می‌شود.

نتیجه ضریب هم‌بستگی پیرسون مدت زمان استفاده در ابعاد مختلف شبکه‌های اجتماعی که در جدول فوق نشان داده شده است، چنین بیان می‌کند که مدت زمان نوع مصرف رسانه‌ای با میزان بی تفاوتی دانشجو ارتباطی دارد. بنابراین، فرضیه تحقیق پذیرفته و فرض صفر رد می‌شود. این فرضیه در نوع مصرف اطلاعات عمومی و مسابقات ورزشی با اطمینان ۹۵ درصد و برای مصرف اطلاعات علمی و سرگرمی با اطمینان ۹۹ درصد تأیید شده است.

جدول زیر نتیجه آزمون تی دو نمونه مستقل است که میزان بی تفاوتی را بین دختران و پسران می‌سنجد، نتایج نشان داد دختران با میانگین (۱۰۵/۹۳) بی تفاوت‌تر از پسران با میانگین (۱۰۱/۵۴) هستند و میزان بی تفاوتی اجتماعی بر حسب جنسیت تفاوت معناداری دارد.

جدول ۷. وضعیت بی تفاوتی اجتماعی بر حسب جنسیت

مأخذ: داده های تحقیق

سطح معنی داری	مقدار تی	پسران		دختران		بی تفاوتی اجتماعی
		میانگین نمره	فراوانی	میانگین نمره	فراوانی	
۰/۰۰	۲/۲۴	۱۰۱/۵۴	۱۵۹	۱۰۵/۹۳	۱۹۳	

درخصوص فرضیه وجود تفاوت در میزان بی تفاوتی بر حسب تحصیلات افراد، نتیجه آزمون آنوا نشان داد که میزان بی تفاوتی افراد بر حسب سطح تحصیلات فرد تفاوت معناداری دارد ($p < 0.03$). همچنین، نتیجه آزمون تعقیبی توکی نشان داد تفاوت بین مقطع تحصیلی لیسانس و فوق لیسانس باعث تأیید این فرضیه شده است. بررسی فرضیه تفاوت میزان بی تفاوتی بر حسب دانشکده‌ها نیز نشان داد با اطمینان ۹۹ درصد تفاوت معناداری در میزان بی تفاوتی دانشجویان علوم انسانی با دانشجویان علوم پایه و کشاورزی وجود دارد و منجر به تأیید این فرضیه شده است.

برای نشان دادن وضعیت اشتغال افراد و ایجاد تفاوت معنادار در میزان بی تفاوتی اجتماعی از آزمون تی برای دو نمونه مستقل استفاده شد و نتیجه نشان داد که با اختلاف زیادی بی تفاوتی اجتماعی در بین بیکاران بیشتر از شاغلین است.

جدول ۸. وضعیت بی تفاوتی اجتماعی بر حسب وضعیت شغلی

مأخذ: داده‌های تحقیق

سطح معنی داری	مقدار تی	بیکار		شاغل		بی تفاوتی اجتماعی
		میانگین نمره	فراوانی	میانگین نمره	فراوانی	
۰/۰۰	-۴/۲۴	۱۱۰/۲۷	۱۰۱	۱۰۰/۲۱	۱۴۱	

تحلیل رگرسیونی متغیرهای مستقل تحقیق نشان داد این متغیرها می‌توانند ۱۷.۴ درصد از تغییرات بی تفاوتی اجتماعی را تبیین کنند؛ در حالی که بین این متغیرها، استفاده از شبکه‌های

اجتماعی برای سرگرمی با بتایی برابر با ۰.۱۲۱. بیشترین اثر را بر بی تفاوتی اجتماعی دانشجویان دارد.

۵. نتیجه گیری و پیشنهادها

آنچه گذشت، مطالعه‌ای درباره تأثیر فضای مجازی بر بی تفاوتی اجتماعی بود با هدف این نکته که گسترش فضای مجازی در سطح جامعه و همچنین بی تفاوتی اجتماعی که اغلب در جامعه دیده شده است که مصادیقی از آن در بیان مسئله آورده شد، می‌تواند ارتباطی با هم داشته باشند یا خیر؟

یافته‌های آماری این تحقیق نشان داد که سطح بی تفاوتی دانشجویان پایین‌تر از حد متوسط طیف است. درباره ارتباط متغیرهای زمینه‌ای با بی تفاوتی، داده‌ها نشان دادند زنان و بی‌کاران بی تفاوتی بیشتری را نسبت به مردان شاغل تجربه می‌کنند و نیز میزان بی تفاوتی در بین دانشجویان کارشناسی و کارشناسی ارشد تفاوت معناداری دارد. همچنین دانشجویانی که در رشته‌های علوم انسانی تحصیل می‌کنند سطح بی تفاوتی بالاتری نسبت به سایر رشته‌ها دارند.

با توجه به مقوله بی تفاوتی اجتماعی به عنوان یک متغیر وابسته در این تحقیق و تأثیر فضای مجازی بر آن، این نتیجه به دست آمد که یکی از موضوعات که در بین دانشجویان وجود دارد و با آن درگیر بوده و مقوله بی تفاوتی اجتماعی بود که تا حدودی این بحث را به عموم افراد جامعه نیز تعمیم داد. بی تفاوتی اجتماعی نشان می‌دهد که افراد بیگانه‌شده، با توسل به ایده شیء‌واره شده خود، محرک مناسب را در جهت تغییرات نگرشی و تحولات تمایلاتی خود ایجاد کرده‌اند که می‌توان زمینه را برای شکل‌گیری بحران مشارکت و یا جهت‌گیری مثبت و منفی این افراد در فرایندهای اجتماعی فراهم کرد.

به غیر از متغیرهای زمینه‌ای، در این تحقیق از سه متغیر استفاده شده است تا تأثیر آنها را بر بی تفاوتی اجتماعی بسنجد. نتایج حاصل از بررسی داده‌ها به قرار زیر است:

فعال‌بودن در استفاده از شبکه‌های اجتماعی، یکی از متغیرهایی بود که تأثیر آن بر بی‌تفاوتی اجتماعی بررسی و مشخص شد. اثر این متغیر بسیار جدی‌تر و مهم‌تر از سایر متغیرهاست. به‌طوری‌که هرچه شخص بیشتر در شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی مشارکت فعال‌تری داشته باشد و به‌صورت منفعلانه با محتوای این شبکه‌ها برخورد نداشته باشد، میزان بی‌تفاوتی بیشتری را تجربه می‌کند. نتایج تحقیق همسو با دیدگاه زیمل است؛ بنابر نظریه زیمل درباره فضای زندگی مدرن، در آشناگردی اینترنتی دنیای امروز نیز افراد فعالانه از این فضا استفاده می‌کنند، هیچ‌کسی طرف مقابلش را نمی‌شناسد و تعهدی نسبت به رابطه‌ای که برقرار کرده است ندارد؛ به بیانی دیگر، این آشناگردی اینترنتی باعث گسترش فردیت‌گرایی در جامعه امروزی شده است که بی‌تفاوتی مدنی را از کلیه قیود مکانی کالبدداشتگی آن آزاد کرده است و همین باعث توسعه یک نوع بی‌تفاوتی اجتماعی می‌شود.

سابقه استفاده از شبکه‌های اجتماعی، یکی دیگر از متغیرهایی بود که تأثیر آن بر بی‌تفاوتی اجتماعی بررسی شد. با توجه به اطلاعات به دست آمده از تحلیل داده‌ها، متغیر میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی تأثیری بر بی‌تفاوتی اجتماعی نداشت. نتایج تحقیق همسو با مطالعه جمشیدی و همکاران (۱۴۰۰) نیست. شاید بتوان دلیل این ناهم‌خوانی را به تفاوت‌های فاحش زمانی و مکانی جامعه آماری دو مطالعه نسبت داد. تحقیق جمشیدی در سال ۱۳۹۸ در بین شهروندان منطقه ۱ و ۲ تهران و این مطالعه، در سال ۱۴۰۰ در بین دانشجویان دانشگاه یاسوج صورت گرفته است. خلاصه در این تحقیق این است که، اینکه افراد به چه مدت با شبکه‌های مجازی آشنایی دارند و از آنها استفاده می‌کنند، اثری بر بی‌تفاوتی اجتماعی آنها نداشت.

آخرین متغیر نوع مصرف رسانه‌ای بود که رابطه‌ای مثبت و مستقیم با بی‌تفاوتی اجتماعی دارد. مصرف رسانه‌ای متغیر تأثیرگذاری است، اینکه از شبکه‌های اجتماعی در چه راستایی استفاده می‌شود، بحث مهمی است. نتیجه تحقیق با مطالعه فتحی و جعفری (۱۳۹۶) همخوانی دارد، نوع مصرف رسانه‌ای تأثیر مهمی بر تغییر سبک زندگی افراد دارد. بی‌تفاوتی اجتماعی را می‌توان سبک زندگی جدیدی دانست که محصول جامعه مدرن و پسا مدرن است. دی فلور و

بال روکیچ^۱ در الگوی خویش درباره وابستگی و نحوه استفاده از رسانه‌ها براین باورند که شرط مهم برای بروز اثرات، میزان وابستگی و نوع استفاده به بعضی رسانه‌های ارتباطی است، مجرایی که مردم برای به دست آوردن اطلاعات مهم نسبت به آن احساس وابستگی می‌کنند و اینکه چگونه استفاده می‌کنند، توان بیشتری برای ایجاد اثرات دارد، تا مجرایی که تفاوتی با مجاری دیگر ندارد و اطلاعاتی که فراهم می‌کند فاقد اهمیت است. هرچند این نتیجه در سطح آزمون روابط هم‌بستگی تأیید شد؛ اما در برآوردهای رگرسیونی این نتیجه با شدت کمتر و در فاصله اطمینان پایین‌تری دیده شد.

براساس داده‌های این تحقیق و براساس نظریه ساختاربندی گیدنز، فعالیت بازاندیشانه و مشارکت‌جویانه کنشگران در فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی و حضور مستمر و پرنرنگ آنها در فضای مجازی باعث می‌شود که احتمال تأثیرپذیری آنها از فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی را بیشتر کند؛ ولی فعالیت منفعلانه و کمتر و غیر مشارکت‌جویانه یا گذری در فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی باعث تولید کمتر معنا توسط کنشگران و نهایتاً تأثیرپذیری کمتر توسط کاربران فضای مجازی خواهد بود.

در مجموع نتایج به دست آمده از متغیرهای تحقیق تأیید کننده دیدگاه‌های فرژن و دریفوس است؛ چنانکه معتقدند فضای مجازی می‌تواند افراد را از تماس‌های اجتماعی محروم و ارتباطات اجتماعی را کم کند و نهایتاً موجب بی‌تفاوتی اجتماعی شود. نخست آنکه این پتانسیل در اینترنت وجود دارد که تعاملات مجازی را جایگزین تماس‌های اجتماعی حقیقی کند. هرچه انسان به تنوع هم‌جواری مجازی بیشتر توجه کند و بیشتر آن را فراگیرد، وقت کمتری را به کسب و به‌کارگیری مهارت‌های لازم برای هم‌جواری غیرمجازی اختصاص می‌دهد. دریفوس اعتقاد دارد که استفاده از شبکه‌های مجازی، درگیری فرد در دنیای فیزیکی و اجتماعی را کاهش می‌دهد. این امر به نوبه خود، درک فرد از واقعیت و از معنای زندگی خودش را کاهش می‌دهد. درحقیقت به نظر می‌رسد هرچه بیشتر از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنیم، ما را به

1. Deflorcand Rokich

درون دنیای غیر واقعی، تنها و بی‌معنای آنهایی می‌کشاند که می‌خواهند از همهٔ دردسرها، بگریزند و انسان‌ها را تبدیل به افرادی بی‌تفاوت نسبت به محیط و مسائل اجتماعی می‌کند. نتایج این تحقیق هم به‌نوعی بر این دیدگاه صحه گذاشت به این صورت که مشخص شد هرچه افراد درگیری بیشتری با دنیای واقعی داشته باشند مثلاً به لحاظ شغلی، شاغل باشند میزان بی‌تفاوتی کمتری را تجربه می‌کنند و برعکس این حالت غرق شدن در فضای مجازی و به‌ویژه نه صرف وقت‌گذراندن منفعلانه در آن؛ بلکه فعال‌بودن در آن می‌تواند به بی‌تفاوتی بیشتر منجر شود. این قضیه با توجه به گستردگی استفاده از شبکه‌های اجتماعی در بین ایرانیان و به‌ویژه دانشجویان به‌عنوان قشر آینده‌ساز ایران بسیار مهم می‌نماید و حتماً باید برای خنثی‌کردن این وضعیت چاره‌ای اندیشیده شود؛ چرا که این مسئله می‌تواند منجر به سقوط اخلاقی و اجتماعی در جامعه شود و موجودیت جامعه را تهدید کند.

یافته‌های این تحقیق به‌وضوح نشان می‌دهد که استفاده از شبکه‌های اجتماعی (با هر منظوری) تنها به تغییر نگرش شناختی و یا عاطفی کاربران منجر می‌شود و منتهی به تغییر رفتار و یا کنش مرتبط با آنها نمی‌شود. از این‌رو، به نظر می‌رسد سیاست‌گذاران باید با تکیه بر مطالعات علمی این وضعیت را به‌دقت بررسی کرده و در راستای نحوهٔ به کارگیری شبکه‌های اجتماعی و یا هرگونه برنامه‌ریزی برای ایجاد تغییرات اجتماعی از طریق این شبکه‌ها کاملاً سنجیده عمل کنند.

کتابنامه

۱. استونز، ر. (۱۳۹۳). *متفکران بزرگ جامعه‌شناسی* (ترجمه مهدی میردامادی). چاپ نهم، تهران: مرکز.
۲. اسلوین، ج. (۱۳۸۰). *اینترنت و جامعه* (ترجمه عباس گلیگوری). تهران: کتابدار.
۳. بروجرودی علوی، م.؛ و ایلالی، ح. (۱۳۹۷). پیامدهای زیست مجازی ایرانیان، *فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین*، ۴ (۱۶)، ۷۵-۱۱۰.
۴. بل، د. (۱۳۸۹). *درآمدی بر فرهنگ‌های سایبر* (ترجمه مسعود کوثری و حسین حسینی). تهران: انتشارات جامعه‌شناسان.

۵. ترنر، ج.ا. (۱۳۹۴). *نظریه‌های نوین جامعه‌شناسی* (ترجمه علی اصغر مقدس و مریم سروش). چاپ اول، تهران: جامعه‌شناسان.
۶. توسلی، غ. (۱۳۸۲). *مشارکت اجتماعی در شرایط جامعه آنومیک (رابطه آسیب‌ها و انحرافات اجتماعی با مشارکت اجتماعی)*. تهران: دانشگاه تهران.
۷. جمشید زاده، الف؛ کفاشی، م.؛ میرزایی، خ. (۱۴۰۰). مطالعه جامعه‌شناختی نقش شبکه‌های اجتماعی بر بی‌تفاوتی اجتماعی مطالعه موردی (شهروندان منطقه ۱ و ۲ شهر تهران در سال ۱۳۹۸)، *مطالعات جامعه‌شناختی شهری*، ۱۱(۳۹)، ۳۴-۱.
۸. چیت‌ساز، م.؛ و سالک، س. (۱۳۹۵). بررسی جامعه‌شناختی اثرات شبکه‌های مجازی جدید بر زندگی فردی و اجتماعی (مطالعه موردی شهروندان شهرضا)، *فصلنامه مهندسی فرهنگی*، ۷(۸۶)، ۱۰۵-۱۲۶.
۹. دیلینی، ت. (۱۳۹۲). *نظریه‌های جامعه‌شناسی کلاسیک* (مترجم بهرنگ صدیقی و وحید طلوعی). چاپ هفتم، تهران: نشر نی.
۱۰. ریتزر، ج. (۱۳۸۹). *نظریه جامعه‌شناسی در دوران معاصر* (مترجم محسن ثلاثی). چاپ شانزدهم، تهران: انتشارات علمی.
۱۱. زمیل، گ. (۱۳۵۸). *کلان‌شهر و حیات ذهنی* (ترجمه گیتی اعتماد). چاپ اول، برگرفته از کتاب *گزیده مقالاتی از کتاب مفهوم شهر*، شماره ۱، تهران: نشر ایران.
۱۲. ساروخانی، ب. (۱۳۸۵). *جامعه‌شناسی ارتباطات*. چاپ هفدهم، تهران: اطلاعات.
۱۳. سیدمن، ا. (۱۳۹۲). *کشاکش آرا در جامعه‌شناسی* (مترجم هادی جلیلی). چاپ ششم، تهران: نشر نی.
۱۴. صیادی، پ.، و عطایی، پ. (۱۳۹۶). تحلیل جامعه‌شناختی تأثیر استفاده از اینترنت بر روابط افراد در خانواده (مورد مطالعه: شهر اصفهان)، *فصلنامه علمی - پژوهشی علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد شوشتر*، ۱۱(۲)، ۳۴۲-۳۱۳.
۱۵. ظهیری نیا، م.؛ گلابی، ف.؛ و هدایت ایوریق، ر. (۱۳۹۳). *شناسایی عوامل مؤثر بر بی‌تفاوتی اجتماعی در بین دانشجویان دانشگاه محقق اردبیلی، مطالعات علوم اجتماعی ایران*، ۱۲(۴۵)، ۸۶-۱۲۱.

۱۶. عدلی‌پور، ص. (۱۳۹۱). تبیین جامعه‌شناختی پیامدهای شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت اجتماعی کاربران جوان شهر اصفهان (پایان‌نامه کارشناسی ارشد منتشر نشده). دانشگاه اصفهان، ایران.
۱۷. عدلی‌پور، ص؛ ملکیان، م؛ و حاجیانی، س. (۱۳۹۳). آسیب‌شناسی شبکه‌های اجتماعی مجازی. تهران: پارسینه.
۱۸. عنبری، م؛ و غلامیان، س. (۱۳۹۵). تبیین جامعه‌شناختی عوامل مرتبط با بی‌تفاوتی اجتماعی، بررسی مسائل اجتماعی ایران، ۷(۲)، ۱۵۹-۱۳۳.
۱۹. فتحی؛ ح؛ و جعفری، ع. (۱۳۹۶). رابطه مصرف رسانه‌ای با تغییر سبک زندگی (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی)، فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین، ۳(۹)، ۲۵۵-۲۲۲.
۲۰. قاضی‌زاده، ه و کیانپور، م. (۱۳۹۴). «بررسی میزان بی‌تفاوتی اجتماعی در بین دانشجویان (مورد مطالعه: دانشگاه اصفهان)»، فصلنامه پژوهش‌های راهبردی امنیت و نظم اجتماعی، سال چهارم، شماره پیاپی ۹، شماره اول: ۷۸-۵۹.
۲۱. کرایب، ی. (۱۳۸۸). نظریه اجتماعی مدرن از پارسونز تا هابرماس (ترجمه عباس مخبر). تهران: نشر آگه.
۲۲. کوزر، ل. (۱۳۸۹). زندگی و اندیشه بزرگان جامعه‌شناسی (ترجمه محسن ثلاثی). چاپ شانزدهم، تهران: انتشارات علمی.
۲۳. گیدنز، آ. (۱۳۸۶). جامعه‌شناسی (ترجمه حسن چاوشیان). تهران: نشر نی.
۲۴. محسنی تبریزی، ع؛ و صداقتی فرد، م. (۱۳۸۹). پژوهشی درباره بی‌تفاوتی اجتماعی در ایران (مورد پژوهش شهروندان تهرانی)، جامعه‌شناسی کاربردی، ۲۲(۴۳)، ۲۲-۱.
۲۵. مددپور، م. (۱۳۸۳). هیوبرت دریفوس و ستیز نظری با تکنولوژی اطلاعات و اینترنت، کلیات کتاب ماه، ۷۹(۳)، ۷۸-۸۱.
۲۶. مسعود نیا، ا. (۱۳۸۰۹). تبیین جامعه‌شناختی بی‌تفاوتی شهروندان در حیات سیاسی و اجتماعی، مجله اطلاعات سیاسی-اقتصادی، (۱۶۷-۱۶۸)، ۱۶۵-۱۵۲.
۲۷. مصلحی نیک، ف؛ و حاجیانی، الف. (۱۳۹۵). بررسی تأثیر فضای مجازی بر همدلی اجتماعی دانشجویان، فصلنامه راهبرد فرهنگی، ۶(۲۲)، ۳۵۵-۳۳۱.

۲۸. مک کوایل، د. (۱۳۸۵). *نظریه ارتباطات جمعی* (مترجم پرویز اجلالی). چاپ دوم، تهران: دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌های.

۲۹. مهدی زاده، م. (۱۳۸۹). *نظریه‌های رسانه: اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی*. چاپ اول، تهران: نشر همشهری.

۳۰. نوابخش، م؛ و میرزاپوری ولوکلا، ج. (۱۳۹۴). تحلیل جامعه‌شناختی تأثیر بی‌هنجاری بر بی‌تفاوتی اجتماعی (مورد مطالعه: شهروندان شهر بابل)، *مجله مطالعات توسعه اجتماعی ایران*، ۷(۳)، ۶۷ - ۵۳.

۳۱. وب سایت شورای عالی فضای مجازی، (۱۳۹۶). عوامل-مشوق-فعالیت-شرکت‌های-خارجی-در-فضای-مجازی شورای عالی فضای مجازی، بازیابی شده در تاریخ ۱۱(۵)، از majazi.ir/general_content/82068

۳۲. وب سایت مشرق نیوز، (۱۳۹۷). آخرین آمار کاربران فضای مجازی در ایران [اخبار]. بازیابی شده در تاریخ ۳۱(۲) از <https://www.mashreghnews.ir/news/850425>

۳۳. ویندال، س؛ سیگنپترز، ب؛ و جین، الف. (۱۳۸۷). *کاربرد نظریه‌های ارتباطات* (ترجمه علیرضا دهقان). تهران: جامعه‌شناسان.

۳۴. هدایتی، ع؛ زینی وند، ی؛ و رسول‌زاده اقدام، ص. (۱۳۹۵). آسیب‌شناسی شبکه‌های اجتماعی مجازی موبایل محور در زمینه تربیت دینی (مورد مطالعه: دانش آموزان مقطع متوسطه شهر تبریز)، *مطالعات جامعه‌شناختی*، ۸(۳۱)، ۴۵ - ۲۳.

۳۵. یزدانپناه، ل؛ و حکمت، ف. (۱۳۹۲). بررسی عوامل مؤثر بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی جوانان (مطالعه دانشجویان دانشگاه شهید باهنر کرمان)، *مجله مطالعات اجتماعی ایران*، ۸(۲)، ۱۵۰-۱۲۷.

36. Viaznikova, L..F., Olga, M.O., Svetlana,v., Saltseva, M. S.F., Olga, N.B., Anna, S., Streltsova, I.V., Sivova,. T.I., (2019). Reasons if Student Social Apathy. *Humanities & Social Sciences Reviews*,7(4), 1248-1254.

37. Mason.,D.S.(1991). Apathy and the Birth of Democracy: The Polish Struggle. *East European Politics and Societies*, 5(2), 205-233.

38. Kline, R. (2014). Supermajority voting social indifference and status quo constraints. *Journal of Theoretical Politics*, 26(2), 312- 330
39. Chong, T.T.J. (2020). Definition: Apathy. *Cortex*. 128, 326-327
40. Karoubi, M., & Ferdowsi, S., (2021) Impact of Perceived Social Apathy on Tourists' Behavioral Intentions, *Journal homepage. Leisure Studies*, 40(5), 628-644.
41. Zuboff, s., (2019). *The age of surveillance capitalism*. publca Affairs.
42. Mehdi Karoubi; Sajad Ferdowsi;. (2021). Impact of Perceived Social Apathy on Tourists' Behavioral Intentions . *Leisure Studies*, (), -. doi:10.1080/02614367.2021.1888308



Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY 4.0)

بررسی رابطه بین بازی‌های بومی و محلی بر هویت فرهنگی و اجتماعی شهروندان استان خوزستان

زهرا هدایت‌نیا (کارشناس ارشد مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی، دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران)

zhn7798@yahoo.com

اسماعیل ویسیا (استادیار، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی، دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران، نویسنده مسئول)

vaysia@scu.ac.ir

مریم کریمی (استادیار، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی، دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران)

m.karimi@scu.ac.ir

چکیده

بازی‌های بومی و محلی، یکی از شاخصه‌های اجتماعی-فرهنگی است که حاصل تلفیق شرایط زیست‌محیطی و باورهای قومی این مرز و بوم است. پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و جمع‌آوری داده‌ها به صورت الکترونیکی انجام شد. جامعه آماری، کلیه افراد رده سنی ۱۷ تا ۶۵ سال ساکن استان خوزستان بودند که با فرمول کوکران، نمونه آماری ۳۸۴ نفر تعیین شد. داده‌ها به وسیله پرسش‌نامه محقق‌ساخته بازی‌های بومی و محلی با ۱۴ گویه، پرسش‌نامه استاندارد هویت فرهنگی طاهری (۱۳۹۲) با ۲۹ گویه و هویت اجتماعی صفاری‌نیا و روشن (۱۳۹۰) با ۲۰ گویه جمع‌آوری شد و با ضریب پایایی ۰/۸۸ و با روش آماری استنباطی معادلات ساختاری روش مربعات جزئی تجزیه و تحلیل شدند. یافته‌ها نشان داد، بار عاملی تمامی گویه‌ها به جز سه گویه (۳، ۳۲، ۴۶) بزرگ‌تر از ۰/۴ بود که نشان از مناسب بودن این معیار داشت. همچنین، مقدار t به دست آمده برای تمام گویه‌ها به جز همان سه گویه، بزرگ‌تر از ۱/۹۶ است که حاکی از تأثیر معناداری آنها در سطح اطمینان ۰/۹۵ داشت و نشان داد که بازی‌های بومی و محلی، تأثیر مثبت و معناداری بر هویت فرهنگی و اجتماعی شهروندان دارد. بنابراین، بازی‌های محلی به عنوان میراث گران‌بهای فرهنگی نسل‌های گذشته می‌تواند نقش ویژه‌ای در احیاء هویت فرهنگی و

نشریه علوم اجتماعی دانشگاه فردوسی مشهد، سال بیست و یکم، شماره ۲، تابستان ۱۴۰۳، شماره پیاپی ۴۸، صص ۱۴۷-۱۰۹

تاریخ تصویب: ۱۴۰۲/۱۰/۱۳

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۲/۱۰/۰۹

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۵/۲۲

اجتماعی اقوام مختلف ساکن در استان داشته و درواقع با توجه مستمر و هدفمند به این بازی‌ها از سوی نهادهای مربوط و دست‌اندرکار، می‌توان ضمن ارتقاء سلامتی و تندرستی و افزایش سطح بهره‌وری، جامعه را از آسیب و بیماری بحران هویتی که امروزه بحران فرهنگی و تعارض نسلی نشانه‌های بارز این آسیب‌ها هستند، در امان نگه داشت.

واژگان کلیدی: هویت فرهنگی، هویت اجتماعی، بازی، بومی و محلی، استان خوزستان.

۱. مقدمه

فعالیت بدنی، حرکت و جنبش جزء جدایی‌ناپذیری از حیات بشر در طول تاریخ بوده که ریشه در سرشت او دارد و عاملی برای رشد و سلامت انسان است. در میان ابعاد مختلف حیات اجتماعی، فعالیت بدنی و حرکت موجب سازماندهی اجتماعی، پویایی گروهی، نمایاندن خرده‌فرهنگ‌ها و تعامل افراد با یکدیگر می‌شود و در این زمینه مؤلفه دیگری را نمی‌توان تا بدین حد پویا و گسترده یافت. درواقع، انسان‌ها شیوه رفتاری خود را در تعامل با حرکت و محیط اطرافشان می‌آموزند (ویسیا، هدایت‌نیا و غفاری پور، ۱۴۰۱: ۱۲). ورزش برخاسته از فرهنگ هم‌زیستی و علائق جمعی جامعه است و می‌تواند مانند یک پدیده اجتماعی، پیوندهای تاریخی یک ملت را احیاء کرده و منجر به تحریک روحیه قومی، ملی، هم‌بستگی و وفاق ملی شود (جدیدی، لبیبی، قدیمی، ۱۴۰۰: ۱۰۲). بازی‌های بومی و محلی به‌عنوان گونه‌ای از فعالیت بدنی و ورزش، فقط در منطقه و یا محلی خاص اجرا شده و عمدتاً متأثر از آب و هوا و زبان همان منطقه هستند (اندام، عسکری و سلیمی، ۱۳۹۴: ۵۷). بازی‌های محلی میراثی از نسل گذشته بوده و با طبیعت زندگی بشر هم‌خوانی دارند (دامانیک و سیناگا^۱، ۲۰۲۰، ۱۰۵۹). این بازی‌ها ریشه در فرهنگ ملی یک کشور داشته و منحصرأ در یک منطقه خاص مطرح هستند؛ اما دراین‌بین ممکن است از آن منطقه و یا از مناطق دیگر نشئت گرفته باشند (طاهرپور، ۱۳۹۵: ۳).

بازی‌های بومی و محلی به‌عنوان آداب و رسوم ملل مختلف، گنجینه‌های باارزش و پرمفهومی از فرهنگ، اخلاق و اجتماع بوده که در گذر زمان شکل گرفته و پس از

فرازونشیب‌های بسیار به دست مردمان امروز همان قوم رسیده‌اند. در کشور ما، این گنجینه‌ها شامل سنت‌ها و فرهنگ غنی ایران هستند که علاوه بر پرورش جسم، به ارزش‌ها و خصایل اخلاقی نیکو توجه فراوانی داشته‌اند (طاهرپور، ۱۳۹۵: ۲).

ازجمله مهم‌ترین کارکردها و مفاهیم که بازی‌های بومی و محلی را تبدیل به فرصتی برای پرورش و ساخت نیروی انسانی سالم از نظر روانی علاوه بر جنبه جسمانی، چه در سطح ملی و چه در سطح بین‌المللی کرده است، ارزش‌های مورد توجه درباب دو مقوله هویت فرهنگی و اجتماعی هستند (پاپ‌زن، آگهی و شاه‌مرادی، ۱۳۹۵: ۹۴).

درواقع انسان‌ها در جهان خالی از معنا همواره به دنبال منابع معنا ساز مؤثری مانند دین، نژاد، جنسیت و ملیت بوده‌اند و از این طریق می‌کوشند هویتی متمایز برای خود ایجاد کنند. هویت به مثابه شناسنامه و اسم افراد عمل می‌کند (احمدپور، ۱۳۹۶: ۴).

هویت فرهنگی نیز یکی از ابعاد هویت و مجموعه‌ای از ارزش‌ها، سمبل‌ها و ... است که سبب شناخته شدن فرد و جامعه و متمایز کردن آنها از دیگر افراد و جوامع می‌شود و شامل مجموعه‌ای از خصوصیات فرهنگی است که ما را به عنوان افراد، گروه‌ها یا جوامع تعریف می‌کند. منظور از هویت فرهنگی، دریافتی از خویشتن است که از عضویت (چه رسمی و چه غیر رسمی) در یک گروه اجتماعی بر مبنای انتقال و پرورش دانش، باورها، ارزش‌ها، نگرش‌ها، سنت‌ها و شیوه‌های زندگی معین و مشترک بین اعضا مشتق شده باشد (آگاهی، ۱۳۸۶: ۹۴).

هویت فرهنگی، منشأ خودشناسی شخصیتی، ملی و اجتماعی است و براساس مرزهای اجتماعی، جغرافیایی و سیاسی تعیین می‌شود و در عصر جهانی شدن که با نابودی نقشه فرهنگی جهان مواجه هستیم، از اهمیت بسیاری برخوردار است (قاسمی، ۱۴۰۰: ۹۰).

هویت فرهنگی یک ملت، نتیجه خودآگاهی نسبت به انباشت‌های تاریخی از تجربه فرهنگی همان ملت است که در طول سالیان دراز صورت گرفته و کشور ما نیز با توجه به تاریخ و تمدن چند هزارساله‌اش و با وجود اقوام مختلف و مشترکات فراوانشان، هویت فرهنگی یکپارچه‌ای را شکل داده است. تقسیم‌بندی هویت فرهنگی شامل زبان،

دین، جغرافیای فرهنگی، تاریخ و حافظه تاریخی و نظام اجتماعی است (مرادی، ۱۳۹۴: ۱۱۶).

حسن و بابان^۱ (۲۰۱۸) در پژوهش خود دریافته‌اند که ورزش همچون یک ابزار هویتی برای حفظ فرهنگ در میان تنوع قومیتی است و موجب حفظ هویت فرهنگی از راه زبان، نمادگرایی و به نمایش گذاشتن آداب و رسوم در مراسمات افتتاحیه مسابقات و رویدادهای ورزشی می‌شود. همچنین، برون^۲ (۲۰۲۰)، هویت اجتماعی را احساسی بیان کرد که افراد براساس عضویت در گروه تجربه می‌کنند. طبق نظر وی، گروه‌هایی که افراد در آن عضویت دارند و خود را متعلق به آنها می‌دانند، منبع مهم کسب عزت نفس و احساس ارزشمندی هستند. هویت اجتماعی مانند بیشتر حوزه‌های حیات اجتماعی، بر ساخته از الگوهای نظام فرهنگی، اجتماعی و چهارچوب‌های عام نظام هستی‌شناختی است که در چهارچوب پنداشت‌ها و تصورات رایج از نظم و تعاملات اجتماعی تعریف می‌شود (زند، فرجی و طاعتی کواریم، ۱۴۰۲: ۴).

هویت اجتماعی در وسیع‌ترین معنا، هر نوع رفتار یا نگرشی است که از طریق تجربه حال یا گذشته، از رفتار سایر مردم تأثیر پذیرفته باشد یا اشاره به رفتاری است که به سوی سایر مردم جهت‌گیری شده باشد. هویت اجتماعی و گروهی، مجموعه‌ای از خصوصیات و مشخصات اجتماعی، فرهنگی، روانی، فلسفی، زیستی و تاریخی همسانی است که بر یگانگی یا همانندی اعضای آن دلالت می‌کند و آن را در یک ظرف زمانی و مکانی معین، به‌طور مشخص، قابل قبول و آگاهانه، از سایر گروه‌ها متمایز می‌سازد (کاسپاچانه و همکاران، ۲۰۲۱: ۶).

هویت اجتماعی مبتنی بر سه عنصر است: ۱- همانندی و هماهنگی شخصیت اجتماعی با فراخود فرد و بخش ذهنی و پندارهای مقوم گروه و نیز استقرار وی در پایگاهی معین؛ ۲- آگاهی و اعتقاد فرد از تعلق به گروه اجتماعی معین و ارزش و اهمیت عاطفی این

1. Hasan & Baban
2. Brown

عضویت برای فرد؛ ۳- پیدایی تعهد و احساس مسئولیت برای ایفای نقش‌های محول در کلیه ساختارهای اجتماعی (خواجه نوری و همکاران، ۱۳۹۳: ۹۶).

ترنر^۱ (۱۹۹۹) در این باره بیان می‌کند که افراد، عضویت در یک گروه اجتماعی را به عنوان تعریفی از خود پنداشته و بر همین اساس به خودپنداری شخصی براساس عضویت در گروه‌ها دست یافته و در نتیجه به هویت اجتماعی خاص خود در جامعه می‌رسند (محرم‌زاده و سیوان نوری، ۱۳۹۹: ۱۹۷). هویت در نگرش و احساسات افراد شکل می‌گیرد؛ اما بستر و نمود آن را زندگی جمعی مهیا می‌کند؛ به همین دلیل هویت اجتماعی جدای از زندگی اجتماعی افراد معنا و مفهومی ندارد. هرکدام از آحاد جامعه شخصیت جداگانه و منحصر به فردی دارند؛ اما فرایند اجتماعی شدن و جامعه‌پذیری را طی مراحل گوناگون می‌آموزند (رئوفی، ۱۳۸۹ به نقل از عباسی مقدم، اسمعیلی، زرگر، ۱۴۰۰: ۳۲). از جمله ابعاد هویت اجتماعی باید به مذهب، قومیت، ملیت و سبک زندگی اشاره کرد (مرادی، ۱۳۹۴: ۱۱۱). مک اینتایر^۲ (۲۰۲۱) در پژوهش خود دریافت، زمانی که نوجوانان پسر تیم راگی به درک مناسبی از هویت اجتماعی در تیم برسند، میل زیادی به برداشته و به مقابله با تأثیرات منفی ناشی از باخت خواهند پرداخت. همچنین، ارتباط خوبی با همسالان و روابط دوستانه‌ای با آنها خواهند داشت. به صورت کلی، ورزش و فعالیت بدنی ماهیتی اجتماعی-فرهنگی داشته و پیوند عمیق آن با اجتماع و مردم، منجر به تغییرات اجتماعی و انتقال مفاهیم فرهنگی خواهد شد (شعبانی بهار و مقبولی، ۱۳۹۲: ۷۸).

در همین راستا، پرورش هویت و ارزش‌های اجتماعی، منجر به بروز رفتارهای مطلوب انسانی و رشد شخصیت اجتماعی افراد خواهد شد. علاوه بر این، ارزش‌های فرهنگی نشان دهنده هویت فرهنگی مردم یک کشور در طول تاریخ است؛ به همین دلیل بازی‌های بومی و محلی به عنوان ابزاری کارا منجر به القای هویت فرهنگی و هویت اجتماعی برای افراد جامعه خواهد شد (پاپ زن، آگهی و شاهمرادی، ۱۳۹۵: ۹۵).

1. Turner

2. McIntyre

برای مثال، بازی‌های بومی که امروزه در سرتاسر کشور از جمله مناطق روستایی کشور رواج دارند، پیوند عمیقی با عناصر فرهنگی و اجتماعی مردم همان منطقه داشته و نباید از پیوند این بازی‌ها با مناسک و ارزش‌های دینی غافل شد (رحمتی و عباس‌زاده، ۱۳۹۴: ۶۲). لی و وانگ^۱ (۲۰۲۱) در پژوهش خود دریافتند که بازی‌های بومی و محلی رایج در کشور چین، موجب افزایش هویت قومی و فرهنگی شده و مناطقی که بازی‌ها در آنها رواج دارند از ثبات و هویت اجتماعی بیشتری برخوردارند. بازی‌های بومی و محلی به عنوان گنجینه فرهنگی ایران در پهنه ورزش از مهم‌ترین ابعاد فرهنگ مردم هر منطقه به شمار آمده و با شناخت بازی‌ها می‌توان به ویژگی‌های فرهنگی مردم هر منطقه پی برد (اصدقی، ۱۳۹۸: ۳۲). با بررسی پیشینه‌های مختلف مشخص شد که باید به مسئله هویت در حوزه بازی‌های سنتی با رویکردی کارآمد برای پیوند ابعاد اجتماعی-فرهنگی ورزش نگاه کرد و بین ورزش و علوم اجتماعی که مرتبط با ساختارهای اجتماعی در جامعه هستند پیوندی ناگسستنی برای تقویت نظام ورزش ایجاد کرد تا تکثر قومیتی منجر به هویت‌بخشی در گستره جغرافیایی کشور شود. تکثر و تنوع قومیتی و وجود خرده‌فرهنگ‌ها در استان خوزستان، می‌تواند باعث بروز شکاف منزلتی در میان اقوام شده و بازی‌های بومی و محلی منجر به همگرایی و عدم بروز چالش در این زمینه می‌شود. امروزه جهانی‌شدن یکی از پدیده‌هایی است که می‌تواند منجر به از هم پاشیده شدن مرزهای فرهنگی یک ملت شود و نباید از این موضوع غافل شد (احمدپور، ۱۳۹۶: ۳). همچنین، برخورداری از هویت فرهنگی قوی، می‌تواند به عنوان حائلی در برابر اثرات تهاجم فرهنگی کشورهای استعمارگر و شکاف بین نسلی عمل کند (مک‌کورت^۲، ۲۰۲۱: ۵).

بازی‌های بومی و محلی نقش تأثیرگذاری در حفظ خرده‌فرهنگ‌ها داشته باشد و باید در سیاست‌گذاری کلان جایگاه ویژه‌ای برای آنان در نظر گرفت؛ به همین دلیل سیاست‌گذاران فرهنگی کشور می‌توانند با تکیه بر این میراث کهن، اصالت و ارزش‌های

1. Li & Wang
2. Mc court

اجتماعی گذشته را احیاء کرده و این امر با توجه به تنوع فرهنگی گسترده و گستره اقوام مختلف در استان خوزستان نمود و بروز بیشتری دارد (دهواری، ۱۳۹۹: ۱۳).

به علاوه، دولت‌ها می‌توانند با تدوین سیاست‌های ورزشی مناسب منجر به تقویت فرهنگ هم‌زیستی مسالمت‌آمیز مردمان و ایجاد بستری برای تقویت هویت‌های فرهنگی و اجتماعی اقوام شوند (احمدپور، ۱۳۹۶، ۶). با وجود اهمیت فراوان این بازی‌ها در دو مقوله فرهنگ و جامعه و با توجه به کارکردهای آشکار و پنهان این بازی‌ها برای سنین مختلف، جایگاه بازی‌های بومی و محلی به‌مانند بسیاری از بخش‌های فرهنگ شفاهی کشور، ناشناخته باقی مانده است (پاپ زن، آگهی، شاهمرادی، ۱۳۹۵: ۱۰۸). بنابراین، با توجه به توضیحات گفته‌شده و اینکه استان خوزستان، از جمله استان‌هایی است که محل سکونت قومیت‌های مختلفی بوده و در این خطه ساکنین بختیاری، عرب، لر، فارس و کرد زندگی می‌کنند و این تنوع زبانی و قومی خود در اختلاط هویتی مردم هم از نظر فرهنگی و هم اجتماعی تأثیرگذار است؛ در همین راستا، هدف پژوهش حاضر این است که آیا بین بازی‌های بومی و محلی و هویت فرهنگی و اجتماعی شهروندان استان خوزستان؛ رابطه وجود دارد؟ درواقع پژوهشگر قصد دارد با بررسی این رابطه به اهمیت و الزام توجه هرچه بیشتر به این موضوع به‌طور خاص در این استان اشاره کند.

۲. مبانی نظری تحقیق

۲.۱. پیشینه تحقیق

در قالب تأثیر بازی‌های بومی، فعالیت بدنی و ورزش بر هویت فرهنگی و اجتماعی جوامع بشری، پژوهش‌های مختلفی چه در داخل ایران و چه در خارج از آن صورت گرفته است. جدیدی و همکاران (۱۴۰۰) در پژوهشی با عنوان جامعه‌شناختی مؤلفه‌های هویت و تأثیر آن بر سلامت و ورزش همگانی در شهر تهران دریافتند که ورزش به‌عنوان یک پدیده اجتماعی فارغ از جنبه تفریحی، باعث ایجاد غرور ملی و پیوند علائق آحاد جامعه شده و اختلافات ناشی از تفاوت‌های محلی و قومی را کم‌رنگ می‌کند، به‌گونه‌ای که دولت‌ها می‌توانند با اعمال سیاست‌های ورزشی مناسب برای تعمیق هویت ملی و تهییج اجتماعی گام برداشته و درنهایت ثمره آن، ایجاد

اعتماد اجتماعی، دست یافتن به غرور ملی و تکمیل فرایند ملت سازی است. همچنین، مفهوم توسعه ورزش باید در همه سطوح اعم از همگانی و حرفه ای پیگیری شده که در همین راستا، توجه به ورزش همگانی و پیگیری و رفع مشکلات آن، برای تأثیر بر تمام سطوح و آحاد جامعه امری مهم و اجتناب ناپذیر است. به همین دلیل، ورزش همگانی می تواند همچون حلقه اتصال تمامی گروه های قومی و فرهنگی در یک کشور برای گسترش هویت ملی باشد.

فهم دوین و اسداللهی (۱۴۰۱) در پژوهش خود با عنوان تأثیر عنوان حاکم در ورزش های آیینی-میراثی بر توسعه اجتماعی جوامع شهری، دریافتند که ورزش نقش انکارناشدنی در هویت پذیری و اجتماعی شدن افراد جامعه به خصوص جوانان و نوجوانان داشته و می تواند ارتباطات اجتماعی وسیعی را بین اقوام مختلف به وجود آورد. درواقع از زورخانه به عنوان محلی برای تقویت انسجام اجتماعی و ملی گرایی با خواندن اشعار حماسی و یا انواع اذکار مذهبی یاد می شود. در همین راستا، ورزش های باستانی و زورخانه ارزش هایی از قبیل فروتنی، از خودگذشتگی و زنده نگه داشتن زبان پارسی را از طریق ورزش احیاء کرده و همچنین، تعاملات فردی و اجتماعی را در دو سطح خرد و کلان اشاعه و گسترش می دهد. همچنین، قدیمی و همکاران (۱۳۹۹) در پژوهش خود دریافتند که ورزش (فوتبال)، پدیده ای سیاسی و اجتماعی است و پایه های شکل گیری هویت جمعی را مهیا می کند. بی شک می توان از طریق فوتبال شور و نشاط را در جامعه افزایش داد و دو مؤلفه هویت ملی و جمع گرایی را ارتقاء بخشید. در جامعه ایران و با توجه به وجود اقوام مختلف و تنوع فرهنگی فراوان، باید از فرصت های مختلف برای ایجاد حس وجدان جمعی مشترک ملی استفاده کرد تا هم بستگی ملی تقویت شود. یکی از فرصت های پیش رو، ورزش فوتبال است. همچنین، باید بدون توجه به ویژگی های جمعیت شناختی از قبیل سن، برای کنترل هیجانات افراد فضاهای ورزشی را توسعه داد و فرایند هویت سازی و هویت آفرینی افراد را دنبال کرد. علاوه بر این، احمدپور و همکاران (۱۴۰۱) در پژوهش خود دریافتند که ورزش موجب تقویت حس مہین پرستی و ناسیونالیسم در میان ملت ها می شود. به دنبال پیروزی ورزشکاران خرده فرهنگ های مختلف در مسابقات بین المللی، هنگامی

که سرود نواخته می‌شود و پرچم کشوری به اهتزاز درمی‌آید، عنصر وحدت ملی تقویت شده و موجب جلوگیری از تعارض در میان دو هویت ملی و محلی می‌شود. در همین راستا، توجه و اهتمام به ورزش همچون یک عنصر اجتماعی، باید همراه با توسعه فرهنگی باشد و از همین رو تأکید بیشتر بر احیاء ورزش‌های بومی به دور از تبعیض‌های نژادی و یا جنسیتی مفید واقع شود. در همین راستا، موضوع هویت در ورزش می‌تواند نقش مهمی در تولید انگاره‌های هویتی در بستر اصطلاحاتی مانند ملی‌گرایی ورزشی داشته باشد. میریوسفی و سلاجقه (۱۳۹۷) در پژوهش خود دریافتند که هویت باعث تمایز افراد در یک جامعه شده و زیر شاخص‌هایی مانند اعتقادات دینی، آداب و رسوم و ارزش‌هاست. هویت اجتماعی به دو زیرشاخص هویت دینی و هویت ملی تقسیم می‌شود. هویت دینی به معنای پذیرش باورهای مذهبی و از مهم‌ترین عناصر تشکیل دهنده همبستگی اجتماعی در جوامع گوناگون است که در نهایت منجر به ایجاد آگاهی برای یک ملت در رابطه با جایگاه فرهنگی و اجتماعی آنهاست. به صورت کلی، هویت باعث ایجاد وحدت، انسجام و انضباط اجتماعی شده و شامل پیروی از مفاهیم مشترکی مانند سرزمین، تاریخ و آداب و رسوم مشترک است. در همین راستا، به کارگیری نمادها و نشانه‌های ایرانی-اسلامی، اعتقاد به خواندن دعا و انجام نیایش قبل از ورود ورزشکاران به میدان مسابقه و علاقه و تعلق خاطر به اسطوره‌های ملی از جمله عناصر هویت دینی-ملی مورد اشاره و مهم ذکر شده‌اند.

در مطالعات خارج از کشور ایران نیز پژوهش‌های صورت گرفته بیانگر ارتباط متقابل بازی‌های بومی و سنتی هر ملت با هویت فرهنگی و اجتماعی آن مردم است. نفیل^۱ و همکاران (۲۰۲۱) در پژوهش خود با عنوان بازی‌های سنتی و ورزش‌های زنان در منطقه کابیلی در کشور الجزایر دریافتند که بازی‌های سنتی و بومی محلی ارتباط تنگاتنگی با اجتماعی شدن زنان دارند. این بازی‌ها با الگوی سازماندهی اجتماعی و بازنمایی فرهنگی در منطقه کابیلی (کشور الجزایر) ارتباط تنگاتنگی دارند. در این منطقه از ۶ سالگی دختران کمتر با پسران هم‌بازی می‌شوند. به همین دلیل تاریخ جامعه‌شناسی ورزش نشان‌دهنده تسلط مردان در ورزش مدرن است. بازی‌های

گروهی فرصتی را برای دختران به وجود می‌آورند تا در تماس دائمی با دیگران بوده و منجر به تبادل مفاهیم اجتماعی خواهد شد. همچنین، وسایل مورد استفاده در بازی‌ها، متناسب با ویژگی‌های فرهنگی مردم منطقه مثل کار و سبک زندگی کشاورزان است. در نتیجه، بازی‌های محلی حامل پیام‌های فرهنگی و اجتماعی هستند و ارزش‌های خاصی را منتقل می‌کنند. همچنین، گوپیکا^۱ و همکاران (۲۰۲۲) در پژوهش خود با عنوان مکان‌یابی انتقال فرهنگی در بازی‌ها: تجزیه و تحلیل انتخاب بازی‌های محلی و بازی‌های دیجیتال، دریافتند فرهنگ هر منطقه تلفیقی از آداب و رسوم، آیین و بازی‌ها و گرایش‌های رفتاری مردم یک منطقه بوده که دارای بافت و هویت جغرافیایی منحصربه‌فردی است. بازی‌های محلی یک منطقه نمادی از هویت فرهنگی و هویت اجتماعی است که از نسلی به نسلی دیگر منتقل شده و عمیقاً از فرهنگ محلی نشئت گرفته است. درواقع آنها در مقایسه با بازی‌های دیجیتال همچون مخزن ارزش‌های اجتماعی و فرهنگی بوده و موجب رشد ذهنی، عاطفی و اجتماعی کودکان خواهند شد. هرکدام از این بازی‌ها بر مهارتی خاص تکیه داشته که منجر به افزایش اعتماد به نفس و علاوه بر آن، پذیرش یکدیگر به عنوان همبازی برای درک بازی و درنهایت رشد شخصیتی آنان خواهد شد.

ساویتیری^۲ و همکاران (۲۰۲۰) در پژوهشی با عنوان بازی‌های سنتی به عنوان فعالیتی جایگزین برای تحریک کودکان، دریافتند که بازی‌های سنتی هر جامعه معرف ارزش‌ها و هنجارهای موجود در آن جامعه است. همچنین، این بازی‌ها باعث می‌شوند تا کودکان از لحاظ اجتماعی، روابط صمیمانه‌ای با دوستان خود داشته و خود را جزئی از گروه بدانند. دامانیک و سینایگا (۲۰۲۱) در تحقیق خود با موضوع شخصیت‌بخشی به وسیله بازی‌های سنتی، اظهار دارند که بازی‌های سنتی شمال اندونزی، بخشی از هویت شخصی و پایه‌های هویت فرهنگی و ریشه‌های فرهنگی مردم اندونزی را تشکیل می‌دهند. این بازی‌ها از محیط فرهنگی یک جامعه سرچشمه می‌گیرند و موجب ترویج روحیه مهین‌پرستی، ارزش‌های مذهبی، مراقبت اجتماعی و

1. Gopika
2. Savitri

مسئولیت‌پذیری می‌شوند. درواقع می‌توان شخصیت‌سازی کودکان را از طریق برگزاری و ترویج بازی‌های سنتی پرورش داد. همچنین، ران^۱ و همکاران (۲۰۲۱) در تحقیق خود با عنوان سرمایه اجتماعی از مشارکت در رویدادهای ورزشی: توسعه مقیاس و اعتبارسنجی، به این نتیجه رسیدند که حضور در رویدادهای ورزشی گروهی، مزایای اجتماعی فراوانی برای مشارکت‌کنندگان خواهد داشت. همچنین، بازی‌های بومی و محلی به عنوان ابزاری برای یادگیری و ترقی اجتماعی، باعث ایجاد پیوندهای دوستانه در میان افراد شده و افراد در جریان حرکت و فعالیت بدنی برای سازگاری با محیط و جامعه اطراف خود، بسیاری از مهارت‌های تعاملی را می‌آموزند.

۲.۲. چهارچوب نظری تحقیق

۲.۲.۱. هویت اجتماعی

واژه هویت در فرهنگ معین، به معنای هستی، سرشت، وجود و ماهیت است. این واژه اشاره به نهایت و کمال مطلق داشته و موجب تمایز افراد از یکدیگر می‌شود (آمره، ۱۳۹۹: ۱۵۹). هویت اجتماعی یک احساس ذهنی است که به گروه‌های رسمی و غیر رسمی مانند جنسیت و ملیت تعلق دارد (گنکوا و گریملزمن^۲، ۲۰۲۰: ۳۲۱). افراد از طریق عضویت در موقعیت‌ها و گروه‌های مختلف که باعث شکل‌گیری هویت‌های جمعی مختلفی می‌شود، سعی می‌کنند به اهدافی که دارند دست پیدا کنند (ذوقی پایدار و فعلی، ۱۳۹۶: ۷). براون^۳ (۲۰۰۰) هویت اجتماعی را عرصه ویژگی‌هایی تعریف می‌کند که فرد بر مبنای عضویت در گروه‌های اجتماعی از خویشتن دارد.

تاجفل و ترنر^۴ (۱۹۷۹) نیز بیان کردند که هویت اجتماعی به بخشی از خودپنداره اشاره دارد که بیانگر اعضای داخلی گروه است. براساس نظریه آیزنشتات^۵ (۱۹۹۵) هویت اجتماعی به‌طور

-
1. Ran
 2. Genkova& Grimmelsmann
 3. Brown
 4. Tajfel& Turner
 5. Eisenshot

طبیعی به وجود نمی‌آید؛ بلکه ب اساس ساخت اجتماعی مرزها ایجاد می‌شود (هاسلام^۱ و همکاران، ۲۰۲۱: ۶۵۰). همچنین، آیزنشتات (۱۹۹۵) معتقد است که هویت اجتماعی و آگاهی اجتماعی همانند بیشتر حوزه‌های حیات اجتماعی بر ساخته الگوهای نظم فرهنگی و اجتماعی و مشخصات و چهارچوب‌های عام هستی‌شناختی هستند.

بر اساس نظریه هویت اجتماعی، مردم خود را به عنوان افراد و اعضای گروه تعریف کرده و این احساس شامل اعضای داخلی درون‌گروهی (گروه‌هایی که تصور می‌کنند متعلق به آنهاست) و گروه‌های دیگر (گروه‌هایی که تصور می‌کنند متعلق به آنها نیست) می‌شود. با شناسایی یک گروه، اعتقادات آن با توجه به قضاوت‌ها و تصمیمات مناسب درونی می‌شود و منعکس کننده انتظارات درباره «چه کاری باید انجام شود» و «چه کاری نباید انجام شود» است (ابریمایر^۲ و همکاران، ۲۰۲۱: ۲).

هویت اجتماعی خصیصه انسان‌ها به عنوان موجوداتی اجتماعی است و ناشی از درک افراد بوده و محصول توافق یا عدم توافق میان افراد خواهد بود. آنچه که به یک گروه از مردم هویت می‌دهد، شباهتی است که باعث تفاوت از گروه‌های دیگر می‌شود. شباهت و یا تفاوت را افراد خود ساخته و بر همین مبنا هویت به دو بعد فردی و اجتماعی تبدیل می‌شود. در هویت فردی، تمایز فرد از دیگران و در هویت اجتماعی، شباهت با دیگران به عنوان مبنا و مفهوم بر شمرده می‌شوند (مشایخی فرد و همکاران، ۱۳۹۸: ۲۸).

نظریه‌های مفهوم هویت به دو دسته دیدگاه مدرن و پسامدرن تقسیم می‌شوند. در همین راستا، در تعریف دیدگاه مدرن، هویت به وسیله عوامل طبیعی که از قبل وجود دارند، تشکیل می‌شود. نظریه پردازان این دیدگاه، هویت را متشکل از ظرف زمان و مکان می‌دانند. در دیدگاه دوم نظریه پردازان روان‌شناسی اجتماعی، تعامل‌گرایان نمادین و جامعه‌شناسانی مانند گیدنز حضور دارند. در این دیدگاه، هویت اجتماعی به واسطه فرایندهای روانی فرد ساخته و پرداخته می‌شوند. در این

1. Haslam
2. Obermire

دیدگاه، تشکیل هویت، مستقل از دخالت عوامل طبیعی و یا روانی بوده و ادبیات، زبان و معناشناسی شاکله اصلی آن را تشکیل می‌دهند (چینی‌پرداز و همکاران، ۱۴۰۱: ۵۱).

یکی از معروف‌ترین نظریه‌ها در ارتباط با هویت اجتماعی، همین نظریه گیدنز^۱ است. نظریه گیدنز بر آشکارشدن سازوکارهای جدید هویت فردی متمرکز است که درعین حال هم از درون نهادهای امروزی به وجود آمدند و هم به این نهادها را شکل می‌دهند. براساس نظریه گیدنز، هویت اجتماعی موضوعی است که در شکل‌های مختلف بروز می‌کند و موضوع آن ممکن است به شکل‌های مختلف مانند فرد، گروه جامعه، هم‌نوع، مذهبی و ملی بروز کند (پری^۲ و همکاران، ۲۰۲۲: ۸۰۶).

درواقع، هویت اجتماعی سبب سازماندهی شناختی، رفتاری و عاطفی در فرد می‌شود و ازطرفی عدم وجود هویت و هویت اجتماعی موج سردرگمی و آشفتگی در شخصیت، ناتوانی در ایجاد یک شخصیت قابل قبول و هماهنگ با جامعه دارد (هاشمیان‌فر و همکاران، ۱۳۹۵: ۲۱۴).

۲.۲.۲. هویت فرهنگی

در یک جامعه، فرهنگ نقش پررنگی در روند توسعه آن داشته و پایه‌های معنوی جامعه را شکل می‌دهد (ترانگ و وان^۳، ۲۰۲۰: ۲۲۰). هویت فرهنگی نیز مفهومی فراگیر است که از آن به‌عنوان شخصیت یک فرد یا اجتماع که شامل تربیت، آموزش، باورها و دانش می‌شود، می‌توان یاد کرد (استنیشچوا^۴، ۲۰۲۱: ۲). درواقع هویت فرهنگی سنگ بنای هویت ملی است و در دو سطح اجتماعی و فردی می‌توان آن را تجسم کرد (بویماج^۵، ۲۰۲۰: ۹). در جهان امروزی، فرهنگ مقوله‌ای مهم و پایه و شاخصی برای گسترش مسائل اجتماعی به‌عنوان ارزشمندترین

1. Giddens

2. Perry

3. Trung Van

4. Stenishcheva

5. Bouymaj

دستاوردهای بشری به شمار می‌رود. درواقع هریک از جوامع به وسیله هویت فرهنگی ارزش‌های خود را بروز و نمود می‌دهد. هر ملتی که داعیه ورود به جهان مدرن را دارد، در گام نخست باید به شناخت هویت فرهنگی خویش پرداخته و از آن به‌عنوان تکیه‌گاهی در جهت حفظ هویت ملی و استقلال فرهنگی بهره‌برد. (عزیزپوران، ۱۴۰۰: ۱۱۱). هویت فرهنگی مجموعه‌ای از باورها و ارزش‌هاست که اعضای جامعه می‌کوشند با استفاده از آنها جهان‌شان را بایکدیگر سازگار کنند (رستگار، ۱۳۹۶: ۴۴۸). هویت فرهنگی شکلی از آگاهی به فرد، جامعه، تاریخ و آینده را ایجاد می‌کند (قاضی، ۱۳۹۷: ۱۰۴). هویت فرهنگی ایرانیان از دو منظر و رویکرد توصیفی و تجویزی بررسی می‌شود. در رویکرد توصیفی، هویت ایرانیان، مثلی است با سه ضلع هویت ایرانی، اسلامی و غربی، با لایه‌های درهم‌تنیده که منابع هویتی آن متوازن نیستند؛ بدین معنی که در طول تاریخ ایرانیت سهم بیشتری از دو ضلع دیگر را به خود اختصاص داده است. در رویکرد تجویزی، مؤلفه‌های هویت فرهنگی ایرانیان با تأثیر از منابع سه‌گانه ذکرشده موجود است؛ اما این تأثیر با توجه به نسبت میان مؤلفه‌های هویتی متفاوت است. هویت فرهنگی مفاهیم کلی و انتزاعی را مد نظر قرار داده و شامل زبان، دیانت، جغرافیای فرهنگی، تاریخ و نظام اجتماعی است (آشنا، ۱۳۸۹: ۱۵۹). عوامل گوناگونی به مانند فرهنگ، زبان و آداب و رسوم در شکل‌گیری هویت دخیل بوده (دیویس^۱، ۲۰۱۷: ۴۸۶) و در این میان، عنصر زبان مهم‌ترین عامل است. زبان به‌عنوان عامل ارتباط، ابزار اندیشیدن و مرکز پردازش داده‌های دریافتی از جهان خارج عمل می‌کند. در کنار زبان، عامل مهم دیگر، مذهب است که نظام اعتقادی مشخصی را برای فرد به وجود می‌آورد (سلطان‌پور اشتیینی و همکاران، ۱۴۰۰: ۹۳). ستینکم^۲، هویت فرهنگی افراد را در چهار دسته قرار داده است و شامل هویت جهانی، جهانی-محلی، محلی و بی‌تفاوت یا بیگانه می‌شود (رستگار، ۱۳۹۶: ۴۸۹). براساس نظر مکنزی، نظام فرهنگی به افراد یک جامعه هویت فرهنگی می‌بخشد. درواقع هویت فرهنگی احساس مشترکی و یا شعور جمعی میان گروهی از

1. Davis

2. Setinkem

انسان‌هاست که واحدی سیاسی و یا ملت را می‌سازد. وجدان جمعی ذکر شده میان افراد یک ملت و گذشتگان آنها دلبستگی ایجاد کرده، روابط آنها را با سایر ملل شکل داده و پدیدآورنده آرمان‌های یک جامعه است (کارسنجی، ۱۳۹۵: ۶۲)

۲.۲.۳. بازی‌های بومی و محلی

انسان‌ها در جریان حرکت و فعالیت بدنی، هویت، احساسات و افکار خویش را شکل داده و به منظور سازگارشدن با جامعه اطراف خود، باید بسیاری از مهارت‌ها را بیاموزند. این مهارت‌ها ذاتی نبوده و تحت تأثیر جامعه و محیط قرار می‌گیرند. به همین دلیل، حرکت و فعالیت بدنی با زندگی اجتماعی و فرهنگ هر قوم پیوندی عمیق داشته و در همبستگی با بستر اجتماعی، یک حرکت فرهنگی به شمار می‌آید (ویسیا و همکاران، ۱۴۰۱: ۱۳).

هنگامی که در رابطه با بازی‌های بومی و محلی سخن گفته می‌شود، منظور بازی‌ها و ورزش‌هایی است که پیش از گسترش و ظهور ورزش‌های سازمان‌یافته در سطح جهان وجود داشته‌اند. این ورزش‌ها ریشه در فرهنگ جوامع دارند و معمولاً به مناسبت جشن‌های ملی، مذهبی و محلی به صورت بازی و همراه را با سرودخوانی انجام می‌شوند (معصومی و همکاران، ۱۳۹۶: ۱).

بازی‌های بومی و محلی در رابطه با ابعاد قومی و اجتماعی زندگی هستند. این بازی‌ها نمایانگر الگوی فرهنگی مردمان یک قوم بوده و انسان‌ها با شرکت در این بازی‌ها چگونه زندگی کردن را می‌آموزند؛ علاوه بر این، در هنگام بازی افراد سعی می‌کنند خود را با محیطی که در آن زندگی می‌کنند وفق دهند. ارزش‌هایی که در بازی‌های بومی و محلی مهم تلقی می‌شوند، در چهارچوبی غیر رسمی مورد توجه بوده و بازتاب هویت‌های فردی و جمعی و عناصری مهم در توسعه هویت فرهنگی می‌باشند (محرم زاده و همکاران، ۱۴۰۰: ۱۰ و ۹).

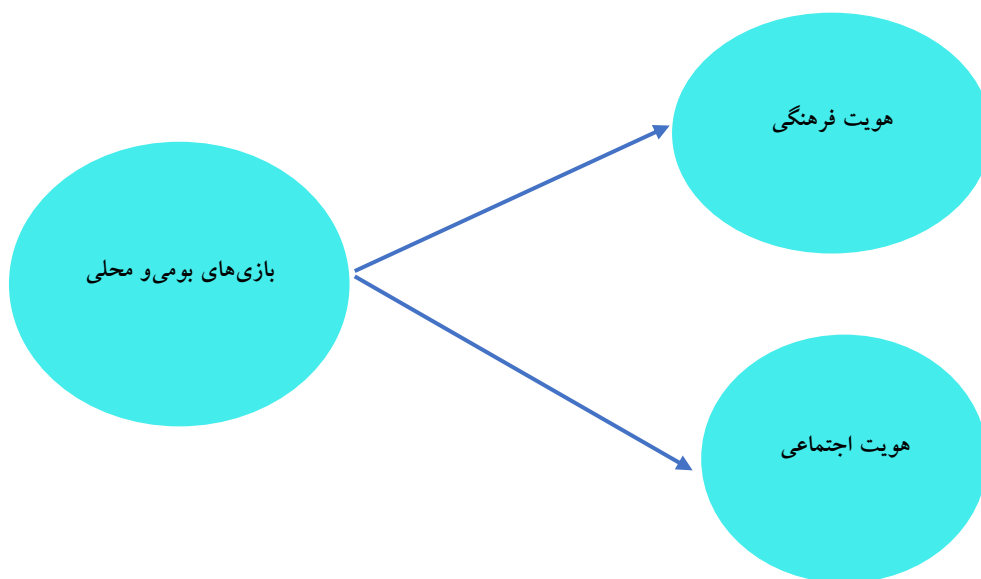
بازی‌های بومی و محلی اختصاص به جنسیتی خاص نداشته و توسط مردان و زنان بازی می‌شود. بازی‌های مردان اغلب در فضاهای روباز و با تحرک جسمانی بیشتر نسبت به زنان انجام می‌شود؛ اما بیشتر بازی‌های زنان به دلایل فرهنگی و دینی در فضاهای

سرپوشیده انجام می‌شود. بازی‌های بومی و محلی از نظر زمان و مکان بسیار انعطاف‌پذیر بوده و در اماکن مختلفی به مانند زمین‌های خاکی، چمن، کوچه‌ها و باغ‌ها انجام می‌شوند. از لحاظ زمانی نیز این بازی‌ها باتوجه به وضعیت آب‌وهوایی منطقه، در فصل زمستان در فضاهای سرپوشیده و در فصول دیگر در فضاهای روباز، بدون محدودیت زمانی صورت می‌گیرند. همچنین، از نظر زمانی این بازی‌ها پس از فراغت افراد از کار و یا در اعیاد، مراسمات مذهبی و جشن‌ها بازی می‌شوند (معصومی و همکاران، ۱۳۹۶: ۳۴).

بازی‌های بومی و محلی به‌عنوان گونه‌ای از ورزش، برگرفته از آداب و رسوم، شرایط کار، اقلیم و منطقه جغرافیایی انسان‌ها هستند. این بازی‌ها به مثابه بن‌مایه‌های فرهنگی، گنجینه‌ای از فرهنگ و تاریخ ایرانیان را به نمایش گذاشته و ارتباط تنگاتنگی با دو مفهوم هویت فرهنگی و اجتماعی دارند. با مروری بر نظریه‌های ارائه‌شده در باب دو مفهوم هویت فرهنگی و هویت اجتماعی و بررسی ابعاد مختلف بازی‌های سنتی که می‌توانند بر اجتماع و فرهنگ مؤثر باشند، مشخص شد که بازی‌های سنتی به‌عنوان نوعی از ورزش، بازتاب‌دهنده روابط اجتماعی هستند و در میدان ورزش می‌توان با فرایندهای تاریخی، اجتماعی و خصلت‌های فرهنگی یک ملت آشنا شد (جوانمرد، ۱۴۰۱: ۳۵۱).

درواقع فرایندهای ورزشی حاصل توافق و سازگاری بوده و می‌توان ویژگی‌های فرهنگی و اجتماعی جامعه را در آن جست‌وجو کرد (فهمی‌دون و اسداللهی، ۲۰۲۱: ۵۱). بدون شک در همین راستا پرداختن به بازی‌های سنتی و پررنگ جلوه‌دادن مفهوم اتحاد ملی، موجب تقویت روحیه وطن‌پرستی و پیوند اقوام مختلف، خصوصاً در مناطقی که با کثرت خرده‌فرهنگ‌ها (مانند استان خوزستان) مواجه هستیم و همچنین، جلوگیری از زوال آداب و رسوم و فرهنگ‌های کهن خواهد شد. در ادامه، باید متذکر شد که با توجه به حفظ و انتقال بازی‌های سنتی همچون یکی از نمادهای پویا و کهن از فرهنگ اصیل و نقش آن در ارتقاء، تحکیم و شناخت علائق و تمایلات فرهنگی و اجتماعی مردمان استان خوزستان و نیافتن پژوهشی در این زمینه، پژوهشگر براساس مدل نظری زیر به دنبال ارتباط بین بازی‌های بومی محلی و هویت فرهنگی و اجتماعی خواهد بود و درنهایت، در صدد بررسی فرضیه‌های زیر است:

- بین بازی‌های بومی و محلی و هویت فرهنگی شهروندان استان خوزستان رابطه وجود دارد.
- بین بازی‌های بومی و محلی و هویت اجتماعی شهروندان استان خوزستان رابطه وجود دارد.



شکل ۱. مدل پیشنهادی پژوهش

۳. روش تحقیق

پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و به لحاظ ماهیت، جزء تحقیقات توصیفی هم‌بستگی و به‌طور مشخص مبتنی بر مدل معادلات ساختاری است. جمع‌آوری داده‌ها میدانی و با استفاده از پرسش‌نامه انجام شد. جامعه آماری این پژوهش، کلیه افراد رده سنی ۱۷ تا ۶۵ سال ساکن در استان خوزستان بودند. با توجه به نامشخص بودن جامعه آماری، از فرمول کوکران برای تعیین تعداد نمونه استفاده شد. در این رابطه، Z مقدار احتمال نرمال استاندارد (که براساس جدول احتمال‌های نرمال استاندارد برای سطح اطمینان ۹۵٪ برابر ۱/۹۶ است)، α سطح خطا، d دقت مورد نظر و σ^2 واریانس جامعه است. در صورتی که واریانس متغیر در جامعه در دسترس نباشد،

می‌توان واریانس نمونه را به‌عنوان برآوردی از واریانس جامعه به کار برد (سرمد و همکاران ۱۳۸۸، ۷۸). با توجه به نامشخص بودن جامعه آماری، پس از توزیع ۳۰ پرسش‌نامه، واریانس نمونه محاسبه و جایگزین واریانس جامعه شد. درنهایت، با در نظر گرفتن سطح اطمینان ۹۵٪، دقت ۰/۰۵ و فرمول زیر، حجم نمونه ۳۸۴ نفر محاسبه شد.

$$n = \frac{Z^2 \times \sigma^2}{d^2} \quad n = \frac{3.84^2 \times 0.25}{0.0025} = 384$$

برای انتخاب نمونه نیز از روش نمونه‌گیری در دسترس استفاده شد. این شیوه نمونه‌گیری، مستلزم انتخاب مواردی است که صرفاً در دسترسند و تحقیق درباره آنها راحت است. یکی از روش‌های نمونه‌گیری غیر احتمالی که در مدیریت ورزشی به‌صورت گسترده‌ای استفاده می‌شود، روش نمونه‌گیری در دسترس است که در آن محقق نمونه را براساس امکان دسترسی به آن انتخاب می‌کند. هر روش نمونه‌گیری معایب و محاسنی دارد. در این روش محقق به دلیل سهولت، سادگی و در دسترس بودن افراد، آنها را به‌عنوان نمونه انتخاب می‌کند. نقطه ضعف اصلی روش نمونه‌گیری در دسترس، این است که نمونه انتخاب‌شده ممکن است معرف جامعه نباشد ولی قابل قبول است. (امیری و نوروزی سیدحسینی، ۱۳۹۴: ۱۲۹)

برای انتخاب نمونه، استان خوزستان را به ۵ قسمت (مرکز، شمال، جنوب، شرق و غرب) تقسیم نموده و متناسب با جمعیت هر قسمت، پرسش‌نامه توزیع و داده‌های مناسب جمع‌آوری شد. با توجه به جمعیت بالای مرکز استان، تعداد ۱۲۰ پرسش‌نامه توزیع و دریافت شد و در هر یک از مناطق چهارگانه استان به یک اندازه ۶۶ پرسش‌نامه جمع‌آوری شد.

به دلیل دسترسی نداشتن به پرسش‌نامه متناسب با موضوع تحقیق، از پرسش‌نامه محقق ساخته با ۱۴ گویه برای بازی‌های بومی و محلی استفاده شد. گردآوری اطلاعات در رابطه با پرسش‌نامه از راه مصاحبه با متخصصان و صاحب‌نظران از جمله اعضای هیئت بازی‌های بومی و محلی استان خوزستان و فدراسیون بازی‌های بومی و محلی جمهوری اسلامی ایران، اساتید دانشگاهی مدیریت ورزشی به‌عنوان خبرگان، انجام شد. همچنین، از پرسش‌نامه استاندارد هویت فرهنگی

طاهری (۱۳۹۲) با ۲۹ گویه و پرسش‌نامه استاندارد هویت اجتماعی صفاری‌نیا و روشن (۱۳۹۰) با ۲۰ گویه که با توجه به نظریه‌های ریچارد جنکینز (۲۰۰۸) در باب دو بعد هویت فردی و هویت جمعی تدوین شده، استفاده شد.

ضرایب پایایی پرسش‌نامه‌ها با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ به ترتیب ۰/۸۸، ۰/۸۱ و ۰/۷۶ محاسبه شد که نتایج آن در حد قابل قبول بود ($\alpha \geq 0/7$). روایی صوری و محتوایی پرسش‌نامه‌ها به تأیید ۱۰ تن از اساتید مدیریت ورزشی رسید. پرسش‌نامه‌ها براساس مقیاس پنج‌ارزشی لیکرت (از کاملاً مخالف=۱ تا کاملاً موافق=۵) تدوین و برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از آمار توصیفی، نرم افزار اسپاس اس^۱ نسخه ۲۰ برای محاسبه شاخص‌های فراوانی و درصد فراوانی و در بررسی آزمون فرضیه‌های پژوهش از معادلات ساختاری به روش حداقل مربعات جزئی^۲ نسخه ۲ استفاده شد.

۴. یافته‌های تحقیق

بررسی نتایج بررسی نتایج تحلیل توصیفی داده‌ها و ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه‌ها نشان داد که از نظر جنسیت، ۱۲۶ نفر مرد (۲۳/۸ درصد) و ۲۵۸ نفر زن (۶۷/۲ درصد) وجود دارد. در وضعیت تحصیلات، بیشترین فراوانی، کارشناسی ۱۱۱ نفر (۲۸/۹ درصد) و کمترین فراوانی ۲۹ نفر (۷/۶ درصد) کاردانی بودند. درباره سن، بیشترین فراوانی، ۱۵۷ نفر (۴۰/۸ درصد) دارای ۲۶-۳۵ سال و کمترین فراوانی ۳۸ نفر (۹/۹ درصد) ۴۶ سال به بالا بودند. در خصوص وضعیت قومیت، بیشترین فراوانی، ۱۷۳ نفر (۴۵/۱ درصد) قوم بختیاری و کمترین فراوانی ۱۰ نفر (۶/۲ درصد) شوشتری بودند. لازم به ذکر است که قومیت عرب پس از جامعه بختیاری و در جایگاه دوم این رده‌بندی حضور داشتند. در وضعیت میزان درآمد، بیشترین فراوانی ۲۰۰ نفر (۵۲/۱ درصد) دارای درآمد بیش از پنج میلیون تومان و کمترین فراوانی ۴۰ نفر (۱۰/۴ درصد)

1. SPSS
2. PLS

دارای ۱ تا ۳ میلیون تومان درآمد بودند. در وضعیت تأهل، بیشترین فراوانی ۲۰۹ نفر متاهل (۵۴/۴ درصد) و کمترین فراوانی ۱۷۵ نفر (۴۵/۶ درصد) همسرشان فوت شده است.

جدول ۱. ویژگی‌های جمعیت‌شناختی

معیار ویژگی یا شاخص	زیر معیار نوع یا طبقه	فراوانی	درصد فراوانی
جنسیت	مرد	۱۲۶	۳۲/۸
	زن	۲۵۸	۶۷/۲
تحصیلات	کاردانی	۲۹	۷/۶
	کارشناسی	۱۱۱	۲۸/۹
سن	۲۶ تا ۳۵ سال	۱۵۷	۴۰/۸
	۴۶ سال به بالا	۳۸	۹/۹
قومیت	شوشتری	۱۰	۲/۶
	بختیاری	۱۷۳	۴۵/۱
درآمد	۱ تا ۳ میلیون	۴۰	۱۰/۴
	بیش از ۵ میلیون	۲۰۰	۵۲/۱
وضعیت تأهل	مجرد	۱۷۵	۴۵/۶
	متاهل	۲۰۹	۵۴/۴

در ادامه، مدل مفهومی پژوهش با استفاده از معادلات ساختاری به روش حداقل مربعات جزئی بررسی شد. برای بررسی برازش مدل‌های اندازه‌گیری در روش حداقل مربعات جزئی (PLS)، سه معیار پایایی، روایی همگرا و روایی واگرا استفاده می‌شود. ابتدا پایایی ابزار توسط سه معیار سنجیده می‌شود: (۱) آلفای کرونباخ، (۲) پایایی ترکیبی^۱ (CR) و (۳) ضرایب بارهای عاملی.

1. Composite Reliability

برای محاسبه پایایی ترکیبی، شاخص‌های با بار عاملی بیشتر، اهمیت زیادی دارد. مقدار ملاک برای مناسب بودن پایایی ترکیبی، بالای ۰/۷ است (داوودی و رضازاده، ۱۳۹۲). در این پژوهش، برای سنجش بهتر پایایی از هر دوی این معیارها استفاده شد. همان‌طور که در جدول شماره ۲، آمده است، مقادیر آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی برای متغیرهای تحقیق و مؤلفه‌های آنها بیش از ۰/۷ است و متغیرها از پایایی مناسب برخوردار هستند.

جدول ۲. بررسی ضرایب پایایی مدل پژوهش

عوامل	ضریب آلفای کرونباخ $\alpha > 0/6$	پایایی ترکیبی (CR) $> 0/7$
هویت اجتماعی	۰/۸۰۹	۰/۸۱۳
هویت فرهنگی	۰/۸۴۱	۰/۸۵۹
بازی‌های بومی و محلی	۰/۸۹۷	۰/۸۳۳

معیار دیگری که برای بررسی پایایی ابزار به کار برده می‌شود، مقدار بارهای عاملی است که از طریق محاسبه مقدار هم‌بستگی شاخص‌های یک سازه با آن سازه محاسبه می‌شوند. هالند^۱ (۱۹۹۹) معتقد است که اگر این مقدار بیش از ۰/۴ شود، واریانس بین سازه و شاخص‌های آن از واریانس خطای اندازه‌گیری آن سازه بیشتر بوده و پایایی درباره آن مدل قابل قبول است و چنانچه کمتر از ۰/۴ شود باید سؤالات پرسش‌نامه را اصلاح کرده یا از مدل پژوهش خود حذف کنند (داوودی و رضازاده، ۱۳۹۲). با توجه به نتایج جدول شماره ۳ بار عاملی تمامی گویه‌ها به جز سه گویه (۳، ۳۲، ۴۶) بیشتر از ۰/۴ است که نشان از مناسب بودن این معیار دارد. همچنین، مقدار t متناظر با هر یک از گویه‌ها به جز سه گویه (۳، ۴۶، ۳۲) نیز بزرگ‌تر از ۱/۹۶ است که حاکی از معناداری آنها در سطح اطمینان ۰/۹۵ است.

جدول ۳. بررسی بار عاملی و مقدار t متناظر با هریک از گویه‌ها

متغیر	شماره	گویه‌های مربوط به عوامل ۴ گانه	بار عاملی	مقدار t
بازی‌های بومی و محلی	۱	اسامی بازی‌های بومی و محلی شهر و یا منطقه تولدم را به یاد	۰/۶۱۱	۱۱/۸۶۸
	۲	در جشنواره بازی‌های بومی و محلی حضور داشته‌ام.	۰/۴۳۹	۸/۲۴۲
	۳	دارای مدرک مربی‌گری و یا داوری بازی‌های بومی و محلی هستم	-	-
	۴	با اصطلاحات رایج در بازی‌های بومی و محلی آشنایی دارم.	۰/۵۱۷	۱۰/۳۵۸
	۵	از انجام بازی‌های بومی و محلی به عنوان میراث به جای مانده از نسل گذشته لذت می‌برم.	۰/۷۴۵	۲۱/۹۸۹
	۶	علاقه‌مندم اطلاعات بیشتری را در رابطه با بازی‌های محلی سرتاسر کشور جویا شوم.	۰/۷۶۲	۲۶/۳۰۱
	۷	دوستان، خانواده و اطرافیانم را تشویق می‌کنم تا بازی‌های محلی را انجام دهند.	۰/۷۹۲	۳۴/۶۷۴
	۸	در جمع‌های خانوادگی و یا در اوقات فراغتم به انجام بازی‌های محلی مشغول خواهم شد.	۰/۶۸۴	۳۵/۵۶۲
	۹	معتقدم که هر بازی بومی و محلی، دارای اهداف عاطفی خاصی در جهت افزایش اشتیاق و نشاط است.	۰/۷۸۷	۲۰/۴۸۲
	۱۰	معتقدم که بخشی از اصول روابط انسانی با همسالان را می‌توان در هنگام اجرای بازی‌های محلی فراگرفت.	۰/۷۵۷	۲۵/۹۰۰
	۱۱	شیوه انجام برخی از بازی‌های بومی و محلی را به طور کامل فراگرفته‌ام و می‌توانم در هر مکانی آن را اجرا کنم.	۰/۵۱۸	۱۱/۸۴۵
	۱۲	معتقدم که بازی‌های محلی می‌توانند به عنوان یک فعالیت بدنی مؤثر برای افزایش رواج سبک زندگی سالم و پرتحرک مورد استفاده قرار گیرند.	۰/۷۶۲	۲۴/۹۶۴
	۱۳	معتقدم که بازی‌های بومی و محلی می‌توانند به عنوان یک ورزش قهرمانی در سطح جهان معرفی شوند.	۰/۶۹۹	۱۹/۸۶۴
	۱۴	معتقدم که هر کدام از بازی‌های محلی می‌توانند به شیوه‌ای خاص، موجب بهبود فاکتورهای آمادگی جسمانی در افراد شوند.	۰/۷۳۱	۲۴/۴۹۸

متغیر	شماره	گویه‌های مربوط به عوامل ۴ گانه	بار عاملی	مقدار t
هویت ملی	۱۵	کاملاً به اصول و سنت‌های مذهبی مانند خواندن نماز، روزه گرفتن، نماز جماعت پایبند هستم.	۰/۶۵۸	۱۸/۰۱۶
	۱۶	معمولاً در بیشتر مراسم‌های مذهبی مانند عاشورا، تاسوعا، نماز عید فطر و... شرکت می‌کنم	۰/۶۲۲	۱۴/۷۶۹
	۱۷	تنها با داشتن دین و ایمان قوی و مذهبی بودن، می‌توان به سعادت و کمال رسید	۰/۵۷۴	۱۳/۷۵۵
	۱۸	تاریخ ایران، پر از شکوه و عظمت و افتخار است	۰/۵۶۲	۱۰/۹۹۸
	۱۹	آثار تاریخی مربوط به دوران ایران باستان مثل تخت جمشید، مربوط به دوران طاغوت است و نشانه ظلم شاهان و رنج	۰/۴۴۱	۴/۲۷۸
	۲۰	آداب و رسوم ایرانی مثل نوروز و چهارشنبه‌سوری، نشانه هویت ماست و باید آنها را حفظ کنیم.	۰/۴۱۵	۸/۴۴۴
	۲۱	آداب و رسوم ایرانی آیینی کهنه است، به خاطر همین من بیشتر به آداب و رسوم غربی و جشن‌هایی چون ولنتاین و... علاقه	۰/۴۷۵	۲/۲۶۷
	۲۲	رفتار و اخلاق و اعمال ناپسند ایرانیان ریشه در آداب و رسوم سنتی و بومی آنان دارد.	۰/۴۴۲	۲/۵۸۲
	۲۳	خود را به آداب، سنن و رسوم ایرانی پایبند می‌دانم و آنها را	۰/۵۶۵	۱۰/۷۹۳
	۲۴	من در انتخاب نوع پوشش و حجابم به معیارهایی مانند مد روز بودن، شیک و زیبابودن، مارکدار بودن و... اهمیت می‌دهم.	۰/۴۰۳	۳/۴۰۳
	۲۵	پوشش و حجابم به معیارهای سنتی مانند اسلامی بودن، مقبولیت جامعه، هم‌خوانی با فرهنگ جامعه ایرانی - اسلامی نزدیک‌تر	۰/۶۲۸	۱۲/۷۸۴
	۲۶	از درست کردن و خوردن غذاهای سنتی ایرانی لذت می‌برم.	۰/۶۰۱	۱۶/۰۴۴
	۲۷	غذاهایی چون فست فود، پیتزا، لازانیا و ... را بر غذاهای سنتی ایرانی ترجیح می‌دهم.	۰/۴۹۸	۴/۲۵۱
	۲۸	سعی می‌کنم اوقات فراغتم را در هم‌نشینی با دوستان و افراد خانواده و فامیل بگذرانم.	۰/۵۲۳	۱۲/۴۶۴

متغیر	شماره	گویه‌های مربوط به عوامل ۴ گانه	بار عاملی	مقدار t
	۲۹	بیشتر اوقات فراغتم را با فعالیت‌هایی مانند ورزشی، رفتن به تئاتر، سینما، تماشای تلویزیون و ... پر می‌کنم.	۰/۴۱۰	۳/۶۹۳
	۳۰	زبان فارسی نشانه شخصیت و غرور ایرانی است.	۰/۶۵۰	۱۵/۹۰۴
	۳۱	به‌عنوان یک ایرانی، به زبان فارسی علاقه‌مند هستم و به آن عشق	۰/۷۲۸	۲۴/۴۹۳
	۳۲	تلاش می‌کنم که در صحبت کردنم از واژه‌ها و کلمات انگلیسی و لاتین استفاده کنم.	-	
	۳۳	به نظر من آثار ادبی ایران نظیر شاهنامه فردوسی، مثنوی معنوی و دیوان حافظ غنی‌ترین آثار ادبی جهان هستند.	۰/۶۰۵	۱۲/۰۸۳
	۳۴	از خواندن آثار شعرا و نویسندگان ایرانی لذت می‌برم.	۰/۶۰۲	۱۱/۲۸۸
	۳۵	به شخصیت‌های ادبی و نویسندگان ایرانی نظیر حافظ، مولوی، خیام و شاملو و ... افتخار می‌کنم.	۰/۶۰۱	۱۳/۵۹۲
فرهنگ ایرانی	۳۶	کسانی مانند کوروش کبیر، مصدق، ستارخان و باقرخان و ... مایه افتخار ما ایرانی‌ها هستند.	۰/۴۴۴	۷/۱۸۷
	۳۷	علم و دانش امروزی دنیا مدیون دانشمندان ایرانی همچون ابن‌سینا و ابوریحان بیرونی است.	۰/۵۸۵	۱۱/۲۶۴
	۳۸	برای تزئین منزل و محل کار خود از نقاشی (میناتور و ...) و خوش‌نویسی ایرانی استفاده می‌کنم.	۰/۵۹۵	۱۲/۱۵۹
	۳۹	در فرش و مبلمان محیط داخلی منزلم ترجیح می‌دهم از صنایع دستی ایرانی استفاده کنم.	۰/۶۲۰	۱۶/۳۱۹
	۴۰	در اوقات فراغت معمولاً به موسیقی و آوازهای سنتی ایرانی گوش می‌کنم.	۰/۴۴۲	۷/۶۰۲
	۴۱	هنر نزد ایرانیان است و بس.	۰/۵۴۷	۱۰/۹۰۰
	۴۲	سعی می‌کنم فرزندانم را براساس فرهنگ اسلامی و ایرانی تربیت کنم تا فرهنگ غربی و مدرن.	۰/۷۳۸	۲۲/۳۸۴
	۴۳	دوست دارم اسم بچه‌هایم بیشتر اسامی غربی و جدید باشد تا اسامی اسلامی و ایرانی.	۰/۴۹۹	۸/۸۶۱

متغیر	شماره	گویه‌های مربوط به عوامل ۴ گانه	بار عاملی	مقدار t
هویت اجتماعی	۴۴	احساس تعلق به جامعه دارم به گونه ای که در رفتارم تأثیر می‌گذارد.	۰/۴۱۱	۴/۵۹۵
	۴۵	از مقبولیت اجتماعی لازم برخوردارم.	۰/۶۳۹	۱۰/۲۵۶
	۴۶	نسبت به پایگاه‌های اجتماعی آینده خود در دنیای گسترده‌تر اجتماعی حساس شده‌ام و دچار تشویش می‌شوم.	-	-
	۴۷	در مقابل آن همه وسعت انتخاب و امکانات مختلف اجتماعی که در معرض آن قرار دارم، از پای در می‌آیم.	۰/۴۲۳	۳/۶۷۶
	۴۸	درگیر فعالیت هایی می‌شوم که ممکن است از لحاظ اجتماعی برایم زیان‌بار باشند.	۰/۴۸۳	۲/۹۵۱
	۴۹	نسبت به اهداف معینی که از جانب دیگران تعیین می‌گردد، احساس تعهد می‌کنم.	۰/۴۸۴	۳/۶۱۴
	۵۰	به مفاهیم یک‌پارچه‌ای از هویت اجتماعی، جهت‌گزینی و جهان‌بینی نسبت به آن نایل شده‌ام.	۰/۴۷۶	۲/۴۰۶
	۵۱	با نوعی تضاد و تعارض عرصه‌های مختلف اجتماعی مواجه	۰/۴۹۵	۲/۵۴۹
	۵۲	در جمع دوستان خود دارای شأن و منزلت هستم.	۰/۵۷۸	۱۰/۴۲۹
	۵۳	با ارزش‌ها و هنجارهای جامعه بیگانه شده‌ام.	۰/۴۶۷	۳/۷۸۸
	۵۴	انتظار چندانی از رضایت‌بخش بودن رفتار خودم در آینده ندارم.	۰/۵۶۶	۴/۱۵۷
	۵۴	نسبت به احساس واقعی، علاقه و باورهای خویش بیگانه شده‌ام.	۰/۵۵۷	۴/۲۷۹
	۵۶	با گوشه‌نشینی و انزوا، خود را از گزند جامعه به حاشیه می‌کشانم.	۰/۵۴۶	۴/۶۰۱
	۵۷	برای رفتارها و باورهای خود خطوط راهنمایی در اختیار ندارم.	۰/۵۴۰	۴/۳۸۲
	۵۸	از خود بیگانه شده‌ام.	۰/۵۷۷	۴/۹۰۶
	۵۹	راه‌هایی را برای رسیدن به هدف‌هایم انتخاب می‌کنم که جامعه آنها را تأیید نمی‌کند.	۰/۵۱۷	۴/۷۷۴
هویت فردی	۶۰	توانایی جهت‌بخشیدن به زندگی فردی خودم را ندارم.	۰/۵۲۱	۴/۴۴۰

متغیر	شماره	گویه‌های مربوط به عوامل ۴ گانه	بار عاملی	مقدار t
	۶۱	به تصویر درستی از نقش و موجودیت خویش که سر منشاء یک زندگی متعادل فردی است، دست پیدا کرده‌ام.	۰/۴۸۶	۶/۰۹۶
	۶۲	توانایی توصیف خویش را دارم.	۰/۵۶۶	۶/۹۲۸
	۶۳	از مهارت‌های فردی خود برای دستیابی به حس مشارکت استفاده می‌کنم.	۰/۶۱۶	۹/۰۹۰

معیار دوم از بررسی برازش مدل اندازه‌گیری، روایی همگرا است. روایی همگرا میزان همبستگی یک سازه با شاخص‌های خود را نشان می‌دهد که هر چه این همبستگی بیشتر باشد، برازش نیز بیشتر است. فورنل و لارکر (۱۹۸۱) معیار AVE (میانگین واریانس استخراج‌شده) را برای سنجش روایی همگرا معرفی کرده و بیان داشته‌اند که مقدار AVE بالای ۰/۵ روایی همگرای قابل قبول را نشان می‌دهند (داوودی و رضازاده، ۱۳۹۲). همان‌گونه که در جدول شماره ۴ داده شده است؛ روایی همگرای بالای ۰/۵ برای متغیرهای پژوهش، نشان از تأیید روایی همگرای متغیرهای پژوهش حاضر را دارد.

جدول ۴. بررسی روایی همگرای متغیرهای پژوهش با معیار AVE

عوامل	میانگین واریانس استخراجی $(AVE) > 0.5$
هویت اجتماعی	۰/۵۴۳
هویت فرهنگی	۰/۶۲۲
بازی‌های بومی و محلی	۰/۵۷۳

سومین معیار بررسی برازش مدل‌های اندازه‌گیری، روایی واگرا^۱ است. روایی واگرای مدل با استفاده از روش ماتریس فورنل و لارکر^۲ بررسی شد. در این روش میزان همبستگی یک سازه

1. Discriminant Validity
2. Fornell & Larcker

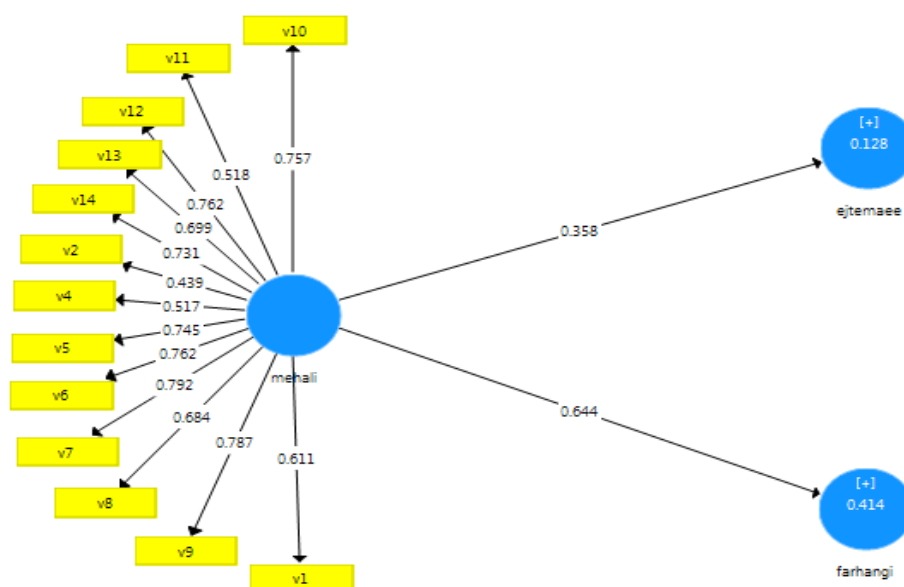
با شاخص‌هایش در مقابل همبستگی آن سازه با سایر سازه‌ها مقایسه می‌شود. در قطر اصلی این ماتریس، جذر AVE متغیرها وارد می‌شود و جهت تأیید روایی و اگر لازم است، این مقدار بیش از همبستگی میان آن متغیر با سایر متغیرها باشد (داوودی و رضازاده، ۱۳۹۲). با توجه به نتایج جدول شماره ۵، جذر AVE که در قطر اصلی ماتریس زیر آمده بیش از میزان همبستگی هر سازه با دیگر متغیرهاست که نشان دهنده روایی و اگر ای مناسب و برازش خوب مدل‌های اندازه‌گیری است.

جدول ۵. بررسی روایی و اگر ای متغیرهای پژوهش به روش فورنل و لارکر

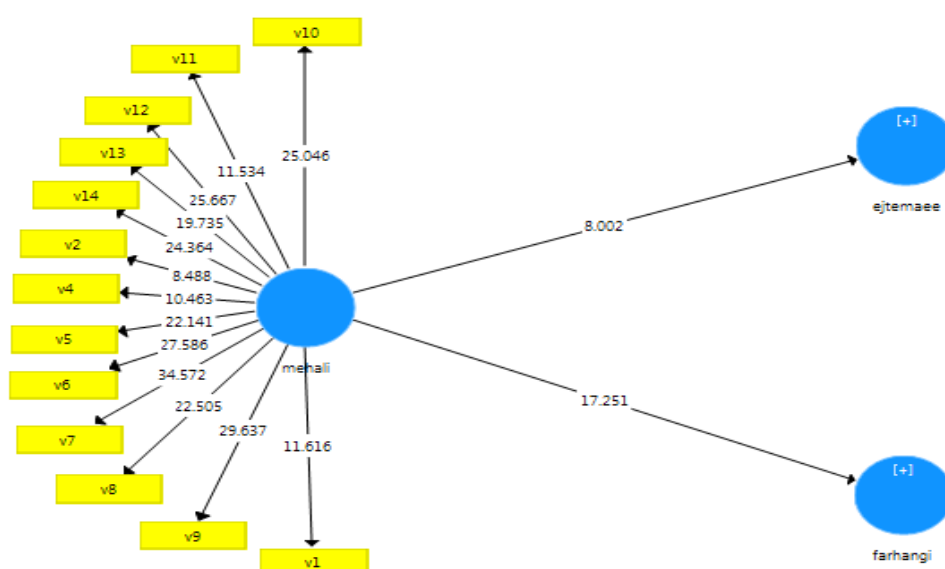
سازه	هویت اجتماعی	هویت فرهنگی	بازی‌های بومی و محلی
هویت اجتماعی	۰/۵۴۳	-	-
هویت فرهنگی	۰/۴۸۹	۰/۶۴۴	-
بازی‌های بومی و محلی	۰/۳۵۳	۰/۵۲۱	۰/۶۸۷

در این مرحله با تعیین روابط ساختاری بین متغیرهای مفهومی، فرضیه‌های پژوهش را بررسی می‌کنیم. مدل ساختاری در نرم‌افزار SmartPLS ترسیم شد. نتایج مدل ساختاری تحقیق در حالت بار عاملی در شکل ۲ و نتایج مدل ساختاری تحقیق در حالت معنی‌داری در شکل ۳ ترسیم شده است.

اولین و اساسی‌ترین معیار برازش مدل ساختاری، ضریب مسیر و معناداری آن است. مقدار ضرایب معناداری باید معادل یا بیشتر از شاخص معناداری ۱/۹۶ باشد. در صورتی که مقدار این اعداد از ۱/۹۶ بیشتر شود، نشان از صحت رابطه بین سازه‌ها و در نتیجه تأیید فرضیه‌های پژوهش است (داوودی و رضازاده، ۱۳۹۲). با توجه به ضرایب معناداری در شکل ۳، همه ضرایب بالاتر از ۱/۹۶ است. در نتیجه، می‌توان بیان کرد که بین بازی‌های بومی و محلی و هویت فرهنگی و اجتماعی مردم خوزستان ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد.



شکل ۲. آزمون اصلی مدل پژوهش در حالت بار عاملی



شکل ۳. آزمون اصلی مدل پژوهش در حالت بار معناداری

۵. نتیجه‌گیری و پیشنهادها

هدف از پژوهش حاضر، بررسی تأثیر بازی‌های بومی و محلی بر هویت فرهنگی و اجتماعی شهروندان استان خوزستان بود. بازی‌های سنتی و محلی به‌عنوان پایه‌های هویت فرهنگی یک کشور، ریشه در تاریخ و هویت یک ملت دارند و از محیط فرهنگی آن جامعه سرچشمه می‌گیرند و از جمله دستاوردهای این بازی‌ها می‌توان به ترویج روحیه میهن‌پرستی، مراقبت اجتماعی و مسئولیت‌پذیری اشاره کرد. درواقع، برگزاری این بازی‌ها به مثابه جشنی فرهنگی است که شالوده آن همدلی و انسجام اجتماعی اقوام مختلف، تقویت روابط انسانی و درنهایت، جامعه‌پذیری خواهد بود. بازی‌های بومی و محلی ریشه در فرهنگ، اصالت و عقاید مذهبی مردمان استان خوزستان داشته که متأسفانه و به دلیل شیوه زندگی نسل جدید در حال فراموشی هستند. این بازی‌ها با پوشش گروه‌های سنی و جنسی مختلف ضمن ارتقاء و حفظ سلامت روحی و جسمی، در بستری جذاب و نشاط‌انگیز، بهبود روابط اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی، اکولوژیایی و اقتصادی را در پی دارند. براساس یافته‌های پژوهش بازی‌های بومی و محلی استان خوزستان که مجموعه‌ای از فعالیت‌ها را در خود جای داده است که با احیاء و ارتقاء هویت فرهنگی و اجتماعی، می‌تواند با تأمین نیروی انسانی سالم و فعال و بهبود هم‌بستگی اجتماعی، ضمن حفظ ارزش‌ها و باورهای محلی و نیز غنی‌سازی اوقات فراغت و کاهش آسیب‌ها و ناهنجاری‌های اجتماعی، به شکل‌گیری جامعه‌ای پویا و بانشاط همراه با بهره‌وری و ارتقای سطح کمی و کیفی سطح زندگی منجر شود.

نتایج تحقیق نشان داد که بازی‌های بومی و محلی بر هویت فرهنگی و اجتماعی مردم خوزستان تأثیر مثبت و معناداری دارد. نتایج تحقیق حاضر با پژوهش لی و وانگ (۲۰۲۱)، مک ایتنایر (۲۰۲۱)، حسن و بابان (۲۰۱۸) و کریمی و همکاران (۱۳۹۹) همسو است. لی و وانگ (۲۰۲۱) دریافتند که بازیهای بومی و محلی به‌تدریج در حال انقراض و از دست رفتن هستند. به همین دلیل حفاظت، توسعه و انتشار آنها موجب انسجام و وحدت اقوام مختلف شده، هویت ملی و قومی افزایش یافته و مناطق قومی از ثبات اجتماعی بیشتری برخوردار خواهند شد.

علاوه بر این، هویت فرهنگی مستحکم شده و تبادلات فرهنگی افزایش می‌یابند. در همین راستا، بازی‌های بومی و محلی چینی به عنوان میراث فرهنگی ناملموس، وارثان فرهنگ سنتی چین بوده و در ارتباط با نیازهای مستمر مردم بهبود یافته و به همین دلیل موجب افزایش هویت اجتماعی خواهند شد. مک ایتنایر (۲۰۲۱) در پژوهش خود با استفاده از رویکرد هویت اجتماعی برای تیم راگی نوجوانان پسر دریافت که آنها با عضویت در تیم‌های ورزشی می‌توانند روابط دوستانه و خوبی با همسالانشان داشته و زمانی که به درک مناسبی از هویت اجتماعی در تیم راگی برسند، تلاش متمرکزی برای اجتماعی شدن انجام و میل زیادی به برد خواهند داشت و به مقابله با تأثیرات منفی ناشی از باخت خواهند پرداخت. همچنین، مریان و بازیکنان برای رسیدن به هویت اجتماعی و تیمی منسجم، باید فرهنگ‌ها و تفاوت‌های فرهنگی مختلف را پذیرفته و به آنها توجه داشته باشند. حسن و بابان (۲۰۱۸) در پژوهش خود دریافتند ورزش به مثابه ابزاری برای افزایش احساسات ملی، رشد ملت‌ها و دولت‌ها به کمک قدرت فرهنگی خود است. در واقع ورزش به عنوان یک ابزار هویتی برای حفظ فرهنگ در میان تنوع قومیتی استفاده می‌شود. همچنین، ورزش (مراسم افتتاحیه مسابقات ورزشی) می‌تواند موجب حفظ هویت فرهنگی از طریق زبان و نمادگرایی در زمان برگزاری مراسم خواهد شد. همچنین، ورزش می‌تواند تنوع فرهنگی ملت‌ها را با وجود نشانه‌ها، نمادها و آداب و رسوم مختلف به نمایش گذاشته و موجب افزایش هویت فرهنگی شود و سبب جلوگیری از بروز مشکلاتی به مانند شعارهای نژادپرستانه در استادیوم‌های ورزشی شود. همچنین، کریمی و همکاران (۱۳۹۹) در پژوهش خود دریافتند که کشورهای دارای تنوع قومی باید با سیاست‌گذاری مناسب و برنامه‌ای مدون، به گروه‌های قومی توجهی جدی کنند و در راستای کاهش منازعات و درگیری‌ها و ارتقاء انسجام ملی گام بردارند؛ در غیر این صورت حرکات تجزیه طلبانه به عنوان فرصتی برای تضعیف دولت مرکزی استفاده می‌شوند؛ به همین دلیل مدیران مسئول در حوزه مدیریت اقوام می‌توانند با برگزاری جشنواره‌های مختلف فرهنگی و ورزشی مانند بازی‌های بومی و محلی برای مشارکت بیشتر اقوام و ارتقاء انسجام ملی بکوشند؛ چراکه در استان خوزستان با دارا بودن مردمانی با زبان، فرهنگ‌ها و آداب و رسوم غنی

و متنوع، نیز همانند دیگر اقوام و نژادهای ایرانی انواع مختلفی از بازی‌های بومی و محلی وجود دارد که گویا و یادآور زیرساخت‌های مختلف فرهنگی، سیاسی، اجتماعی و موقعیت و رویدادهای تاریخی و آموخته‌های افراد جامعه در طول حیات بوده و هنری هستند ناشی از فرهنگ و آداب و سنن جامعه که به‌منظور آمادگی جسمانی، تقویت حافظه و هوش، گذراندن اوقات فراغت و انجام مراسم آیینی، نیایش، رزمی و ... در بین مردم اجرا می‌شوند و به نسل‌های بعدی انتقال یافته و گاهی با توجه به تغییرات سبک زندگی امروزی، دچار دگرگونی شده‌اند. هرچند امروزه، با توجه به تضاد و شکاف بین نسل والدین و فرزندان، ارزش‌ها و هنجارهای فرهنگی نسل گذشته آنچنان که باید و به صورت مناسب به نسل جوان انتقال داده نشده و براین مبنا، جوانان در هویت‌یابی خود دچار بحران و سردرگمی شده‌اند (نیازی و همکاران، ۱۳۹۵: ۱۱۴)؛ اما می‌توان با فراهم آوردن حضور و مشارکت توأمان والدین و فرزندان (والدین به‌عنوان نسل گذشته و فرزندان به‌عنوان نسل جدید) در برگزاری بازی‌های بومی و محلی از دوجبه‌ سودمند بود. اولاً بازی‌ها می‌توانند به‌عنوان ابزاری برای معرفی فرهنگ و پیشینه غنی نسل پیش استفاده شوند و دوماً مشارکت توأمان می‌تواند موجب افزایش جامعه‌پذیری و حس تعلق نسل جدید به ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی نسل گذشته شود (احمدی و همکاران، ۱۳۹۴: ۵). در همین راستا و با تأکید بر اهمیت حفظ هویت فرهنگی و اجتماعی اقوام مختلف در استان خوزستان و مقابله با تهاجم فرهنگی، به کارگیری سیاست‌های فرهنگی و ورزشی مناسب مانند ترویج فرهنگ بومی و محلی می‌تواند راهگشا باشد. در شرایط کنونی، یکی از مراحل تهاجم فرهنگی، تجزیه فرهنگی از طریق تحریک گروه‌ها و اقوام با گرایش‌های متفاوت، حذف میراث فرهنگی، آداب و رسوم و تجزیه جغرافیای ملت‌هاست. بدون شک برای مقابله با این تهاجم‌ها، در عصر تهاجم فرهنگی و اختلاف‌افکنی دشمنان در رابطه با تجزیه کشورمان ایران، باید به ارتقاء و ترویج بازی‌های بومی و محلی از سوی دولت و مسئولان محلی ازجمله مدیران اداره کل ورزش و جوانان استان، تخصیص بودجه مناسب و کافی به هیئت ورزش‌های بومی و محلی استان خوزستان و همکاری با سایر ادارات ذی‌ربط مانند میراث فرهنگی اهتمام ویژه‌ای شود.

متأسفانه امروزه با توجه به تهاجم فرهنگی دشمنان در جامعه و به خصوص در بین نوجوانان و جوانان با موضوع وقفه در هویت روبه‌رو هستیم؛ به گونه‌ای که آنان بین عقاید و افکار گوناگون سردرگم بوده و نمی‌توانند برای خود هویت ویژه و متناسبی را به دست آورند. درواقع، آنان در بین تضاد هویت و عقاید به‌جای‌مانده از والدین خود و مفاهیم تحمیل‌شده از سوی مهاجمان فرهنگی سردرگم بوده و دغدغه فراوانی در زمینه هویت‌یابی خویش دارند. به همین دلیل آشنایی این نسل با بازی‌های بومی و محلی به‌عنوان میراثی گران‌بها از نسل گذشته و شناخت ارزش‌های کهن ایرانی که در دل این بازی‌ها نهفته هستند، می‌تواند در حل مشکلات نسل جوان در حل مسئله بحران هویت راه‌گشا باشد.

درواقع، انسان‌ها محصول شرایط اجتماعی زمانه خود هستند و در عین حال که براساس واقعیت‌های عینی زمانه خود زندگی می‌کنند، میراث‌دار گذشته بوده و نمی‌توانند رابطه خود را با گذشته که زیربنای هویت آنهاست، قطع کنند. در همین راستا، باید ارزش‌های نهفته در بازی‌های محلی به‌عنوان جزئی از میراث فرهنگی به شکل مؤثری شناسایی شوند و برای اعضای جامعه اشاعه و گسترش یابند. یکی از رویکردهای مؤثر در گسترش هویت فرهنگی در جوامع مختلف، تبیین الگویی است که فرد در رابطه با دیگران به دنبال هویت فرهنگی خویش جست‌وجو کند. در این شرایط، افراد باورها، اعتقادات، آداب و ارزش‌های اصیل خویش را در ارتباط با سایرین فرا گرفته و می‌توانند ارزش‌های مورد اعتقاد خویش را ترویج دهند. با توجه به موارد ذکر شده، بازی‌های بومی و محلی راهکاری ویژه و راه‌گشا در این زمینه هستند که می‌توانند به‌صورت توأمان هر دو هویت فرهنگی و اجتماعی را بهبود و گسترش دهند. در اینجا باید این نکته را متذکر شد که اکنون با توجه به اینکه علاوه بر نسل جوان، قشر میانسال جامعه هم درگیر بازی‌های رایانه‌ای شده و از داشتن تحرک و جنبش لازم و مفید محروم شده‌اند، احیای بازی‌های بومی و محلی، افزایش سلامت و نشاط مردم را به دنبال خواهد داشت. بنابراین، پیشنهاد می‌شود؛ با حمایت همه‌جانبه مسئولین و سیاست‌گذاران، در جهت تلاش برای ترویج سلامتی و نشاط و تکیه بر حفظ اصالت خرده‌فرهنگ‌ها، برای آموزش بازی‌های بومی و محلی

در زنگ‌های ورزش مدارس برنامه‌ریزی کنند؛ چون کودکان و نوجوانان اکثر وقت خود را با هم‌سن‌وسالان خود در مدرسه می‌گذرانند. امروزه و با وجود بازی‌های کامپیوتری و دیجیتال، بازی‌های سنتی به عقب رانده شده و از جمله تبعات آن، تنهایی و جدایی از نعمت هم‌زیستی مسالمت‌آمیز با دیگر انسان‌هاست. در این بازی‌ها، انسان‌مداری جای خود را به مبارزه و کشمکش داده است و نوعی خشونت سازمان‌یافته برای غلبه بر حریف به فرد القاء می‌شود؛ در صورتی‌که بازی‌های محلی بدون نیاز به تدارکات خاصی، بازی آزاد و حقیقی را به دور از تنش‌های مضر برای افراد اعم از کودکان و بزرگسالان فراهم می‌آورند. از سویی دیگر، گسترش روزافزون استفاده از شبکه‌های مجازی در بین همه گروه‌ها و اقشار جامعه، منجر به دوری افراد از تعاملات مستقیم انسانی و یافتن هویت خویش در فضای اینترنت شده و به همین دلیل، افراد منزوی و ارزش‌های تعامل اجتماعی کم‌رنگ شده‌اند. در همین راستا، توجه به برگزاری بازی‌های سنتی می‌تواند حصار گوشه‌گیری و مرزبندی جهان مجازی از جهان حقیقی را درهم شکسته و تبلور مفاهیم ارزشمند در روابط انسانی را مانند دوستی، احترام و زندگی جمعی رونق بخشد.

ذکر این نکته ضروری است که با توجه به پراکندگی جغرافیایی استان خوزستان و وجود مناطق کوهستانی در شمال و شرق استان و دشت‌های جلگه‌ای در مرکز و جنوب استان، شاهد بازی‌های محلی با ساختار و ماهیت متفاوتی هستیم؛ اما می‌توان با استفاده از نقش فرهنگی بازی‌های سنتی تأثیر زیادی بر وحدت اقوام مختلف در این استان داشت و مانع از این شد تا فاصله‌های جغرافیایی و قومی موجب گسست فرهنگی در استان خوزستان شوند. علاوه‌براین، می‌توان با بهره‌گیری از ظرفیت توسعه گردشگری به وسیله بازی‌های محلی با استفاده از ظرفیت‌های موجود و آشنایی گردشگران با مناطق بکر و طبیعی، موجب رونق اقتصادی و اجتماعی در این استان شد. همچنین، می‌توان با استفاده از این بازی‌ها، ورزش را در میان روستاییان مناطق مختلف استان رواج داده و با شناسایی استعدادهای برتر در ورزش‌های سنتی، بازیکنانی مستعد و مناسب را برای حضور در تیم‌های استانی و ملی پرورش داد. استان خوزستان، استانی با تنوع اقوام مختلف است و اختلاف‌های فرهنگی در این استان ممکن است دستاویزی

برای درگیری‌های قومی و گسست فرهنگی شود؛ اما آشنایی و شناخت هر قوم با آداب و رسوم اقوام دیگر در این استان که بازی‌های بومی و محلی جلوه‌ای از این آداب و رسوم هستند، منجر به تقویت هویت فرهنگی به مثابه یک گروه واحد به دور از نزاع‌های قومی و باور به هویت ایرانی خویش به صورت یک پارچه، به گونه‌ای که احساس کنند در یک سرزمین مشترک زندگی می‌کنند و نسبت به آن حس تعلق و وفاداری داشته باشند که این خود زیربنای هویت ملی است و همبستگی اجتماعی آنان می‌شود. امروزه با فراموشی هویت فرهنگی که با وجود فرهنگ‌های وارداتی مختلف و اختلاط هویتی در جوامعی که با پدیده ناهمگونی قومی مواجه هستند، از خود بیگانگی و یا دوگانگی هویت رواج یافته و مردم این جوامع فرهنگ خویش را در مقابل فرهنگ‌های وارداتی، کوچک می‌شمارند. در همین راستا و برای مقابله با تأثیرات فرهنگی فراورده‌های ذکر شده، احیاء ارزش‌های فرهنگی جوامع از اهمیت فراوانی برخوردار است و می‌تواند منجر به ایجاد احساس وحدت و غرور ملی شود. درواقع، اگر همه گروه‌های جامعه بتوانند به شناختی درست از هویت فرهنگی خویش برسند و با توانایی‌های خود در این زمینه در بستر یک برنامه‌ریزی همه‌جانبه‌نگر حول محور مفهوم وحدت ملی آشنا و بهره‌مند شوند، به هویت اصیل و اصلی خود دست یافته و زمینه‌های آزادی و استقلال ملت خود را از نفوذ بیگانگان فراهم آورند. علاوه براین، احیاء ارزش‌های فرهنگی جوامع، منجر به مقاومت در برابر جهانی‌شدن خواهد شد، بدین گونه که مردم یک جامعه احساس می‌کنند که به سرزمین، زبان و مذهب خود علاقه‌مندند و زمانی که با نفوذ و هجوم فرهنگ‌های بیگانه مواجه می‌شوند، در برابر آنها واکنش نشان می‌دهند. در آخر با توجه به مجموعه مباحث مطرح شده، به نظر می‌رسد تجمیع و تلفیقی از برنامه‌های ورزشی و تفریحی با تأکید بر ورزش‌های بومی و محلی، به عنوان یک ابزار مهم، می‌تواند نقش ویژه‌ای در احیاء هویت فرهنگی و اجتماعی اقوام مختلف ساکن در استان خوزستان داشته و درواقع با توجه مستمر و هدفمند به این بازی‌ها از سوی نهادهای مربوط و دست‌اندرکار، می‌توان ضمن ارتقاء سلامتی و تندرستی و افزایش سطح بهره‌وری، جامعه را از

آسیب و بیماری بحران هویتی که امروزه بحران فرهنگی و تعارض نسلی نشانه‌های بارز این آسیب‌ها هستند، درامان نگه داشت.

کتابنامه

۱. احمدپور، ا. (۱۳۹۶). نقش ورزش در ایجاد هویت ملی (رساله دکتری منتشر شده). دانشگاه تهران، پردیس منطقه‌ای، پردیس بین‌المللی کیش، ایران.
۲. احمدی، م.، تکاوران، س.، تکاوران، ط.، تکاوران، ا. و بهادران، ا. (۱۳۹۴). تهاجم فرهنگی و شیوه‌های مقابله با آن. *کنفرانس ملی چارسوی علوم انسانی*، شیراز.
۳. استرابی آشتیانی، ح.، اعتصام، ا. و ماجدی، ح. (۱۴۰۰). تبیین الگوهای کاهش آسیب‌پذیری هویت فرهنگی اجتماعی شهرک اکباتان تهران. *جغرافیا و برنامه‌ریزی منطقه‌ای*، ۱۱(۴)، ۳۴۱-۲۵۹.
۴. اصدقی، ی. (۱۳۹۸). تأثیر سرمایه‌گذاری اجتماعی و مشارکت اجتماعی بر توسعه بازی‌های بومی و محلی در شهرستان هشتروند (پایان‌نامه کارشناسی ارشد). دانشگاه تبریز، ایران.
۵. اندام، ر.، عسگری، م.، و سلیمی، م. (۱۳۹۴). بررسی موانع توسعه بازی‌های بومی و محلی از دیدگاه دانشجویان. *پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی*، ۴(۲)، ۶۱-۴۹.
۶. آگاهی، ع.، و عباسی، ع. (۱۳۸۶). *درآمدی بر روابط بین‌الملل*. مشهد: انتشارات معاونت فرهنگی آستان قدس رضوی.
۷. آمره، م. (۱۳۹۹). مفهوم هویت ملی از منظر جغرافیای سیاسی فضای مجازی. *فصلنامه مطالعات ملی*، ۲۱(۲)، ۱۷۴-۱۵۷.
۸. امیری، م.، و نوروزی سید حسینی، ر. (۱۳۹۴). *درآمدی بر روش تحقیق کیفی در ورزش (چاپ دوم)*. تهران: دانشگاه تهران.
۹. پاپزن، ع.، آگهی، ح.، و شاهمادی، م. (۱۳۹۵). مولفه‌های اصلی ورزش‌های بومی و محلی به منظور بهره‌برداری در توسعه پایدار روستایی. *توسعه محلی (روستایی، شهری)*، ۸(۱)، ۸۹-۱۱۲.
۱۰. پورطریق، آ.، رستگار، ی.، و معبدفر، س. (۱۴۰۱). برساخت هویت فرهنگی-بومی در بستر نسل‌ها؛ پژوهشی کیفی در میان سه نسل از شهروندان شهر بندرعباس. *جامعه‌پژوهی فرهنگی*، ۱۳(۲)، ۲۷-۱.

۱۱. جدیدی، س.، لبیبی، م.، و قدیمی، ب. (۱۴۰۰). جامعه‌شناختی مولفه‌های هویت و تاثیر آن بر سلامت ورزش همگانی. علوم پزشکی رازی، ۲۸(۲)، ۹۸-۱۰۳.
۱۲. جوانمرد، ک. (۱۴۰۱). ورزش و بازتاب‌های اجتماعی از منظر مارسل موس. مطالعات راهبردی جامعه‌شناختی در ورزش، ۲(۴)، ۳۴۵-۳۵۸.
۱۳. چینی پرداز، ف.، محمدی، ا.، و چیت‌ساز، م. (۱۴۰۱). بررسی پدیدارشناختی چالش‌های هویت اجتماعی زنان شاغل در اقوام مختلف (مطالعه موردی: کلان‌شهر اهواز). جامعه‌شناختی سیاسی / ایران، ۵(۱۱)، ۴۷۴۶-۴۷۶۲.
۱۴. داوودی، ع.، و رضازاده، آ. (۱۳۹۲). مدل‌سازی معادلات ساختاری با نرم‌افزار پی‌ال‌اس. تهران: سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی.
۱۵. دهوری، م. (۱۳۹۹). تاثیر فضای مجازی بر وضعیت انجام ورزش‌های بومی و محلی در شهرستان سراوان (پایان‌نامه کارشناسی ارشد). دانشگاه پیام نور، ایران.
۱۶. ذوقی پایدار، م.، و فعلی، س. (۱۳۹۶). بررسی رابطه بین گرایش به مد و مدگرایی با هویت دینی - ملی و هویت اجتماعی در دانش‌آموزان مقطع متوسطه ایرانی ۹۴-۹۳. اولین کنفرانس بین‌المللی فرهنگ، آسیب‌شناسی روانی و تربیت بازيابی. <https://civilica.com/doc/649358>، ۲۱-۱.
۱۷. رحمتی، م.، و عباس‌زاده، م. (۱۳۹۴). توانمندی‌های ورزش روستایی، توسعه محلی و مشارکت اجتماعی (مورد مطالعه: کشتی گیله‌مردی). توسعه محلی (روستایی و شهری)، ۷(۱)، ۵۹-۷۸.
۱۸. زند، ع.، فرجی، غ.، و طاعتی کواریم، ع. (۱۴۰۲). تاثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر هویت اجتماعی و عملکرد شغلی کارکنان سازمان ورزش شهرداری تهران. پژوهش‌های کاربردی در علوم ورزشی و سلامت، ۲(۱)، ۱۳-۲.
۱۹. سرمد، ز.، بازرگان، ع.، و حجازی، ا. (۱۳۸۸). روش‌های تحقیق در علوم رفتاری (چاپ هجدهم). تهران: انتشارات آگاه.
۲۰. سری نشریات چشم‌انداز فوتبال. (۹۹-۱۳۸۸). نشریه‌ی رسمی سازمان لیگ فوتبال ایران، ۲۲(۱)، ۷۷-۷۹.

۲۱. سلطان‌پور اشتبینی، ا.، عربستانی، م.، و ساروخانی، ب. (۱۴۰۰). شناسایی و اولویت‌بندی عناصر هویت فرهنگی در تکوین و پایداری هویت قوم ترک. *جامعه‌شناسی نهادهای اجتماعی*، ۸(۱۸)، ۸۹-۱۱۳.
۲۲. شعبانی مقدم، غ.، و مقبولی، س. (۱۳۹۲). رابطه بین ورزش و حفظ هویت فرهنگی دانشجویان ورزشکار. *پژوهش در ورزش‌های دانشگاهی*، ۳، ۹۲-۷۷.
۲۳. شیانی، م.، و احمدپور، خ. (۱۳۹۶). رابطه بین سرمایه اجتماعی و هویت اجتماعی بین شهروندان رشت. *رفاه اجتماعی*، ۱۷(۶۶)، ۲۵۵-۲۹۰.
۲۴. طاهرپور، م. (۱۳۹۵). تحلیل مردم‌شناختی، تحول فرهنگ ورزش سنتی کشتی با چوخه در شهرستان شیروان (خراسان شمالی). *سومین کنفرانس بین‌المللی پژوهش در علوم و تکنولوژی*، برلین، آلمان.
۲۵. عباسی مقدم، ح.، اسمعیلی، م.، و زرگر، ط. (۱۴۰۰). ارتباط مدل سبک زندگی، سواد رسانه‌ای و هویت اجتماعی در سازمان‌های ورزشی کشور. *فصلنامه علمی مطالعات راهبردی ورزش و جوانان*، ۵۲، ۳۰-۳۹.
۲۶. فهیم دوین، ح.، و اسداللهی، ا. (۱۴۰۱). تاثیر فرهنگ حاکم در ورزش‌های آیینی-میراثی بر توسعه سرمایه اجتماعی جوامع شهری (مورد مطالعه: ورزش زورخانه‌ای و کشتی پهلوانی استان خراسان رضوی). *پژوهش در ورزش تربیتی*، ۱۰(۲۹)، ۴۵-۶۶.
۲۷. قاسمی، ا. (۱۴۰۰). هویت فرهنگی در عصر جهانی شدن: همگرایی یا واگرایی. *پژوهش‌های مکانی-فضایی*، ۵(۲)، ۸۳-۹۶.
۲۸. محرم زاده، م.، و سیوان نوری، م. (۱۳۹۹). تاثیر سبک زندگی بر هویت اجتماعی از طریق اوقات فراغت در بین دانشجویان تربیت بدنی دانشگاه آزاد اسلامی واحد سنج. *دوفصلنامه جامعه‌شناسی ورزش*، ۶(۱۶)، ۱۸۸-۲۰۴.
۲۹. محرم زاده، م.، سیوان نوری، م.، و فتحی، ف. (۱۴۰۰). بررسی منابع طبیعی استان اردبیل با رویکرد شناسایی فرصت‌های مثبت توسعه ورزش‌های بومی و محلی براساس فرهنگ و سنت جامعه. *مدیریت دانش در ورزش*، ۱(۱)، ۱-۱۲.
۳۰. مرادی، ع. (۱۳۹۴). *هویت فرهنگی اقوام ایرانی و تاثیر آن بر هویت ملی و انسجام ملی ایرانیان*. مهندسی فرهنگی، ۹(۸۴)، ۱۲۹-۱۴۴.

۳۱. مشایخی فرد، س.، پورزمانی، ز.، و جهانشاد، آ. (۱۳۹۸). نقش میانجی ذهنیت فلسفی حسابرس بر تاثیر اعتماد اجتماعی و هویت اجتماعی بر قضاوت حرفه‌ای حسابرس. *دوفصلنامه حسابداری حرفه‌ای و ارزشی*، ۴(۷)، ۶۲-۲۳.
۳۲. معصومی، ح.، معصومی، خ.، و معصومی، غ. (۱۳۹۶). *ورزش‌ها و بازی‌های بومی و محلی استان مازندران*. چاپ اول. تهران: دانش پذیر.
۳۳. نیازی، م.، گنجی، م.، و فرقانی نوش آبادی، ز. (۱۳۹۵). بررسی عوامل اجتماعی فرهنگی موثر بر هویت فرهنگی با تاکید بر شکاف نسلی بین دانش‌آموزان (مطالعه موردی دانش‌آموزان دختر دبیرستان شهر کاشان در سال تحصیلی ۹۳-۹۲). *مطالعات میان‌فرهنگی*، ۳۰(۳)، ۹۳-۱۱۸.
۳۴. ویسیا، ا.، هدایت نیا، ز.، و غفاری پور، س. (۱۴۰۱). *بازی‌های بومی و محلی رایج در سراسر کشور*. چاپ اول. قم: انتشارات میراث ماندگار.
۳۵. هاشمیان فر، س. ع.، مرتضی پور، م.، یعقوبی، ک.، کرمی، م.، و قلی پور، گ. (۱۳۹۵). بررسی عوامل موثر بر شکل‌گیری هویت اجتماعی نوجوانان چرام. *فصلنامه علمی پژوهشی علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد شوشتر*، ۱۰(۱)، ۳۵-۲۵.

36. Bouymaj, I. (2020). Globalization's impact on cultural identity: Empirical study on 1st and 2nd generation immigrants. *Department of Marketing, Strategy and Operation*, 1-83.
37. Brown, R. (2020). The social identity approach: Appraising the Tajfellian legacy. *British Journal of Social Psychology*, 59(1), 5-25.
38. Damanik, R., & Sinaga, W. (2021). The values of character in traditional games of the Simalungun society. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 4(1), 1059-1069.
39. Davis, A. (2017). It wasn't me, it was my festival me: The effect of event stimuli on attendee identity formation. *Tourism Management*, 61, 484-500.
40. Genkova, P., & Grimmelsmann, M. (2020). Investigating interculturality in Germany by means of social identity, social distance, personality, and xenophobia. *Migration and Development*, 11(3), 314-333.
41. Hasan, H., & Baban, A. (2018). The relationship between sports and national identity in Europe in the 20th century. *Journal of Garmian University*, 5(3), 22-37.
42. Haslam, C., Haslam, S. A., Jetten, J., Cruwys, T., & Steffens, N. K. (2021). Life change, social identity, and health. *Annual Review of Psychology*, 72, 635-661.

43. Koschate, M., Naserian, E., Dickens, L., Stuart, A., Russo, A., & Levine, M. (2021). ASIA: Automated social identity assessment using linguistic style. *Behavior Research Methods*, 13, 1-21. <https://doi.org/10.3758/s13428-020-01511-3>
44. Kroger, J. (2019). *Identity in adolescence: The balance between self and other* (4th ed.). London & New York.
45. Li, Z., & Wang, P. (2021). Cross-boundary Hani (Akha) folk sports cultural exchange and its dissemination strategy. *Frontiers in Sport Research*, 4(1), 1-7.
46. McCourt, J. (2021). Native identity development through sport (Master's thesis, Queen's University, Kingston, Ontario, Canada).
47. McIntyre, L. (2021). How does belonging to a sports team affect mental wellbeing Utilizing the social identity approach in the context of a male adolescent rugby team (Master's thesis, University of Otago, Department of Psychology).
48. Obermire, K., Cohen, J. R., & Zehms, K. M. (2021). Audit committee members' professional identities: Evidence from the field. *Accounting, Organizations and Society*, 93(C), 1-19.
49. Perry, E., Mandy, W., Hull, L., & Cage, E. (2022). Understanding camouflaging as a response to autism-related stigma: A Social Identity Theory approach. *Journal of Autism and Developmental Disorders*, 52(2), 800-810.
50. Ran, Z., Kiki, K., & Christine, E. W. (2021). Social capital from sport event participation: Scale development and validation. *Leisure Studies*, 4(13), 38-52.
51. Stenishcheva, A. (2021). The relationship between the formation of the cultural identity of students and the level of education. SHS Web of Conferences, Peoples' Friendship University of Russia, 1-5.
52. Trung, N. S., & Van, V. H. (2020). Vietnamese cultural identity in the process of international integration. *Journal of Advances in Education and Philosophy*, Scholars Middle East Publishers, Dubai, United Arab Emirates, 220-225.



Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY 4.0)

طراحی الگوی راهبردی کارآفرینی اجتماعی: یک مطالعه فراترکیب

رضا نوروزی اجیرلو (استادیار گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران، نویسنده

مسئول)

rezanorouzi20@pnu.ac.ir

مسلم سلیمان‌پور (استادیار گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران)

m.soleymanpor@pnu.ac.ir

صمد خباز باویل (استادیار گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران)

s_khabbaz@pnu.ac.ir

چکیده

کارآفرینی اجتماعی، به عنوان یک پدیده جهانی با به کارگیری رویکردهای نوآورانه برای حل مشکلات اجتماعی، بر جامعه تأثیر می‌گذارد. داشتن تعهد به طبیعت و اصول پایداری و تأکید بر حفظ محیط زیست، به عنوان بخشی از راهبرد کارآفرینان در حوزه اجتماعی محسوب می‌شود. این پژوهش براساس هدف، کاربردی-توسعه‌ای است و از لحاظ گردآوری داده‌ها با توجه به ماهیت پژوهش، از روش کیفی فراترکیب با رویکرد هفت مرحله‌ای سندولسکی و باروسو (۲۰۰۷)، استفاده شده است. برای گردآوری اطلاعات، مقاله‌های مرتبط در بازه زمانی ۲۰۱۵ تا ۲۰۲۲ از پایگاه داده‌های الکترونیکی از جمله: Emerald, ScienceDirect, Springer, Sage و پایگاه تخصصی مگ ایران، ایران داک، پایگاه اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی و پرتال جامع علوم انسانی بررسی شد. با استفاده از روش فراترکیب، در عین توجه یکپارچه به تمام ابعاد کارآفرینی اجتماعی، شاخص‌هایی که از نظر پژوهشگران در شکل‌گیری کارآفرینی اجتماعی مبتنی بر محیط زیست مؤثر هستند، شناسایی شدند. در این پژوهش، به تحلیل نتایج و یافته‌های محققین قبلی پرداخته و با انجام گام‌های هفت‌گانه سندولسکی و باروسو، الگوی نهایی کارآفرینی اجتماعی شناسایی شد. در راستای استخراج داده‌ها از متون، با توجه به مطالعه گسترده ادبیات کارآفرینی اجتماعی، اقدام به کدگذاری اولیه و استخراج مفاهیم و مقوله‌ها شد. پس از کنار هم قراردادن و ادغام شاخص‌های به دست آمده در مرحله فراترکیب، در مجموع ۲۴ کد اولیه و ۶ تم و ۳

نشریه علوم اجتماعی دانشگاه فردوسی مشهد، سال بیست و یکم، شماره ۲، تابستان ۱۴۰۳، شماره پیاپی ۴۸ صص ۱۷۵-۱۴۹

تاریخ تصویب: ۱۴۰۲/۰۸/۰۷

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۲/۰۷/۱۵

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۶/۱۹

مقوله شامل عوامل زیرساختی (حمایتی و ساختی)، عوامل شناختی (مهارتی و شخصیتی) و راهبرد زیست محیطی (جهت گیری زیستی و رفتار زیست محیطی) شناسایی شد. این مقاله می تواند بینش های ارزشمندی را در زمینه غنی شدن ادبیات کارآفرینی اجتماعی دهد و با حمایت راهبردی دولت از فعالیت های کارآفرینی اجتماعی مانند سیاست کاهش مالیات برای فعالیت هایشان، آنها را از درجه مطلوبیت شناختی و امکان سنجی بالایی برخوردار سازد.

واژگان کلیدی: کارآفرینی اجتماعی، راهبرد زیست محیطی، فراترکیب.

۱. مقدمه

اهمیت کارآفرینی در پیشبرد توسعه جوامع روشن است و این اهمیت از دستاورد و پیامدهای متعدد مستقیم و غیر مستقیم فعالیت های کارآفرینانه ناشی می شود (لای و ونورتاس^۱، ۲۰۱۹: ۸۷۷). توسعه کارآفرینی در نتیجه تعامل پیچیده و منحصر به فرد مجموعه ای از عوامل اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و محیطی و هم افزایی بین عوامل به وقوع می پیوندد (عباسی، میردامادی، امیدی نجف آبادی، و فرج الله حسینی، ۱۴۰۱: ۱۳۸). افراد به دلایل شخصی و کاملاً متفاوت با یکدیگر کارآفرینی می کنند. از موارد مهم کیفیت زندگی مسائل مربوط به رضایتمندی ها است، کارآفرینی می تواند رضایت شخصی و رضایت اجتماعی را به همراه بیاورد (حاتمی شاه خالی و داوری، ۱۴۰۰: ۲۵). کارآفرینی اجتماعی به یک پدیده جهانی تبدیل شده است که با به کارگیری رویکردهای نوآورانه برای حل مشکلات اجتماعی بر جامعه تأثیر می گذارد (رابینسون^۲، ۲۰۰۹: ۱). زهرا، راووسر، باوه، نبام و هایتون^۳ (۲۰۰۸) چهار عامل کلیدی که به جهانی شدن کارآفرینی اجتماعی دامن می زند را بررسی می کنند؛ آنها شامل نابرابری ثروت جهانی، حرکت مسئولیت اجتماعی شرکت، شکست های نهادی بازار و پیشرفت های فناورانه و مسئولیت مشترک هستند.

1. Lai and Vonortas

2. Robinson et al

3. Zahra, Rawhouser, Bhawe, N., Neubaum & Hayton,

کارآفرینی اجتماعی می‌تواند به سازمان‌های غیر انتفاعی کمک کند تا با روشی نوآورانه عمل کنند (اکپارا و هالکیاس^۱، ۲۰۱۱: ۷).

ریس و کلوزی^۲ (۱۹۹۹) بر این باورند که وقتی منابع سنتی به‌طور مداوم کاهش می‌یابد و رقابت برای این منابع مشترک تشدید می‌شود، لازم است سازمان‌های غیر انتفاعی از عملیات حرفه‌ای تجاری و تکنیک‌های بازاریابی برای بهبود کارایی در محصولات و خدمات استفاده کنند. مشکلات اجتماعی فزاینده، شرکت‌ها را به پاسخ مبنی بر پذیرش مسئولیت در بخش اجتماعی می‌طلبد. چنین پاسخی باعث تشویق فعالیت‌های کارآفرینی اجتماعی توسط سازمان‌های شرکتی و غیر انتفاعی می‌شود که هم ارزش کسب‌وکار را افزایش می‌دهد و هم تأثیر اجتماعی مثبتی خواهد داشت. بنابراین، مرز ناپدیدشدن بین بخش‌های مختلف منجر به رویکردهای نوآورانه برای حل مشکلات اجتماعی می‌شود. در بیشتر کشورها، کارآفرینان اجتماعی مستقیماً با دولت‌ها و سازمان‌های عمومی مسئول رفاه شهروندان، به‌منظور مذاکره درباره حمایت‌های سیاسی یا مالی یا تأثیرگذاری بر تغییر در سیاست‌ها و مقررات، تعامل دارند و بازیگران در این حوزه‌ها به اهداف، هنجارها و ارزش‌های متمایز پایبند هستند که آنها را به دیدن جهان، رفتار و تعامل با دیگران به روش‌های خاصی هدایت می‌کند (دیماگیو و پاول^۳، ۱۹۸۳: ۱۵۰). کارآفرینی اجتماعی یکی از ابعاد مهم و رو به گسترش در فعالیت‌های کارآفرینی کشورهای صنعتی جهان است و از سابقه دیرینه‌ای نیز برخوردار است (ترابی، آزما و سعیدی، ۱۳۹۸: ۵۷). بسیاری از مسائل جامعه دارای ماهیت اجتماعی هستند و ازاین‌رو، حل آنها نیازمند راهکارهای اجتماعی نوآورانه است. از این منظر، کارآفرینی اجتماعی می‌تواند به حل مسائل جامعه، به‌ویژه فقر و نابرابری کمک کند (شریفی و پیش‌بین، ۱۳۹۴: ۷۷). کارآفرینی اجتماعی رویکردی نوآورانه برای تبیین موضوعات مختلف در قلمروهای آموزش، محیط زیست، تجارت عادلانه، بهداشت،

1. Okpara, & Halkias

2. Reis and Clohesy

3. DiMaggio & Powell

حقوق بشر و در سطحی وسیع تر، عنصر مهمی در فرایند توسعه پایدار کشورهاست (ژانگ و سوانسون^۱، ۲۰۱۴: ۱۷۵).

امروزه داشتن تعهد به طبیعت و اصول پایداری و تأکید بر روی حفظ محیط زیست، به عنوان بخشی از راهبرد کسب و کار است. راهبرد زیست محیطی که تحت تأثیر محرک‌هایی مانند مسئولیت اجتماعی، ارزش‌ها و نگرانی‌های زیست محیطی و فشارهای رقابتی است، بخشی از راهبردهای کسب و کار شرکت‌هاست. امروزه یکی از پارامترهای مهم فرایندهای صنعتی، تولید سبز است و الحاق برند سبز به تولیدکننده‌ها نشان از اهمیت این صنایع به مسئله محیط زیست بوده و موجب می‌شود که توان رقابتی در سطح سازمان‌های معتبر جهانی ایجاد شود (چی تو^۲، ون، سیان، ۲۰۱۶: ۱۳۲۸).

پایین‌بودن جایگاه زیست محیطی در بوم‌سازگان کارآفرینی کشور نشان می‌دهد با وجود پتانسیل خلق ارزش راهبرد زیست محیطی در بوم‌سازگان کارآفرینی اجتماعی ایران، هنوز فعالیت شایسته‌ای انجام نشده است. شکل‌گیری کارآفرینی اجتماعی وابستگی زیادی به عامل مهم زیست محیطی دارد؛ چراکه بدون در نظر گرفتن اهمیت عامل زیست محیطی، تمام ابتکارات در زمینه کارآفرینی اجتماعی به صورت بالقوه ممکن است با شکست مواجه شود. در این پژوهش، هدف اصلی بررسی تمامی عوامل زیست محیطی دخیل در کارآفرینی اجتماعی در کنار عوامل فردی و زیرساختی با استفاده از مطالعه‌ها و پژوهش‌های گذشته است.

۲. مبانی نظری تحقیق

۲.۱. پیشینه تحقیق

عباسی و همکاران (۱۴۰۱) در پژوهشی با عنوان طراحی مدل توسعه کارآفرینی اکوتوریسم روستایی با رویکرد کیفی، دریافتند که ترکیب مسئولیت اجتماعی، مسئولیت زیست محیطی، رشد و توسعه از طریق طبیعت‌گردی و نوآوری‌ها و خلاقیت‌های اکوتوریسم، توسعه کارآفرینی

-
1. Zhang and Swanson
 2. Che Tu, Wen., Sian

طبیعت‌گردی روستایی را فراهم می‌آورند. همچنین، عامل کالبدی-زیرساختی، اقتصادی، آموزشی و اطلاع‌رسانی، نهادی، زیست‌محیطی، اجتماعی-فرهنگی و عامل فردی به‌عنوان مهم‌ترین عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی طبیعت‌گردی روستایی شناسایی شدند.

حاتمی شاه خالی و همکاران (۱۴۰۰) در پژوهشی با عنوان عوامل مؤثر در ارتقاء کارآفرینی گردشگری در مناطق روستایی با تأکید بر حفظ محیط زیست به این نتیجه رسیدند که رابطه معناداری بین عوامل نهادی و سازمانی، اقتصادی، مدیریتی، اجتماعی، زیست‌محیطی و فرهنگی و ارتقاء سطح کارآفرینی در روستاهای مورد مطالعه وجود دارد.

جامه‌بزرگی و میگون‌پوری (۱۴۰۰) در مقاله‌ای با موضوع فرهنگ بوم‌سازگان کارآفرینی دانشگاهی، پیش‌ران توسعه کارآفرینی اجتماعی، به این نتیجه رسیدند که فرهنگ بوم‌سازگان کارآفرینانه دانشگاهی می‌تواند به‌عنوان فضا و بستری برای توسعه کارآفرینی اجتماعی عمل کند. ابعاد مختلف فرهنگ بوم‌سازگان، پیش‌ران‌های توسعه کارآفرینی اجتماعی تلقی می‌شوند. بعد فردی با ایجاد انگیزه، اعتماد به نفس و شناسایی فرصت‌ها، بعد سازمانی با همکاری تیمی، برنامه‌ریزی و رفتار شهروندی، بعد آموزشی با کیفیت‌بخشی به آموزش و محتواسازی مناسب، بعد کسب‌وکار با ریسک‌پذیری، خلاقیت، فرصت‌سازی و بعد پژوهشی با کیفیت‌بخشی به پژوهش فناورانه و با خلق ارزش اجتماعی به توسعه کارآفرینی اجتماعی کمک می‌کند.

ادبیات کلی کارآفرینی شامل تحقیقات زیادی دربارهٔ نیت‌ها و انگیزه‌هایی است که مقدم بر اقدام کارآفرینانه هستند. به‌طورکلی، مطالعات تجربی پیش‌آیندهای مختلفی را برای انگیزه‌های کارآفرینی نشان داده‌اند که شامل تمایل به بهره‌برداری از فرصت شناسایی‌شده و رئیس خود بودن می‌شود.

پتروفسکایا و میراکیان^۱ (۲۰۱۸) و اخیراً تیواری، بات و تیکوریا^۲ (۲۰۲۰) شفقت را به‌عنوان یک محرک کلیدی توضیح می‌دهند و پیشنهاد می‌کنند که کارآفرینان اجتماعی در مقایسه با

1. Petrovskaya, I., & Mirakyan

2. Tiwari, Bhat & Tikoria

کارآفرینان تجاری از نظر نوع دوستی، فروتنی، همدلی، اعتماد به دیگران و صداقت از شرایط بالاتری برخوردارند. کارآفرینی، مطلوبیت درک شده و امکان سنجی درک شده به ترتیب مبنی بر همدلی و قضاوت اخلاقی و خودکارآمدی و حمایت اجتماعی است. Kruse (۲۰۲۰) نیز در تحقیق خود نشان داد تجربیات قبلی کار در یک شرکت اجتماعی بر قصد کارآفرینی اجتماعی از طریق همدلی و خودکارآمدی تأثیر می‌گذارد.

از نظر تجربی، مطالعاتی که مدل‌های سستی قصد کارآفرینی را برای کارآفرینی اجتماعی اعمال کرده‌اند، تمایل دارند تا عوامل شناختی و عاطفی مانند همدلی، ارزش‌های شخصی و تعهد اخلاقی را به عنوان پیشایندها، با نتایج مثبت اضافه کنند.

تیواری و همکاران^۱ (۲۰۲۰)، شواهدی از یک رابطه مستقیم بین افراد درگیر در رفتار کارآفرینانه اجتماعی و سطوح بالای همدلی و قضاوت اخلاقی بیان می‌کنند.

کراس و همکاران^۲ (۲۰۱۹) دریافتند که کنترل رفتاری درک شده و نگرش نسبت به مطلوبیت درک شده کارآفرینی اجتماعی، تأثیر هنجارهای ذهنی را واسطه می‌کند. علاوه بر این، آنها پیشنهاد می‌کنند که ارزش‌های شخصی بر ابعاد و شکل‌گیری قصد کارآفرینی اجتماعی تأثیر می‌گذارد.

باک و آلت^۳ (۲۰۱۸) همچنین دریافتند که همدلی به‌طور غیر مستقیم بر قصد کارآفرینی اجتماعی از طریق دو عامل واسطه‌ای خودکارآمدی و ارزش اجتماعی تأثیر می‌گذارد.

در پژوهشی که کنگ^۴ (۲۰۱۵)، انجام داد مدل تجدید نظر شده‌ای از دو مدل ارائه کرد که یکی بر محیط خارجی شرکت اجتماعی مانند قوانین، عوامل سیاسی، مالیات، عوامل اقتصاد کلان و عوامل جمعیت شناختی و دیگری بر محیط داخلی شرکت اجتماعی شامل عناصر مأموریتی و سازوکار اجرایی تمرکز دارد. این مدل تجدید نظر شده، ترکیبی از دو چهارچوب تجدید نظر

1. Tiwari et al

2. Kruse et al

3. Bacq and Alt

4. Kang

شده دیگری است، با اضافه کردن سه بعد «آینده‌نگری»، «نوآوری» و «فرصت» که به دستاورد کلی‌تری منجر می‌شود.

همان‌طور که پژوهش‌های بالا نشان می‌دهد، کارآفرینی اجتماعی از دیدگاه‌های مختلفی بررسی شده است؛ اما هریک از این مطالعات تنها به بررسی و شناسایی زمینه‌های خاص و محدودی از کارآفرینی اجتماعی پرداخته‌اند و نگاهی کلی و همه‌جانبه در این زمینه نداشته‌اند. از این رو، پژوهش حاضر سعی دارد با نگاهی دقیق‌تر و موشکافانه‌تر، کارآفرینی اجتماعی را بررسی کند و در نهایت در این راستا الگویی جامع ارائه دهد و همین موضوع، وجه تمایز و نوآوری آن در مقایسه با سایر پژوهش‌های انجام شده درباره کارآفرینی اجتماعی است.

۲.۲. چهارچوب نظری تحقیق

کارآفرینی اجتماعی به عنوان محور تحقیقات دانشگاهی سابقه نسبتاً مختصری دارد. کارآفرینی اجتماعی ممکن است در مجموعه وسیعی از فعالیت‌های اقتصادی، آموزشی، پژوهشی، رفاهی، اجتماعی و معنوی که توسط سازمان‌های مختلف درگیر می‌شود، بیان شود (لیدبیتر^۱، ۱۹۹۷). با انعکاس این طیف متنوع از فعالیت‌ها، محققان تلاش کرده‌اند تا ساختار کارآفرینی اجتماعی را در زمینه‌های مختلفی از جمله بخش عمومی، سازمان‌های اجتماعی، سازمان‌های اقدام اجتماعی و خیریه‌ها مفهوم‌سازی کنند. اکثر ادبیات کارآفرینی اجتماعی در حوزه سازمان‌های غیر دولتی غیر انتفاعی تکامل یافته است. برخی از محققان (کوک، دادز، و میچل^۲؛ ۲۰۰۱: ۳؛ والاس^۳، ۱۹۹۹: ۱۵۴) پیشنهاد می‌کنند که شرکت‌های اجتماعی که فعالیت‌های انتفاعی را برای حمایت از سایر فعالیت‌های غیر انتفاعی انجام می‌دهند، می‌توانند به عنوان کارآفرین اجتماعی در نظر گرفته شوند و استدلال کرده‌اند که سودآوری‌هایی که ممکن است برخی اقدامات نوآورانه در جهت ایجاد سرمایه اجتماعی انجام دهند، می‌توانند از نظر اجتماعی، کارآفرینی در نظر گرفته شوند. تامپسون (۲۰۰۲) کارآفرینی اجتماعی را در مشاغل سودجویانه که تعهدی برای انجام کارهای

1. Leadbeater

2. Cook & Mitchell

3. Wallace

خوب دارند، در شرکت‌های اجتماعی ایجادشده برای یک هدف اجتماعی اما به‌عنوان مشاغل و در بخش داوطلبانه یا غیرانتفاعی رخ می‌دهد، شناسایی می‌کند (ویرواردنا و مورت^۱، ۲۰۰۶: ۲۲). کارآفرینان اجتماعی برای دستیابی به مأموریت خود و حفظ نوآوری‌های خود، بر شبکه پیچیده‌ای از سهام‌داران متکی هستند که به آن تعلق دارند (پیچ و چادوری^۲، ۲۰۱۲: ۴۹۶).

از یک‌سو، کارآفرینان اجتماعی به حمایت بخش اجتماعی متکی هستند: آنها برای دسترسی به ذی‌نفعان خود به سازمان‌های مردمی متکی هستند. آنها با سازمان‌های اجتماعی برای هماهنگی خدمات اجتماعی همکاری می‌کنند. آنها برای ارائه منابع راهبردی مانند مشروعیت، کار داوطلبانه یا تخصص اجتماعی به بازیگران اجتماعی محلی متکی هستند (سیلوس و همکاران^۳، ۲۰۱۱: ۳۵۹).

از آنجایی که وخیم‌شدن وضع محیط زیست به دلیل تأثیر منفی فعالیت‌های تجاری تشدید می‌شود، ذی‌نفعان بر شرکت‌ها فشار می‌آورند تا رفتارهای دوستدار محیط زیست بیشتری را انجام دهند، آنها نسبت به رشد سبز و مسائل پایداری اقتصاد که همراه با ارزش‌های اکولوژیکی، عدالت اجتماعی و تمرکززدایی فضایی شناسایی شده است ابراز همدردی می‌کنند (وال^۴، ۲۰۰۶: ۲۱۴).

فشار زیادی برای شرکت‌ها وجود دارد تا شیوه‌های سازگار با محیط زیست را در فعالیت‌های تجاری و زنجیره تأمین خود ادغام کنند (یونوس و میچالین^۵، ۲۰۱۶: ۱۳۵). مفهوم کارآفرینی سبز با مفاهیم مشابه شناسایی‌شده در ادبیات مرتبط است و شامل مفاهیمی مانند: کارآفرینی زیست کره و کارآفرینی دوستدار محیط زیست است (تین و همکاران^۶، ۲۰۲۰: ۲). فراتر از کارآفرینی تجاری و اجتماعی که به ترتیب به فرآیندهای کسب‌وکار و حوزه‌های اجتماعی ارزش می‌افزاید، کارآفرینی زیست‌کره به زمین ارزش می‌افزاید، اثرات منفی تغییرات اقلیمی (گرمایش جهانی و افزایش سطح دریاها) را محدود می‌کند، کارآفرینی دوستدار محیط زیست درباره

-
1. Weerawardena, & Mort
 2. Pache & Chowdhury
 3. Seelos et al
 4. Wall
 5. Yunus and Michalisin
 6. Tien et al

وخامت محیط زیست (جنگل زدایی) و بهره‌برداری بیش از حد از زمین (استفاده بیش از حد از منابع و ذخایر طبیعی) بسیار حساس است (فردریک^۱، ۲۰۱۸: ۳۸۳). تغییرات اقلیمی تمدن بشری را تهدید می‌کند و کشورها نیازمند صرفه‌جویی در منابع طبیعی هستند که عوامل حیاتی ورودی فعالیت‌های تولیدی در اقتصاد هستند. سیاست‌گذاران باید بر بازسازی و حفظ منابع طبیعی برای حفظ معیشت در اقتصاد جهانی تمرکز کنند (لیندا^۲، ۲۰۱۴: ۲).

خوشبختانه، کارآفرینان سبز و سرمایه‌گذاری‌های سبز می‌توانند نقش مهمی در راستای پایداری اقتصاد سبز ایفا کنند. با این حال، بی‌ثباتی‌های قانونی و بوروکراسی در محیط کسب و کار مانع از توانایی این سرمایه‌گذاری‌های سبز برای عملکرد مؤثر و درواقع محدود کردن رشد آنها می‌شود (ملای، دویر، کراست، و گاست^۳، ۲۰۱۲: ۳).

بنابراین، نهادهای دولتی و سیاست‌گذاران باید به دنبال راه‌هایی برای ترویج و تقویت کارآفرینی سبز باشند. در همین حال، راهبردها و شیوه‌های شرکتی که ملاحظات زیست‌محیطی را دربرمی‌گیرد، می‌تواند مبنایی برای کسب و توسعه مزیت رقابتی پایدار باشد (تیلور و والی^۴، ۲۰۰۴: ۵۸).

در بررسی مقالات و پژوهش‌های داخل و خارج از کشور تعاریف متفاوتی از کارآفرینی اجتماعی دیده می‌شود و توافقی در این باره بین خبرگان و کارآفرینان اجتماعی ایران وجود ندارد. با توجه به سابقه طولانی فرهنگ و کشور ما در امور خیرخواهانه و اجتماعی، برخی از کارآفرینان اجتماعی از کارآفرین اجتماعی بودن خود مطلع نیستند و این واژه برای آنان نامأنوس است و کارآفرینان اجتماعی کشورمان در نقطه شروع کارآفرینی اجتماعی با سردرگمی‌های بسیاری در چستی، کارکرد، اهداف، روش و عوامل مواجه هستند (کلایان مقدم و همکاران، ۱۴۰۰: ۹۹).

کارآفرینان اجتماعی باید با مدیریت اثربخش منابع در اختیار، در تحقق اهداف و مأموریت‌های خود هم‌افزایی ایجاد کنند. لازمه دست‌یابی به این هدف، اتخاذ یک رویکرد ترکیبی بوده و این

-
1. Frederick
 2. Dinda
 3. Melay, Dwyer, Kraus & Gast
 4. Taylor & Walley

رویکرد منابع مالی و همین‌طور منابع غیر مالی از جمله مردم، شبکه‌ها یا اعضاء و دارایی‌های غیر ملموس (غیر مشهود) نظیر روش‌شناسی‌ها، محتوا و اثرگذاری‌های اجتماعی و به‌عبارتی دیگر، سرمایه‌های غیر مالی نظیر سرمایه انسانی، اجتماعی، محیطی و فیزیکی را شناسایی کرده و به کارآفرینان اجتماعی در بهره‌برداری و استفاده از این منابع برای رسیدن به اهداف و مأموریت‌های اجتماعی کمک می‌کنند (صدقیانی، ۱۳۸۹: ۷۱).

۳. روش تحقیق

از آنجایی که هدف اصلی پژوهش، طراحی الگوی کارآفرینی اجتماعی است؛ لذا براساس هدف، این پژوهش کاربردی-توسعه‌ای است و با توجه به اینکه در پژوهش حاضر به جمع‌آوری اطلاعات و بررسی جنبه‌ها و مراحل مختلف مدل پیشنهادی پرداخته شده است، جزء تحقیقات توصیفی به حساب می‌آید. از لحاظ گردآوری داده‌ها با توجه به ماهیت پژوهش، از نوع کیفی است. برای دستیابی به اهداف پژوهش، از روش فراترکیب با رویکرد هفت مرحله‌ای سندولسکی و باروسو (۲۰۰۷)، استفاده شده است. روش گردآوری داده‌ها در این پژوهش، روش کتابخانه‌ای است که از طریق جست‌وجو و انتخاب مقاله‌های مرتبط با کارآفرینی اجتماعی و راهبرد محیط زیست از پایگاه داده‌های الکترونیکی از جمله: Emerald, Science Direct, Springer, Sage پایگاه تخصصی مگ ایران، ایران داک، پایگاه اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی و پرتال جامع علوم انسانی بین سال‌های ۲۰۱۵ تا ۲۰۲۲ انجام شد. پژوهشگر در نهایت موفق به یافتن ۱۹۲ مقاله شد که از بین این مقالات، ۷۲ مقاله برای آنالیز بیشتر و گزینش نهایی شدند.

۴. یافته‌های تحقیق

گام اول: طرح سؤال پژوهش

گام اول انجام فراترکیب، تنظیم سؤال پژوهش است. سؤال‌های اساسی شامل «عوامل و شاخص‌های کارآفرین اجتماعی با تأکید بر راهبرد زیست‌محیطی کدام اند؟» و «هریک از این عوامل چه اهمیت و وزنی در مدل کارآفرینی اجتماعی دارند؟» مورد بررسی قرار گرفته است؛

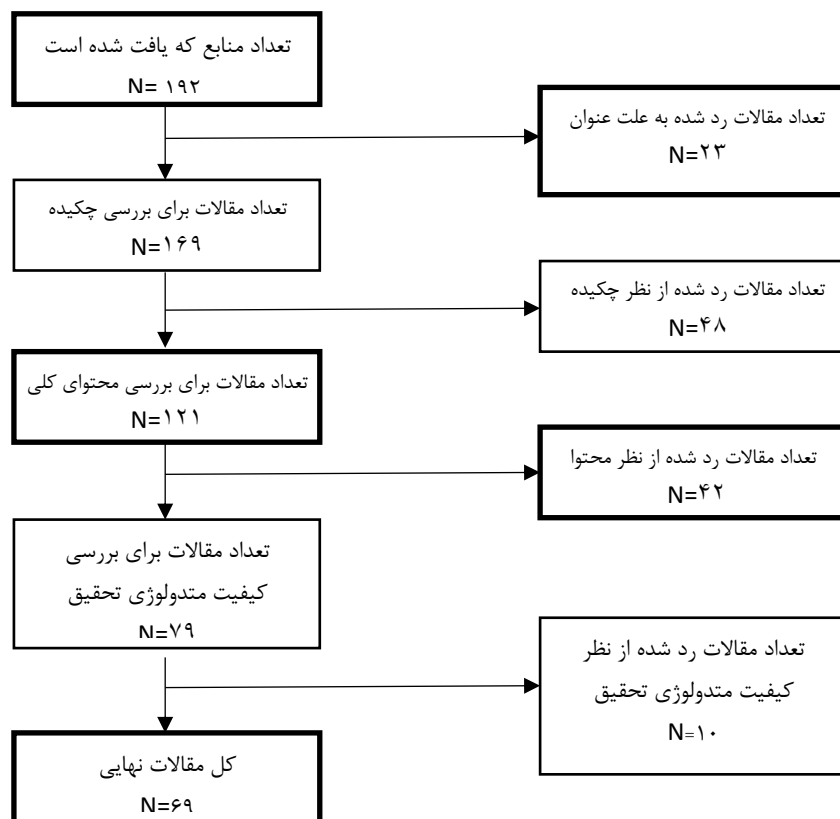
چراکه یک سؤال پژوهشی مناسب، هدف و یا مقصود فراترکیب را چهارچوب‌بندی می‌کند (والش و داون، ۱، ۲۰۰۵).

گام دوم: مرور سیستماتیک ادبیات پژوهش

در این گام، پژوهشگر تلاش خود را بر جست‌وجوی نظام‌مند و سیستماتیک برای یافتن مقالات منتشرشده در مجلات معتبر علمی مختلف داخلی و خارجی متمرکز کرد. واژه‌های کلیدی متنوعی از جمله کارآفرینی اجتماعی و راهبرد زیست‌محیطی برای جست‌وجوی مقالات پژوهش استفاده شد. پژوهشگر درنهایت، موفق به یافتن ۱۹۲ مقاله شد که این مقاله‌ها وارد گام سوم فراترکیب برای آنالیز بیشتر و گزینش نهایی شدند.

گام سوم: جست‌وجو و بررسی مقالات مرتبط

در این گام، پژوهشگر به بررسی تناسب مقاله‌های یافت‌شده در مرحله قبل با توجه به سؤال‌ها و اهداف پژوهش پرداخته است؛ به این معنی که ابتدا مطالعات حاصل از جست‌وجو را مرور کرده و آنهایی را که با سؤال و هدف پژوهشی تناسب نداشته‌اند، حذف و سپس مقاله‌های باقی‌مانده را به ترتیب از نظر چکیده و محتوا بررسی و در هر بار بررسی، مقالات نامرتبط و نامناسب را کنار گذاشته است. روند کلی طی‌شده در این مرحله و تعداد مقاله‌های حذف‌شده در هر پایش در شکل (۱) به صورت خلاصه به تصویر کشیده شده است.



شکل ۱. نتایج جست‌وجو و انتخاب مقالات

(منبع: کوهی‌خور، کمالیان، یعقوبی و پورعزت، ۱۳۹۹)

در پژوهش حاضر، نمره‌های کسب‌شده توسط مقاله‌ها با به‌کارگیری ابزار برنامه مهارت‌های ارزیابی حیاتی (CASP)^۱ به شرح جدول (۱) بوده که پژوهشگر با توجه به نمرات و نتایج حاصل‌شده به ترتیب نسبت به بررسی مقالات با نمره عالی، خیلی خوب، خوب و متوسط اقدام کرد. نمونه اولیه در این پژوهش ۶۹ مقاله بوده است که با بررسی و تحلیل ۶۵ مقاله پژوهش به نقطه اشباع تئوریک رسید. با این حال، پژوهشگر با توجه به روال و عرف مرسوم در پژوهش‌های

1. Critical Appraisal Skills Programme

مشابه و همچنین برای استحکام بخشیدن به نتایج، به بررسی کلیه مقاله‌هایی که موفق به اکتساب نمره‌های عالی تا متوسط شده بودند به تعداد ۶۵ مقاله، مبادرت ورزید.

جدول ۱. دسته‌بندی مقاله‌ها برحسب مجموع امتیازها در روش (CASP)
(منبع: نگارندگان)

تعداد مقالات هر دسته	طبقه (دسته)
۴	ضعیف (P) (۰-۱۰)
۱۰	متوسط (F) (۱۰-۲۱)
۱۵	خوب (G) (۲۱-۳۰)
۱۷	خیلی خوب (Vg) (۳۱-۴۰)
۲۳	عالی (E) (۴۱-۵۰)

گام چهارم: استخراج اطلاعات مقالات

در سراسر فراترکیب، پژوهشگر به‌طور پیوسته مقالات منتخب و نهایی را برای دستیابی به تفسیر بهتر از نتایج و یافته‌های این مقالات، چندین بار مرور کرده است. در پژوهش حاضر، اطلاعات مقالات بدین صورت پیکربندی شده که در ابتدای امر مرجع مربوط به هر مقاله از قبیل (نام خانوادگی نویسنده، سال انتشار مقاله و...) درج و سپس مؤلفه‌های مرتبط با کارآفرینی اجتماعی اشاره‌شده در این مقالات، ثبت شده است.

جدول ۲. طبقه‌بندی یافته‌های تحقیق
(منبع: نگارندگان)

ردیف	مفاهیم	منابع	فراوانی
۱	آموزش	رحیمی و همکاران (۱۴۰۱)، موسوی و همکاران (۱۴۰۱)، فرجی و همکاران (۱۳۹۳)، آرامش و همکاران (۱۴۰۰)، صابر کهنه گورابی (۱۳۹۹) Hechavarria & Brieger (2022), Tomashevska & Hryhoruk(2022), Zanabazar, & Jigjiddorj (2020) ,	۸

ردیف	مفاهیم	منابع	فراوانی
۲	نوع دوستی	Tiwari et al (2020), Petrovskaya and Mirakyan, (2018),), Bacq and Alt (2018), Kruse (2020), Stirzaker et al (2021),	۵
۳	فرهنگ سازی	عباسی و همکاران (۱۴۰۱)، آرامش و همکاران (۱۴۰۰)، جامه بزرگی و میگون پوری (۱۴۰۰)، رمضان سربندی و همکاران (۱۳۹۹)، صابر کهنه گورابی (۱۳۹۹)، کشاورز و همکاران (۱۳۹۸)، ترابی و همکاران (۱۳۹۸)، شاه وند و همکاران (۱۴۰۱) Doğan, E. (2016)	۹
۴	ریسک پذیری	آرامش و همکاران (۱۴۰۰)، رحیمی و همکاران (۱۴۰۱)، عباسی و همکاران (۱۴۰۱)، جامه بزرگی و میگون پوری (۱۴۰۰)، کشاورز و همکاران (۱۳۹۸)، ترابی و همکاران (۱۳۹۸)	۶
۵	انگیزش	باقری و همکاران (۱۳۹۹) Schellong et al (2019), Rahdari et al (2016), Stirzaker et al (2021), Brieger and De Clerq, (2019), Hockerts (2017), Hu et al (2020)	۷
۶	فضای کسب و کار	باقری و همکاران (۱۳۹۹)، حاتمی شاه خالی و همکاران (۱۳۹۵)، عباسی و همکاران (۱۴۰۱)، جامه بزرگی و میگون پوری (۱۴۰۰)، کشاورز و همکاران (۱۳۹۸)، ترابی و همکاران (۱۳۹۸)، شاه وند و همکاران (۱۴۰۱) Cruz et al, (2019, Rahdari et Petrenko et al 2017 al(2016) , Zahra & Wright(2016), Dey & Steyaert(2016)	۱۲
۷	بسترهای تشویقی	حاتمی شاه خالی و همکاران (۱۳۹۵)، عباسی و همکاران (۱۴۰۱)، آرامش و همکاران (۱۴۰۰)، جامه بزرگی و میگون پوری (۱۴۰۰)، رمضان سربندی و همکاران (۱۳۹۹)، کشاورز و همکاران (۱۳۹۸)، ترابی و همکاران (۱۳۹۸)، شاه وند و همکاران (۱۴۰۱). Hombert et al (2020), Doğan, E. (2016),	۱۰
۸	تسهیلات و حمایت های غیر مالی	رحیمی و همکاران (۱۴۰۱)، آرامش و همکاران (۱۴۰۰)، حاتمی شاه خالی و همکاران (۱۳۹۵)، عباسی، میردامادی، امیدی نجف آبادی، و فرج الله حسینی (۱۴۰۱) رمضان سربندی و همکاران (۱۳۹۹)،، جامه بزرگی و میگون پوری (۱۴۰۰)، کشاورز و همکاران (۱۳۹۸)، ترابی و همکاران (۱۳۹۸)، شاه وند و همکاران (۱۴۰۱) Hombert et al (2020)	۱۰

ردیف	مفاهیم	منابع	فراوانی
۹	بستر سرمایه‌گذاری و راه‌اندازی کسب‌وکارهای جدید	عباسی و همکاران (۱۴۰۱)، جامه بزرگی و میگون پوری (۱۴۰۰)، کشاورز و همکاران (۱۳۹۸)، ترابی و همکاران (۱۳۹۸)، شاه‌وند و همکاران (۱۴۰۱) Hombert et al (2020), Rivna & Gress (2023), Rahdari et al(2016), Phillips et al(2015)	۹
۱۰	ایجاد شبکه کارآفرینی	رحیمی و همکاران (۱۴۰۱)، عباسی و همکاران (۱۴۰۱)، جامه بزرگی و میگون پوری (۱۴۰۰)، کشاورز و همکاران (۱۳۹۸)، ترابی و همکاران (۱۳۹۸)، شاه‌وند و همکاران (۱۴۰۱) van Burg et al (2022), Garaika, et al (2019).	۸
۱۱	انسجام اجتماعی	عباسی و همکاران (۱۴۰۱)، جامه بزرگی و میگون پوری (۱۴۰۰)، کشاورز و همکاران (۱۳۹۸)، ترابی و همکاران (۱۳۹۸)، شاه‌وند و همکاران (۱۴۰۱) Tiwari et al (2020), Kruse (2020), kruse et al. (2019), Bacq and Alt (2018), Hockerts (2017), Stirzaker et al (2021), Rivna & Gress (2023)	۱۲
۱۲	بوروکراسی اداری	رمضانی سربندی و همکاران (۱۳۹۹)، موسوی و همکاران (۱۴۰۱)، باقری و همکاران (۱۳۹۹)، آرامش و همکاران (۱۴۰۰)، Cruz et al, (2019), Rahdari et al(2016), Zahra & Wright(2016),	۷
۱۳	نگرش	یوسفی طوین و همکاران (۱۴۰۱)، رضایی و همکاران (۱۳۹۶)، باقری و همکاران (۱۳۹۹)، یعقوبی فرانی و همکاران (۱۳۹۴)، Schellong et al (2019), Rahdari et al (2016), Tuan et al (2019), Zanabazar, & Jigjiddorj (2020), Stirzaker et al (2021),	۹
۱۴	برگزاری جشنواره‌ها	حاتمی شاه‌خالی و همکاران (۱۳۹۵)، عباسی و همکاران (۱۴۰۱)، جامه بزرگی و میگون پوری (۱۴۰۰)، کشاورز و همکاران (۱۳۹۸)، ترابی و همکاران (۱۳۹۸)، شاه‌وند و همکاران (۱۴۰۱) Hjalager& Kwiatkowski (2018), Richardson (2018).	۸
۱۵	خودکارآمدی	آرامش و همکاران (۱۴۰۰)، Stirzaker et al (2021), Bacq and Alt (2018), Kruse (2020)	۴
۱۶	نوآوری سبز	صابر کهنه‌گورابی (۱۳۹۹)، باقری و همکاران (۱۳۹۹)، حاتمی شاه‌خالی و همکاران (۱۳۹۵)، عباسی و همکاران (۱۴۰۱)، رحیمی و همکاران (۱۴۰۱)، جامه بزرگی و میگون پوری (۱۴۰۰)، رمضانی سربندی و همکاران	۱۲

ردیف	مفاهیم	منابع	فراوانی
		(۱۳۹۹)، کشاورز و همکاران (۱۳۹۸)، ترابی و همکاران (۱۳۹۸)، شاه وند و همکاران (۱۴۰۱)، Phillips et al(2015), Markman et al(2016)	
۱۷	اعتماد به نفس	صابر کهنه گورابی (۱۳۹۹)، آرامش و همکاران (۱۴۰۰)، عباسی و همکاران (۱۴۰۱)، جامه بزرگی و میگون پوری (۱۴۰۰)، کشاورز و همکاران (۱۳۹۸)، ترابی و همکاران (۱۳۹۸) Garaika, et al (2019). Petrovskaya and Mirakyan, (2018)	۸
۱۸	تعهد و مسئولیت اجتماعی	موسوی و همکاران (۱۴۰۱)، آرامش و همکاران (۱۴۰۰)، شاه وند و همکاران (۱۴۰۱)، جامه بزرگی و میگون پوری (۱۴۰۰)، رضانی سربندی و همکاران (۱۳۹۹)، کشاورز و همکاران (۱۳۹۸)، ترابی و همکاران (۱۳۹۸) Stirzaker et al (2021),	۸
۱۹	هنجارهای اجتماعی درباره محیط زیست	رضانی سربندی و همکاران (۱۳۹۹)، (Jiang et al., 2018), (Koe et al., 2015), Kruse (2020), kruse et al. (2019), Phillips et al(2015), Markman et al(2016)	۷
۲۰	نگرانی های محیط زیستی	موسوی و همکاران (۱۴۰۱)، رضانی سربندی و همکاران (۱۳۹۹)، (jiang et al ., 2018), (Hörisch et al., 2017), (Peng & Liu, 2016), (Willemsen & van der Veen, 2014)	۶
۲۱	مدیریت برند سبز	رضانی سربندی و همکاران (۱۳۹۹)، Rosenbaum and Wong, Norazah(2016), Fernando et al. (2017), Bukhari (2015) et al(2017), Zameer et al (2019);	۶
۲۲	پیاده سازی فعالیت های بازیافت	Bukhari et al(2017). Tu et al(2016), Li et al.(2015)	3
۲۳	فناوری دیجیتال	عربیون و همکاران (۱۳۹۴)، ارفعی و همکاران (۱۳۹۵)، موسوی و همکاران (۱۴۰۱) Ngoasong(2017)	۴
۲۴	پاداش و مشوق های دولت برای	(Horisch et al., 2017), (Peng & Liu, 2016), (Kebaili et al., 2015) (Silajdzic et al., 2015)	۴

ردیف	مفاهیم	منابع	فراوانی
	اقدامات کارآفرینانه سبز		

گام پنجم: تجزیه و تحلیل یافته‌های کیفی

هدف فراترکیب، ایجاد تفسیر یکپارچه و جدید از یافته‌هاست. این روش‌شناسی برای شفاف‌سازی مفاهیم و الگوها، نتایج در پالایش حالت‌های موجود دانش و ظهور مدل‌های عملیاتی و نظریه‌های پذیرفته‌شده است (Finfgeld-Connett, 2008). بدین صورت که، پژوهشگر ابتدا تمام عوامل استخراج‌شده از مطالعات را کد در نظر می‌گیرد و سپس با در نظر گرفتن مفهوم هریک از این کدها، آنها را در یک مفهوم مشابه دسته‌بندی می‌کند. به این صورت، پژوهشگر تم‌ها یا موضوعاتی (مفاهیم) را شکل می‌دهد و یک طبقه‌بندی را ایجاد می‌کند و طبقه‌بندی مشابه و مربوطه را در موضوعی قرار می‌دهد که آن را به بهترین نحو توصیف می‌کند. تم‌ها اساس و پایه‌ای را برای ایجاد توضیحات و مدل‌ها، تئوری‌ها یا فرضیه‌های کاری ارائه می‌دهند. در پژوهش حاضر، ابتدا برای تمام عوامل استخراج‌شده از مطالعات پیشین، کدی در نظر گرفته شده است، سپس با در نظر گرفتن مفهوم هر یک از این کدها، آنها در یک مفهوم مشابه دسته‌بندی شدند؛ به این ترتیب، مفاهیم (تم‌های) پژوهش مشخص شد.

گام ششم: کنترل کیفیت

در پژوهش کیفی منظور از اعتبار، مفاهیمی همچون دفاع‌پذیری، باورپذیری، تصدیق‌پذیری و حتی بازتاب‌پذیری نتایج است. یکی از شاخص‌های پایایی پژوهش کیفی، ارزیابی دو یا چند سند از نظر ارجاع به شاخصی خاص است. پژوهشگر در پژوهش حاضر برای کنترل کیفیت مفاهیم، کدها و مقولات استخراج‌شده، از مقایسه کدگذاری خود با یک فرد خبره بهره برده است. با استفاده از نرم‌افزار SPSS عدد معناداری ۰/۰۰۰ و مقدار شاخص ۰/۷۴۳ محاسبه شد. با توجه

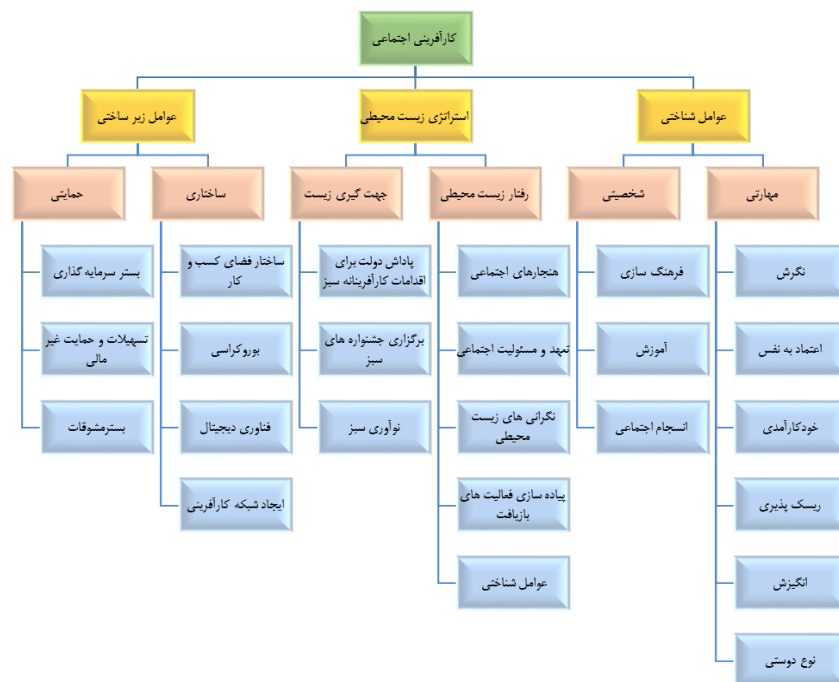
به کوچک‌تر بودن عدد معناداری از ۰/۰۵ فرض استقلال کدهای استخراجی رد می‌شود؛ پس می‌توان ادعا کرد که استخراج کدها از پایداری مناسبی برخوردار بوده است.

گام هفتم: ارائه یافته‌ها

در این مرحله از روش فراترکیب، یافته‌های حاصل از مراحل قبل ارائه می‌شوند. بدین ترتیب که کدهای مستخرج از مقاله‌های انتخاب‌شده دسته‌بندی می‌شوند و به این صورت مفاهیم را به وجود می‌آورند. مفاهیم به دست آمده در واقع به کارآفرینی اجتماعی اشاره دارد؛ سپس مؤلفه‌هایی که به یک مقوله مشترک اشاره داشتند در کنار هم قرار گرفتند.

در راستای استخراج داده‌ها از متون با توجه به مطالعه گسترده ادبیات کارآفرینی اجتماعی و همچنین، استفاده از نظرات اساتید و کارشناسان حوزه کارآفرینی، اقدام به کدگذاری اولیه و استخراج مفاهیم و مقوله‌ها شد. براساس تحلیل‌های صورت گرفته به کمک روش تحلیل محتوا روی ۶۵ مقاله نهایی انتخاب‌شده در مجموع ۳ مقوله، ۶ تم و ۲۴ کد برای کارآفرینی اجتماعی کشف و برچسب‌گذاری شد.

براساس مطالعه پژوهش‌های پیشین و کدهای استخراجی، فضای کسب‌وکار، انسجام اجتماعی و نوآوری سبز جزء پرارجاع‌ترین عوامل هستند و بالاترین رتبه‌ها را کسب کرده‌اند. یعنی در حوزه کارآفرینی اجتماعی روی این موضوعات بیشتر مطالعه شده و توجه بیشتری به آنها شده است و تکرارپذیری بیشتری نسبت به سایر کدها داشته‌اند. از این رو، می‌توان گفت که توجه به این شاخص‌ها در ایجاد و توسعه کارآفرینی اجتماعی مبتنی بر مسائل زیست‌محیطی بسیار حائز اهمیت است. مدل به دست آمده حاصل از تحلیل داده‌ها به شکل زیر است.



شکل ۲. الگوی کارآفرینی اجتماعی
(منبع: نگارندگان)

۵. نتیجه گیری و پیشنهادها

در سال‌های اخیر، کارآفرینی اجتماعی به عنوان یک اصطلاح محبوب توسط سیاستمداران، تجار و مؤسسات برای توصیف کسب و کارهایی که به جامعه مربوط می‌شود، مانند فعالیت‌های کارآفرینانه با هدف بهبود ارزش اجتماعی و همچنین مزایای تجاری، به کار می‌رود. بنابراین، کارآفرینی اجتماعی به مکانیزمی برای آشتی دادن این نابرابری‌ها در ثروت، فرصت، دسترسی آموزشی و مسائل زیست محیطی تبدیل می‌شود. سهم اصلی این مقاله ساخت یک مدل مفهومی

برای کارآفرینی اجتماعی است. در این راستا، عوامل مؤثر بر کارآفرینی اجتماعی در سطح عوامل شناختی مانند شخصیتی و مهارتی، در سطح راهبرد زیست محیطی شامل جهت گیری زیست محیطی و رفتار زیست محیطی و در سطح زیرساختی شامل ساختاری و حمایتی شناسایی شد. این مطالعه تحقیقاتی را در زمینه کارآفرینی اجتماعی از راه های مختلف انجام داده است و گامی در توسعه یک مدل تجربی از کارآفرینی اجتماعی است که ابعاد عوامل شناختی، راهبرد زیست محیطی و زیرساختی را شناسایی می کند. یافته های این مطالعه مفهوم سازی متناسب با چالش های منحصربه فرد سازمان هایی را ارائه می دهد که برای ایجاد ارزش اجتماعی تلاش می کنند و نشان می دهند که کارآفرینان اجتماعی می توانند در عین انجام مأموریت اجتماعی خود، واقعاً رقابتی باقی بمانند.

در این تحقیق، عوامل شناختی شامل دو بعد اصلی مهارتی و شخصیتی است. با ارائه کارگاه های آموزشی می توان برخی مهارت های اصلی کارآفرینی مانند مهارت ارتباط، مهارت مذاکره و مهارت برنامه ریزی را نهادینه کرد و در مسیر شغلی از آنها بهره برد؛ البته بایستی متولیان امر آموزش محتوای این دوره ها را باهدف تقویت انگیزه و ابتکارات فردی، با تکیه بر شکوفایی خصیصه های روان شناسی برای افزایش خودکارآمدی و اعتماد به نفس در مراحل مختلف اشتغال طراحی کنند. درواقع، این دوره ها به دنبال تمرکز بر تقویت ویژگی های روان شناختی افراد با هدف افزایش سطح مهارت های ذهنی افراد در مراحل مختلف کسب و کار برنامه ریزی و عملیاتی شود. با کمک دوره های کارآفرینی مبتنی بر تقویت ویژگی های روان شناختی افراد می توان با افزایش توان خودکارآمدی، خصایص بالقوه افراد را به فعل درآورد و کارآفرینان خرد را به سمت گسترش کسب و کار و افزایش درآمد با وجود چالش ها و معضلات احتمالی سوق داد.

عوامل راهبرد زیست محیطی شامل دو بعد اصلی یعنی رفتار زیست محیطی و جهت گیری زیست محیطی است. تصمیم گیری درباره هریک از این ابعاد باید در ارتباط با یکدیگر و مبتنی بر سیاست ها و اقدامات سازمانی، عوامل روان شناختی و رفتاری کارآفرینان اجتماعی و

ویژگی‌های محصولات و خدمات دوستدار محیط زیست باشد. بنابراین، پیشنهاد می‌شود که کارآفرینان ضمن توجه به نگرانی‌های زیست‌محیطی، استفاده از تجارت الکترونیکی، ارائه راه حل‌های خلاقانه برای بهبود عملکرد زیست‌محیطی، تعهد همه اعضای سازمان نسبت به راهبرد زیست‌محیطی را سرلوحه کار خود قرار دهند. متخصصان حوزه کارآفرینی، سرمایه‌گذاری مسئولیت‌پذیر را نیز در راستای کارآفرینی اجتماعی تعریف می‌کنند که همگی به موازات سرمایه‌گذاری زیست‌محیطی، اجتماعی و حاکمیتی انجام می‌شود که در نهایت، منفعت اجتماعی بر سودآوری مالی آن رجحان دارد.

عوامل زیرساختی شامل دو بعد اصلی یعنی ساختاری و حمایتی است. یکی از مهم‌ترین مسائلی که در حوزه کارآفرینی و فضای کسب‌وکار وجود دارد، مسئله بوروکراسی در فرایند اعطای مجوزهاست. بهبود فضای کسب‌وکار بخصوص در حوزه ساختاری و قوانین و مقررات می‌تواند به سهولت کسب‌وکار و نیز افزایش انگیزه کارآفرینان حوزه اجتماعی کمک کند. به این ترتیب، دولت ضمن ارائه یارانه‌های زیربنایی و مشوق‌های سرمایه‌گذاری مثل کاهش نرخ مالیات، افراد و مؤسسه‌ها را تشویق کنند تا علاوه بر ایجاد کسب‌وکارهای اجتماعی، کمک‌های مالی برای نوآوری‌های محصولات را نیز در بخش‌های مربوطه تسهیل کنند. توصیه می‌شود قوانین تأمین منابع مالی و دریافت تسهیلات از بانک‌ها، برای ایجاد فرصت‌های بازار سرمایه برای کارآفرینان اجتماعی بازبینی شوند. ایجاد و گسترش شبکه‌های کارآفرینی اجتماعی منجر به تبادل تجربه‌ها و ایده‌های جدید می‌شود.

حمایت راهبردی دولت از فعالیتهای کارآفرینی اجتماعی بسیار مهم است؛ اگر دولت، سیاست کاهش مالیات را برای فعالیتهای کارآفرینی اجتماعی قرار دهد، کارآفرین اجتماعی از درجه مطلوبیت شناختی و امکان‌سنجی بالایی برای شروع فعالیتهای کارآفرینی اجتماعی برخوردار خواهد شد و بنگاه اجتماعی راحت‌تر امرارمعاش می‌کند. علاوه بر این، دولت می‌تواند برخی برنامه‌های آموزشی را برای تقویت مهارت‌های عملیاتی برای افزایش سرمایه انسانی کارآفرین اجتماعی سازماندهی کند. در برنامه آموزشی، کارآفرین اجتماعی می‌تواند با دیگران

ارتباط برقرار کند، تجربیات مختلف کارآفرینی اجتماعی را بیاموزد و سرمایه اجتماعی کارآفرین اجتماعی را گسترش دهد. دوم، مؤسساتی مانند دانشگاه‌ها می‌توانند میزبان کنفرانس‌های بین‌المللی مربوطه برای انتشار مفاهیم کارآفرینی اجتماعی و ترویج روحیه کارآفرینی اجتماعی باشند.

این مقاله با ارائه یک مدل مفهومی برای کارآفرینی اجتماعی، به حوزه کارآفرینی و ادبیات دانشگاهی مرتبط کمک کرده است که می‌تواند به درک کلی و توسعه بیشتر کارآفرینی اجتماعی کمک کند. مطالعات آینده می‌تواند مباحث زیر را انجام دهد: اول، محققان می‌توانند پرسش‌نامه‌هایی طراحی کنند و ابزاری را تأیید کنند که تا مدل نظری ما را به‌طور تجربی آزمایش کند تا گزاره‌های ما تأیید شود. دوم، تحقیقات آتی همچنین می‌تواند از لحاظ نظری مدل ما را با معرفی سایر پیشایندهای احتمالی گسترش دهند. انجام این کار عواملی را شناسایی می‌کند که کارآفرینی اجتماعی را ارتقاء می‌دهد و به تأثیرات اجتماعی مهمی دست می‌یابد که منجر به یک جامعه هماهنگ‌تر می‌شود.

کتابنامه

۱. آرامش، ح.؛ دهقانی، م.؛ و سارانی، س. (۱۴۰۰). عوامل مؤثر بر کارآفرینی اجتماعی و توانمندسازی زنان حاشیه نشین شهر زاهدان، *پژوهش‌های مدیریت عمومی*، ۱۴ (۵۲)، ۱۴۳-۱۶۸.
۲. اسدی، م.؛ رضوی، س.م.؛ و فراست‌خواه، م. (۱۳۹۰). الگوی کارآفرینی اجتماعی در سامان‌دهی کودکان خیابانی. *الگوی کارآفرینی اجتماعی در ساماندهی کودکان خیابانی، توسعه کارآفرینی*، ۳ (۱۲)، ۶۵-۸۳.
۳. باقری، م. ح.؛ عبدالوند، م. ع.؛ طبیبی، س. ج.؛ و خدایاری، ب. (۱۳۹۹). طراحی الگو مسئولیت اجتماعی در کارآفرینی با استفاده از روش فراترکیب، *فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی*، ۱۳ (۱)، ۴۱-۶۰.

۴. پیرمحمدی، ص؛ صیفوری، ج؛ و قادری، ش. (اردیبهشت ۱۳۹۶). کارآفرینی اجتماعی، عوامل مؤثر و نقش آن در توسعه اقتصادی، اولین همایش بین‌المللی توسعه پایدار و متوازن منطقه‌ای رویکردها و کاربردها، سندج.
۵. ترابی، ح؛ آزما، ف؛ و سعیدی، پ. (۱۳۹۸). طراحی الگوی کارآفرینی اجتماعی با رویکرد مدل‌سازی ساختاری تفسیری. *مطالعات کارآفرینی و توسعه پایدار کشاورزی*، ۶(۴)، ۵۷-۷۲.
۶. جامه‌بزرگی، م.ج؛ و میگون پوری، م.ر. (۱۴۰۰). فرهنگ بوم‌سازگان کارآفرینی دانشگاهی، پیشران توسعه کارآفرینی اجتماعی. *مدیریت فرهنگی*، (شماره ۱ پیاپی ۵۱)، ۴۵-۵۷.
۷. حاتمی شاه خالی، س.م؛ و داوری، الف. (۱۴۰۰). عوامل مؤثر در ارتقاء کارآفرینی گردشگری در مناطق روستایی با تأکید بر حفظ محیط زیست. *پژوهش و فناوری محیط زیست*، ۶(۹)، ۳۳-۲۳.
۸. رحیمی، س؛ سادات ناصری، ن؛ و فریبرز، الف. (۱۴۰۱). طراحی مدل توسعه کارآفرینی اجتماعی با رویکرد سرمایه اجتماعی (مطالعه موردی: کمیته امداد امام خمینی (ره) استان فارس). *جامعه‌شناسی سیاسی ایران*، ۲۱(۵)، ۱۶۱-۱۸۷.
۹. رمضانی سربندی، ع؛ سلاجقه، س، فاتحی راد، ن؛ شکوه، ز؛ و مداحیان، ش. (۱۳۹۹). طراحی مدل اجرای خط مشی های اجتماعی مبتنی بر مسئولیت اجتماعی. *سبک زندگی اسلامی با محوریت سلامت*، ۴(۴)، ۱۴۳-۱۶۸.
۱۰. شاه وند، س؛ امید نجف آبادی، م؛ و فرج اله حسینی، س.ج. (۱۴۰۱). الگوی پارادایمی توسعه کارآفرینی اجتماعی زنان روستایی با استفاده از تئوری بنیانی، *فصلنامه جغرافیا و توسعه*، ۲۰(۶۹)، ۱۱۸-۱۴۲.
۱۱. شریفی، م؛ و احمدرضا، پ. (۱۳۹۴). پیشبرد توسعه روستایی از طریق کارآفرینی اجتماعی: آموزه‌های بانک گرامین. *مطالعات کارآفرینی و توسعه پایدار کشاورزی*، ۲(۳)، ۷۷-۱۰۵.
۱۲. صابرکهنه گورابی، م.ح؛ ایرانمنش، س.ح؛ و جعفری، پ. (۱۳۹۹). الویت‌بندی عوامل تاثیرگذار بر نوآوری باز در شرکت‌های دانش‌بنیان مبتنی بر کارآفرینی فناورانه نفت و گاز. *پژوهش‌های برنامه‌ریزی و سیاستگذاری انرژی*، ۶(۴)، ۸۱-۱۲۳.
۱۳. صالحی صدقیانی، ج. (۱۳۸۹). بررسی کارآفرینی اجتماعی با رویکرد مشخصه‌های رفتاری. *فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی*، ۳(۱)، ۶۷-۹۴.

۱۴. عباسی، ص؛ میردامادی، س. م؛ امیدی نجف‌آبادی، م؛ فرج‌الله حسینی، س. ج. (۱۴۰۱). طراحی مدل توسعه کارآفرینی اکوتوریسم روستایی با رویکرد کیفی. *فصلنامه جغرافیا و توسعه*، (۶۶)، ۱۳۱-۱۶۰.
۱۵. فرجی، ف؛ احسانی‌فر، ت؛ نادری، ن؛ و رضایی، ب. (۱۳۹۳). بررسی نقش کارآفرینی در توسعه اقتصادی. *مطالعات کارآفرینی و توسعه پایدار کشاورزی*، ۱(۴)، ۹۱-۱۰۴.
۱۶. کلایان مقدم، ه؛ مهارتی، ی؛ اشرفی، م؛ و خوراکیان، ع. (۱۴۰۰). طراحی مدل کارآفرینی اجتماعی بومی در ایران با رویکرد داده‌بنیاد. *علوم اجتماعی دانشگاه فردوسی مشهد*، ۱۸(۱)، ۹۷-۱۳۳.
۱۷. کوهی‌خور، م؛ کمالیان، الف. ر؛ یعقوبی، ن؛ و پورعزت، ع. الف. (۱۳۹۹). فراترکیب مدل یکپارچه مدیریت استعداد. *چشم‌انداز مدیریت دولتی*، ۱۱(۱)، ۱۲۰-۱۴۳.
۱۸. موسوی، س ز؛ حسینی‌نیا، م؛ و یعقوبی، الف. (۱۴۰۱). ارائه مدل یکپارچه عوامل محیطی موثر بر توسعه کارآفرینی اجتماعی با رویکرد داده‌بنیاد، *مطالعات بین‌رشته‌ای دانش راهبردی*، ۴۷(۱۲)، ۲۱۷-۲۵۰.

19. Agboola, O. W. (2018). Energy consumption, carbon dioxide emission and sustainable growth in Nigeria. *International Journal of Green Economics*, 12(3-4), 294-307.
20. Bacq, S., & Alt, E. (2018). Feeling capable and valued: A prosocial perspective on the link between empathy and social entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 33(3), 333-350.
21. Cook, B., Dodds, C., & Mitchell, W. (2003). Social entrepreneurship—False premises and dangerous forebodings. *Australian Journal of Social Issues*, 38(1), 57-72.
22. DiMaggio, P. J., & Powell, W. W. (1983). The iron cage revisited: Institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields. *American sociological review*, 48(2), 147-160.
23. Dinda, S. (2014). A theoretical basis for green growth. *International Journal of Green Economics*, 8(2), 177-189.
24. Doğan, E. (2016). The role of national culture on entrepreneurship: An assessment on the entrepreneurial culture of Turkey. *Sosyal Bilimler Araştırma Dergisi*, 5(1), 98-110.
25. Frederick, H.H. (2018). The emergence of biosphere entrepreneurship: Are social and business entrepreneurship obsolete? *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 34(3), 381-419.

26. Hockerts, K. (2017). Determinants of social entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship theory and practice*, 41(1), 105-130.
27. Humbert, F. (2019). Sustainability reporting: A critical assessment of the EU CSR Directive and its German implementation from a human rights perspective. *Schmalenbach Business Review*, 71(2), 279-285.
28. Islam, R., Siwar, C., Ludin, N.A., Chowdhury, M.S., & Ibrahim, Y. (2012). Green economy: assessing the greenness of the Malaysian economy. *International Journal of Green Economics*, 6(3), 226-242.
29. Jiao, H. (2011). A conceptual model for social entrepreneurship directed toward social impact on society. *Social Enterprise Journal*, 7(2), 130-149.
30. Kang, M. (2015). *Social Entrepreneurship in China: models, dynamics, challenges and opportunities*. (published master's thesis). Aalto University, Espoo, Finland.
31. Kruse, P. (2020). Can there only be one?—an empirical comparison of four models on social entrepreneurial intention formation. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 16, 641-665.
32. Kruse, P., Wach, D., Costa, S., & Moriano, J. A. (2019). Values matter, Don't They?—combining theory of planned behavior and personal values as predictors of social entrepreneurial intention. *Journal of Social Entrepreneurship*, 10(1), 55-83.
33. Lai, Y., & Vonortas, N. S. (2019). Regional entrepreneurial ecosystems in China. *Industrial and Corporate Change*, 28(4), 875-897.
34. Lawson, R. (2006). An overview of green economics. *International Journal of Green Economics*, 1(2), 23-36
35. Leadbeater, C. (1997). The Rise of the Social Entrepreneur. *United Kingdom: Demos*.
36. Megwai, G., Njie, N.I., & Richards, T. (2016). Exploring green economy strategies and policies in developing countries. *International Journal of Green Economics*, 10(4), 338-357,
37. Melay, I., O'Dwyer, M., Kraus, S., & Gast, J. (2017). Green entrepreneurship in SMEs: A configuration approach. *International Journal of Entrepreneurial Venturing*, 9(1), 1-17.
38. Okpara, J. O., & Halkias, D. (2011). Social entrepreneurship: an overview of its theoretical evolution and proposed research model. *International Journal of Social Entrepreneurship and Innovation*, 1(1), 4-20.
39. Pache, A. C., & Chowdhury, I. (2012). Social entrepreneurs as institutionally embedded entrepreneurs: Toward a new model of social entrepreneurship education. *Academy of Management Learning & Education*, 11(3), 494-510.
40. Peattie, K., & Morley, A. (2008). Eight paradoxes of the social enterprise research agenda. *Social enterprise journal*, 4(2), 91-107.

41. Peredo, A.M. and McLean, M. (2006), 'Social entrepreneurship: a critical review of the concept', *Journal of World Business*, Vol. 41, No. 1, pp. 56-65.
42. Petrovskaya, I., & Mirakyan, A. (2018). A mission of service: social entrepreneur as a servant leader. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 24(3), 755-767.
43. Rahdari, A., Sepasi, S., & Moradi, M. (2016). Achieving sustainability through Schumpeterian social entrepreneurship: The role of social enterprises. *Journal of Cleaner Production*, 137, 347-360.
44. Rivna, A., & Gress, M. (2023). Social entrepreneurship as a new business model. The case of refugee integration. *Economic research-Ekonomska istraživanja*, 36(1), 1-19.
45. Robinson, J.; Mair, J.; & Hockerts, K. (Eds.). (2009). *International perspectives on social entrepreneurship*. London, UK: Palgrave Macmillan.
46. Robinson, J.A., Mair, J. and Hockerts, K., (Eds) (2009), *International Perspectives of Social Entrepreneurship*, Palgrave, London.
47. Roper, J., & Cheney, G. (2005). The meanings of social entrepreneurship today. *Corporate Governance: The international journal of business in society*, 5(3), 95-104.
48. Schaltegger, S. (2002). A framework for ecopreneurship: Leading bioneers and environmental managers to ecopreneurship. *Greener management international*, (38), 45-58.
49. Schellong, M., Kraiczy, N. D., Malär, L., & Hack, A. (2019). Family firm brands, perceptions of doing good, and consumer happiness. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 43(5), 921-946.
50. Seelos, C., Mair, J., Battilana, J., & Tina Dacin, M. (2011). The embeddedness of social entrepreneurship: Understanding variation across local communities. In *Communities and organizations* (pp. 333-363). Emerald Group publishing limited.
51. Sheldon, P.J., and Daniele, R. (2017). *Social Entrepreneurship and Tourism*. Cham: Springer International Publishing, Available through: LUSEM Library website <https://www.lusem.lu.se/library> [Accessed 07 January 2020].
52. Taylor, D. W., & Walley, E. E. (2004). The green entrepreneur: opportunist, maverick or visionary?. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 1(1-2), 56-69.
53. Tien, N. H., Hiep, P. M., Dai, N. Q., Duc, N. M., & Hong, T. T. K. (2020). Green entrepreneurship understanding in Vietnam. *International Journal of Entrepreneurship*, 24(2), 1-14.
54. Tiwari, P., Bhat, A.K. & Tikoria, J. (2020), "Mediating role of prosocial motivation in predicting social entrepreneurial intentions", *Journal of Social Entrepreneurship*, Vol. 1 No. 24, doi: 10.1080/ 19420676.2020.1755993.

55. Tran, A.T. & Von Korflesch, H. (2016), "A conceptual model of social entrepreneurial intention based on the social cognitive career theory", *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, Vol. 10 No. 1, pp. 17-38.
56. Tu, J. C., Tu, Y. W., & Jhangr, Y. S. (2016). Analyzing Key Success Factors of Green Brands for Enterprises in Taiwan. *Eurasia Journal of Mathematics, Science and Technology Education*, 12(5), 1327-1346.
57. Wall, D. (2006). Green economics: an introduction and research agenda. *International Journal of Green Economics*, 1(2), 201-214.
58. Wallace, S. L. (1999). Social entrepreneurship: The role of social purpose enterprises in facilitating community economic development. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 4: 153-174
59. Walsh, D., & Downe, S. (2005). Meta-synthesis method for qualitative research: a literature review. *Journal of advanced nursing*, 50(2), 204-211.
60. Weerawardena, J., & Mort, G. S. (2006). Investigating social entrepreneurship: A multidimensional model. *Journal of world business*, 41(1), 21-35
61. Yunus, E.N., & Michalisin, M.D. (2016). Sustained competitive advantage through green supply chain management practices: A natural-resource-based view approach. *International Journal of Services and Operations Management*, 25(2), 135-154.
62. Zahra, S. A., & Wright, M. (2016). Understanding the social role of entrepreneurship. *Journal of management studies*, 53(4), 610-629.
63. Zahra, S.A., Rawhouser, H.N., Bhawe, N., Neubaum, D.O. and Hayton, J.C. (2008), "Globalization of social entrepreneurship opportunities", *Strategic Entrepreneurship Journal*, Vol. 2 No. 2, pp. 117-31.
64. Zanaabazar, A., & Jigjiddorj, S. (2020). The factors effecting entrepreneurial intention of university students: case of Mongolia. *In SHS Web of Conferences* 73(1), 1-10.
65. Zhang, D.D., and Swanson, L.A. (2014). Linking social entrepreneurship and sustainability. *Journal of Social Entrepreneurship*, 5(2): 175-191.



Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY 4.0)

مطالعه تغییرات شکلی و محتوایی در سبک خرید و رفتاری مردم در پاساژهای کرج^۱

عزت‌اله فریدنیا (کارشناسی ارشد پژوهش علوم اجتماعی، دانشگاه یزد، یزد، ایران)

ezzat_faridnia@yahoo.com

منوچهر علی‌نژاد (استادیار گروه مددکاری و سیاست‌گذاری اجتماعی، دانشگاه یزد، یزد، ایران، نویسنده مسئول)

m.alinejad@yazd.ac.ir

چکیده

مراکز خرید و بازارها از زمان‌های بسیار دور تا به امروز، نقش بسیار اساسی در زندگی مردم و شهرها داشته‌اند؛ به‌طوری‌که برخلاف گذشته، با توجه به گسترده‌گی مراکز خرید و پاساژها، جنبه اقتصادی مراکز خرید بیشتر نمود پیدا کرده است. هدف از این تحقیق، فهم و توصیف مطالعه تغییرات شکلی و محتوایی در سبک خرید و رفتاری مردم در پاساژهای کرج است. در پژوهش حاضر با رویکرد کیفی، از روش نظریه زمینه‌ای استفاده شده است. با طرح سؤال‌های هدف تحقیق در قالب فرایند مصاحبه، با بیست نفر از شهروندان شهر کرج، گردآوری داده‌ها انجام شد. بعد از تدوین گزارش‌نویسی و تحلیل داده‌ها به‌صورت جداول کدباز، به مقوله‌های فرعی‌ای رسیدیم؛ سپس با بررسی این مقوله‌های فرعی، در پی کشف مقوله‌های اصلی برآمدیم. درنهایت، با درکنارهم گذاشتن هسته‌های: «افزایش ترجیح خرید از پاساژ به دلیل افزایش فرهنگ پاساژگردی»، «افزایش مصرف فضای پاساژ به دلیل مطلوب‌بودن آن»، «افزایش فرهنگ مصرف متظاهران در خرید مردم» به مقوله هسته نهایی یا ابرمقوله «تغییرات شکلی و محتوایی سبک خرید» رسیدیم؛ سپس به طراحی مدل الگوواره و تحلیل سازوکارهای آن پرداختیم.

واژگان کلیدی: مجتمع‌های خرید، رفتارهای خریدکردن، پاساژگردی، سبک زندگی.

۱. مقاله پژوهشی حاضر، مستخرج از پایان‌نامه ارشد دفاع شده با عنوان "مطالعه رفتارهای خرید و پاساژگردی افراد در پاساژهای کرج" در دانشگاه یزد است.

۱. مقدمه

از قرن ۱۸ و ۱۹ میلادی مراکز دادوستد و مجتمع‌های خرید پیشرفت‌ها و تحولاتی داشتند، ماهیت و مفهوم موقتی‌بودن مراکز خرید و بازارها تغییر پیدا کرد و از محیط‌های باز به فضاهای سرپوشیده نقل مکان کردند (رحیمی، ۱۳۹۹). در ایران نیز کاوش‌هایی که در شوش صورت گرفت مربوط به هزاره چهارم پیش از میلاد می‌باشد که نشان می‌دهد احتمالاً ایرانیان از همان روزگار با گنبدسازی و ساخت کاروان و طرح بازار آشنایی داشتند (پروشانی و دیگران، ۱۳۸۹). بالزاک توصیف می‌کند که بعد از انقلاب کبیر فرانسه، مراکز خرید سرپوشیده به محیطی برای جلسه و ارتباطات قشرهای مختلف مردم کشور فرانسه و شهر پاریس بدل شد. مردم از اقشار مختلف، خارجی‌ها و مردم مستمند و نجیب‌زادگان و حتی ولگردان در این بازارها به تعاملات و ارتباطات اجتماعی و حتی اوقات فراغت خود را در این مراکز خرید سرپوشیده سپری می‌کردند. او می‌افزاید مردم پاریس در این مراکز خرید در کتاب‌فروشی‌ها و کافه‌های آمریکایی، آزادانه پیرامون سیاست و اجتماع و اقتصاد به گفت‌وگو می‌پردازند طوری که معتقد بودند که این آزادی در هیچ کجای دنیا به اندازه پاریس ممکن نیست (رحیمی، ۱۳۹۹). بازار به مثابه اجتماع نیز تعریف می‌شود؛ یعنی همان اجتماع عوامل اقتصادی که ماهیتی فردی مشترک و نیز هدفی مشترک یعنی به دنبال کسب سود حداکثری می‌باشند، که این جامعه بازار می‌تواند واجد نظم جدیدی باشد (زاهدی‌وفا و ناسخیان، ۱۳۹۱). در قرن ۱۸ و ۱۹ میلادی، ابداع برچسب‌گذاری روی کالاها و اتیکت قیمت انقلاب بزرگی در صنعت داد و ستد به وجود آورد. مردم این امکان را داشتند که کالاهای خود را براساس قیمت‌هایی که از قبل تعیین شده‌اند به راحتی جست‌وجو کرده و در میان کالاهای مشابه و بررسی قیمت روی کالا، اقدام به خرید و انتخاب کنند. ایده "ارائه خدمات به مشتری" از تحولات بزرگ دیگری بود که در اواخر قرن نوزدهم ایجاد شد (رحیمی، ۱۳۹۹).

در اوایل قرن بیستم فروشگاه‌های مدرن و صنایع مرتبط با آن، به دلیل تولید چممشگیر اتومبیل توسط هنری فورد، ظهور پیدا کرد. سالهای ۱۹۵۰ تا ۱۹۵۴ را می‌توان، تولد صنایع مرکز خرید

نامید، به دلیل رشد سریع و هفت برابری حومه شهرها، صنایع و مراکز خرید و فروشگاه‌های نوینی شکل گرفت و مجتمع‌های تجاری برخلاف نمونه‌های ساده سالهای ۱۹۳۰ به صورت مجموعه فروشگاه‌ها و دپارتمان‌ها و حتی مراکز خرید به صورت استیجاری به وجود آمد (رحیمی، ۱۳۹۹). به طور مثال در قاره آسیا تا قبل از استقلال اندونزی در سال ۱۹۴۵ میلادی، هنوز مرکز خریدی ساخته نشده بود. در فیلیپین نیز تا قبل از سال ۱۹۳۲ هیچ فروشگاه‌های تحت عنوان مال ساخته نشده بود (کاظمی و امیرابراهیمی، ۱۴۰۰).

دهه های ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰ دوران نفوذ و رشد مراکز و مجتمع‌های تجاری بود به طوری که در این عصر فعالیتهای اقتصادی و تجاری آمریکا به طور باور نکردنی با رشد و موفقیت روبه رو شدند. از دهه ۱۹۸۰ تا به امروز با ظهور فضای مجازی و اینترنت و گسترش حمل و نقل عمومی تغییرات بسیار عمده و عظیمی در فروشگاه‌ها به وجود آمد. آگاهی فروشندگان و مصرف‌کننده بیشتر شد و مصرف‌کنندگان از مصرف‌گرایی به سمت صرفه‌جویی گرایش پیدا کردند (رحیمی، ۱۳۹۹). در کشور چین که امروزه بیشترین سهم مراکز خرید را در آسیا دارد تا اواسط دهه ۱۹۹۰ مرکز خریدی به شکل امروزی وجود نداشت. کشور ترکیه که پیوندهای تاریخی و مذهبی نزدیکی با ایران دارد، از نیمه‌های دهه ۱۹۸۰ اولین مال‌ها آغاز به کار کردند (کاظمی و امیرابراهیمی، ۱۴۰۰). با وجود این همه تغییرات، از دهه ۱۹۹۰ افزودن مراکز تفریحی به مراکز خرید به صورت بسیار زیادی مورد توجه جهانی قرار گرفت به طوری که در اروپا و آسیا به آن توجه زیادی شد و المان‌ها و عناصر جدیدی در طراحی مراکز خرید استفاده می‌کردند (رحیمی، ۱۳۹۹). امروزه نیز با توجه به شرایط همه‌گیری کووید-۱۹، نحوه خرید مردم بسیار تحت تأثیر آن قرار گرفته به طوری که طی تحقیقی صورت گرفته در آمریکا در سال ۲۰۲۰ از بین ۱۵۵۸ خانوار، ۵۵ درصد، خرید اینترنتی را جایگزین خرید حضوری کردند در حالی که ۲۰ درصد برای اولین بار خرید اینترنتی را انجام داده بودند (جنسن^۱، ۲۰۲۰).

در سال‌های ۱۲۱۲ تا ۱۲۵۰ هجری قمری بعد از اینکه تهران پایتخت سلسله قاجاریه انتخاب شد، تحولات زیادی در بازار کشور نمونه آن در بازار تهران اتفاق افتاد (حبیبی و فرزین محمودی، ۱۳۹۶). سالیان بعد بازارهای مدرن، مجتمع‌های تجاری چندمنظوره پاساژها با ویژگی و مشخصات قرن بیستمی به‌خصوص در شهر تهران ساخته شد. مانند پاساژ نادری در سال ۱۳۲۶، پاساژ شیروانی در سال ۱۳۳۰، ساختمان پلاسکو در سال ۱۳۴۰ (آریا مال، بی تا).

نخستین پاساژ در ایران در خیابان لاله‌زارنو در عصر رضاشاه، پهلوی اول، در دوره مدیریت شهرداری بوذرجمهر، در ادامه و راستای خیابان لاله‌زار توسط آقای مظفر فیروز، پسر بزرگ آقای فرمان‌فرما ساخته شد که در آن تعدادی سینما، فروشگاه، رستوران و تماشاخانه ایجاد و تأسیس شد (حبیبی و فرزین محمودی، ۱۳۹۶).

عمدتاً رفتار مردم در خرید به صورت آنی هم اتفاق می‌افتاد به‌طوری‌که افراد بعد از بازگشت به خانه مواجهه با خریدهایی هستند که از قبل هیچ برنامه‌ریزی نسبت به خرید آنها نداشتند (شریفی و همکاران، ۱۳۹۹). تحقیقی که بر رفتار خرید ناگهانی خریداران پوشاک صورت گرفت، نشان داد که خریدارانی که دانشجوی هستند احتمال خرید آنی آنها به مراتب بیشتر از غیر دانشجویان هستند که با برنامه‌ریزی خرید می‌کنند (هان^۱، ۱۹۹۱). ادبیات مصرفی نمایانگر این مطلب است که اگر خریداران فقط براساس نیاز خود به خریدکردن بپردازند بازار به سمت ورشکستگی پیش می‌رود؛ لذا توجه به نحوه خریدکردن و نوع آرایش و ویتترین در پاساژها تأثیر زیادی بر خریدکردن خصوصاً خرید آنی دارد (شریفی و همکاران، ۱۳۹۹).

توجه به شیوه‌های رفتاری خرید که از جنبه‌های رفتاری مصرف‌کننده می‌باشد که می‌توان گفت به‌نوعی یک تصمیم‌گیری درونی و پنهانی است که خریدار در درون خود آن را دارد و از آن تحت عنوان فرایند تصمیم‌گیری نام برده می‌شود، و رفتاری که از این فرایند استخراج می‌شود می‌تواند به «جنون خرید» منتهی شود، خریدی که اصلاً مورد نیاز مصرف‌کننده نیست و دچار

1. Han

اعتیاد خرید شده است (سهرابی، رضایی راد، موسوی، ۱۳۹۸). امروزه بازاریابان با استفاده از فناوری‌های دیجیتال از جمله امتیاز خرید، تخفیف بزرگ، پیشنهاد برگشت نقدی، مشتریان را علی‌رغم نداشتن قدرت خرید، ترغیب به خرید می‌کنند. خصوصاً نوجوانان که بیشتر مستعد اعتیاد به خرید کردن می‌باشند (برکار^۱، ۲۰۱۹). این افراد، بیماران افسرده‌ای هستند که بدون در نظر گرفتن هیچ گونه اثربخشی تبلیغات بر آنها، خرید می‌کنند که متأسفانه در بین جوانان و همچنین دانشجویان در حال افزایش و زنگ خطری برای آنها می‌باشد و از طرفی هم آماری در این خصوص در جامعه ایران در دسترس نیست (سهرابی، رضایی راد، موسوی، ۱۳۹۸).

انگیزه خرید و اینکه چه چیزی محرک این انگیز است، قطعاً هم تأثیر بسیاری برای فروشنده دارد که چگونه به فکر تبلیغات و فروش بیشتر باشد و هم اینکه خریدار و مصرف‌کننده بر رفتار خرید خود و به عبارتی اعتیاد به خرید و خرید آنی خود مسلط شود (حیدرزاده و بهرامی، ۱۳۹۴). نتایج حاصل از پیمایش فرهنگ خرید در تهران نشان می‌دهد که مجتمع‌های خرید توانسته‌اند شکل مصرف‌کننده خود را پیدا یا خلق کنند، طبقه متوسط مشتریان اصلی مراکز خرید هستند که به زیبایی و کالای لوکس توجه دارند که مراکز خرید یکی از جایگاه‌های تحول‌مزلی برای آنها محسوب می‌شود. طبقه با درآمد پایین‌تر، قیمت‌محور بوده و کالاهای ایرانی را ترجیح می‌دهند و سعی می‌کنند از طریق «مصرف مراکز خرید» خودشان را بالا بکشند. در جامعه ایران برخلاف دیگر جوامع که مصرف برند عاملی برای تمایزگذاری است، مصرف مراکز خرید نیز به بخشی از مصرف برند تبدیل شده است، اینکه از کجا خرید می‌کنی به اندازه اینکه چه چیزی خریده‌ای اهمیت دارد (کاظمی و امیرابراهیمی، ۱۴۰۰). در تحقیقی که درخصوص انگیزه خرید مصرف‌کنندگان ایرانی انجام شده، بیشترین انگیزه به «خرید لذتی و احساس رضایت شخصی» و کمترین انگیزه مصرف‌کننده ایرانی به «خرید فایده‌نگر و سودمند» اشاره شده است. منطقی است که مصرف‌کننده در وهله اول به دنبال خریدی اقتصادی و بهینه است منتها متغیرهایی هستند که

کشف آنها، تأثیر بیشتری بر انگیزه اولیه آنها، یعنی همان خرید به صرفه دارد و شناخت این رفتار تأثیر بسیار زیادی بر نحوه ساخت مراکز خرید و الگوهای فرزندگی و تحریک رفتاری مصرف کننده به خرید بیشتر را منجر می شود (حیدرزاده و بهرامی، ۱۳۹۴).

در همین حال، طبق نظر آرنولد^۱ و رینولدز^۲ (۲۰۰۳)، مفهوم انگیزه های خرید لذت گرا در شش بعد دسته بندی می شود. الف) خرید برای یک سفر (خرید ماجراجویی)، ب) خرج کردن برای مقاصد اجتماعی (خرید اجتماعی)، ج) خرید برای رضایت (خرید رضایت بخش)، د) خرید ایده (ایده خرید)، ه) خرید یک نقش (خرید نقش)، و) خرید برای یک ارزش (خرید ارزش). (رحماوتی^۳، ۲۰۱۹).

از دهه هشتاد شمسی با تغییر قابل مشاهده در الگوهای رفتاری خرید مردم و الگوهای تغذیه ای و اوقات فراغت، مراکز خرید متناسب با این تغییرات شروع به فعالیت جدید کردند، موج ساخت و ساز به سبک مال در کل کشور رو به افزایش بود به طوری که طبق آمار تا سال ۱۳۹۷ در شهر تهران تعداد ۶۰ مرکز، کرج ۱۷ مرکز خرید، مشهد ۲۶، اصفهان ۹ مرکز، یزد ۲ مرکز خرید در حال احداث متناسب با نیازها و الگوهای خرید و رفتاری مردم بودند (شیعه و حاجیانی، ۱۳۹۷).

شهر کرج را نمی توان بدون در نظر گرفتن تهران به دلیل همسایگی اش، بررسی کرد. در واقع، باید گفت که به دلیل تأثیر پذیری اش از تهران، عامل توسعه آن نیز شده است. به طور کلی، حدود ۲۱.۷۵ درصد از کاربری عمومی شهر کرج را کاربردی مسکونی و حدود ۱.۱۱ درصد را کاربری تجاری تشکیل می دهد (فرهودی و مداحی، ۱۳۸۹). به دلیل وجود بازارهای بزرگ در شهر تهران و نزدیکی شهر کرج به تهران به عنوان چهارمین کلان شهر ایران، و رفت و آمد بیش از سه هزار نفر بین کرج و تهران، بیشتر جوانان و نوجوانان تمایل به خرید در تهران را دارند، این طور به نظر

1. Arnold
2. Reynolds
3. Rahmawati

می‌رسد که مردم جدا از تمایل به خرید تمایل به گردش و گذران وقت دارند که تمایل دارند حتی برای یک خرید مدت‌ها زمان صرف کنند تا به تهران بروند؛ لذا امروزه ساختن مراکز تجاری متناسب با سبک زندگی مردم بومی آن منطقه و ساختن المان‌های چشم‌نواز با چیدمان‌های صحیح و جذاب، بیش از پیش درک می‌شود تا تأثیر مثبتی بر رفتار خرید و جذب مردم برای خرید کردن داشته باشد که امروزه کرج متناسب با نحوه رفتار خرید مردم به این مسیر گام برداشته است (پایگاه خبری تجارت جهانی، ۱۳۹۹).

شکی نیست که مال‌ها و مراکز تجاری، بخشی از زندگی مدرن امروز ما را تشکیل می‌دهند، رشد قارچ‌گونه آنها بدون در نظر گرفتن فرهنگ و سنت‌ها و المان‌های شهری و حتی پیوست فرهنگی و اجتماعی، نشان از توجه بیشتر مدیریت شهری به کسب درآمد و فروش شهرهاست و اگر به محیط‌زیست و پیرامون خود خصوصاً در شهرهای کوچک‌تر بنگریم، رفتار خرید مردم طوری است که نتیجه آن سبب شده طبقات دوم به بالاتر بیشتر پاساژها در این شهرها بدون استفاده شده است و مردم بیشتر در مگامال‌ها تفریح می‌کنند و مشاهده می‌شود که مگامال‌ها و پاساژهای تجاری به سمت فضاهای مرده شهری گرایش دارند؛ لذا پاساژها و سبک ساختن آنها جدا از اینکه تأثیر بر اوقات روزانه مردم خصوصاً در اوقات فراغت مردم دارد و به‌نوعی مراکز خرید تبدیل به نمایشگاه‌هایی شده‌اند، ویتترین‌ها و سبک نمایشی آنها تأثیر بیشتری بر خرید مردم خصوصاً در خرید آنی و رفتارهای خرید آنها خواهد داشت.

پرسشی که به ذهن می‌رسد این است که آیا تغییرات شکلی و محتوایی در سبک خرید و رفتاری مردم در پاساژهای کرج به وجود آمده است و اگر رخ داده، زمینه‌های شکل‌گیری آن کدامند.

۱. مبانی نظری تحقیق

۱.۲. پیشینه تحقیق

حاجی آقایی (۱۳۹۷) تحقیقی با عنوان «بررسی سبک زندگی شهری و خرید زنان در مراکز خرید (مورد مطالعه: زنان شهرستان قزوین)» انجام داده است. در این تحقیق، از روش شناسی مردم‌نگاری شهری و از شیوه مصاحبه عمیق و مشاهده مشارکتی بهره برده است که نمونه مورد مطالعه آن یعنی زنان شهر قزوین، با کمک از شیوه نمونه‌گیری نظری و هدفمند انتخاب شده‌اند. در این تحقیق، به پرسه‌زنی اشاره شده است که به نوعی آن را به خاطر کنشی می‌داند که ناشی از ساختن فضاهای فرهنگی و فضاهایی که در برابر فرهنگ مقاومت می‌کنند ناشی می‌شود و بیان می‌کند که سبک زندگی در اثر انعکاس ترجیحات افراد مانند فراغت و نحوه سخن گفتن و خرید کردن و گوش دادن به موسیقی و ... ظهور و بروز می‌کند. نتایج تحقیق گویای این مطلب است که زن، قدرت و خرید کردن، خرید کردن زنانه و مردانه، ذاتی کردن خرید زنانه، سنخ‌شناسی خرید کردن و استراتژی‌های خرید را می‌توان به عنوان عواملی مؤثر بر پرسه‌زنی و خرید در مراکز خرید نام برد.

رستگار و همکاران (۱۳۹۶) تحقیقی با عنوان «ارزش‌های زیست‌محیطی و سبک زندگی عوامل تعیین‌کننده رفتار (بوم‌شناختی) مصرف‌کننده» انجام داده‌اند. در این تحقیق، به ۵۴۰ نفر از افراد در شهرهای کرج و قم پرسش‌نامه داده شده که تعداد ۳۹۳ از آنها به صورت سالم دریافت شده است. پرسش‌نامه‌ها استاندارد بوده و شیوه جمع‌آوری داده‌ها نیز توصیفی پیمایشی است. از شیوه ساختاری برای تحلیل بر روی داده‌ها استفاده شده است. محققین از مدل VALS در تحقیق خود استفاده کرده‌اند که بنابر ادعای آنها احتمالاً در ایران اولین بار انجام شده است. نتایج تحقیق گویای این موضوع است که مد و روحیه هیجانی و شیوه‌های زیستی از بهترین مؤلفه‌های تعیین و مؤثر بر روی بازار سبز هستند و متغیرهای درآمد و تحصیلات نیز بر رفتار بوم‌شناختی تأثیر

داشتند. در نهایت، معتقد بودند که این تحقیق برای بازاریان جهت شناسایی کالاهایی که مرتبط با بوم‌شناسی و ویژگی‌های مرتبط با آن هستند، مفید است.

رانی^۱ (۲۰۲۰) تحقیقی با عنوان «خرید در مراکز خرید توسط نسل جوان: موج در حال ظهور است» انجام داده است. در این تحقیق آمده است، نسل هزاره جدید رفتار خرید خود را کاملاً تغییر داده‌اند و این برای فروشندگان یک امر مهم محسوب می‌شود. تعداد فزاینده‌ای از خریداران مرکز خرید نسل جدید، به دلیل داشتن تنوع در دسترس، به دنبال محصولات منحصر به فرد هستند و مهم‌تر از همه، این تنوع باعث تغییر سلیقه می‌شود. نسل جوان خریداران زن، به دنبال محصولاتی هستند که ویژگی‌های زنانه ندارند؛ این بدان معناست که خریداران زن عصر جدید، محصولاتی را خریداری می‌کنند که در بازار بسیار محبوب باشند. رفتار خرید گروه‌های سنی نسل هزاره جدید تحت تأثیر علایق جدید است و همه این علایق جدید، نتیجه تبلیغات بیش از حد در رسانه‌های اجتماعی است. اکثر نسل جوان که محصولات را خریداری می‌کنند، برای محصولات تخصصی اعم از وسایل الکترونیکی، آیفون، موبایل و مجموعه منحصر به فرد گزینه‌های زیبایی از مارک‌ها، بیش از حد توجه می‌کنند. در حقیقت، باید گفت افزایش محصولاتی که زیبایی خاصی دارند، در بین هر دو نوع جمعیت جوان خرید، یعنی مردان و زنان دیده می‌شود.

ویرانتو^۲، پریومارسانو^۳، ترینسنو^۴ و لیانتو^۵ (۲۰۲۰) تحقیقی با عنوان «تکامل مرکز خرید در جاکارتا به دلیل تغییر رفتار مصرف‌گرایی نسل XYZ» انجام دادند. در این تحقیق آمده است که مرکز خرید به بخشی از زندگی روزمره ما تبدیل شده است و اینکه چگونه مرکز خرید می‌تواند زنده بماند. تحقیق درباره مرکز خریدی در جاکارتا است و در آن بحث خواهد شد که

1. Rani

2. Wiratno

3. Priyomarsono

4. Trisno

5. Lianto

با توجه به تغییر در الگوهای مصرف‌گرایی که از نسلی به نسل دیگر متفاوت است، چه تغییراتی را باید ایجاد کند تا بتواند همچنان زنده و فعال باشد. با روش‌های تحلیل موردی بر روی مال پوری ایندا، در جاکارتای غربی به این یافته‌ها دست پیدا کردند که باید در الگوهای فضا، پلان طبقات، استفاده از فضای اضافی و همچنین، دسترسی بهتر به مراکز خرید به دلیل نوع رفتار مصرفی نسل XYZ، تغییراتی انجام شود. نتیجه‌گیری‌ای که از این تحقیق حاصل شده این است که فضا و جذابیت مرکز خرید با توجه به تغییر الگوهای مصرف‌گرایی نسل X، Y، Z در حال تغییر است.

چی^۱ و چن^۲ (۲۰۱۹) تحقیقی با عنوان «مطالعه خرده‌فروشی مد و سبک زندگی در چین» انجام دادند. این تحقیق این هدف را دنبال می‌کند که چگونه مصرف‌کنندگان چینی از فروشگاه‌های مد و سبک زندگی (یعنی کیفیت کالا، قیمت، راحتی، ارزش احساسی، ارزش زیبایی‌شناختی و ارزش اجتماعی) بر رفتارهای خرید آنها (یعنی قصد خرید مجدد (RI)، خرید فوری (IB) و زمان صرف‌شده (TS)) تأثیر می‌گذارد. در این تحقیق از ۲۲۳ نفر از طریق یک نظرسنجی پرسش‌نامه برخط داده‌ها جمع‌آوری شده و از روش رگرسیون چندگانه برای آزمون فرضیه‌ها استفاده شده است. یافته‌ها نشان می‌دهد که RI مصرف‌کنندگان چینی نسبت به TS در فروشگاه‌های مد و سبک زندگی با در نظر گرفتن، ارزش کیفی کالا، ارزش قیمت، ارزش احساسی و ارزش زیبایی‌شناختی در فروشگاه‌های مد و سبک زندگی تعیین می‌شود. در این تحقیق به این نتیجه رسیدند که درک درست از رفتارهای خرید مصرف‌کنندگان چینی نسبت به فروشگاه‌های مد و سبک زندگی جدید می‌تواند به خرده‌فروشان چینی در رسیدن به بزرگترین بازار مصرف‌کننده که به‌زودی کشور چین بدان تبدیل خواهد، کمک کند.

بررسی و نقد مطالعات پیشین نشان می‌دهد که در پژوهش‌های انجام‌شده، عمدتاً به سبک‌های زندگی امروزی حاکم بر جامعه توجه شده و به تغییرات سبک زندگی از گذشته تا به امروز و

1. Chi

2. Chen

تأثیرات آنها بر زندگی و خرید مردم کمتر توجه شده است. بنابراین، در این تحقیق این موضوع اهمیت دارد.

۲.۲. چهارچوب مفهومی

از اساسی‌ترین پیامدهای مصرف‌گرایی مقوله هویت است. اگر در جامعه سنتی و پیشامدرن، مبنای «هویت اجتماعی» را بیشتر ویژگی‌های انتسابی افراد از جمله مواردی چون شغل، طبقه و به‌طور کلی «موقعیت‌های ساختاری» تشکیل می‌داد، امروزه در جامعه نو، دو عامل موقعیت فرد در نظام تولید که در مفهوم «طبقه» متبلور می‌شود و جدیدتر از آن نوع و سبک کنش‌های مصرفی مبنای اصلی هویت اجتماعی فرد است که در مفهوم «سبک زندگی» معنا پیدا می‌کند (اباذری و چاوشیان، ۱۳۸۱). بنابراین، در این تحقیق تلاش شده در بخش چهارچوب مفهومی به رویکردهای نظری سبک زندگی اشاره شود.

پیر بودریو درخصوص مصرف و همچنین سبک زندگی سخن‌های زیادی گفته از جمله کتاب تمایز وی را در این خصوص سرآمد دیگر محققان می‌دانند (فاضلی، ۱۳۸۲). بودریو در نظریه خودش سبک زندگی را شامل نظام طبقاتی از عرصه‌هایی مانند تفریحات، حتی تقسیم زمان‌های شبانه‌روز، آداب و شیوه صحبت‌کردن و ورزش‌کردن، حتی راه رفتن و وسایل منزل، می‌داند. می‌توان گفت که سبک زندگی شیوه مصرف عاملان اجتماعی‌ای که دارای طبقه‌مندی و رتبه‌های مختلفی از شأن و مشروعیت‌های اجتماعی هستند، می‌باشد. بودریو در کتاب تمایز با منطق دیالکتیک می‌گوید که مصرف برای نمایش دادن تمایزات نیست؛ بلکه خودش راه و مسیری برای به وجود آوردن تمایزات است (باکاک، ۱۳۸۱).

از منظر زیمل سبک زندگی کوشش انسانی برای کسب ارزش‌های اساسی است؛ به عبارتی آدمی تلاش می‌کند فردیت برتر خود را به دیگران بشناساند (مهدوی کنی، ۱۳۸۷). گئورگ زیمل در مقاله‌ای از مد به‌عنوان مؤثرترین اشکال الگوی مصرف یاد می‌کند، وی تغییرات در مد چه در معماری، پوشاک، موسیقی و آشپزی و غیره را در فرهنگ مدرن جست‌وجو می‌کند. در دوره

مدرن مردم بیشتر به سمت مد جذب می‌شوند به دلیل داشتن انتخاب‌های بسیار زیاد که این فرصت و امکان را به مردم می‌دهد نسبت به دیگران متمایزتر باشند و این بدان معنی است که تمایل دارند برای خود هویتی متمایز را شکل دهند و البته باید به این نکته هم توجه داشت که مد همان‌طوری که گسترش می‌یابد، تدریجاً به ورطه نابودی هم پیش می‌رود (ملایی و علی‌نژاد، ۱۳۹۸). اوقات فراغت نیز در نظریه زیمل، جدایی‌نشدنی از سبک زندگی مورد بررسی قرار گرفته است. اوقات فراغت به عنوان زیرمجموعه سبک زندگی می‌تواند هویت‌ساز و فرهنگ‌ساز باشد، به هر حال آدمی زمان‌هایی را برای تفریح خودش در نظر می‌گیرد، ورزش می‌کند و به دیدار دوستان می‌رود (فیروزی و دیگران، ۱۳۸۵).

از منظر گیدنز، سبک زندگی مجموعه‌ای است تقریباً جامع از کلیه عملکردها که نه تنها نیاز و ملزومات جاری‌اش را رفع می‌کند، بلکه آن روایتی را که فرد برای هویت خودش انتخاب می‌کند در برابر افراد دیگر به تجسم می‌کشانند (گیدنز، ۱۳۸۷). گیدنز معتقد است سبک‌های زندگی همان کردارهایی هستند که به امورات عادی زندگی روزمره ما مبدل شده‌اند، اموراتی چون غذا خوردن و پوشیدن و مکان‌های ملاقات. همچنین، گیدنز تأکید می‌کند که این رفتارها نمایانگر هویت‌های گروهی و شخصی و همچنین اجتماعی هستند (فاضلی، ۱۳۸۲).

پاساژ گردی، پرسه‌زنی در بازارهای خرید، توجه به امور ظاهری و غفلت از امور باطنی در این رویکرد مطرح می‌شوند. در جامعه، ما نیز دچار این مصرف‌گرایی و این رفتارهای خرید شده‌ایم. طبقه مرفه برای ممتاز نشان دادن خویش به مصرف انواع کالاها دست می‌زند و طبقه متوسط و پایین جامعه جهت هم‌رنگی و پنهان کردن فاصله خویش به چنین عمل مشابهی می‌پردازد. براین اساس، مشاهده می‌شود که طبقات پایین جامعه با کسری بودجه‌ای مواجهند که به نوعی بایستی جبران شود. چشم‌وهم‌چشمی در محله‌های شهری شکل غالب زندگی است و این عمل زمینه را برای انواع مشکل‌های اجتماعی فراهم می‌سازد که بر سلامت روانی و اجتماعی جامعه اثرگذار است. (باکاک، ۲۰۰۲).

از نظر وبر، پول نقش میانجی مبادلات اقتصادی را بازی می‌کند و بازار فرصتی جهت مبادله کالا با هدف کسب سود با واسطه پول می‌باشد (علی‌نژاد، ۱۳۹۷). همچنین، وبر مصرف را به دیوان‌سالاری مرتبط می‌داند، طوری که بسیاری از مصارف از تفکرات و ساختار دیوان‌سالاری شکل می‌گیرد و در همان جا هم به مصرف می‌رسد (ملاعباسی، ۱۳۹۵). از نگاه بورديو در نظريات پست‌مدرن مصرف و سبک زندگی، مصرف فراتر از مدي است که وبلن بدان اشاره کرده است. وی معتقد است مصرف ابزاری برای تولید فرهنگی، مشروعیت‌سازی، مبارزه در فضای اجتماعی است که متغیری مستقل به عامل‌های اقتصادی می‌باشد. در نگاه پست‌مدرن بورديو، میل به مصرف مفهوم محوری دارد که پاساژگردی و پرسه‌زنی در بازارها و مراکز خرید در این رویکرد نمود پیدا می‌کنند (باکاک، ۲۰۰۲).

دانیل میلر از پیدایش فروشگاه‌های چندمنظوره و مجتمع‌های خرید در میانه قرن هجدهم صحبت می‌کند و معتقد است که خریدکردن امروزه تفاوت معنایی زیادی پیدا کرده است، خریدکردن ممکن است به معنای پرسه‌زنی بین اشیا و سبک و سنگین کردن آنها باشد و الزاماً اینکه خرید منجر به خریدن چیزی نمی‌شود و رفتار خرید همه تجربه‌هایی که حول مصرف باشند را شامل می‌شود. مراکز خرید مملوء از آدم‌هایی هستند که ویتترین‌ها را می‌بینند و نهایتاً دست خالی برمی‌گردند (ملاعباسی، ۱۳۹۵). از نگاه میلر، عشق و از خودگذشتگی نقش مهمی در مصرف بازی می‌کنند چنانکه می‌گوید اشیاء مصرفی می‌توانند روابط شخصی، حتی رمانتیک، ما را با دیگران متعادل کنند. بنابراین، فرایند مصرف همان قدر که نابرابری‌ها را بازتاب می‌دهد، به بازتولید و تأمین روابط انسانی کمک می‌کند. وی در تحقیقات خود بدان رسیده است که مصرف‌کنندگان در کردارها و رفتارهای خرید واقعی راهبردها و شگردهایی برای صرفه‌جویی به کار می‌گیرند (ریتزر^۱، داگلاس^۲، وندی^۳ ۲۰۰۱).

-
1. Ritzer
 2. Douglas
 3. Wendy

۲. روش تحقیق

در رویکرد کیفی، باید پژوهش در محیطی واقعی انجام شود و محقق باید توجه داشته باشد که ارزش‌ها و احساسات شخصی و همچنین، قضاوت‌های شخصی خود را کنترل کند، هرچند شاید کاری آسان به نظر نیاید، به این دلیل که در روش کیفی محقق به زندگی و فرهنگ و زبان و هیجان و احساس و ارزش‌ها و مبانی آنها و باورهای مردم ورود می‌کند (عابدی و شواخی، ۱۳۸۹). بنابراین، با توجه به موضوع تحقیق، نیاز به قرار گرفتن در محیط واقعی ضروری بود که روش کیفی مناسب‌ترین روش برای تحقیق به نظر می‌رسید. همچنین، در این تحقیق از روش نظریه زمینه‌ای استفاده شده است.

تحقیق مورد مطالعه ما در پاساژهای شهر کرج به صورت مصاحبه و مشاهده صورت گرفته است که مصاحبه‌ها هر کدام تقریباً از ۳۰ دقیقه تا دو ساعت انجام شده است. لازم به توضیح است که چون خانواده‌ها در روزهای تعطیل تا ظهر استراحت می‌کنند، لذا مصاحبه‌ها در این روزها از ظهر، حدود ساعت یک ظهر و در روزهای غیرتعطیل، غروب‌ترو از ساعت چهار به بعد انجام شده است.

جدول ۱. مشخصات مصاحبه‌شوندگان در پژوهش

ردیف	نام و نام خانوادگی	سن	مدت سکونت در محل	شغل / تحصیلات
۱	خانم عطری	۲۸ سال	۱۱ سال - گلشهر	خانه‌دار / دانشجو کارشناسی حسابداری
۲	خانم رضایی	۴۱ سال	۲۰ سال - چهارراه طالقانی	کارشناس حقوق اداری
۳	خانم عبدی	۳۳ سال	۳۰ سال - کرج	فوق لیسانس
۴	آقای محمدی	۲۳ سال	۲۳ سال - کرج	بیکار
۵	خانم عباسی	۴۵ سال	۴۵ سال - کرج	خانه‌دار - لیسانس
۶	خانم اکبری	۲۹ سال	۲۹ سال - کرج	لیسانس
۷	خانم مرتضوی	۴۹ سال	۴۹ سال - کرج	خانه‌دار - دانشجو
۸	آقای سروری	۴۳ سال	۴۳ سال - کرج	کارمند - کاردانی
۹	خانم رفیعی	۴۰ سال	۴۰ سال - کرج	حقوقی - لیسانس
۱۰	آقای شریعتی	۳۷ سال	۳۷ سال - مشکین دشت	آرایشگر - دیپلم گرافیک

ردیف	نام و نام خانوادگی	سن	مدت سکونت در محل	شغل / تحصیلات
۱۱	خانم خسروانی	۳۵ سال	۲۰ سال - فردیس	حسابدار - کاردانی
۱۲	آقای سفیدی	۱۹ سال	۱۹ سال - کرج	دانشجو
۱۳	آقای معدن‌کن	۳۲ سال	۹ سال - کرج	حسابدار - لیسانس
۱۴	آقای زارعی	۳۰ سال	۲۰ سال - کرج	دانشجو دکتری
۱۵	خانم سلیمانی	۲۸ سال	۲۸ سال - عظیمیه	بیکار - لیسانس
۱۶	آقای رستمی	۴۰ سال	۴۰ سال - کرج	کارمند
۱۷	خانم رضوانی	۴۴ سال	۱۰ سال - کرج	خانه‌دار - لیسانس
۱۸	خانم محمدنیا	۳۷ سال	۳۷ سال - کرج - جهان شهر	معلم - لیسانس
۱۹	خانم اکبری	۳۸ سال	۳۸ سال - کرج	لیسانس
۲۰	آقای رزکانی	۳۴ سال	۳۴ سال - رزکانو	حسابدار - لیسانس

جامعه آماری تحقیق، شهروندان شهر کرج که به مراکز خرید مراجعه می‌کنند است و از شیوه نمونه‌گیری در دسترس و هدفمند برای افرادی که در حال خرید از پاساژها بوده‌اند، برای انتخاب و مصاحبه استفاده شده است. نگارنده این سطور، اکثر پاساژهای شهر کرج را برای انجام مصاحبه رفته و قبل از آنکه مصاحبه‌شونده را انتخاب کند، ابتدا کل پاساژ را گشته، حضور افراد برای خرید و نحوه رفتارشان را مشاهده کرده و فردی را که احساس کرده است که برای خرید آمده و نگارنده می‌تواند برای مصاحبه انتخاب کند، مدتی از دور زیر نظر گرفته و چون در تمامی مصاحبه‌ها خانوده نیز همراه این جانب بودند، به اتفاق به فرد مورد نظر نزدیک شده و با کسب اجازه و معرفی خود، برای انجام تحقیق و بیان یک سری از دغدغه‌ها و انتقال حس آرامش و احوال‌پرسی گرم، مصاحبه‌ها را شروع می‌کردیم. برخی از مصاحبه‌ها که طولانی می‌شد به دلیل وجود همه‌گیری کرونا به درخواست مصاحبه‌شونده، جواب سؤالات پایانی مصاحبه از طریق ایمیل و یا فضای مجازی از آنها دریافت شد.

به‌هرحال، با در نظر گرفتن وسعت جغرافیایی و کمبود امکانات کافی نمی‌توانستیم با کل جامعه مصاحبه انجام دهیم؛ لذا نمونه‌گیری را تا رسیدن به اشباع نظری انجام دادیم. لازم به توضیح

است پس از انجام چندین مصاحبه عمدتاً با جمله‌ها و مفاهیم تکراری مواجه بودیم که در مصاحبه‌های قبلی عیناً آمده بودند و به‌نوعی هر چقدر مصاحبه‌ها بیشتر انجام می‌شد، جمله‌های جدیدی مطرح نمی‌شد و عمده دغدغه‌ها و صحبت‌ها در مصاحبه‌های قبلی یادداشت‌برداری و ضبط شده بود.

در این تحقیق، در گردآوری داده، با استفاده از مصاحبه نیمه‌ساخت‌یافته، داده‌های دست اول گردآوری شدند، به‌طوری‌که مصاحبه‌شونده از آزادی و از انعطاف‌پذیری لازم برخوردار بوده و می‌توانست دیدگاه‌هایی را ارائه دهد تا به روند تحقیق نیز کمک کند. پس از تولید گزاره و با جمع‌آوری مصاحبه‌ها، مفهوم‌سازی را انجام دادیم و سپس با ساختن مقوله‌های فرعی، مقوله اصلی و نهایی را پیدا کردیم و درنهایت، با داشتن مقوله‌های اصلی به ابرمقوله دست یافتیم که در این تحقیق از شیوه کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری گزینشی استفاده کردیم. با توجه به موارد یادشده، تمام سعی خود را برای اعتماد به قابلیت تحقیق در نظر گرفتیم. به اکثر پاساژهای کرج برای انجام مصاحبه رفتیم، کلیه جمله‌های مصاحبه بدون کوچک‌ترین تصرفی یادداشت شد. برای رعایت ملاحظه‌های اخلاقی، همه اطلاعات شخصی و مصاحبه به‌صورت محرمانه محفوظ است و در این مسیر نیز مصاحبه‌شوندگان با رضایت کامل در مصاحبه شرکت داشتند. مشارکت‌کنندگان درخصوص موضوع هدف و روش تحقیق آگاه شدند و اطلاعات کافی درباره سؤال‌های تحقیق داشتند. شرایط زمانی و مکانی مصاحبه را کاملاً با شرایط مصاحبه‌شوندگان در نظر گرفتیم، به‌طوری‌که راحتی و آرامش آنها حفظ شود و تمامی اطلاعات حاصل شده بدون هیچ‌گونه تغییری ثبت و ضبط شد.

۳. یافته‌های تحقیق

پس از استخراج جدول‌های مفاهیم و مقولات فرعی و اصلی، به استخراج مقوله هسته یا ابرمقوله پرداختیم که در قالب خط داستان ارائه می‌شود. براساس سؤال‌های پژوهش، مفاهیم و مقوله‌هایی استخراج شده است که نتیجه و گزارش آن را به شرح ذیل داریم.

با توجه به سؤال اصلی و مطالعه تغییرات سبک زندگی در این تحقیق سه مقوله هسته استخراج شده که عبارتند از: «افزایش ترجیح خرید از پاساژ به دلیل افزایش فرهنگ پاساژگردی» و «افزایش مصرف فضای پاساژ به دلیل مطلوب بودن آن» و «افزایش فرهنگ مصرف متظاهران در خرید مردم» بر ساخت شده است.

جدول ۲- جدول مقوله‌های اصلی و فرعی و مقوله‌های هسته

مقوله فرعی	مقوله اصلی	هسته
افزایش ترجیح به خرید در پاساژ	افزایش ترجیح خرید از پاساژ به دلیل افزایش فرهنگ پاساژگردی	افزایش ترجیح خرید از پاساژ به دلیل افزایش فرهنگ پاساژگردی
افزایش خرید در پاساژ		
آموختن فرهنگ پاساژ		
افزایش رعایت حقوق شهروندی		
افزایش اخلاق‌مداری		
پاساژ به مثابه مقایسه قیمت		
امکان مقایسه		
تغییر مردم نسبت به قیمت در پاساژ		
افزایش آداب خرید و فروش		
افزایش فرهنگ پاساژ		
بهبود شرایط کسب و کار		
هم‌سازی با فرهنگ مردم		
افزایش مکان‌های تفریحی و رستوران		
افزایش تعداد پاساژ		
دسترسی بهتر به پاساژ		
تغییر سبک زندگی	تغییر سبک زندگی مردم	افزایش مصرف فضای پاساژ به دلیل مطلوب بودن آن
تغییر در سبک مغازه‌ها		
اهمیت به مد	افزایش تنوع‌طلبی و مدگرایی	افزایش فرهنگ مصرف متظاهران در خرید مردم
اهمیت به برند		

مقوله فرعی	مقوله اصلی	هسته
تمایل به شیک پوشی		
تنوع طلبی		
افزایش تنوع پوشش		
مدگرایی		
افزایش توقعات خریداران		
رفتار درست فروشندگان با مردم	بهبود رفتار فروشندگان با مردم	

خط داستان:

۴.۱. افزایش ترجیح خرید از پاساژ به دلیل افزایش فرهنگ پاساژگردی

در مقایسه با گذشته، از نگاه برخی از مصاحبه‌شوندگان ترجیح مردم به خرید از پاساژ بیشتر شده است. آنها معتقد بودند که عواملی چون افزایش امکانات و دسترسی بهتر و امکان مقایسه بیشتر و دردسترس سبب شده که علاوه بر افزایش ترجیحات مردم، فرهنگ خرید و پاساژگری نیز افزایش پیدا کند.

افزایش ترجیح خرید از پاساژ به دلیل افزایش فرهنگ پاساژگردی با مؤلفه‌هایی چون «افزایش ترجیح به خرید در پاساژ» و «افزایش فرهنگ پاساژگردی» و «امکان مقایسه بیشتر در خرید» و «افزایش اعتماد به پاساژ» مشخص شدند که خط داستان آن در ادامه آمده است.

۴.۱.۱. افزایش ترجیح به خرید در پاساژ

ترجیحات مردم به خرید از پاساژ به دلایلی که مصاحبه‌شوندگان به آنها اشاره داشتند، افزایش داشته است. از جمله اینکه پاساژها بیشتر شده و انتظار مردم هم متناسب با نیازهایشان بیشتر شده و تغییر پیدا کرده است.

آقا ۲۳ ساله، لیسانس، ساکن کرج:

نسبت به گذشته احساس می‌کنم امروزه مردم مراجعه به مراکز خرید را به مراجعه به فروشگاه‌های تکی بیشتر ترجیح می‌دهند.

خانم ۳۵ ساله، کاردانی حسابداری، ۲۰ سال ساکن فردیس کرج:
به دلیل ازدیاد تعداد پاساژها و مراکز خرید تعداد افرادی که
برای خرید به این مکان‌ها می‌روند بیشتر شده، از طرفی
انتظارات مراجعین هم از تنوع و مناسب بودن قیمت‌ها بالا رفته
است.

۲.۱.۴. افزایش فرهنگ پاساژگردی

نگاه انتقادی مردم نسبت به قبل درباره پاساژها کمتر شده، در گذشته پاساژها بار منفی داشتند
مثل گرانی و پاتوق جوانان بیکار؛ اما الان این واژه‌ها و کاربردشان بر ساخت شده و مردم نگاه
مثبت‌تری به پاساژها دارند.

آقا ۳۷ ساله، متولد و ساکن مشکین دشت کرج:
الان فرهنگ مردم نسبت به قبل برای ورود و خرید از پاساژ
بیشتر شده و با دید بسیار مثبت از قبل وارد پاساژها می‌شن
چون قبلاً مثلاً می‌گفتن پاساژ مرکز پوست‌کندن آدم‌هاست.
خانم ۲۸ ساله، لیسانس، متولد و ساکن عظیمیه کرج:
خیلی تغییر کرده و البته باید گفت خیلی تغییرات خوبی کرده،
به نظرم احترام‌ها بیشتر شده و به حقوق هم‌دیگه بیشتر توجه
می‌کنند و رعایت اخلاق هم‌دیگه و دارند.

۳.۱.۴. امکان مقایسه بیشتر در خرید

برخی از مصاحبه‌شوندگان از تغییرات مثبتی در خصوص خرید از پاساژهای کرج یاد کرده‌اند
از جمله تنوع زیاد که سبب شده علاوه بر دسترسی بهتر، امکان مقایسه قیمت‌ها را در بستری
مناسب فراهم کند.

خانم ۴۹ سال، دانشجو، متولد و ساکن کرج:

تغییرات که خیلی زیاد شده، تنوع خیلی بیشتر شده و امکان مقایسه قیمت‌ها بهتر شده و اینکه دسترسی‌ها بیشتر شده مثل جای پارک ماشین و کافه و مراکز تفریحی. نسبت به قبل بیشتر شده.

۴.۱.۴. افزایش اعتماد به پاساژ

دلایلی سبب شده اعتماد مردم به خرید از پاساژها افزایش پیدا کند: وجود مراکز جذاب و زیبا به همراه داشتن امکانات بیشتر مانند مراکز تفریح و رستوران‌ها که پاساژها را جزء مراکز مهمی کرده که مردم برای خرید اقلام مورد نیازشان انتخاب می‌کنند.

آقا ۳۲ ساله، ۹ سال ساکن کرج:

در گذشته مراکز خرید به زیبایی و بزرگی شکل امروزشان نبودند و الان با فرهنگ بازاری مردم هم‌سازتر شده‌اند. قبلاً مردم برای تهیه وسایل مورد نیازشان به بازار و مراکز خرید مراجعه می‌کردند؛ اما امروزه به یکی از اصلی‌ترین مراکز تهیه اقلامشان تبدیل شده است.

خانم ۳۸ ساله، لیسانس، ساکن کرج:

امروزه خیلی بهتر شده، شرایط خرید کردن و رفتن به مراکز خرید. خصوصاً به خاطر مکان‌های تفریحی و رستوران‌ها شرایط برای خرید کردن را هم بهتر کرده و هم اینکه راحت‌تر خریده‌ها را انجام می‌دیم.

۲.۴. افزایش مصرف فضای پاساژ به دلیل مطلوبیت آن

از منظر برخی از مصاحبه‌شوندگان، ازجمله دلایلی که سبب شده مردم نسبت به گذشته خرید بیشتری از پاساژ انجام دهند، به خاطر افزایش مکان‌های تفریحی و رستوران در پاساژ و افزایش تعداد پاساژها و دسترسی بهتر به آنها است، یعنی مصرف فضای مطلوب پاساژ، تأثیر مثبتی بر مردم و رفتار خریدشان دارد.

افزایش مصرف فضای پاساژ به دلیل مطلوب بودن آن با مؤلفه‌هایی چون: «استفاده از مصرف فضای پاساژ» و «تغییر سبک زندگی مردم» مشخص شدند که خط داستان آن در ادامه آمده است.

۲.۴.۱. استفاده از مصرف فضای پاساژ

استفاده از رستورانها و مراکز خرید و مکانهای تفریحی در پاساژها فضای مطلوبی برای مصرف فضای پاساژها را سبب شده‌اند.

خانم ۳۸ ساله، ساکن کرج:

امروزه خیلی بهتر شده، مردم خرید از پاساژها را انتخاب می‌کنن، خصوصاً! به خاطر مکان‌های تفریحی و رستوران‌ها شرایط برای خرید کردن بهتر شده و یه جورایی لذت بخش‌تر کرده.

۲.۴.۲. تغییر سبک زندگی مردم

عواملی که سبب شده مراجعه به پاساژها بیشتر شود، تغییر در مردم و سبک زندگی به دلایل امکانات موجود در پاساژهاست.

آقا ۴۰ ساله، ساکن کرج:

به نظرم مراجعه به پاساژها نسبت به گذشته کمی بیشتر شده چون سبک رفتاری و زندگی مردم تغییر کرده مخصوصاً در نسل جوانان، امکانات پاساژها هم بیشتر شده جای پارک ماشین و کافه و .. اینا هم تأثیر داره.

۳.۴. افزایش فرهنگ مصرف متظاهران در خرید مردم

از نگاه برخی دیگر از مصاحبه‌شوندگان، پاساژها سبب مصرف متظاهران در خرید مردم شدند و در این خصوص به افزایش تنوع‌طلبی و مدگرایی و تغییر رفتار فروشندگان با خریداران و افزایش توقع خریداران اشاره کردند.

افزایش فرهنگ مصرف متظاهران در خرید مردم با مؤلفه‌هایی چون: «افزایش تنوع‌طلبی و مدگرایی» و «رفتار نامناسب فروشندگان با مردم» و «عدم تغییر رفتار مردم» مشخص شدند که خط داستان آن در ادامه آمده است.

۱.۳.۴. افزایش تنوع‌طلبی و مدگرایی

افزایش تنوع‌طلبی و انتخاب برند و مد، سبب حضور مردم در پاساژها شده و حضورشان را نسبت به گذشته بیشتر کرده و از طرفی هم خریدکردن را نسبت به گذشته نیز سخت‌تر کرده است.

خانم ۳۷ ساله، ساکن کرج:

نسبت به قبل بیشتر خریداران طرفدار مد شده‌اند تا اینکه نیاز

به خرید داشته باشن و به پاساژ برای خرید برن. یعنی برای

مد و برند به پاساژها بیشتر می‌رن و اهمیت می‌دن.

خانم ۳۳ ساله، فوق لیسانس، ۳۰ سال ساکن کرج:

به نظرم گذشته یعنی قبل‌ترها بهتر بوده زمانی که خودمون

کوچیک بودیم، منظورم اینه که خرید راحت‌تری داشتیم و حالا

شاید به خاطر نبود مدهای امروزی و تنوع زیادی که الان

وجود داره بوده و شایدم اینکه زندگی راحت‌تر بود.

۴.۳.۲. بهبود رفتار فروشندگان با مردم

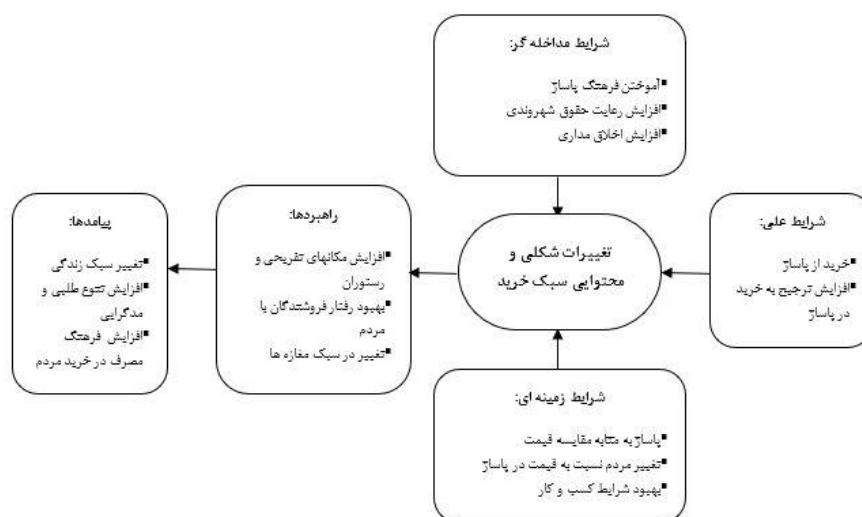
آموزش به فروشندگان سبب می‌شود که خریداران انگیزه خرید خود را از دست ندهند و خرید بهتری انجام دهند.

خانم ۴۰ ساله، ساکن کرج:

اگر بخوام الان را در نظر بگیرم آرایش فروشندگان تغییر زیادی کرده ولی کلاً نسبت به گذشته الان فروشندگان باید برخورد بهتری با خریداران و مردم داشته باشند و رفتار سردی با مشتریان نداشته باشند، به هر حال مشتری بعداً باید دوباره برای خرید برگردد، پس بهتره طوری رفتار نکنن که سبب بشه که کلاً کسی برای خرید وارد مغازه نشه و مردم طوری بشن مثل یه ربات، هی بیان تو یه مغازه قیمت بپرسن و بعد رد بشن.

۴.۴. مدل مفهومی

مدل پارادایمی و یا مدل مفهومی، گام آخر روش نظریه زمینه‌ای است که ارتباط منظم و متقابلی را که بین مقوله‌ها وجود دارد بررسی کرده و به چگونگی ساختن ابرمقوله هسته می‌پردازد. در ذیل، مدل پارادایمی (مفهومی) استخراج شده از مصاحبه‌ها و مقوله‌ها و همچنین از کدگذاری‌ها را داریم.



شکل ۱. مدل مفهومی استخراج شده از مصاحبه‌ها و مقوله‌ها

۵. نتیجه‌گیری و پیشنهادها

در این تحقیق، با مصاحبه‌هایی که انجام شد در مقایسه با دیگر پژوهش‌هایی که در پیشینه تحقیق آمده است، تفاوت‌هایی وجود دارد. در تحقیق (حاج آقایی، ۱۳۹۷) پس از بررسی سبک زندگی شهری و خرید زنان در مراکز خرید، به عواملی مؤثر بر پرسه‌زنی و خرید در مراکز خرید دست یافته شد. همچنین، در تحقیق (رستگار و همکاران، ۱۳۹۶) که با روش کمی از مردم کرج و قم انجام شده است، محققان به تأثیر متغیرهای درآمد و تحصیلات بر رفتار بوم‌شناختی اشاره داشتند و معتقد بودند که بازاریان باید به این متغیرها توجه داشته باشند. در تحقیق (رانی، ۲۰۲۰) که از لحاظ مفاهیم نزدیک به این تحقیق است، نهایتاً به آن رسیدند که نسل جدید رفتار خرید خود را کاملاً تغییر داده‌اند و اشاره به تنوع‌طلبی داشته و معتقد بودند که افزایش خرید محصولاتی که زیبایی خاصی دارند، در بین هر دو نوع جمعیت جوان خرید، یعنی مردان و زنان دیده می‌شود.

تحقیق (ویرانتو، پریومارسانو و تریسنو و لیانتو، ۲۰۲۰) نزدیک به این تحقیق و از لحاظ یافته‌ها نیز تقریباً همسو است. آنها مراکز خرید را بخشی از زندگی روزمره می‌دانند و معتقد هستند که مراکز خرید با در نظر گرفتن الگوی مصرف که بین نسل‌ها متفاوت است، با ایجاد تغییرانی چون فضای اضافی، دسترسی بهتر و جذابیت‌های بیشتر، به دنبال زنده ماندن خود هستند. یافته‌های این تحقیق، با پژوهش (علی‌نژاد، ۱۳۹۷)، همسو است. علی‌نژاد در این مطالعه معتقد است تنوع و تعدد فعالیت‌های زیستی و تنوع و تعدد نیازها و خواسته‌های معیشتی به تنوع فعالیت‌های مصرفی و تولیدی در محیط‌های شهری می‌انجامد. شهر محیطی مناسب برای حضور کنشگران اقتصادی با روحیه بالای کارآفرینی به دلیل فعالیت‌های خلاقانه و نوآوری شده است که روحیه و تمایل به مصرف‌گرایی و فرهنگ مصرف را در بین مردم را نیز افزایش داده و سبب می‌شود فرهنگ مصرفی متظاهرانه و مبتنی بر تنوع‌طلبی نیز در آن گسترش یابد. همچنین، نتایج این تحقیق با پژوهش جامعه‌شناختی (کاظمی و امیرابراهیمی، ۱۴۰۰) همسو است. آنها در مطالعه خود به این نتیجه رسیدند که به دلیل اینکه فضاهای باز شهری کم هستند، خرید از فروشگاه‌های بزرگ، جایگزینی برای مصرف فرهنگی شده است، به‌طوری‌که این مراکز خرید جایگزین فضاهایی شدند که جوانان هویت خود را در آنها شکل می‌دهند و زنان به دلیل اینکه تجربه بیشتری در فضای بسته مانند خانه دارند، هم‌دلی بیشتری را برای خرید در فضاهای بسته مانند مراکز خرید و پاساژ دارند. به‌طورکلی، مردم معتقدند که مراکز خرید راحتی و آسودگی و امنیت را ایجاد کرده‌اند و از دلایل این امر نیز می‌توان به ترافیک و هوای نامطلوب و آلودگی‌های مختلف اشاره کرد. بخشی دیگر از نتایج این تحقیق با مفهوم کیچ ۱ در نظر بودریار همسو است. کیچ از مشخصه‌های اصلی کالای مدرن می‌باشد که از نظر بودریار بهترین واژه برای جایگزینی کیچ، واژه شبه‌کالا است و یا عبارتی چون کپی، شبیه‌سازی، کلیشه و تقلید که این کالاها با رنگ و اشکال بسته‌بندی زیبایی بسته‌بندی و نهایتاً عرضه می‌شوند (محمدپور و بهمنی، ۱۳۹۰).

با این اوصاف، ما در این تحقیق به این جمع‌بندی رسیدیم که پاساژها اکنون در سیر تکاملی خود به مرحله بلوغ رسیده و در راستای نیاز مردم قدم برداشته‌اند، گویا صدای نیازهای مردم را شنیده‌اند و رقابت بین مراکز خرید برای جذب مردم و عرضه همه کالاها با در نظر گرفتن شرایط اقتصادی همه اقشار مردم، نیز مشهود است. در گذشته پاساژ با جوانان بیکار و پاساژگرد و دوست‌یاب گره خورده بود که از نگاه خود آن جوانان، اوقات فراغت خود را سپری و پاساژگردی می‌کردند؛ ولی از نگاه مردم بزرگتر آن دوران، آنها در حال ولگردی و چشم‌چرانی و مواردی از این واژگان بودند، درحالی‌که امروزه هم ما همان مفاهیم را داریم منتها این بار خانواده‌ها طور دیگری نگاه می‌کنند، نسل‌ها تغییر کرده و خانواده‌ها نه تنها برای خرید بلکه برای اوقات فراغت و پاساژگردی هم به مراکز تجاری روی آورده‌اند و ابایی هم از عنوان و طرح آن ندارند. مفاهیم همان هستند و واژه‌ها همانند، ولی با تغییر معنایی متناسب با توسعه و نیاز مردم و این درست همان ابرمقوله تحقیق ماست، «تغییرات شکلی و محتوایی در سبک خرید»، بدین معنی که امروزه پاساژها نقش‌های متفاوتی را بازی می‌کنند که در گذشته هم بخشی از آن نقش‌ها را داشتند؛ اما امروزه همه آنها بر ساخت شده و بخشی از هویت و زندگی مردم را دربر گرفته‌اند و مردم با آنها زندگی می‌کنند. امروزه مردم برای تفریح و دورهمی و مناسبات کاری نیز به مراکز خرید و پاساژها می‌روند، به‌طوری‌که پاساژها و مراکز خرید به قلب تپنده شهرها تبدیل شدند؛ حتی در تصمیم‌های خانواده‌ها برای رفتن به بیرون از منزل و برای گردش کوتاه اثرگذارند، به‌طوری‌که تفریح، گذران وقت، خرید و قرارهای تفریحی، کاری و دوستی خود و در یک کلام سبک زندگی خود را در محیطی سر بسته می‌گذرانند و شکل می‌دهند و پیشنهاد می‌کنیم در مباحث آسیب شناسی اجتماعی، مقوله مراکز خرید و پاساژها به عوامل تأثیرگذار در کج‌روی یا تأثیرپذیری اجتماعی افزوده شود.

کتابنامه

۱. اباذری، ی.؛ و چاوشیان، ح. (۱۳۸۱). از طبقه اجتماعی تا سبک زندگی: رویکردهای نوین در تحلیل جامعه‌شناختی هویت اجتماعی. *نامه علوم اجتماعی*، ۱۰ (۲۰)، ۳-۲۷.
۲. آریا مال (بی تا). تاریخچه بازارها و مال‌ها. <https://www.aria-mall.ir/blog/315> تاریخچه بازارها و مال‌ها. html
۳. باکاک، ر. (۱۳۸۱). مصرف، ترجمه خسرو صبری، تهران: نشر و پژوهش شیرازه.
۴. پایگاه خبری تجارت طلایی (۱۳۹۹). گفتگوهای ویژه. <http://www.tejaratetalaeenews.ir> مهراد-خالق-لحظه-های-شیرین-برای-اهالی-البرز.
۵. پروشانی، ا.؛ فروتن، ف.؛ و بوناین میشل. (۱۳۸۹). *بازار در تمدن اسلامی*، تهران: نشر کتاب مرجع.
۶. حاجی آقایی، ل. (۱۳۹۷). بررسی سبک زندگی شهری و خرید زنان در مراکز خرید (مورد مطالعه: زنان شهرستان قزوین). *علوم اجتماعی*، ۱۲ (۴۱)، ۳۶۴-۳۴۱.
۷. حبیبی، ل.؛ و محمودی پاتی، ف. (۱۳۹۶). از بازار تا پاساژ: تحلیلی بر سیر تحولات فضاهای تجاری مدرن در شهر تهران. *نشریه باغ نظر*، ۱۴ (۴۹)، ۵۲-۴۳.
۸. حریری، ن. (۱۳۹۶). *اصول و روش‌های پژوهش کیفی*، تهران: انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات.
۹. حیدرزاده، ک.؛ و بهرامی جاه، آ. (۱۳۹۴). بررسی انگیزه‌های خرید مصرف‌کنندگان ایرانی. *مدیریت توسعه و تحول*، ۷ (۲۲)، ۵۴-۴۵.
۱۰. جلالی، ر. (۱۳۹۱). نمونه‌گیری در پژوهش‌های کیفی. *تحقیقات کیفی در علوم سلامت*، ۱ (۴)، ۳۱۰-۳۲۰.
۱۱. رحیمی، ا. (۱۳۹۹). سیر تحول طراحی فروشگاه‌ها و مجتمع‌های تجاری. *فصلنامه هنر معماری*، شماره ۲۱، بر گرفته از سایت <https://aoapedia.ir/>
۱۲. رستگار، ع.؛ هاشمیان، س. م.؛ و علوی، س. ص. (۱۳۹۶). ارزش‌های زیست‌محیطی و سبک زندگی عوامل تعیین‌کننده رفتار (بوم‌شناختی) مصرف‌کننده. *مطالعات مدیریت بهبود و تحول*، ۲۵ (۸۳)، ۹۲-۶۹.

۱۳. زاهدی وفا، م. ه؛ و ناسخیان، ع. ا. (۱۳۹۱). *تحلیل ساختار و نظریه بازار*، تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق (ع).
۱۴. سهرابی، ر.؛ رضایی راد، م.؛ و موسوی، م. (۱۳۹۸). *تبیین رفتار جنون خرید. کاوش‌های مدیریت بازرگانی*، ۱۱(۲۱)، ۲۶۹-۲۹۴.
۱۵. شریفی پور، ع.؛ بستم، ه.؛ حسین زاده، ع.؛ و پویا، ع. (۱۳۹۹). *ویژگی‌ها و رفتار مصرف‌کننده و تاثیر آن بر خرید آبی (مطالعه موردی فروشگاه‌های زنجیره‌ای مشهد)*. *پژوهش‌های اخلاقی*، ۱۱(۱)، ۱۷۲-۱۵۳.
۱۶. شیعه، ا.؛ و حاجیانی، م. (۱۳۹۸). *تأثیرات مگامال‌ها بر هویت محله‌ای در شهر تهران؛ مطالعه موردی: اطلس مال نیاوران*. *مطالعات شهر ایرانی/اسلامی*، ۹(۳۶)، ۷۹-۶۹.
۱۷. عابدی، ا.؛ و شواخی، ع. ر. (۱۳۸۹). *مقایسه روش‌شناسی پژوهش کمی و کیفی در علوم رفتاری*. *راهبرد*، ۱۹(۵۴)، ۱۶۸-۱۵۳.
۱۸. علی‌نژاد، م. (۱۳۹۷). *درآمدی بر جامعه‌شناسی اقتصادی*، یزد: دانشگاه یزد.
۱۹. فاضلی، م. (۱۳۸۲). *مصرف و سبک زندگی*، تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
۲۰. فرهودی، ر.؛ و مداحی، ژ. (۱۳۸۹). *بررسی کارکردهای مناطق شهری (مورد مطالعه شهر کرج)*. *نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی (جغرافیای انسانی)*، ۲(۳)، ۱۳۶-۱۲۳.
۲۱. کاظمی، ع.؛ امیرابراهیمی، م. (۱۴۰۰). *مگامال‌ها و مجتمع‌های تجاری بزرگ تجاری در تهران مطالعه‌ای جامعه‌شناختی*، تهران: مرکز مطالعات و برنامه ریزی شهر تهران.
۲۲. گیدنز، آ. (۱۳۸۷). *تجدد و تشخیص، ترجمه ناصر موفقیان*، تهران: نی.
۲۳. محمدپور، ا.؛ بهمنی، م.؛ و علی‌زاده، م. (۱۳۹۰). *مطالعه تفسیری خرده‌فرهنگ دختران پاساژگرد به شیوه تحلیل موضوعی، زن در فرهنگ و هنر*، ۲(۴)، ۷۹-۶۱.
۲۴. ملائی، ف. (۱۳۹۸). *سنخ‌شناسی الگوهای رفتار مصرفی زنان در مزون‌های شهر یزد*. پایان‌نامه منتشرشده کارشناسی ارشد، دانشگاه یزد، دانشکده علوم اجتماعی، گروه تعاون و رفاه اجتماعی.
۲۵. مهدوی کنی، م. س. (۱۳۸۷). *مفهوم سبک زندگی و گستره آن در علوم اجتماعی*. *فصلنامه تحقیقات فرهنگی*، ۱(۱)، ۲۳۰-۱۹۹.

26. Barekar, A. N., & Chavan, R. R. (2019). Shopping Addictions: Effect of Gadgets on Buying Behavior. 6th National Conference On Technology & Innovation: Disrupting Businesses, Transforming Market; G.H. Raison Institute Of Business Management, Jalgaon, India. 9(1).
27. Chi, T. & Chen, Y. (2020), A study of lifestyle fashion retailing in China, *Marketing Intelligence & Planning*, 38(1), 46-60.
28. Han, Y. K., & Morgan, G. A., Kotsiopoulos, A., & Kang-Park, J. (1991). Impulse Buying Behavior of Apparel Purchasers. *Clothing and Textiles Research Journal*, 9(3), 15-21.
29. Jensen, K., & Yenerall, J., Chen, X., & Yu, T. (2021). US Consumers' Online Shopping Behaviors and Intentions During and After the COVID-19 Pandemic. *Journal of Agricultural and Applied Economics*, 53(3), 416-434.
30. Rani, Sh. (2020). BUYING IN MALLS BY THE YOUNGER GENERATION: THE WAVE IS ON THE RISE, *International Journal OF Multidisciplinary Educational Research*, 9(5), 48-59.
31. Rahmawati, R. (2019). Profiling Shopping Mall Customer Based on Demographics and Shopping Motivation. *Jurnal Manajemen dan Kearifan Lokal Indonesia*, 3(2), 74-83.
32. Ritzer, G., Douglas G., & Wendy W. (2001) *Theories of consumption*, in Ritzer, George, and Barry Smart, eds. Handbook of social theory. Sage, 2001.
33. Wiratno, B., Priyomarsono, N. W., Trisno, R., & Lianto, F. (2020). Shopping Centre Evolution in Jakarta Due to Changes of Generation XYZ Consumerism Behaviour. *Tarumanagara International Conference on the Applications of Social Sciences and Humanities*, 76-82.



Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY 4.0)

تأثیر سرمایه فرهنگی بر مدارای اجتماعی در شهرهای کوچک، میانی و کلان‌شهری

مورد مطالعه: جوانان سه شهر خواف، سبزوار و مشهد^۱

مهدی زنگنه (استادیار جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه حکیم سبزواری، سبزوار، ایران، نویسنده مسئول)

m.zanganeh@hsu.ac.ir

زکيه شرفی (کارشناسی ارشد جمعیت‌شناسی، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران)

sharafi134@gmail.com

چکیده

مدارای اجتماعی پایه و اساس دموکراسی و جامعه مدنی است و سرمایه فرهنگی یکی از پیش‌شرط‌های به وجود آمدن مدارای اجتماعی در جامعه است. به همین دلیل پژوهش حاضر بر آن است تا تأثیر سرمایه فرهنگی جوانان را بر مدارای اجتماعی در سه شهر متفاوت به لحاظ جمعیتی، جغرافیایی و فرهنگی سنجش و بررسی قرار دهد. تحقیق حاضر، از حیث نوع، بنیادی و از نظر ماهیت، توصیفی-تحلیلی و پیمایشی است. داده‌ها به دو روش اسنادی و میدانی (پرسش‌نامه) گردآوری شده‌اند. جامعه آماری تحقیق شامل جوانان ۱۸-۳۵ ساله سه شهر خواف، سبزوار و مشهد در خراسان رضوی بوده که از طریق فرمول کوکران حجم نمونه، ۱۱۳۵ به دست آمده که در سه شهر مورد نظر به روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای توزیع و تکمیل شده است. تجزیه و تحلیل داده‌ها با آزمون تحلیل واریانس، ضرایب هم‌بستگی و رگرسیون چندمتغیره انجام شده است. شاخص‌های سرمایه فرهنگی (ذهنی، عینی و نهادی) با ۱۷ گویه و مدارای اجتماعی (هویتی، عقیدتی و رفتاری) با ۲۶ گویه سنجیده شدند. مقدار آلفای کرونباخ، ۰/۷ به دست آمده که نشان از پایایی ابزار تحقیق است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که با افزایش جمعیت شهرها، مدارای اجتماعی هم افزایش می‌یابد. با بالارفتن مؤلفه‌های سرمایه‌های فرهنگی، اعم از عینی، ذهنی و

۱. این پژوهش، مستخرج از طرحی با عنوان: عوامل مؤثر بر مدارای اجتماعی با تأکید بر سرمایه فرهنگی در شهرهای کوچک، میانی و کلان‌شهری (مورد مطالعه: جوانان ۱۸ تا ۳۵ ساله شهرهای خواف، سبزوار و مشهد) است که با حمایت مالی صندوق پژوهشگران و فناوران ریاست جمهوری انجام شده است.

نهادی در بین جوانان، مدارای اجتماعی آنها هم افزایش می‌یابد. تحلیل رگرسیونی شاخصهای سه گانه پژوهش به میزان ۵۹ درصد از تغییرات متغیر وابسته (مدارای اجتماعی) را تبیین می‌کنند و نتایج، حاکی از آن است که متغیر سرمایه فرهنگی ذهنی، بیشترین تأثیر و بعد از این متغیرهای سرمایه فرهنگی عینی و نهادی به ترتیب تأثیرات فزایندهای را بر مدارای اجتماعی در سه شهر مورد مطالعه خواهند داشت. **واژگان کلیدی:** سرمایه فرهنگی، مدارای اجتماعی، جوانان.

۱. مقدمه

هم‌زیستی موضوعی است که همیشه در طول تاریخ وجود داشته است و انسان‌ها همواره در پی آن بوده‌اند که شیوه‌های زندگی مسالمت‌آمیز را در کنار یکدیگر بیابند. موضوع هم‌زیستی در تاریخ بشر هیچ‌گاه مانند امروز محل مناقشه و بحث نبوده است؛ زیرا انسان‌ها هرگز اهمیت تفاوت را چنین ملموس و گسترده به‌صورت رویارویی هر روزه با دیگربودگی تجربه نکرده‌اند (گلایی و همکاران، ۱۳۹۹: ۳۴۸).

در جوامع جدید، با رشد فزاینده ارتباطات در همه زمینه‌ها، تنوع فرهنگی، قومی، زبانی و اعتقادی بیشتر و میزان تعاملات و برخورد افراد دوچندان شده است. درواقع، باید گفت امروزه این تنوع تا حدی است که بدون داشتن حداقلی از مدارای اجتماعی و تحمل عقاید متفاوت و مخالف، زندگی کردن در وضعیت عادی غیرممکن خواهد شد (دومهری و همکاران، ۱۳۹۸). در جوامع پیش از صنعت، هم‌گونی زیادی بر اجتماع حاکم بود و تفاوت و تمایزهای اجتماعی چندان در جامعه وجود نداشت؛ اما با تغییر و تحولاتی که در چند سده اخیر روی داده، چهره جهان به‌طورکلی دگرگون شده است. ارتباطات گسترده بین‌المللی، فائق آمدن انسان بر محدودیت‌های پیشین و رویارویی با افرادی را سبب شده است که از جنبه‌های گوناگون با او متفاوت هستند. گسترش شهرنشینی این وضعیت را تشدید کرده است (زالی‌زاده و همکاران، ۱۳۹۷). مدارای یکی از ظرفیت‌های مهم و یکی از مؤلفه‌های توسعه در جوامع محسوب می‌شود؛ چنانکه هانتینگتون معتقد است که توسعه نیازمند شکل‌گیری شخصیت و انسان نوگراست. از نظر وی، انسان سنتی همیشه توقع ساکن بودن، نبود تغییر در طبیعت و جامعه را دارد؛ ولی انسان

نوبین با نگرش‌ها و طرز تلقی‌های مختلفی روبه روست. او امکان هر تغییر و دگرگونی‌ای را قبول دارد و خود را با آن وفق می‌دهد (گلابی و همکاران، ۱۳۹۹).

مدارا ایده اصلی دموکراسی به‌منزله بنیان شهروندی است. این مفهوم از موقعیت‌های خاص تاریخی و فرهنگی در دوران پساجنگ جهانی برآمده است، مقطعی از تاریخ که در آن نیاز به تکیه‌گاهی برای تأمین امنیت همه اعضا و ارکان جامعه و دوری از اندیشه‌های فاشیستی که جهان را برای سالیان دراز درگیر کرده بود، احساس می‌شد. مدارا عنصری فرهنگی است که به‌وسیله شهروندان ساخته و فهمیده می‌شود و به‌وسیله همان شهروندان به کار گرفته و به مرور، نهادی و به سنت تبدیل می‌شود، فرایندی مستمر و پویاست که به‌وسیله افرادی بازتولید می‌شود که براساس تفسیر و شناخت خود از آن عمل می‌کنند (ذکایی و امیری مقدم، ۱۴۰۰).

اهمیت مقوله مدارا به قدری است که پیامبر اسلام (ص) مدارا کردن با مردم را مهم‌ترین رکن عقلانیت بعد از ایمان به خدا معرفی می‌کنند و امام علی (ع) آن را نتیجه خردورزی می‌دانند. در جهان معاصر با تنوع فرهنگی، قومی، نژادی، زبانی و درهم‌تنیدگی محیط‌های مختلف اجتماعی و درهم‌نوردیدن مرزهای جغرافیایی با فناوری‌های ارتباطی و ابزارهای نوین و عرصه‌های مجازی تعاملی اثرگذار در زندگی مردم، نمی‌توان به‌راحتی از نقش تأثیرگذار مدارای اجتماعی گذشت (دومهری و همکاران، ۱۴۰۰).

امروزه تنوع فرهنگی، میزان تفاوت‌ها در جوامع و نیز آشنایی و برخورد آنها با یکدیگر به مسئله‌ای اساسی تبدیل شده است؛ زیرا تفاوت‌ها، پیوندهای اجتماعی را تحت تأثیر قرار می‌دهند؛ به همین دلیل، آنچه بیش از همه جلوه می‌کند تفاوت رو به تزاید افرادی است که گروه‌ها، نهادها، هویت‌ها و نگرش‌های مختلفی را تشکیل می‌دهند. چنین شرایطی زمینه‌های گسست در جامعه را فراهم می‌کند. در این وضعیت، این مدارا است که مانع شکل‌گیری تعارض و رویه‌های خشونت‌آمیز در جامعه می‌شود؛ زیرا مدارا به‌طور تلویحی به معنای افتتاح گفتمان آزادی وجدان و آزادی بیان است. مدارا برای بهبود کیفیت مناسبات اجتماعی و اجتناب از خشونت و اجبار است. مدارا ارزشمند شمردن تفاوت‌ها، پل زدن بر شکاف‌های فرهنگی، پذیرفتن اندیشه‌های قالبی

غیر منصفانه، آزاد گذاشتن دیگران برای داشتن ویژگی‌های شخصی یا نگهداری عقاید و اعمالی است که دیگران آن را به عنوان عملی اشتباه یا تنفرانگیز در نظر می‌گیرند. درواقع مدارا پیش‌نیاز شکل‌گیری جامعه مدنی است (افرا، ۱۴۰۱).

اگرچه مدارا مفهومی پیچیده و بحث‌برانگیز است، در معنای کلی به میزان شناخت و پذیرش اختلافات، تمایل به اعطای حقوق برابر و پرهیز از نگرش‌های آشکارا تحمل‌ناپذیر اشاره دارد (زاناکیس^۱ و همکاران، ۲۰۱۶)؛ به عبارتی مدارا شامل نشان دادن احترام و عزت به دیگران است، بدون اینکه لزوماً با اعمال یا ارزش‌های آنها موافق باشید یا آنها را بپذیرید (آنانینا و دانیلو^۲، ۲۰۱۵)؛ به بیان ساده، مدارا پذیرش این نکته است که انسان‌ها به‌طور طبیعی از نظر ظاهر، زبان، رفتار و ارزش‌ها گوناگون هستند و حق زندگی در صلح دارند و کسی نمی‌تواند دیدگاه‌های خود را بر دیگری تحمیل کند.

اهمیت مدارا در جوامع امروزی به گونه‌ای است که برخی آن را جوهر دموکراسی می‌دانند و برخی دیگر آن را عنصری ضروری برای کنش ارتباطی و مفاهمه می‌دانند. مدارا را می‌توان پذیرش و کنار آمدن با افراد و گروه‌هایی تعریف کرد که از نظر نظام ارزشی و عقیدتی با ما متفاوت هستند (گلابی و همکاران، ۱۳۹۹). فلچر^۳ مدارا را عملی می‌داند که به مردم اجازه می‌دهد بدون اقدام به جنگ آزاردهنده علیه دیگران، عقاید یا ویژگی‌های آنان را دوست نداشته یا حتی از آنها متنفر باشند (بهشتی و همکاران، ۱۳۹۸).

در بیانیه اصول مدارا در نشست یونسکو (۱۹۹۵)، مدارا با عنوان احترام گذاشتن، پذیرش و ارج نهادن به فرهنگ‌های متنوع پیرامونی و اشکال مختلف آزادی بیان تعریف شده است. در نتیجه، می‌توان گفت که مدارا با احترام و تحمل اعتقادات و رفتارهای مخالف و مؤلفه‌هایی چون وجود تنوع و اختلاف، ناخشنودی و نارضایتی، وجود آگاهی و قصد، توافق، وجود قدرت و توانایی

1. Zanakis

2. Ananina & Danilov

3. felcher

مداخله و درنهایت، کنترل خویشتن و مهار خویش در مداخله و مقاومت ملازم و همراه است (آگیوس و آمبروسویز^۱، ۲۰۱۳).

علاوه بر مباحث بالا، در راستای اهمیت مدارا برای زندگی و حیات به دور از تنش در جهان معاصر، مؤلفه‌های بسیاری به عنوان بنیادها و زیرساخت‌های شکل‌گیری مدارا در میان افراد و جوامع عمل می‌کنند؛ برای نمونه، سکومی^۲ سه عامل مهم را در شکل‌گیری مدارا مطرح می‌کند که شامل خصوصیات شخصیتی، عوامل حمایتی درون خانواده و عوامل اجتماعی است. سرمایه‌های اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی نیز از جمله عواملی هستند که موجب ارتقای مدارا نسبت به دیگران می‌شوند؛ بدین معنا که زمانی که افراد در شبکه‌های اجتماعی قرار می‌گیرند، تحت تأثیر سرمایه اجتماعی برون‌گروهی، مدارای آنها افزایش می‌یابد و هنجارهای موجود در این شبکه‌ها با اقوام، مذاهب، ملیت‌ها و اندیشه‌های متفاوت برخورد و نگرش مداراجویانه‌تری نشان می‌دهند (احمدی و همکاران، ۱۳۹۹).

از طرفی دیگر، از چند دهه قبل تغییری انقلابی در مفهوم سرمایه به وجود آمده و مفهوم سرمایه‌های جدید مطرح شده است. به‌طوری‌که، مفهوم سرمایه به عرصه‌های مختلفی مثل مدیریت دانش، تکنولوژی اطلاعات، ساختار، شبکه‌های اجتماعی و منابع نهفته در شبکه‌ها، گردش اطلاعات، قابلیت‌ها، مهارت‌ها و دانش کارگران نیز گسترش یافته است؛ یکی از معروف‌ترین این سرمایه‌های جدید که امروزه بسیار از آن سخن گفته می‌شود، سرمایه فرهنگی است (استوربرگ^۳، ۲۰۰۲). به دلیل اهمیت و گستردگی نقش این نوع سرمایه، بسیاری از تحلیل‌گران و نظریه‌پردازان اجتماعی از آن به عنوان منبع بسیار مهمی در تعیین ساختار اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و سیاسی یاد نموده‌اند. این نوع سرمایه در یک معنای اقتصادی می‌تواند ابزاری را برای بازنمایی فرهنگ فراهم کند که این امکان را به وجود می‌آورد که جلوه‌های ملموس و

1. Agius & Ambrosewicz
2. secuomby
3. Storberg

ناملموس فرهنگ را به صورت ذخایر بادوام ارزش و تأمین‌کننده منافع افراد و گروه‌ها در نظر خواهد گرفت (فایقی و باینگانی، ۱۳۹۵).

در جامعه امروزی با گسترش وسایل ارتباطی، امکان ارتباطات محلی، ملی و بین‌المللی فراهم شده و مردم سراسر دنیا امکان تعامل و ارتباط وسیع با یکدیگر را پیدا کرده‌اند. در چنین شرایطی انسان‌ها بیشتر با تفاوت‌ها روبه‌رو شده و به تمایز فرهنگ خود با دیگران پی می‌برند. آنچه باعث می‌شود انسان‌ها با این تفاوت‌ها کنار آمده و به سایر فرهنگ‌ها احترام بگذارند، گسترش فرهنگ مداراست. مدارا را می‌توان پذیرش و کنار آمدن افراد و گروه‌هایی که از نظر نظام ارزشی و عقیدتی با یکدیگر متفاوت می‌باشند، تعریف کرد (کوبایاشی^۱، ۲۰۱۰). اهمیت مدارا در جامعه به گونه‌ای است که در صورت نبود آن، جامعه با مشکلات اساسی روبه‌رو خواهد بود و افراد تنها راه مقابله با تفاوت‌ها را خشونت خواهند دانست (ویتنبرگ^۲، ۲۰۱۲) و این موضوع در مورد جوانان بیشتر مصداق می‌کند؛ چراکه بالندگی و ارتقاء جامعه مرهون جوانانی است که با آموزه اخلاقی تساهل‌گرا و مداراجو، تلاش می‌کنند گرهی از مشکلات بگشایند. داشتن سرمایه در تمامی ابعاد به‌خصوص سرمایه فرهنگی را می‌توان راهی برای تقویت مدارای جوانان و ارتباطات سالم، کاهش نزاع و درگیری، برقراری آرامش، صلح و امنیت در جامعه در نظر گرفت.

به‌طور کلی این تحقیقات نشان داد افرادی که دارای سرمایه فرهنگی بیشتری هستند؛ برای مثال تمایل آنها به استفاده و حمایت از محصولات فرهنگی جامعه خود بیشتر است یا گرایش به تحصیلات و مطالعه و کسب دانش دارند، انتظار می‌رود روحیه سازش‌پذیر بیشتری از خود در روابط اجتماعی با دیگران نشان دهند. مدارا این قدرت را دارد که بر تفاوت‌ها و تعصبات و دشمنی بین مردم غلبه کرده، هم‌زیستی صلح‌آمیز را برقرار سازد (وان دورن^۳، ۲۰۱۴).

و از طرفی بزرگی کلان‌شهرها سبب می‌شود تا احتمال گرد هم آمدن افراد با سلیقه‌های متفاوت و حتی غیر عادی بیشتر شود و این باعث مدارای بیشتر در کلان‌شهرها خواهد شد. در

1. Kobayashi
2. Witenberg
3. van Doorn

شهرهای کوچک که تنوع گروه‌های خویشاوندی مشابه دارند و یکدیگر را حتی با اسم کوچک می‌شناسند، روابط اجتماعی از نوع روابط نخستین است و تعاملات از طریق روابط رو در رو و صمیمانه است و با افزایش اندازه شهر، ویژگی‌هایی چون رقابت، نفع شخصی، کارآیی، پیشرفت و تخصص عمومیت می‌یابند و روابط دومین پدید می‌آید و همچنین، در شهرهای بزرگ و کلان‌شهرها که عرصه تغییرات و تحولات بی‌شماری هستند، مسئله بحران هویت به دلیل وجود مهاجرین شکل می‌گیرد و متعاقب آن اعتماد، امنیت و انسجام و مشارکت‌های اجتماعی را تحت‌الشعاع قرار می‌دهد. از این‌رو، در کلان‌شهرهایی مانند مشهد مسئله مدارای اجتماعی و عوامل مؤثر بر آن و مقایسه این مسئله در ارتباط با شهرهای میانی و کوچک ضرورتی اجتناب‌ناپذیر است تا بتوان با مقایسه شهرها با مقیاس جمعیتی بهتر به ریشه‌یابی این مسئله پرداخته شود.

این پژوهش بر آن است تا میزان و ابعاد مدارای اجتماعی را در هر یک از محیط‌های شهری که به لحاظ مقیاس جمعیت، سلسله مراتب شهری، تنوع و تعدد قومیت‌ها تفاوت دارند بسنجد و از آنجا که براساس پیشینه‌های نظری و تجربی مرتبط با مدارای اجتماعی بر سرمایه فرهنگی تأکید بیشتری داشته‌اند، در این پژوهش به این مسئله توجه شده است. در پی چنین ضرورتی، پژوهش حاضر بر آن است تا تأثیر سرمایه فرهنگی بر مدارای اجتماعی را در هر یک از محیط‌های شهری که به لحاظ مقیاس جمعیت، سلسله مراتب شهری، تنوع و تعدد قومیت‌ها تفاوت دارند بر روی جوانان ۱۸-۳۵ ساله در سه شهر کوچک، میانی و کلان‌شهری (خواف، سبزوار و مشهد)، بسنجد و در پی پاسخ به این سؤال است که، کدام یک از ابعاد سرمایه فرهنگی بر شاخص مدارای اجتماعی تأثیر بیشتری دارند و در این راستا به آزمون فرضیه‌های زیر می‌پردازد:

سرمایه فرهنگی و هر یک از ابعاد آن (ذهنی، عینی و نهادی) بر مدارای اجتماعی و ابعاد آن تأثیر معناداری دارد.

بین وضعیت شغلی افراد، وضعیت تحصیلی افراد، وضعیت درآمدی افراد و میزان مدارای اجتماعی آنها رابطه وجود دارد.

۲. مبانی نظری تحقیق

۲.۱. پیشینه تحقیق

علی‌زاده (۱۳۸۷)، به بررسی مدارای اجتماعی و رابطه آن با سرمایه فرهنگی در بین ساکنان شهر همدان پرداخته، نتایج نشان می‌دهد که سرمایه فرهنگی بر مدارای اجتماعی و ابعاد آن تأثیر مثبت داشته و همچنین، میزان مدارای مردان بیشتر از زنان است. گلابی و رضایی (۱۳۹۲)، در بررسی تأثیر مشارکت اجتماعی بر مدارای اجتماعی، نشان دادند که میزان مدارای اجتماعی با مشارکت اجتماعی و ابعاد سه‌گانه آن (فعالیت مشارکتی، روحیه مشارکتی و گرایش به مشارکت) دارای هم‌بستگی مستقیم و معنادار است. فایقی و باینگانی (۱۳۹۵)، در پژوهشی که بر روی شهروندان اصفهانی انجام دادند، نشان دادند که بیشتر شهروندان اصفهانی از نظر سرمایه فرهنگی در طبقه متوسط هستند و همچنین، دریافتند که پایگاه اقتصادی اجتماعی با سرمایه فرهنگی رابطه معناداری دارد و از میان ابعاد سرمایه فرهنگی، بیشترین نقش تبیین‌کنندگی مربوط به سرمایه فرهنگی نهادینه شده است. فرزام (۱۳۹۵)، در پژوهشی به بررسی جامعه‌شناختی تأثیر سرمایه فرهنگی بر ارتباطات بین فردی با تأکید بر مدارای اجتماعی پرداخته است. نتایج تحقیق نشان داد که بین سرمایه فرهنگی و ابعاد آن با مدارای اجتماعی (رفتاری) رابطه و تأثیر معناداری وجود دارد. فیروزجائیان و همکاران (۱۳۹۵)، در بررسی سرمایه فرهنگی و مدارای اجتماعی در بین جوانان شهر ساری، اشاره کردند که بین سرمایه فرهنگی و ابعاد آن با مدارای اجتماعی (رفتاری) رابطه و تأثیر معناداری وجود دارد. گلابی و همکاران (۱۳۹۹) پژوهشی که در بین شهروندان شهر مشهد انجام دادند، حاکی از آن است که میزان شاخص کل مدارا در شهر مشهد در سطح متوسطی است و همچنین، نشان دادند که متغیرهای سرمایه فرهنگی و سرمایه اجتماعی در بهبود میزان مدارا در بین شهروندان مؤثرند.

دومهری و همکاران (۱۴۰۰)، در پژوهشی که در بین شهروندان شهر ساری انجام دادند نشان دادند که با بالا رفتن متغیر سرمایه اجتماعی و سرمایه فرهنگی، مدارای اجتماعی در بین شهروندان افزایش می‌یابد و در برنامه‌ریزی راهبردی سازمان‌ها و نهادهای مختلف کشور می‌توان به آنها

توجه کرد. محمدی (۱۳۹۸)، در پژوهشی که بر روی شهر کرج انجام داده، نشان می‌دهد که بیشتر شهروندان به‌طور میانگین از سرمایه فرهنگی متوسط رو به بالا برخوردارند. شهروندان تا حدودی حضور شهروندان دیگر که در زبان، نژاد، رنگ، قومیت و ... متمایز هستند را در یک مجموعه شهری پذیرفته‌اند و با حقوق و تکالیف خود نسبت به سایر شهروندان آشنا هستند. کوت و اریکسون (۲۰۰۹)، در پژوهشی به بررسی ریشه‌های مدارا پرداختند و نشان دادند که، افراد دارای تحصیلات بالاتر، دارای شبکه اجتماعی وسیع، متنوع و فعال‌تر در انجمن‌های ارادی، از مدارای بالاتری برخوردارند. همچنین، ساکنان مناطق شهری از مدارای بیشتری برخوردارند. کارو و شولتز^۱ (۲۰۱۲)، در بررسی مدارای اقلیت‌ها در امریکای لاتین دریافتند که هرچه روابط افراد با گروه‌ها افزایش یابد، مدارا هم افزایش می‌یابد و هرچه روابط متنوع‌تر شوند، مدارا هم بیشتر خواهد شد. رایهانی^۲ (۲۰۱۴)، در پژوهشی که در مدارس اندونزی انجام دادند، نشان دادند که دانش‌آموزان سرمایه فرهنگی تجسیدی درخصوص تنوع مذهبی و تساهل را از طریق خانواده‌ها و اجتماع کسب می‌کنند و این سرمایه آنها را تجهیز می‌کند تا فرهنگ تساهل را در مدرسه درمورد تنوع مذهبی پدید آورند. وایز و دریکسل^۳ (۲۰۱۷)، در پژوهشی به بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی با مدارا و ابعاد آن شامل مدارای هویتی، مدارای مذهبی و مدارای رفتاری در امریکا پرداختند. نتایج پژوهش نشان داد که افراد با میزان مشارکت مدنی و تعامل اجتماعی بالا از مدارای اجتماعی بالاتری برخوردار هستند.

۲.۲. مبانی نظری

مدارا در غرب تا انقلاب فرانسه، فقط به مخاطبان متدین مربوط می‌شد. جان لاک نخستین کسی است که در این زمینه کتابی نگاشت و تلرانس را در ساحت دین برای ایجاد هم‌زیستی و زندگی مسالمت‌آمیز بین پروتستان‌ها و کاتولیک‌ها به کار برد. بعد از انقلاب فرانسه است که وارد حوزه‌های سیاسی و اجتماعی شده و در اصول انقلاب فرانسه، (آزادی، برابری و برادری) تجلی

1. Caro & Schulz

2. Raihani

3. Wise and Drexel

می‌یابد و تسامح خود را به‌عنوان همتای برادری، برای کنترل خشونت‌های قومی و فرقه‌ای و سیاسی مطرح می‌کند (فیروزجائیان و نازنین، ۱۳۹۹).

به عقیده بوردیو، در هر میدانی میان بازیگران یا گروه‌های اجتماعی، چهار نوع سرمایه رد و بدل می‌شود که عبارتند از:

الف) سرمایه اقتصادی، یعنی ثروت و پولی که هر بازیگر (کنشگر) اجتماعی در درست دارد و شامل درآمدها و بقیه انواع منابع مالی است که در قالب مالکیت جلوه نهادی پیدا می‌کند.

ب) سرمایه اجتماعی، یعنی شبکه‌ای از روابط فردی و گروهی که هر فردی در اختیار دارد و آن شامل همه منابع واقعی و بالقوه‌ای است که می‌تواند در اثر عضویت در شبکه اجتماعی کنشگران یا سازمان‌ها به دست آید.

پ) سرمایه فرهنگی، یعنی قدرت شناخت و قابلیت استفاده از کالاهای فرهنگی در هر فرد و آن در برگیرنده تمایلات پایدار فرد است که در خلال اجتماعی شدن در فرد انباشته می‌شوند.

ت) سرمایه نمادین یعنی مجموعه ابزارهای نمادین، حیثیت، احترام و قابلیت‌های فردی در رفتارها (کلام و کالبد) که فرد در اختیار دارد. سرمایه نمادین جزئی از سرمایه فرهنگی است و به معنای توانایی مشروعیت‌دادن، تعریف‌کردن و ارزش‌گذاشتن است (آگیوس و آمبروسو، ۲۰۱۰).

به باور تیلور، سرمایه فرهنگی از مؤلفه‌های بسیاری تشکیل شده است؛ برای مثال در یک فرهنگ غربی شاخص‌های زیر، جهت سرمایه فرهنگی مطرح می‌شود که مؤلفه‌هایی نازل به نظر می‌رسند:

الف. دانش، زبان، سلیقه‌ها و سبک‌های زندگی؛

ب. آنچه به آن فرهنگ فرهیختگان می‌گویند؛

پ. شمار و دامنه فرهنگ‌واژگان افراد؛

ت. توانایی افراد در شناخت و تشخیص غذاها و نوشیدنی‌های اشرافی؛

ث. انتخاب بازی راگبی به جای فوتبال (فلورا، ۲۰۰۵).

طبق نظر آگیوس و آمبروسویچ^۱ (۲۰۰۳)، ویژگی‌های زیر را برای مفهوم مدارا مشخص نمود: ۱. مدارا احترام و پذیرش تنوع فرهنگ‌های دنیای اطافمان و شیوه‌های متفاوت انسان بودن، است. ۲. مدارا به معنای سازش، بخشش یا تشویق رفتار منفی نیست. در اصل مدارا نگرشی فعال براساس به رسمیت شناختن حقوق و آزادی‌های همگانی بشری است (بهشتی و همکاران، ۱۴۰۳: ۱۰۹).

مدارا، آزاد گذاشتن دیگران برای داشتن ویژگی‌های شخصی یا نگهداری عقاید و اعمالی را توصیف می‌کند که دیگران آن را به عنوان عملی اشتباه یا تنفرانگیز در نظر می‌گیرند (دنيس^۲، ۲۰۰۷).

پیتر کینگ مدارا را بر حسب موضوع، به چهار دسته فکری-عقیدتی، هویتی، سیاسی (سازمانی یا نهادی) و رفتاری تقسیم کرده است. این تقسیم‌بندی بدین قرار است: ۱. مدارای فکری-عقیدتی: مدارا نسبت به وجود، بیان یا تبلیغ عقاید مخالف. این نوع از مدارا دارای دو جنبه است. مدارا در مقام نظر و اندیشه که ناظر بر آزادی افراد در پذیرش هر نوع فکر و اندیشه مخالف عقاید مدارا و در معرض چالش قرار دادن آن است. مقتضای مدارا در مقام اندیشه و افکار این است که صاحبان آرا و اندیشه‌های متفاوت، مجبور به پذیرش آراء به خصوصی نباشند و یا به دلیل نداشتن تفکر فکری خاص، مورد اذیت و آزار و تضییق و مانند آن قرار نگیرند.

۲. مدارای هویتی یعنی اعمال مدارا نسبت به ویژگی‌هایی که اختیاری نیستند که خود شامل مدارا نسبت به هویت‌های مختلف از قبیل ادیان مختلف، ملیت‌های گوناگون و قومیت‌های متمایز، جنس، نژاد، رنگ و فرهنگ می‌شود و به نوعی منادی هم‌زیستی مسالمت‌آمیز میان افراد انسانی می‌شود.

1. Agius and Ambrosevich

2. Dennis

۳. مدارای سازمانی و نهادی یا سیاسی: که ناظر به قبول حق برای گروه‌هایی است که مورد تأیید فرد نیستند؛ به عبارت دیگر به رسمیت‌شناختن حق گردهمایی و ایجاد نهادها، سازمان‌ها و تشکل‌های لازم برای بیان و تبلیغ عقاید که عامل تساهل است.

۴. مدارای رفتاری که خود ناظر به سه نوع مدارا است: مدارا در الگوهای روابط جنسیتی، مدارا نسبت به جرم و مدارا نسبت به مجرمان (شارع‌پور و همکاران، ۱۳۸۸).

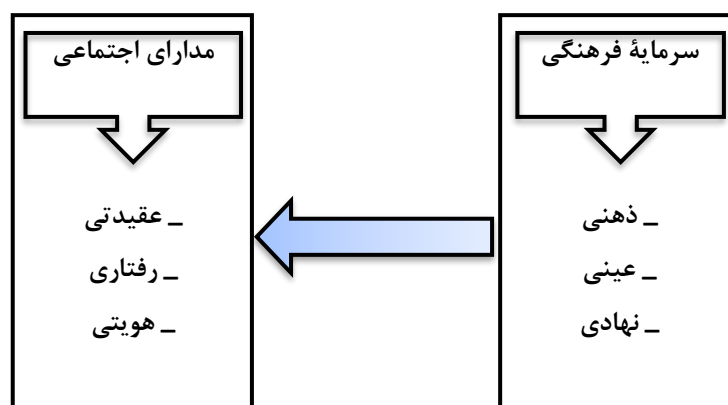
درباره عوامل مؤثر بر مدارای اجتماعی می‌توان گفت عوامل بسیاری تأثیر مستقیم و معناداری بر مدارای اجتماعی دارند که در این پژوهش به بررسی سرمایه فرهنگی پرداخته می‌شود. سرمایه فرهنگی: مفهوم سرمایه فرهنگی برای اولین بار توسط پیر بوردیو مطرح شده است، سرمایه فرهنگی بخشی از یک چهارچوب تحلیلی و بازتولید قدرت و امتیاز طبقاتی است که در فرایند تأثیر فرهنگ در نابرابری‌های اجتماعی مطرح شده است. سرمایه فرهنگی به‌عنوان شکلی از سرمایه ارزشی و فرهنگ برجسته طبقات والا است که با سرمایه اقتصادی و اجتماعی متفاوت بوده؛ ولی درنهایت به هر دو این سرمایه‌ها قابل تبدیل می‌باشد (بوردیو، ۲۰۰۷). بوردیو از مشهورترین نظریه‌پردازان سرمایه فرهنگی است و به‌طور کلی معتقد است دارندگان سرمایه فرهنگی زیاد، خود را با مصرف فرهنگ و هنر متعالی، از بقیه متمایز می‌کنند. داشتن سرمایه فرهنگی بیشتر به معنای داشتن توان شناختی بالا و گرایش به هنر متعالی، ناشی از شایستگی بیشتر دارندگان این سرمایه است. ابعاد سرمایه فرهنگی از نظر بوردیو به شرح زیر است:

سرمایه فرهنگی تجسم‌یافته (ذهنی): این سرمایه با شخصی که در آن تجسم می‌یابد، ارتباط نزدیک دارد. درواقع نوعی ثروت بیرونی است که به‌عنوان بخش جدایی‌ناپذیری در فرد درآمده است. همان سرمایه که بوردیو آن را بعد سرمایه فرهنگی همراه با تولد می‌نامد. این نوع از سرمایه، توانایی بالقوه‌ای دارد که به‌تدریج بخشی از فرد شده و در او تثبیت شده است.

سرمایه فرهنگی عینیت‌یافته: این بعد از سرمایه فرهنگی که بیشتر درکالاها و اشیاء مادی تجسم می‌یابد، از بدیهی‌ترین و آشکارترین نوع ابعاد سرمایه فرهنگی است که افراد جامعه

می‌توانند از آن بهره‌مند شوند. به‌طور خلاصه، به تمامی اشیاء و کالاهای فرهنگی، سرمایه فرهنگی عینی می‌گویند. خصلت اساسی این سرمایه تأثیر آموزشی است که بر دارندگان آن دارد. سرمایه فرهنگی نهاده شده: لازمه این نوع سرمایه، وجود افراد با صلاحیت و مستعد، برای کسب انواع مدارک تحصیلی و دانشگاهی و از طرف دیگر وجود نهادهای رسمی است که این مدارک تحصیلی را صادر و به آن رسمیت بخشند. این نوع سرمایه این توانایی را دارد که سرمایه فرهنگی را از طریق کاربرد آن به طریق معقول و رسمی به نوعی به سرمایه اقتصادی تبدیل کند. این بعد از سرمایه فرهنگی، به کمک ضوابط اجتماعی و به دست آوردن عنوان‌هایی مانند: مدارک تحصیلی، تصدیق حرفه و کار برای افراد دارنده آن موقعیت کسب می‌کند (عباسی و رازقی، ۱۳۹۷)

با توجه به پیشینه تجربی موضوع و ادبیات نظری ارائه شده و تقسیم بندی‌های متفاوت از ابعاد سرمایه فرهنگی و مدارای اجتماعی در دیدگاه‌های متفاوت و پژوهش‌های انجام شده در این زمینه، در این پژوهش بنابر مقتضیات تحقیق، متغیرهای سرمایه فرهنگی و مدارای اجتماعی هر کدام در سه بعد دسته‌بندی شد که به شرح ذیل است.



شکل ۱. مدل مفهومی تحقیق

۳. روش تحقیق

تحقیق حاضر از حیث نوع تحقیق براساس هدف جزء تحقیقات بنیادی و از حیث ماهیت آن، جزء تحقیقات توصیفی-تحلیلی و پیمایشی است.

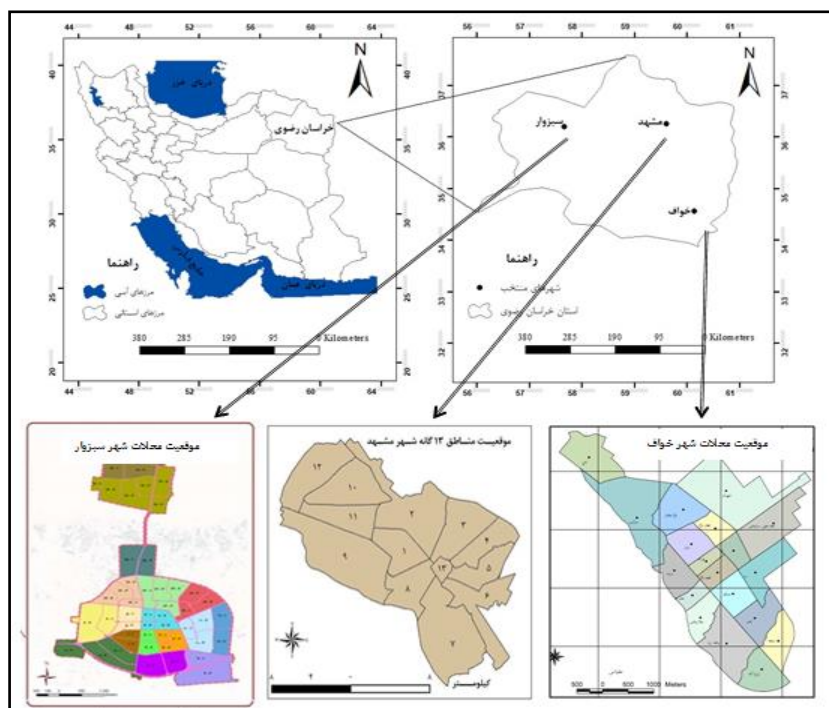
شهر خواف با جمعیت ۹۶۵۱ نفر ۱۸-۳۵ ساله، تعداد ۳۶۹ نفر به عنوان نمونه انتخاب شده، شهر سبزوار با جمعیت ۷۹۴۳۷ نفر، ۱۸-۳۵ ساله، ۳۸۲ نفر به عنوان نمونه و کلان شهر مشهد با جمعیت ۱۰۱۸۱۳۰ نفر ۱۸-۳۵ ساله، ۳۸۴ نفر به عنوان نمونه تحقیق انتخاب شدند. از نظر نوع نمونه گیری، نمونه گیری تصادفی طبقه بندی شده در هر شهر استفاده شده است؛ البته باید دانست که به اقتضای کار تحقیقی و رشته تحصیلی (جغرافیا) برای توزیع متناسب و متعادل پرسش نامه ها و تحت پوشش قرار گرفتن کل شهر سعی شد تا اکثریت نواحی درون مناطق شهر در این جریان سهیم باشند و برای تجزیه و تحلیل داده ها از ضرایب هم بستگی، تحلیل رگرسیون و تحلیل واریانس بهره گیری شده است. متغیر وابسته این تحقیق، میزان مدارای اجتماعی جوانان ۱۸-۳۵ ساله شهرهای خواف، سبزوار و مشهد است. این متغیر شامل ابعاد هویتی، عقیدتی و رفتاری است. متغیر مستقل، سرمایه فرهنگی شامل: ابعاد عینی، ذهنی و نهادی است. مقدار آلفا برای ۴۳ گویه مربوط به ابعاد سرمایه فرهنگی و ابعاد مدارای اجتماعی برابر با ۰/۷ به دست آمده که نشان می دهد مقیاس مورد نظر از پایایی مناسبی برخوردار است.

جدول ۱. ضریب آلفای کرونباخ متغیرها در پرسش نامه

متغیر	ابعاد	تعداد گویه	ضریب پایایی
سرمایه فرهنگی	ذهنی	۵	۰/۶۱۴
	عینی	۷	۰/۶۳۸
	نهادی	۵	۰/۶۰۲
مدارای اجتماعی	هویتی	۷	۰/۸۷۲
	عقیدتی	۵	۰/۷۷۹
	رفتاری	۱۴	۰/۶۱۵
مجموع	کل	۴۳	۰/۶۷۸

۳. ۱. معرفی شهرهای مورد مطالعه

کلان‌شهر مشهد در شمال شرقی ایران و در محدوده خراسان رضوی واقع شده و جمعیت آن، ۳۰۰۱۱۸۴ نفر است (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۵). کلان‌شهر مشهد دارای ۱۳ منطقه شهری بوده که جمعاً مساحتی در حدود ۲۹ هزار هکتار را در برمی‌گیرد. تراکم جمعیتی شهر در حدود ۱۱۹/۴ نفر در هر کیلومتر مربع است (آمارنامه شهرداری مشهد، ۱۳۹۵). شهر سبزوار در زمره شهرهای میانی کشور بوده و در غرب خراسان رضوی واقع شده است. جمعیت آن، ۲۴۳۷۰۰ نفر بوده و در زمره شهرهای میانی است. شهر خواف در زمره شهرهای کوچک کشور بوده و در جنوب شرقی خراسان رضوی واقع شده است. جمعیت آن، ۳۳۱۸۹ نفر و تراکم جمعیتی این شهر در حدود ۲۵/۳۴ نفر در هر کیلومتر مربع است (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۵).



شکل ۱. موقعیت شهرهای مورد مطالعه در کشور و استان، ۱۴۰۳

مأخذ: زنگنه، ۱۳۹۸

۴. یافته‌های تحقیق

۴.۱. تحلیل توصیفی داده‌ها

از کل ۱۱۳۵ نفر نمونه در سه شهر خواف، سبزوار و مشهد، ۵۲ درصد پاسخ‌گویان مرد و ۴۸ درصدشان زن، ۵۱/۳ درصد پاسخ‌گویان متأهل و ۴۸/۷ درصدشان مجرد بوده‌اند. ۳۵ درصد پاسخ‌گویان در رده تحصیلی لیسانس و ۱۰/۸ درصد فوق لیسانس و بالاتر و بقیه در رده‌های زیر لیسانس بوده‌اند. ۴۲/۶ درصد دارای شغل آزاد و بقیه شامل مشاغل آزاد، دولتی، تحت پوشش و مستمری‌بگیران بوده‌اند. تقریباً توزیع متناسبی در سه رده سنی ۱۸-۲۴، ۲۵-۲۹ و ۳۰-۳۵ ساله وجود داشته است.

جدول ۱. توزیع فراوانی متغیر سرمایه فرهنگی (عینی، ذهنی و نهادی) پاسخ‌گویان در سه شهر مورد

مطالعه

شهر میزان	خواف	سبزوار	مشهد	کل
کم	۵۱/۵	۱۴/۴	۳۳/۹	۲۱/۴
متوسط	۳۳/۳	۷۷/۲	۳۸/۸	۷۳
زیاد	۱۵/۲	۸/۴	۲۷/۳	۵/۶

براساس جدول بالا، نشان داده شده که ۷۳ درصد افراد نمونه از سرمایه فرهنگی در سطح متوسط برخوردار بوده‌اند.

جدول ۲. توزیع فراوانی متغیر مدارای اجتماعی پاسخ‌گویان در سه شهر مورد مطالعه

شهر میزان	خواف	سبزوار	مشهد	کل
کم	۳۵/۶	۱۲/۸	۶/۵	۷/۴
متوسط	۵۱/۳	۶۲/۲	۶۲/۳	۶۱/۹
زیاد	۱۳/۱	۲۵	۳۱/۲	۳۰/۷

در جدول ۲، نشان داده شده که در کل ۶۱/۹ درصد افراد نمونه از مدارای اجتماعی در سطح متوسط برخوردار بوده‌اند.

۲.۴. تحلیل استنباطی داده‌ها

در این بخش از پژوهش به پاسخ‌گویی سؤالات آزمون فرضیات پرداخته می‌شود.

جدول ۳. آزمون هم‌بستگی پیرسون بین متغیرهای سرمایه فرهنگی ذهنی با مدارای اجتماعی و ابعاد آن

ابعاد مدارای اجتماعی			مدارای اجتماعی	متغیر مستقل: سرمایه فرهنگی ذهنی
مدارای عقیدتی	مدارای هویتی	مدارای رفتاری		
۰/۰۸	۰/۱۷۲	۰/۰۹	۰/۱۱۷	شدت رابطه
۰/۷	۰/۰۰	۰/۷	۰/۰۰	سطح معناداری

جدول بالا آزمون هم‌بستگی پیرسون بین متغیر مستقل (سرمایه فرهنگی ذهنی) و متغیر وابسته (مدارای اجتماعی و ابعاد آن) را نشان می‌دهد. متغیر مدارای اجتماعی کل در سطح معناداری ۰/۰۰۰، هم‌بستگی معنادار و مثبت با متغیر سرمایه فرهنگی ذهنی داراست. همچنین، متغیر مدارای هویتی در سطح معناداری ۰/۰۰۰ هم‌بستگی مثبت و معناداری را با متغیر سرمایه فرهنگی نشان می‌دهد؛ اما متغیرهای مدارای رفتاری و مدارای هویتی با میزان سرمایه فرهنگی رابطه معناداری را نشان نمی‌دهند. بنابراین، با توجه به نتایج جدول بالا، فرضیه اول تحقیق (سرمایه فرهنگی ذهنی بر مدارای اجتماعی تأثیر معناداری دارد) تأیید می‌شود؛ اما در سطح ابعاد رفتاری و عقیدتی معنادار نیست.

جدول ۴. آزمون هم‌بستگی پیرسون بین متغیرهای سرمایه فرهنگی عینی با مدارای اجتماعی و ابعاد آن

ابعاد مدارای اجتماعی			مدارای اجتماعی	متغیر مستقل: سرمایه فرهنگی عینی
مدارای عقیدتی	مدارای هویتی	مدارای رفتاری		
۰/۱۳۷	۰/۱۷۹	۰/۰۲۸	۰/۱۷۱	شدت رابطه
۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۳۳	۰/۰۰	سطح معناداری

جدول ۴، آزمون هم‌بستگی پیرسون بین متغیر مستقل (سرمایه فرهنگی عینی) و متغیر وابسته (مدارای اجتماعی و ابعاد آن) را نشان می‌دهد. متغیر مدارای اجتماعی کل در سطح معناداری ۰/۰۰۰، هم‌بستگی معنادار و مثبت با متغیر سرمایه فرهنگی عینی است. همچنین، متغیر مدارای هویتی و عقیدتی هم در سطح معناداری ۰/۰۰۰ هم‌بستگی مثبت و معناداری را با متغیر سرمایه عینی نشان می‌دهند؛ اما متغیرهای مدارای رفتاری با میزان سرمایه فرهنگی عینی رابطه معناداری را نشان نمی‌دهند.

بنابراین، با توجه به نتایج جدول فوق، فرضیه دوم تحقیق (سرمایه فرهنگی عینی بر مدارای اجتماعی و ابعاد آن تأثیر معناداری دارد) تأیید می‌شود.

جدول ۵. آزمون هم‌بستگی پیرسون بین متغیرهای سرمایه فرهنگی نهادی با مدارای اجتماعی و ابعاد آن

ابعاد مدارای اجتماعی			مدارای اجتماعی	متغیر مستقل: سرمایه فرهنگی نهادی
مدارای عقیدتی	مدارای هویتی	مدارای رفتاری		
۰/۱۹۵	۰/۱۲۵	۰/۰۵۵	۰/۱۵۶	شدت رابطه
۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۶۳	۰/۰۰	سطح معناداری

جدول بالا، آزمون هم‌بستگی پیرسون بین متغیر مستقل (سرمایه فرهنگی نهادی) و متغیر وابسته (مدارای اجتماعی و ابعاد آن) را نشان می‌دهد. متغیر مدارای اجتماعی کل در سطح معناداری ۰/۰۰۰، هم‌بستگی معنادار و مثبت با متغیر سرمایه فرهنگی نهادی است. همچنین، متغیر مدارای هویتی و عقیدتی هم در سطح معناداری ۰/۰۰۰ هم‌بستگی مثبت و معناداری را با متغیر سرمایه فرهنگی نهادی نشان می‌دهند؛ اما متغیر مدارای رفتاری با میزان سرمایه فرهنگی نهادی رابطه معناداری را نشان نمی‌دهند. بنابراین، با توجه به نتایج جدول فوق، فرضیه سوم تحقیق (سرمایه فرهنگی نهادی بر مدارای اجتماعی و ابعاد آن تأثیر معناداری دارد) تأیید می‌شود.

جدول ۶. آزمون هم‌بستگی پیرسون بین متغیرهای سرمایه فرهنگی و مدارای اجتماعی پاسخ‌گویان

آزمون پیرسون		متغیر وابسته: مدارای اجتماعی
سطح معناداری	شدت رابطه	
۰/۰۰	۰/۱۴۴	سرمایه فرهنگی

جدول بالا، آزمون هم‌بستگی پیرسون بین متغیر وابسته (مدارای اجتماعی) و متغیر مستقل (سرمایه فرهنگی) را نشان می‌دهد. متغیر سرمایه فرهنگی دارای هم‌بستگی معنادار و مثبت (در سطح معناداری ۰/۰۰۰) با متغیر مدارای اجتماعی هستند. بنابراین، با توجه به نتایج جدول بالا، فرضیه اصلی پژوهش (بین سرمایه فرهنگی و مدارای اجتماعی رابطه وجود دارد) تأیید می‌شود.

جدول ۷. آزمون هم‌بستگی اسپیرمن بین متغیرهای تحصیلات افراد با مدارای اجتماعی

آزمون اسپیرمن		متغیر وابسته: میزان مدارای اجتماعی
سطح معناداری	شدت رابطه	
۰/۰۰۰	۰/۱۴۹	تحصیلات

جدول ۷، آزمون هم‌بستگی اسپیرمن بین متغیر مستقل (تحصیلات) و میزان مدارای اجتماعی را نشان می‌دهد. متغیر میزان تحصیلات دارای هم‌بستگی معنادار و مثبت در سطح معناداری ۰/۰۰۰ است.

جدول ۸. آزمون تحلیل واریانس میزان مدارای اجتماعی پاسخ‌گویان براساس وضعیت اشتغال

وضعیت اشتغال	تعداد	df	میانگین مربعات	مقدار F	سطح معناداری
دولتی	۲۱۳	۴	۴/۷۷	۶/۱۵	۰/۰۰
آزاد	۴۸۳				
مستمری بگیر	۲۳				
تحت پوشش	۲۷				
سایر موارد	۳۸۹				

براساس نتایج جدول آزمون تحلیل واریانس بین متغیرهای وضعیت شغلی و میزان مدارای اجتماعی پاسخ‌گویان، با توجه به مقدار $F=6/15$ و سطح معناداری $0/00$ ، که کمتر از $0/05$ است، می‌توان گفت که تفاوت معناداری بین وضعیت شغلی و میزان مدارای اجتماعی وجود دارد. بنابراین، با توجه به نتایج جدول، می‌توان گفت که (بین شغل افراد و میزان مدارای اجتماعی آنها رابطه وجود دارد). تأیید می‌شود.

جدول ۹. آزمون هم‌بستگی اسپیرمن بین متغیرهای میزان درآمد سرپرست خانوار با مدارای اجتماعی

متغیر وابسته:		آزمون اسپیرمن
میزان مدارای اجتماعی		شدت رابطه
میزان درآمد		سطح معناداری
		۰/۰۳
		۰/۶۵

جدول ۹، آزمون هم‌بستگی اسپیرمن بین متغیر مستقل (میزان درآمد) و میزان مدارای اجتماعی را نشان می‌دهد. متغیر میزان درآمد افراد دارای هم‌بستگی معنادار و مثبت در سطح معناداری $0/03$ است. بنابراین، فرضیه مربوطه (بین میزان درآمد فرد و میزان مدارای اجتماعی رابطه وجود دارد). تأیید می‌شود.

۴. ۲. ۱. تحلیل رگرسیونی عوامل تبیین‌کننده مدارای اجتماعی

با استفاده از مدل رگرسیونی چندگانه توأم^۱، عوامل و شاخص‌های تأثیرگذار در میزان مدارای اجتماعی سه شهر مورد مطالعه مشخص شد. نتایج به دست آمده حکایت از آن دارد که شاخص‌های سه‌گانه واردشده به مدل به میزان ۵۹ درصد از تغییرات متغیر وابسته (مدارای اجتماعی) را تبیین می‌کنند.

جدول ۱۰. آماره‌های تحلیل رگرسیون چندمتغیره شاخص‌های مدارای اجتماعی

انحراف معیار از برآورد	ضریب تبیین تصحیح‌شده	ضریب تبیین	ضریب هم‌بستگی چندگانه
۰/۰۶۱	۰/۵۸۷	۰/۶۰۱	۰/۷۶۵

جدول ۱۱. تحلیل واریانس رگرسیون چندگانه شاخص‌های مدارای اجتماعی

منبع تغییرات	مجموع مربعات	درجه آزادی	میانگین مربعات	کمیت F	سطح معناداری
اثرات رگرسیونی	۱۰/۱۶۸	۳	۳/۳۸	۱۷/۹۳	۰/۰۰۰
باقی مانده	۲۱۳/۶۸	۱۱	۰/۱۸۹		
کل	۲۲۳/۸۴۸	۱۴	—		

مقادیر Beta در جدول ۴، نشان می‌دهد که شاخص سرمایه فرهنگی ذهنی، بیشترین تأثیر را در میزان مدارای اجتماعی سه شهر مورد مطالعه دارد و بعد از این شاخص‌های سرمایه فرهنگی عینی و سرمایه فرهنگی نهادی در اولویت دوم و سوم، تأثیرات فزاینده‌ای را بر میزان مدارای اجتماعی سه شهر مورد مطالعه خواهند داشت؛ به‌طوری‌که به ازای یک واحد تغییر در شاخص سرمایه فرهنگی ذهنی ۱/۲۲ واحد تغییر در شاخص میزان مدارای اجتماعی ایجاد خواهد شد. در مرتبه بعدی به ازای یک واحد تغییر در بخش شاخص‌های سرمایه فرهنگی عینی ۰/۹۳۳ واحد تغییر در شاخص میزان مدارای اجتماعی به وجود خواهد آمد.

جدول ۱۲. آماره‌های ضرایب مدل رگرسیون متغیرهای سرمایه فرهنگی بر مدارای اجتماعی

نام متغیر	ضرایب غیر استاندارد		ضرایب استاندارد شده	T	سطح معناداری
	B	خطای B			
مقدار ثابت	۳/۸۲۴	۰/۰۹۰	—	۴۲/۲۷	۰/۰۰۰
سرمایه فرهنگی ذهنی	۰/۸۷۲	۰/۰۲۳	۱/۲۲	۲/۷۰	۰/۰۰۷
سرمایه فرهنگی عینی	۰/۱۰۳	۰/۲۲۲	۰/۹۳۳	۴/۶۷	۰/۰۰۰
سرمایه فرهنگی نهادی	۰/۵۴۶	۰/۳۴۰	۰/۵۲۱	۱/۳۵	۰/۰۰۰

در پاسخ به سؤال اول تحقیق مبنی بر اینکه کدامیک از ابعاد سرمایه فرهنگی بر شاخص مدارای اجتماعی تأثیر بیشتری دارند، یافته‌های تحقیق نشان می‌دهند در افزایش مدارای اجتماعی در سه شهر مورد مطالعه، بیشترین تأثیر مربوط به سرمایه فرهنگی ذهنی و در اولویت‌های بعدی به ترتیب، شاخص‌های سرمایه فرهنگی عینی و نهادی خواهند بود.

۵. نتیجه‌گیری و پیشنهادها

در پژوهش حاضر، تأثیر سرمایه فرهنگی بر مدارای اجتماعی گروه سنی ۱۸-۳۵ ساله در شهرهای خواف، سبزوار و مشهد بررسی شد و نتایج زیر به دست آمد:

نتایج نشان داد که، متغیر سرمایه فرهنگی کل دارای هم‌بستگی معنادار و مثبت با متغیر مدارای اجتماعی کل و ابعاد سه‌گانه هویتی، عقیدتی و رفتاری هستند. درواقع، با بالا رفتن مؤلفه‌های سرمایه‌های فرهنگی اعم از عینی، ذهنی و نهادی در بین جوانان، مدارای اجتماعی آنها هم افزایش می‌یابد.

شاخص سرمایه فرهنگی ذهنی، بیشترین تأثیر را در میزان مدارای اجتماعی سه شهر مورد مطالعه دارد. درواقع، گویه‌های مربوط به سرمایه فرهنگی ذهنی مانند علاقه‌مندی به کتاب‌خوانی و رمان و نشریات و موسیقی و هنرهای دستی و تجسمی و علاقه‌مندی به انجام فعالیت‌های مذهبی و تفریحی، بیشترین تأثیر را در افزایش مدارای اجتماعی افراد دارند که باید به آنها توجه شود.

نتایج این تحقیق از نظر تأثیر سرمایه فرهنگی و ابعاد آن بر مدارای اجتماعی با نتایج تحقیقات گلابی و همکاران (۱۳۹۹)، دومهری و همکاران (۱۳۹۸)، فیروزجائیان و همکاران (۱۳۹۹)، ویتنبرگ و باترس (۲۰۱۲)، کوت و اریکسون (۲۰۰۹)، رایهانی^۱ (۲۰۱۴)، وایز و دریکسل^۲ (۲۰۱۷)، کارو و شولتز^۳ (۲۰۱۲)، محمدی (۱۳۹۸)، دومهری و همکاران (۱۴۰۰)، فرزام (۱۳۹۵) و علی‌زاده (۱۳۸۷) هم‌راستاست.

در بین پژوهشگران و نظریه‌پردازان عرصه مدارا، کسانی مثل وگت و سولیوان بر اهمیت نقش آموزش، تحصیلات و برخورداری از کالاهای فرهنگی بر افزایش میزان مدارای افراد در جامعه تأکید داشته‌اند. نتایج مطالعه حاضر نیز به درستی و تأیید این ادعا اشاره دارد. از نکات درخور توجه در رابطه بین ابعاد سرمایه فرهنگی و میزان مدارا در بین شهروندان، نبود رابطه بین بعد

1. Raihani

2. Wise and Drexel

3. Caro & Schulz

سرمایه فرهنگی نهادی و ابعاد مداراست. این امر نشان می‌دهد صرف کسب مدرک در رشته‌های مختلف نمی‌تواند باعث افزایش مدارا شود؛ بلکه آنچه مدارا را افزایش می‌دهد، مصرف واقعی کالای فرهنگی و صرف زمان در این زمینه است. با توجه به نتایج بالا، پیشنهادات ذیل ارائه می‌شود:

با توجه به مهاجرپذیر بودن کلان‌شهر مشهد و همچنین، تکرر قومی و زبانی و فرهنگی موجود در استان خراسان رضوی، لازم است که صدا و سیما ملی و استانی برای تقویت فرهنگ مدارا، به شناساندن هرچه بیشتر این تفاوت‌ها در برنامه‌های صدا و سیما بپردازد.

به دلیل اینکه شاخص‌های سرمایه فرهنگی عینی، ذهنی و نهادی از عوامل مؤثر بر میزان مدارای اجتماعی هستند، لازم است تا بررسی و مطالعه گسترده‌ای درباره عوامل و راهکارهای مؤثر بر میزان سرمایه فرهنگی و ابعاد آن در بین شهروندان استان خراسان رضوی انجام شود تا از این طریق بتوان زمینه پیدایی و موجبات افزایش سرمایه فرهنگی را فراهم و از کاهش آن پیشگیری نمود.

با توجه به تأثیرپذیری مدارای اجتماعی از سرمایه فرهنگی، ضرورت دارد تا تعاملات و ارتباطات اجتماعی خانواده‌ها با بستگان، دوستان و گروه‌های اجتماعی و سازمان‌های مردم‌نهاد افزایش یابد و این خود زمینه ارتقاء سرمایه فرهنگی را فراهم می‌کند.

۶. پی‌نوشت و یادداشت‌ها

از صندوق پژوهشگران و فناوران ریاست جمهوری که حمایت مالی طرح فوق (عوامل مؤثر بر مدارای اجتماعی با تأکید بر سرمایه فرهنگی در شهرهای کوچک، میانی و کلان‌شهری، مورد مطالعه: جوانان ۱۸ تا ۳۵ ساله شهرهای خواف، سبزوار و مشهد) را انجام دادند، تشکر و قدردانی می‌شود.

کتابنامه

۱. احمدی، ی.؛ احمدی، و.، گودرزی، س.، و عبدالمالکی، پ. (۱۴۰۰). تبیین جامعه‌شناختی مدارا و ابعاد آن (مورد مطالعه: شهروندان هجده سال به بالای استان کرمانشاه)، *مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران*، ۱۰ (۲)، ۳۷۹-۴۰۸.
۲. افرا، ه. (۱۴۰۱). مدارای اجتماعی در جامعه فردگرا (مطالعه تأثیر فردگرایی بر مدارای اجتماعی جوانان در شهر بجنورد، *تحقیقات فرهنگی*، ۱۵ (۱)، ۴۳-۶۸.
۳. *آمارنامه شهر مشهد*. (۱۳۹۶)، شهرداری مشهد: معاونت برنامه‌ریزی و توسعه سرمایه انسانی.
۴. بهشتی، ص.، علیزاده، م.، و کنعانی، ز. (۱۳۹۸). تبیین جامعه‌شناختی رابطه هوش فرهنگی و مدارای اجتماعی بین شهر یاسوج، *پژوهش‌های راهبردی مسائل اجتماعی ایران*، ۸ (۲۵)، ۸۷-۱۰۶.
۵. دومهری، م.، بهبان، ش.، و جهانبخش، ا. (۱۳۹۸). مطالعه رابطه بین سرمایه اجتماعی و مدارای اجتماعی (مورد مطالعه: شهروندان ۱۵ تا ۴۴ ساله استان مازندران)، *فصلنامه مطالعات فرهنگ و ارتباطات*، ۲۰ (۴۷)، ۱۶۴-۱۴۱.
۶. دومهری، م.، بهبان، ش.، و جهانبخش، ا. (۱۴۰۰). راهبردهای ارتقای مدارای اجتماعی با تأکید بر نقش سرمایه اجتماعی و سرمایه فرهنگی، *فصلنامه مطالعات فرهنگ*، ۲ (۲)، ۱۲۹-۱۵۹.
۷. ذکایی، م.، و امیری مقدم، م. (۱۴۰۰). بر ساخت اجتماعی مدارا در زندگی روزمره شهری، *جامعه‌شناسی کاربردی*، ۳۲ (۸۴)، ۱-۲۴.
۸. زالی زاده، م. باقری، م.، و ملتفت، ح. (۱۳۹۷). بررسی عوامل خانوادگی مؤثر بر مدارای اجتماعی (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه شهید چمران اهواز)، *جامعه‌شناسی کاربردی*، ۲۹ (۷۰)، ۱۲۹-۱۴۶.
۹. شارع پور، م.، آزاد ارمکی، د.، و عسکری، ع. (۱۳۸۸). بررسی رابطه سرمایه اجتماعی با مدارا در بین دانشجویان دانشکده های علوم اجتماعی دانشگاه های تهران و علامه طباطبائی، *جامعه‌شناسی ایران*، ۱۰ (۱)، ۶۴-۹۸.
۱۰. عباسی، ع.، و رازقی، ه. (۱۳۹۷). بررسی تأثیر سرمایه فرهنگی بر احساس امنیت شهروندان شهرستان های استان مازندران، *فصلنامه انتظام اجتماعی*، ۱۰ (۲)، ۱۴۸-۱۰۹.

۱۱. علی‌زاده، م.ج. (۱۳۸۷). *مطالعه مدارای اجتماعی و رابطه آن با سرمایه فرهنگی بین افراد ۵۰-۱۵ ساله شهر همدان*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد منتشر نشده، دانشگاه بوعلی سینا همدان، دانشکده اقتصاد و علوم اجتماعی، گروه علوم اجتماعی.
۱۲. فایقی، س.، باینگانی، ب. (۱۳۹۵). *سنجش سرمایه فرهنگی طبقات براساس پایگاه اقتصادی اجتماعی (مطالعه موردی شهروندان اصفهانی)*، جامعه پژوهی فرهنگی، ۷(۳)، ۱۴۸-۱۲۷.
۱۳. فیروزجائیان، ع.ا.، شارپور، م.، و فرزام، ن. (۱۳۹۵). *بررسی جامعه شناختی تأثیر سرمایه فرهنگی بر ارتباطات بین فردی با تأکید بر مدارای اجتماعی*، *مجله مطالعات فرهنگ و ارتباطات*، ۱۷(۳۵)، ۷-۳۱.
۱۴. فیروزجائیان، ع.، و نازنین، ف. (۱۳۹۹). *سرمایه اجتماعی و مدارا نسبت به مجرمان، فرهنگ و هنر*، ۲(۴)، ۱۰۹-۱۳۰.
۱۵. فیروزجائیان، ع.ا.، شارپور، م.، و فرزام، ن. (۱۳۹۵). *سرمایه فرهنگی و مدارای اجتماعی*، فصلنامه توسعه اجتماعی، ۱۱(۶۴)، ۳۳-۶۴.
۱۶. گلابی، ف.، و رضایی، ا. (۱۳۹۲). *بررسی تأثیر مشارکت اجتماعی بر مدارای اجتماعی*. فصلنامه مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران، ۲(۱)، ۶۱-۸۶.
۱۷. گلابی، ف.، علیزاده اقدم، م.ب.، آقایی هیر، ت.، و زردموی اردکلو، ش. (۱۳۹۹). *بررسی رابطه بین سرمایه فرهنگی و اجتماعی با مدارا در بین شهروندان (مطالعه شهروندان شهر مشهد)*، *مجله علوم اجتماعی*، ۱۶(۲)، ۳۸۸-۳۴۷.
۱۸. محمدی، ز. (۱۳۹۸). *مطالعه رابطه سرمایه فرهنگی و فرهنگ شهروندی با شهروندی فرهنگی (مورد مطالعه شهر کرج)*، *مجله مدیریت فرهنگی*، ۱۲(۴۳)، ۴۴-۲۹.
۱۹. مرکز آمار ایران (۱۳۹۵)، *آمار شهرهای خراسان رضوی*. <https://amar.org.ir/>

20. Agius, E., & Ambrosewicz-Jacobs, J. (2013). *Towards a culture of tolerance and peace*. Montreal, Canada: International Bureau for Children's Rights.
21. Ananina, V., & Danilov, D. (۲۰۱۵). Ethnic Tolerance Formation among Students of Russian Universities: Current State, Problems, and Perspectives, *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 214, ۴۸۷-۴۹۶

22. Bourdieu, P. (2007). *The Forms of Capital*. In J. G. Richardson (Ed.). Handbook of Theory and Research for Sociology of Education. New York: Greenwood Press.
23. Caro, Daniel H., & Schulz, W. (2012) Ten Hypotheses About Tolerance Toward Minorities Among Latin American Adolescents, *Journal of Social And Economics Education*, 11, 213-234.
24. Cote, R. & B. Erickson, H. (2009). Untangling the Roots of Tolerance. *American Behavioral Scientist*, 52 (12), 1664-1689.
25. Dennis, Y. (2007). *Tolerating on faith: Lacke, Williams and the Origins of Political Toleration*, Dissertation, Department of Political Science, Duke University.
26. Flora, Alice.(2005). *Cultural Capital and Other Capital*, Nuffield College Oxford.
27. Kobayashi, T. (2010). Social Bridging Social Capital in Online zommunities: Heterogeneity and Social Tolerance of Online Game Players in Japan. *Journalof Human Communication Research*, 36, 546-569.
28. Raihani R. (2014). Creating a culture of religious tolerance in an Indonesian school. *South East Asia Research*, 22(4), 541-560.
29. Sintang, S. Khambali, Kh. (2013). The culture of tolerance in families of new Muslims convert, *Middle East Journal of Scientific Research*, 15, 1665-1675.
30. Storberg, J. (2002). The Evolution of Capital Theory: A Critique of a Theory of Social Capital and Implications For HRD, *Human Resource Development Review*, 1(4), 468-499.
31. Van Doorn, M. (2014). The nature of tolerance and the social circumstances in which it emerges. *Current Sociology review*. 62(6), 905-927.
32. Wise, J., & Driskell, R. (2017). Tolerance Within Community: Does Capital Affect Tolerance?, *Journal of Social Indicators Research*, *Social November* , 134 (2), 607-629.
33. Witenberg, R., T. & Butrus, N. (2012). Some Personality Predictors of Tolerance to Human Diversity: The Roles of Openness, Agreeableness, and Empathy. *Journal of AustralianPsychological Society*, 65, 220-235.
34. Zanakakis, S., Newburry, W., & Taras, V. (2016), Global Social Tolerance Index and Multi-Method Country Rankings Sensitivity, *Journal of International Business Studies*, 47, 480-497.



Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY 4.0)

وارثان فکری اروینگ گافمن: بررسی تأثیر اندیشه‌های اجتماعی اروینگ گافمن در

نظریه پردازی متفکران معاصر جامعه‌شناسی

فاطمه گلابی (استاد گروه علوم اجتماعی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران، نویسنده مسئول)

f.golabi@tabrizu.ac.ir

عادل محبتیان (دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی اقتصادی توسعه، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران)

adel.mohabatian2007@gmail.com

چکیده

افکار اجتماعی اروینگ گافمن عمیقاً متفکران معاصر را در حوزه‌های مختلف جامعه‌شناسی و فراتر از آن تحت تأثیر قرار داده است و روشی را شکل می‌دهد که محققان مدرن به مطالعه تعامل انسانی و ساختارهای اجتماعی می‌پردازند. گافمن از معاصران خود که بر پدیده‌های اجتماعی کلان تمرکز داشتند جدا شد و به جای آن، جنبه‌های روزمره زندگی اجتماعی را که در آن زمان به‌طور گسترده مطالعه نشده بود و برای پیشرفت شغلی یک جامعه‌شناس مفید تلقی نمی‌شد، بررسی کرد. گافمن علی‌رغم اینکه یک روش‌شناس برجسته یا یک نظریه‌پرداز کلاسیک نیست، به‌طور منحصر به فردی نظریه و روش را باهم ترکیب کرد و بر حوزه‌هایی از جامعه‌شناسی تمرکز کرد که قبلاً بررسی نشده بودند. گافمن از متفکران کلاسیک قبل از خود در جامعه‌شناسی بهره‌های زیادی برد. او با الهام از نظریه‌های گنورگ زیمل علاقه خود را به اشکال اجتماعی و نیز فرآیندهای مولکولی زندگی اجتماعی گردآوری کرد. گافمن از امیل دورکیم، مفهوم تشریفات را پذیرفت که از آن برای روشن کردن مفهوم خود و بعد اخلاقی در تعاملات زندگی روزمره استفاده کرد. از نظریه‌های جورج هربرت مید، او به نقش مفهوم کنش متقابل نمادین بین افراد علاقه‌مند شد. گافمن همچنین در برداشت از اگزستانسیالیسم از ماهیت پوچ زندگی مدرن و همچنین از رفتارشناسی حیوانات (به‌ویژه ایده توسعه قلمروهای شخصی) ایده‌های زیادی گرفت. از سوی دیگر، نظریه‌های گافمن به‌طور خاص بر بسیاری از متفکران اجتماعی در سراسر جهان تأثیر گذاشت. این مقاله با روش تحقیق کتابخانه‌ای به بررسی تأثیر اندیشه‌های جامعه‌شناختی اروینگ گافمن بر متفکران مختلف

نشریه علوم اجتماعی دانشگاه فردوسی مشهد، سال بیست‌ویکم، شماره ۲، تابستان ۱۴۰۳، شماره پیاپی ۴۸، صص ۲۸۳-۲۳۳

تاریخ تصویب: ۱۴۰۳/۰۶/۰۳

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۳/۰۶/۰۲

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۵/۱۶

معاصر می‌پردازد. از جمله هارولد گارفینکل^۱ (اتنومندولوژی)، آنتونی گیدنز^۲ (امنیت هستی‌شناختی)، یورگن هابرماس^۳ (نظریه کنش ارتباطی)، نیکلاس لومان^۴ (پیچیدگی‌های ارتباطات، اعتماد و نظم اجتماعی)، پیر بوردیو^۵ (مطالعات جنسیتی، پیوندهای خرد کلان و پویایی خشونت نمادین)، جامعه‌شناسی عواطف^۶ (پویایی قدرت، جنبه‌های اقتصادی و فرآیندهای درونی مدیریت احساسات)، و همچنین طیف وسیعی از دیگر متفکران در حوزه‌های مختلف، که اندیشه‌های گافمن بر آنها تأثیر گذار بوده است. **واژگان کلیدی:** اروینگ گافمن، یورگن هابرماس، جامعه‌شناسی عواطف، هارولد گارفینکل، آنتونی گیدنز، نیکلاس لومان، پیر بوردیو.

۱. مقدمه

پیشینه فکری و اجتماعی اروینگ گافمن عمیقاً توسط تلاقی تجربیات شخصی، تأثیرات دانشگاهی و روندهای فرهنگی گسترده‌تر شکل گرفت. گافمن که در میان مهاجران روسی-یهودی در کانادا به دنیا آمد، زندگی اولیه گافمن با مبارزه برای برخاستن از گم‌نامی مشخص شد، که به‌طور قابل توجهی بر دیدگاه‌های نظری و مسیر فکری او تأثیر گذاشت (شالین^۷، ۲۰۲۱). سفر آکادمیک او در دانشگاه شیکاگو آغاز شد، جایی که او عمیقاً تحت تأثیر مکتب جامعه‌شناسی شیکاگو، به‌ویژه از معلمانش اورت هیوز^۸ و ویلیام لوید وارنر^۹ بود (هنریوت^{۱۰}، ۲۰۲۱؛ مناند^{۱۱}، ۲۰۰۹). مطالعات اجتماع وارنر و روش‌های جامعه‌شناختی هیوز اثر ماندگاری بر کار گافمن بر جای گذاشتند که در توجه دقیق او به «نظم تعامل» و جزئیات دقیق رفتار انسانی آشکار شد.

-
1. Harold Garfinkel
 2. Anthony Giddens
 3. Jürgen Habermas
 4. Niklas Luhmann
 5. Pierre Bourdieu
 6. The Sociology of Emotions
 7. Shalin
 8. Everett Hughes
 9. William Lloyd Warner
 10. Henriot
 11. Menand

(اینگلس و تروپ^۱، ۲۰۲۳؛ هنریوت ۲۰۲۱). عملکرد فکری گافمن همچنین با کنجکاوی گسترده‌ای که رشته‌های متعددی از جمله ادبیات، مردم‌شناسی، و فلسفه را شامل می‌شد، با تکیه بر آثار کنت برک، ژان پل سارتر و سیمون دوبوار و دیگران مشخص می‌شد (مناند، ۲۰۰۹). این رویکرد میان‌رشته‌ای به او اجازه داد تا دیدگاه جامعه‌شناختی منحصر به فردی را ایجاد کند که در زمینه‌های مختلف، از ادبیات تا علوم سیاسی، طنین‌انداز شد (مناند، ۲۰۰۹). کار گافمن، به‌ویژه «ارائه خود در زندگی روزمره» اغلب به‌عنوان بخشی از «چرخش زبانی» یا «چرخش فرهنگی» گسترده‌تر در اندیشه اجتماعی اواسط قرن بیستم دیده می‌شود که بر تحلیل تفسیری تعاملات اجتماعی تأکید دارد (مناند، ۲۰۰۹). بی‌بندوباری روش‌شناختی او که برخی منتقدان آن را بیش از حد التقاطی می‌دانستند، ویژگی بارز سبک فکری او بود که مشاهدات تجربی را با ذوق ادبی ترکیب می‌کرد (اینگلس و تروپ، ۲۰۲۳). تجربیات شخصی گافمن، مانند مشارکت او در قمار و مشاهداتش در کازینو، همچنین داده‌های تجربی غنی را ارائه می‌دهد که مفاهیم ریسک و شخصیت او را در تعاملات اجتماعی نشان می‌دهد (دافتار آی اس آی^۲، ۲۰۲۲). علی‌رغم انتقاداتی مبنی بر نادیده‌گرفتن ساختارهای اجتماعی در سطح کلان و پویایی قدرت، تمرکز گافمن بر تعاملات رودررو و آیین‌های زندگی روزمره، بینش‌های ارزشمندی را درباره نظم اخلاقی و اجتماعی ارائه می‌دهد که با تحلیل دورکیم از مناسک دینی مشابهت دارد (جوز و رومرو، ۲۰۲۴؛ لویز و فیلو^۳، ۲۰۱۶). کار او بر روی احساسات، به‌ویژه نقش ترس به‌عنوان مکانیزم کنترل اجتماعی، او را بیشتر با نظریه‌پردازان معاصر مانند فوکو هماهنگ می‌کند و این تصور را که او نسبت به روابط قدرت بی‌تفاوت است، به چالش می‌کشد (فونز^۴، ۲۰۱۸). بنابراین میراث گافمن یک مليله پیچیده بافته‌شده از تجربیات زندگی‌نامه‌ای، تأثیرات آکادمیک، و کنجکاوی فکری گسترده‌ای است که از مرزهای انضباطی فراتر رفته و او را به شخصیتی محوری در مطالعه تعاملات اجتماعی و

1. Inglis & Thorpe

2. DAFTAR, ISI

3. Lopes & Filho

4. Funes

جامعه‌شناسی زندگی روزمره تبدیل کرده است (یاکوبسن و کریستینسن^۱، ۲۰۱۵). مشارکت‌های او همچنان به الهام‌بخشیدن به تحقیقات جامعه‌شناختی ادامه می‌دهد و بر ارتباط پایدار بینش‌های او با پویایی‌های ظریف رفتار انسانی تأکید می‌کند (شالین، ۲۰۲۱).

در زمانی که اروینگ گافمن (۱۹۸۲-۱۹۲۲) جامعه‌شناس و انسان‌شناس اجتماعی کانادایی شروع به کار و انتشار نوشته‌های جامعه‌شناسی در سال‌های پس از جنگ جهانی دوم کرد، جامعه و جامعه‌شناسی آمریکا به‌طور فزاینده‌ای راکد بود. جامعه آمریکا در دوره پس از جنگ، در حال بازسازی بود و طی آن جامعه‌شناسی به‌طور فزاینده‌ای آمریکایی شد. همچنین به دلیل رشد پررونق توسعه صنعتی، نرخ بالای اشتغال، افزایش مصرف‌گرایی و صدور فرهنگ آمریکایی به عنوان نمادی از همه چیز خوب در جهان، زمان خوش‌بینی اجتماعی بود. بدیهی است که در چنین جامعه‌ای هرگونه انحراف از هنجار با سوء ظن تلقی می‌شد. وضعیت برای جامعه‌شناسی نیز به همین نحو بود - «بحران آینده جامعه‌شناسی»^۲ که آلون دلبیو. گولدنر^۳ (۱۹۷۰) بعدها آن را پیش‌بینی کرد، هنوز فرا نرسیده بود. کار تقریباً بی‌رقیب تالکوت پارسونز، جامعه‌شناس ساختاری-کارکردگرای آمریکایی در آن زمان در مورد خانواده آمریکایی - که در میان چیزهای دیگر، بر ضرورت عملکردی نقش‌های جنسیتی مجزا و اجتماعی کردن کودکان پافشاری می‌کرد، می‌تواند به عنوان نمونه بارز این موضوع باشد (یاکوبسن و کریستینسن^۴، ۲۰۱۵، ۴۵). پس از قرائت مختصر زندگی‌نامه و تأثیرگذاران بر سیر فکری گافمن که تا حدودی منشأ تفکر خرد جامعه‌شناختی او را در دیدگاه‌های مختلف فکری و سنت‌های نظری ترسیم می‌کند، در این مقاله سعی خواهیم کرد که از وارثان فکری او صحبت کنیم و تلاش خواهیم کرد تا مشخص کنیم که چگونه عناصر کار او الهام‌بخش سایر متفکران جامعه‌شناس بوده و به عنوان عناصر سازنده در نظریه اجتماعی و جامعه‌شناختی معاصر به کار می‌روند؟

1. Jacobsen & Kristiansen

2. Coming Crisis of Sociology

3. Alvin W. Gouldner

4. Michael H. Jacobsen, Søren Kristiansen

گافمن با الهام از این محیط فکری شروع به شکل دادن به ایده‌های نظری و روش‌شناختی خود کرد. یکی از مؤلفه‌های کلیدی در جعبه‌ابزار روش‌شناسی مکتب شیکاگو، استفاده از تکنیک‌های «مشاهده مشارکت‌کننده»^۱ برای دسترسی به مناطق پنهان، سایه‌دار یا غیرقابل دسترس زندگی اجتماعی و همچنین مشاهده غیر قابل توجه انبوه کارهای روزمره و تعاملات بین مردم بود. این استراتژی همچنین الهام‌بخش مطالعات تجربی خود گافمن در مورد جامعه جزیره^۲ و قماربازان کازینو^۳ و همچنین زندانیان یک بیمارستان روانی بود (گافمن، ۱۹۵۳، ۱۹۶۱). جامعه‌شناسان شیکاگو توسعه مفهومی و ساخت نظریه را انجام دادند، به‌ویژه در حوزه‌های خاصی از تحقیق که در آن دانش موجود یا ناچیز بود یا از نظر تجربی اثبات نشده بود. همچنین، این سبک نوشتاری مشخصه بسیاری از نوشته‌های گافمن بود (گافمن، ۱۹۵۹، ۱۹۶۱، ۱۹۶۳)، بنابراین او در به‌اصطلاح مکتب دوم شیکاگو^۴ یا مکتب نئوشیکاگو^۵ در کنار هاوارد اس. بکر^۶ و بسیاری از کنش‌گرایان نمادین دیگر شخصیت مهمی به‌شمار می‌رفت. (فورد^۷، ۱۹۷۵، ص ۱۵۷).

در سال‌های شکل‌گیری گافمن به‌عنوان یک جامعه‌شناس بود که مکتب هاوارد^۸ به‌همراه دانشگاه کلمبیا در نیویورک و دانشگاه آیوی لیگ نیوانگلند، به‌اصطلاح اجماع ارتدکس در جامعه‌شناسی را تشکیل دادند که امتیاز تجزیه و تحلیل کارکردی، روش‌های نظرسنجی، روش‌شناسی پوزیتیویستی، رفتارگرایی را به‌عنوان تصاویر انسان و نظریه‌های مدرنیزاسیون تولید می‌کردند (گیدنز، ۱۹۷۶). در برابر این پس‌زمینه بود که اروینگ گافمن به‌تدریج شروع به تأثیرگذاری کرد.

-
1. Participant Observation
 2. Island Community
 3. Casino Gamblers
 4. Second Chicago School
 5. New Chicagoans
 6. Howard S. Becker
 7. Ford
 8. Harvard School

۲. مبانی نظری

سفر فکری گافمن در پس‌زمینه متفکران تأثیرگذار مانند امیل دورکیم، گئورگ زیمل، مید، نوربرت الیاس، ایتولوزی و اگزستانسیالیسم آشکار می‌شود و هر کدام رشته‌های منحصر به فردی را در تار و پود پارادایم جامعه‌شناختی او سهیم می‌کنند. همان‌طور که این کاوش را آغاز می‌کنیم، آشکار می‌شود که گافمن، شبیه به یک کیمیاگر روشنفکر، ایده‌هایی را از منابع مختلف ترکیب کرد تا چهارچوبی متمایز ایجاد کند که با پیچیدگی‌های رفتار انسانی و پویایی‌های اجتماعی در بطن جامعه طنین‌انداز می‌شود. تأکید امیل دورکیم بر واقعیت‌ها و ساختارهای اجتماعی، مناسک و آیین‌ها اثری محوشدنی بر مفهوم‌سازی گافمن از «نظم کنش متقابل» بر جای گذاشت. تجزیه و تحلیل پیچیده زیمل از اشکال اجتماعی و بینش الیاس درباره فرآیند تمدن‌سازی، لنزهایی را برای گافمن فراهم کرد تا تفاوت‌های ظریف خرد جامعه‌شناختی را بررسی کند. ایتولوزی، با مطالعه رفتار حیوانات، به کاوش گافمن در آیین‌ها و مراسم انسانی، همچنین مفهوم فاصله اجتماعی نفوذ کرد و لایه‌هایی از درک را به مشاهدات او اضافه کرد. اگزستانسیالیسم، با تمرکز بر عاملیت و اصالت فردی، به مثابه جریان پنهان فلسفی شکل‌دهنده به تصویر گافمن از خود در اجرای تأثیری زندگی روزمره عمل کرد.

کتاب‌ها و مقالات گافمن علاوه بر ثبت برخی از مهم‌ترین تحلیل‌های جامعه‌شناختی در زمینه زندگی روزمره و مدرن، بی‌تردید آثار متمایزی در نظریه جامعه‌شناسی معاصر بر جای گذاشته است. تألیفات گافمن نه تنها به عنوان الهام‌بخش یا شریک گفت‌وگو برای برخی از برجسته‌ترین نظریه‌پردازان جامعه‌شناسی امروزی عمل کرده است، بلکه جامعه‌شناسی او نیز به عنوان سکوی پرتابی برای تعداد زیادی از مطالعات تجربی گرا از افراد در موقعیت‌ها و زمینه‌های مختلف اجتماعی عمل کرده است. در ادامه، با مطالعه کتابخانه‌ای به بررسی پیوندها و الهام‌گیری از گافمن در تعدادی از جامعه‌شناسان برجسته را که از چهارچوب مفهومی او در ساختار نظریه اصلی خود استفاده کرده‌اند یا با آن مرتبط هستند، خواهیم پرداخت.

با توجه به پژوهش‌ها و مطالعه‌های داخلی قبلی که درباره گافمن و اندیشه‌های او انجام شده است، اغلب به توضیح و کاربرد برخی از نظریات یا به بررسی روش‌شناسی او (مقدمی، ۱۴۰۲: ملکی مارشک و همکاران، ۱۴۰۲: فاطمی و رهبرنیا، ۱۴۰۲: فرامرز و همکاران، ۱۴۰۲: طاهری، ۱۴۰۱: خسروی شکیب، ۱۴۰۱: ذبیح نیا، ۱۴۰۱: قوتی و همکاران، ۱۳۹۹: علیا و هاشمی نسب، ۱۳۹۸: یعقوبی، ۱۳۹۶: ایمان و مرادی، ۱۳۹۰) پرداخته‌اند، و تا حدودی مطالعه دقیق تأثیر نظریه‌ها و مفاهیم گافمن بر دیگر متفکران، و بررسی نکات ادغامی نظریه‌های آنها با نظریات گافمن مغفول مانده است. از آنجایی که گافمن بر بسیاری از متفکران جامعه‌شناس تأثیرگذار بوده، فهرست ما در اینجا از نظریه‌پردازانی با طعم گافمنی، البته فهرستی جامع نیست.

همچنین براساس تحقیقات انجام‌شده توسط یاکوبسن و کریستینسن (۲۰۱۵)، در سال‌های گذشته، تعداد قابل توجهی از کتاب‌های بین‌المللی به زبان‌های مختلف، به‌ویژه جلد‌های ویرایش‌شده، منتشر شده‌اند که در آنها توضیحات، توصیف، توسعه، بسط، اصلاح، نقد، و درنهایت، تجلیل از کار او گنجانده شده است. (به‌عنوان مثال، بوون و رواتی^۱، ۱۹۹۲؛ بورنس^۲، ۱۹۹۲؛ دیتون^۳، ۱۹۸۰؛ دریو و ووتون^۴، ۱۹۸۸a؛ فاین و اسمیت^۵، ۲۰۰۰؛ گریگرسن^۶، ۱۹۷۵؛ لنز و هیتلیج^۷، ۱۹۹۱؛ آیزاک، ۱۹۸۹، ۲۰۰۲؛ یاکوبسن و کریستینسن^۸، ۲۰۰۲؛ برانمن و لمرت^۹، ۱۹۹۷؛ منینگ^{۱۰}،

-
1. Bovone & Rovati
 2. Burns
 3. Ditton
 4. Drew & Wootton
 5. Fine & Smith
 6. Gregersen
 7. Hettlage & Lenz
 8. Jacobsen & Kristiansen
 9. Lemert & Branaman
 10. Manning

۱۹۹۲؛ نهاوندی^۱، ۱۹۷۹؛ نیری^۲، ۲۰۰۲؛ نیت و ریگوس^۳، ۲۰۰۵؛ پرسون^۴، ۲۰۱۲؛ راب^۵، ۲۰۰۸؛ ریگینز^۶، ۱۹۹۰؛ شف^۷، ۲۰۰۶؛ اسمیت^۸، ۱۹۹۹a؛ تروینو^۹، ۲۰۰۳؛ وینکین^۹، ۱۹۸۸). همچنین، گافمن در طول سال‌ها به‌عنوان پیشرو فکری برای انواع مکاتب فکری در علوم اجتماعی پذیرفته یا منصوب شده است. مانند روش‌شناسی قوم‌شناسی (اتیول^{۱۰}، ۱۹۷۴)، دراماتورژی (برانکو^{۱۱}، ۱۹۸۳؛ بریست و ادگلی^{۱۲}، ۱۹۹۰؛ کامبز و منزفیلد^{۱۳}، ۱۹۷۶؛ هار و بلومبرگ^{۱۴}، ۱۹۸۸؛ هاپر^{۱۵}، ۱۹۸۱؛ مسینجر^{۱۶} و همکاران، ۱۹۶۲)، نظریه برجسب‌زدن (پترونیک^{۱۷}، ۱۹۸۰)، جامعه‌شناسی پوچ (لیمن و اسکات^{۱۸}، ۱۹۷۰)، جامعه‌شناسی پست‌مدرن (باترشیل^{۱۹}، ۱۹۹۰)، جامعه‌شناسی بدن (کراسلی^{۲۰}، ۱۹۹۵)، جامعه‌شناسی شهری (هنرز^{۲۱}، ۱۹۸۰؛ یسن^{۲۲}، ۲۰۰۶)، جامعه‌شناسی ورزش (بیرل و دانلی^{۲۳}، ۲۰۰۴)، و جامعه‌شناسی خودمانی (بیرنباوم و ساگارین^{۲۴}، ۱۹۷۳). علاوه بر این، او به‌عنوان یکی از بنیان‌گذاران یا منابع اصلی الهام برای انواع رشته‌های

1. Nahavandi
2. Neri
3. Nizet & Rigaux
4. Persson
5. Raab
6. Riggins
7. Scheff
8. Treviño
9. Winkin
10. Attewell
11. Branco
12. Brissett & Edgley
13. Combs & Mansfield
14. Hare & Blumberg
15. Hopper
16. Messinger
17. Petrunik
18. Lyman & Scott
19. Battershill
20. Crossley
21. Hannerz
22. Jensen
23. Birrell & Donnelly
24. Birenbaum & Sagarin

مطالعاتی مرسوم و همچنین نوظهور نیز بوده است که در اینجا به اشاره به برخی از آنها اکتفا می‌کنیم؛ مانند جامعه‌شناسی سیاسی (گامسون^۱، ۱۹۸۵)، جامعه‌شناسی پزشکی (استرانگ^۲، ۱۹۸۳)، نظریه سازمان (میننگ، ۲۰۰۸)، انسان‌شناسی روانشناختی (بوک^۳، ۱۹۸۸)، روانشناسی اجتماعی (ساربین^۴، ۲۰۰۳)، مطالعات ناتوانی (دریک^۵، ۲۰۰۵؛ یوینگ^۶، ۲۰۰۲)، نظریه شناخت (یاکوبسن و کریستیانسن، ۲۰۰۹)، سیاست کرامت (شف، ۲۰۱۰)، مطالعات رسانه‌های جمعی و فناوری‌های جدید اطلاعات و ارتباطات (لینگ^۷، ۲۰۱۰؛ ایتربرج^۸، ۲۰۰۲، ۲۰۱۰)، مطالعات توریستی (لارسن^۹، ۲۰۱۰)، تحرک و مطالعات شهری (ینسن، ۲۰۰۶، ۲۰۱۰)، مطالعات نظارتی (مارکس^{۱۰}، ۲۰۰۴)، مطالعات قدرت (ینکینز^{۱۱}، ۲۰۰۸)، مطالعات تروریستی (ویگرت^{۱۲}، ۲۰۰۳)، و محیط زیست (بروستر^{۱۳}، ۲۰۰۹؛ هارگریوز^{۱۴}، ۲۰۱۱). به همه اینها، هزاران گزارش دانشجویی، مقاله‌های کاری، فصل‌های کتاب‌ها، انتشارات اینترنتی و تمام استنادات به کارهای او در بسیاری از رشته‌های علمی و زمینه‌های تحصیلی را اضافه کنید، آنگاه روشن می‌شود که بسیاری دیگر نیز از آنها استفاده و میراث گافمن را پس از مرگش بازتولید کرده‌اند (یاکوبسن و کریستیانسن، ۲۰۱۵، ۱۵۱-۱۶۳). همه اینها همچنین، گواه معاصر بودن و ارتباط مداوم داشتن کار گافمن با مسائل روز است. بنابراین، کار گافمن برای نسل‌های بعدی جامعه‌شناسان و دیگر محققان الهام‌بخش بوده است، به‌طوری‌که -هر کدام در رشته خودشان- از آثار و نوشته‌های او مشروعیتی برای موضوعی نادیده گرفته‌شده و

-
1. Gamson
 2. Strong
 3. Bock
 4. Sarbin
 5. Drake
 6. Ewing
 7. Ling
 8. Ytreberg
 9. Larsen
 10. Marx
 11. Jenkins
 12. Weigert
 13. Brewster
 14. Hargreaves

الهامات سبک‌شناختی و همچنین روشی برای نزدیک شدن به دانش‌شناسی کاملاً متفاوت با جریان اصلی پیدا کرده‌اند. بنابراین، میراث گافمن در کارهای انجام‌شده توسط دانشمندان برجسته و دانشجویان مشتاقی که از ایده‌های او در کار خود استفاده می‌کنند، ادامه می‌یابد.

۳. روش تحقیق

روش مطالعه کتابخانه‌ای یا اسنادی در تحقیقات کیفی یک رویکرد همه‌کاره است که به محققان اجازه می‌دهد تا ادبیات و اسناد موجود را برای به دست آوردن بینش در مورد پدیده‌های مختلف بدون نیاز به کار میدانی مستقیم بررسی کنند (بوون^۱، ۲۰۰۹؛ وسلی^۲، ۲۰۰۹). این روش به ویژه در زمینه‌هایی که منابع یا زمان برای تحقیقات میدانی محدود است مفید است، زیرا تجزیه و تحلیل متون از قبل موجود را برای نتیجه‌گیری و ایجاد درک جدید قادر می‌سازد (مورگان^۳، ۲۰۲۱). علاوه بر این، تجزیه و تحلیل اسنادی منبع غنی از داده‌ها را فراهم می‌کند که می‌تواند به طور سیستماتیک مورد بازبینی قرار گیرد تا بینش‌هایی را در مورد محتوای اساسی اسناد کشف کند (زاین^۴ و همکاران، ۲۰۲۲).

ما در این مطالعه نمونه‌ای از جامعه‌شناسان برجسته را انتخاب کرده‌ایم که ایده‌های گافمن تأثیر قابل توجهی بر آنها داشته است. با استفاده از منابع تحقیقاتی مختلف تلاش کردیم پیوندهای فکری و مفهومی موجود بین این متفکران اجتماعی و نظریات گافمن را مورد بررسی و مطالعه قرار دهیم. اینها عبارتند از: هارولد گارفینکل و موضع اتنومتدولوژیک او. آنتونی گیدنز که به‌طور گسترده از چهارچوب مفهومی گافمن استفاده کرده و ایده‌هایی مانند آگاهی عملی، تعاملات چهره‌به‌چهره و روال‌ها را در نظریات خود جای داده است. یورگن هابرماس که مدل دراماتورژیک گافمن را در نظریه کنش ارتباطی خود ادغام کرده است. نیکلاس لومان که بینش‌های گافمن را گسترش داد و آنها را نه تنها در تعاملات فردی، بلکه در انواع مختلف سیستم‌های اجتماعی به کار گرفت و بر

-
1. Bowen
 2. Wesley
 3. Morgan
 4. Zain

نقش ارتباطات در پیچیدگی‌های اجتماعی تأکید کرده است. پیر بورديو از مفاهيم دراماتورژيك گافمن استفاده كرد تا درك چگونگي اعمال عادت در تعاملات روزمره را غني و جنبه‌های اجرایی زندگی اجتماعی را روشن كند و همچنین در جامعه‌شناسی عواطف، هوچشیلد مفاهیم گافمن را با معرفی ایده‌های بازیگری سطحی (مدیریت بیان) و بازیگری عمیق (کنترل یا القای احساسات درونی) گسترش داد.

۴. یافته‌های تحقیق

۴.۱. هارولد گارفینکل

اروینگ گافمن و هارولد گارفینکل، دو شخصیت برجسته در جامعه‌شناسی، رابطه‌ای عمیق و تأثیرگذار متقابل داشتند که به‌طور قابل توجهی مسیرهای فکری مربوط به آنها را شکل داد. علی‌رغم تصورات غلط رایج از رقابت، شواهد بایگانی نشان می‌دهد که گافمن و گارفینکل رابطه نزدیک و مشترکی داشتند و حتی قبل از تحصیل در مقطع دکترا به تبادل نظر و نقد دست‌نوشته‌های یکدیگر پرداختند (تیبودئو^۱، ۲۰۲۱). کار گافمن درباره مدیریت تأثیر و رویکرد نمایشی به تعامل اجتماعی عمیقاً بر توسعه روش‌شناسی قوم‌شناسی گارفینکل تأثیر گذاشت، حوزه‌ای که روش‌هایی را که مردم برای درک دنیای اجتماعی خود استفاده می‌کنند بررسی می‌کند (گونل^۲، ۲۰۲۲؛ لن^۳، ۲۰۱۹). گافمن به برنامه روش‌شناسی قومی‌شناسی جامعه‌شناس آمریکایی هارولد گارفینکل، که به گفته او، بیش از حد معطوف به مسائل نظری، و در پیامدها و نتایج معرفت‌شناختی آن بسیار رادیکال بود، پشت کرد (کالینز^۴، ۱۹۸۵، ص ۲۲۵). این تصور که هر چیزی اجتماعی به‌صورت محلی شکل گرفته است، بسیار فردگرا است. با این حال، گارفینکل (۱۹۶۷) روش‌شناسی قومی خود را در طول کمابیش همان دوره‌ای که گافمن جامعه‌شناسی خود را راه‌اندازی کرد، توسعه داد و علی‌رغم اختلافات متقابل آنها، ظاهراً آنها از یکدیگر الهاماتی گرفتند. به هر حال، این یک

1. Thibodeau

2. Gönül

3. Lehn

4. Randall Collins

واقعیت است که گافمن در کارهایش به گارفینکل اشاراتی می‌کند. برای مثال، این اشارات در کتاب تیمارستان^۱ (۱۹۶۱) و به‌ویژه در تجزیه و تحلیل شغل اخلاقی بیمار روانی مشهود است، جایی که گافمن از مفهوم گارفینکل (۱۹۵۶) از «تشریفات تحقیر» استفاده می‌کند (گافمن، ۱۹۶۱، ص. ۱۳۰). هر دو جامعه‌شناسی زندگی روزمره خردگرا را نشان می‌دهند که با روش‌هایی سر و کار دارد که مردم برای موفقیت در ملاقات‌های اجتماعی روزانه، شایستگی‌های ویژه‌ای را به کار می‌گیرند و از دانش ضمنی و مناسبی استفاده می‌کنند. یکی دیگر از ویژگی‌های مشترک، که در کار هر دوی آن‌ها احتمالاً از پراگماتیسم ناشی می‌شود، تلقی از نظم اجتماعی به‌عنوان نتیجه عملی کنش انسانی است. گافمن درواقع، گاه‌به‌گاه، به‌عنوان پیشرو واقعی بسیاری از ایده‌هایی که بعداً توسط روش‌شناسی قوم‌شناسی توسعه یافت، معرفی می‌شود (اتول^۲، ۱۹۷۴). در ادامه، لازم به ذکر است که گافمن درواقع دانشجویان خود را به خواندن متون گارفینکل تشویق می‌کرد که در نتیجه، تعدادی از این دانشجویان، دانشگاه برکلی را که گافمن در آنجا مشغول به کار بود، به مقصد لس‌آنجلس برای شرکت در سخنرانی‌های گارفینکل و آزمایش‌های جامعه‌شناختی او ترک کردند (والاس و ولف^۳، ۱۹۹۹، ص ۲۲۷).

گارفینکل با آزمایش‌های به‌اصطلاح نقض‌کننده‌اش، علاقه‌مند بود نشان دهد که وقتی تعهدات هنجاری تعامل شکسته می‌شود و نظم اجتماعی لحظه‌ای فرومی‌پاشد، چه اتفاقی می‌افتد. به گفته گارفینکل، افراد برای تعریف موقعیت با هم تعامل دارند و گارفینکل به این روش‌ها و رویه‌های روزمره مورد استفاده شرکت‌کنندگان در این فرآیندهای تعریف معناآفرین علاقه‌مند است. این همان جایی است که گارفینکل با گافمن متفاوت است که درواقع گافمن به رویه‌های معناسازی بازیگران علاقه‌مند بود؛ اما با علاقه‌ای بسیار هنجاری‌تر و شناختی کمتر از گارفینکل (آلبوم^۴، ۱۹۹۵، ص ۲۵۲). شاید بتوان ادعا کرد که درحالی‌که گارفینکل به تکنیک خرد مورد استفاده افراد برای

-
1. Asylums
 2. Attewell
 3. Wallace & Wolf
 4. Album

ایجاد معنا در موقعیت‌های اجتماعی و تشکیل پایه نظم اجتماعی علاقه‌مند بود، گافمن بیشتر درگیر مطالعه روشی بود که افراد در تعامل اجتماعی مطابق با تعهدات آیینی زندگی می‌کنند و اینکه چگونه به این ترتیب آنها توسط یک نحو اجتماعی بیرونی و فرافردی کنترل می‌شوند (نور-ستینا^۱، ۱۹۸۱، ص ۳). هر دو درگیر قوانین بودند؛ اما درحالی‌که از نظر گافمن، قوانین مطالبات اخلاقی و هنجاری را از بازیگران بیان می‌کردند، از نظر گارفینکل آنها صرفاً ابزارهای عملی بودند که در صورت اعمال، درک متقابل شرکت‌کنندگان را تضمین می‌کردند یا به عبارت دیگر: هم گافمن و هم گارفینکل به افراد در موقعیت‌های چهره‌به‌چهره علاقه‌مند بودند؛ اما درحالی‌که گارفینکل بیشتر به نحوه تعیین و تعریف موقعیت علاقه‌مند بود، گافمن علاوه بر این، به مطالعه راه‌هایی که افراد چگونگی رفتار مناسب در موقعیت را بررسی می‌کنند نیز مشغول بود. (آلبوم، ۱۹۹۵، ص ۲۵۳).

از این رو، در نگاه گارفینکل و گافمن کنشگر اجتماعی و در ارزیابی آنها از عنصر هنجاری کنش متقابل با یکدیگر تا حد زیادی تفاوت دارند. درحالی‌که گارفینکل بر این عقیده بود که در گافمن، فرد به یک «پیش‌بینی کننده فرهنگی»^۲ تقلیل می‌یابد، موجودی منفعل که به‌طور مکانیکی با قوانین و مقررات مطابقت دارد. گافمن معتقد بود که قوم‌شناسان خود را در منطری مبهم و جدا از واقعیت منزوی می‌کنند. با این حال، ذکر این نکته منصفانه به نظر می‌رسد که اگرچه گافمن خود را از روش‌شناسی قومی (به‌ویژه پراگماتیسم اغراق‌آمیز آن، که همه چیز را به پراگماتیک اجتماعی جمعی ارجاع می‌دهد) جدا کرد، نویسنده خودش با انتشار فرم‌های گفت‌وگو (۱۹۸۱a) یک چرخش روش‌شناختی قومی روشن پیدا کرد. در اینجا گافمن نام خود را در رشته روش‌شناسی قومی که «تحلیل گفتگو» نامیده می‌شود، می‌نویسد.

در نهایت می‌توان گفت گافمن و گارفینکل هر دو بر مطالعه کنش متقابل اجتماعی متمرکز ماندند، با تأکید گافمن بر تعهدات آیینی و کنترل اجتماعی و گارفینکل بر فرآیندهای معنا آفرین از طریق کاربرد عملی قوانین.

1. Knorr-Cetina
2. cultural Dope

۴.۲. آنتونی گیدنز

جامعه‌شناسی سیستماتیک گیدنز که اغلب به‌عنوان متمایز از رویکرد قوم‌نگاری گافمن دیده می‌شود، درواقع بسیاری از مفاهیم کلیدی گافمن را ادغام می‌کند. گیدنز در مقاله خود در سال ۱۹۸۷ با عنوان «گافمن به‌عنوان نظریه‌پرداز سیستماتیک»^۱ اهمیت گافمن را تصدیق کرد و در طول سال‌ها، ایده‌های گافمن را در آثار خود گنجانده. به‌عنوان مثال، گیدنز در «قوانین جدید روش جامعه‌شناختی»^۲ (۱۹۷۶) اهمیت تحلیل قاب گافمن را برای رویکرد هرمنوتیکی به جامعه‌شناسی برجسته کرد. گیدنز تا زمانی که «مسائل مرکزی در نظریه اجتماعی»^۳ را نوشت، درک واضح‌تری از کار گافمن درباره دانش ضمنی داشت که به درک جامعه‌شناسی خرد برخوردها، که جنبه‌ای حیاتی از «دوگانگی ساختار» است کمک کرد (داتا،^۴ ۲۰۲۲). یکی از نمونه‌هایی که در آن جامعه‌شناسی گافمن به شیوه نظری اساسی‌تری به کار گرفته شده است، در توسعه نظریه ساختاربندی، توسط آنتونی گیدنز، جامعه‌شناس بریتانیایی است. بنابراین، در کتاب «قانون اساسی جامعه»^۵ (۱۹۸۴)، گیدنز تا حد زیادی از تحلیل‌های گافمن از تعامل میان افراد هم‌زمان استفاده می‌کند. جاه‌طلبی گیدنز تدوین یک نظریه عمومی اجتماعی یا رویکردی است که بازتولید جامعه را نه از منظر کنش‌کنشگر محور و نه از دیدگاه سیستم‌های ساختارگرایانه تصور نمی‌کند؛ بلکه می‌پذیرد که هر دو جنبه به‌طور جدایی‌ناپذیری به هم مرتبط هستند. گیدنز بسیاری از مفاهیم گافمن در مورد واحدهای نظم کنش متقابل (دورهمی‌ها، رویدادها، تعامل غیر متمرکز، تعامل متمرکز و برخوردها) را به‌عنوان بلوک‌های سازنده مهم در یک نظریه عمومی اجتماعی برجسته می‌کند و همچنین ادعا می‌کند که آثار گافمن الهام‌بخش مهمی برای درک نقش آگاهی عملی افراد در زندگی روزمره است.

گیدنز توجه‌ها را به گافمن جلب می‌کند؛ زیرا او نشان داده است که چگونه افراد به یک آگاهی عملی دقیق مجهز هستند و این آگاهی عملی به ما کمک می‌کند تا تعامل روزمره را موفق

1. Goffman as a Systematic Theorist
2. New Rules of the Sociological Method
3. Central Problems in Social Theory
4. Datta
5. The Constitution of Society

و بدون مشکل انجام دهیم. همان‌طور که گیدنز اشاره می‌کند، گافمن با تحلیل‌های خود نشان می‌دهد که چگونه در زندگی روزمره، از مقدار زیادی دانش ضمنی درونی‌شده استفاده می‌کنیم که برخوردهای روزمره را با کیفیت منظم و تشریفاتی فراهم می‌کند. بنابراین، به عقیده گیدنز، درک این آگاهی عملی برای جامعه‌شناسی که می‌خواهد بازتولید جامعه را توضیح دهد و در عین حال، شکاف در رابطه دوگانه ساختار و کنشگر را پر کند، یک ضرورت مطلق است. گیدنز با تکیه بر آثار گافمن به وضوح می‌گوید:

من فکر می‌کنم بسیار مهم است که بر این واقعیت تأکید کنیم که برخوردها معمولاً به صورت روتین اتفاق می‌افتد. به این معنا که آنچه از زاویه لحظه ممکن است زودگذر به نظر برسد، زمانی که مبادلات کوتاه و پیش پا افتاده جوهری ذاتی ماهیت تکرارشونده زندگی اجتماعی تلقی شود، جوهری بسیار بیشتری به خود می‌گیرد. روتین کردن برخوردها در پیوند دادن این رویارویی زودگذر به بازتولید اجتماعی و بنابراین به ظاهر «ثابت» نهادها اهمیت اساسی دارد (گیدنز، ۱۹۸۴، ص ۷۲).

به نظر می‌رسد که گیدنز از گافمن، نسبت به دیگر متفکران، دانشی در مورد آگاهی عملی (و اهمیت اجتماعی بدن) افراد برای نظریه‌ای وام گرفته است که قصد دارد حفظ حیات اجتماعی را بدون پایان دادن به جبرگرایی ساختارگرا یا اراده‌گرایی توضیح دهد. به گفته گیدنز، گافمن و اتنومندولوژیست‌ها نشان داده‌اند که چگونه افراد در زندگی روزمره از قوانین و دانش برای اطمینان از آنچه او «یکپارچگی اجتماعی»^۱ می‌نامد استفاده می‌کنند. گیدنز در نظریه به اصطلاح ساختاربندی خود از مفاهیم یکپارچگی سیستمی و یکپارچگی اجتماعی برای توصیف این واقعیت استفاده می‌کند که هم سیستم‌های اجتماعی و هم افراد در تعاملات رودرو ممکن است انواع نظم و یکپارچگی اجتماعی را ایجاد کنند و در اینجا گیدنز از مفاهیم گافمن استفاده می‌کند تا نشان دهد چگونه افراد با آگاهی عملی معینی از طریق زنجیره‌ای از تبادلات، نظم اجتماعی کم و بیش پایداری

را ایجاد و حفظ می‌کنند. به گفته گیدنز، گافمن به‌خاطر بدیهی دانستن انگیزه بازیگران و پیش‌فرض بازیگر بدبین و داوطلبانه، که براساس انگیزه‌های خودمحرانه با موقعیت معین سازگار و هماهنگ می‌شود، مورد انتقاد قرار گرفته است. قطعاً می‌توان گافمن را در جهت داشتن پیش‌فرض داوطلبانه تفسیر کرد؛ اما در چنین تفسیری، همان‌طور که ما ثابت کرده‌ایم و گیدنز نیز به آن اشاره کرده است، نادیده گرفته می‌شود که گافمن، بر درایت و تدبیری که در برخوردهای اجتماعی نشان داده می‌شود و نگرانی که افراد به‌دلیل موقعیت و مشارکتی که در گروه‌ها دارند احساس می‌کنند، تأکید می‌کند. بنابراین، آنچه گیدنز به آن اشاره می‌کند این است که گافمن نه‌تنها جامعه‌شناسی خرد را پیگیری می‌کرد؛ بلکه به درونی‌ترین مکانیک بازتولید اجتماعی نیز علاقه نشان می‌داد (گیدنز، ۱۹۸۴، ص ۷۰). به عبارت دیگر، گیدنز استدلال می‌کند که درک دقیق رفتار انسان در موقعیت‌های چهره‌به‌چهره، عنصر اساسی یک نظریه اجتماعی است که قصد دارد چگونگی بازتولید جامعه را توضیح دهد.

گیدنز با تکیه بر گافمن، به بررسی ماهیت آگاهی عملی می‌پردازد که زندگی را قابل پیش‌بینی می‌کند؛ به این معنا که زندگی قابل درک و بدون هرج و مرج می‌شود؛ در عین حال گافمن و اتنومندولوژیست‌ها نشان می‌دهند که روال‌های زندگی روزمره، موجودیت‌های ثابت و مطلق نیستند که ناخودآگاه تکرار می‌شوند؛ بلکه موضوع یک تلاش ثابت، کوشا و بازتابی برای انطباق و سازگاری هستند (گیدنز، ۱۹۸۴، ص ۸۶). به عبارت دیگر، فرآیندهای کنش (متقابل) افراد ممکن است به‌خوبی توسط روال‌ها اداره شود؛ اما این «عناصر محدودکننده» تا حد زیادی نتایج کم و بیش آگاهانه فرآیندهای مبادله بین بازیگران عملاً آگاهند، فرآیندهایی که دائماً در حال تغییر و توسعه هستند. گیدنز در فرمول‌بندی مفهوم «امنیت هستی‌شناختی» از گافمن نیز استفاده می‌کند. نقطه عزیمت او روانشناسی رشد اریکسون^۱ است؛ اما از مفهوم گافمن از قاب نیز در آن گنجانده شده است؛ زیرا به گفته گیدنز، «قاب‌بندی ممکن است به‌عنوان ارائه نظم فعالیت‌ها و معانی تلقی شود که به‌موجب آن، امنیت هستی‌شناختی در اجرای روال‌های روزمره حفظ می‌شود».

1. Erik Erikson

(گیدنز، ۱۹۸۴، ص ۸۷). بنابراین، قاب‌ها ابزارهایی را تشکیل می‌دهند که بازیگران برای درک و ایجاد معنا در محیط اجتماعی خود استفاده می‌کنند و قاب‌ها به آنها کمک می‌کنند تا حس پیش‌بینی‌پذیری و امنیت لازم برای حفظ خود را تضمین کنند.

۳.۴. یورگن هابرماس

کمک‌های گسترده اروینگ گافمن به جامعه‌شناسی، به‌ویژه تمرکز او بر ابعاد خرد جامعه‌شناختی و تعاملات چهره‌به‌چهره، تأثیر قابل توجهی در زمینه‌های مختلف از جمله آثار یورگن هابرماس داشته است. سبک تحقیق مفهوم‌محور گافمن که بر استفاده از مثال‌ها برای شناسایی الگوهای اجتماعی عمومی تأکید دارد، با علاقه هابرماس به ساختارهای ارتباطی و تعامل اجتماعی همسو می‌شود (زرובاول^۱، ۲۰۲۲). کاوش گافمن از «نهادهای کل»، «انگ» و «قاب» درک دقیقی از نقش‌ها و تعاملات اجتماعی ارائه می‌کند که مکمل نظریه کنش ارتباطی هابرماس است که به دنبال توضیح چگونگی ارتباط منطقی می‌تواند به درک متقابل و اجماع در جامعه منجر شود (تائو و همکاران^۲، ۲۰۲۲). تأثیرات عمل‌گرایانه بر کار گافمن، به‌ویژه از مید و مکتب شیکاگو، با ادغام پراگماتیسم آمریکایی توسط هابرماس در نظریه‌هایش طنین‌انداز شد و اهمیت تعامل اجتماعی در شکل‌گیری خود و جامعه را برجسته کرد (تورس^۳، ۲۰۲۱). رویکرد دراماتورژیک گافمن، که بررسی می‌کند که افراد چگونه خود را در زندگی روزمره نشان می‌دهند، دیدگاهی در سطح خرد ارائه می‌کند که تحلیل سطح کلان هابرماس از حوزه عمومی و جهان زندگی را غنی می‌کند (کلی و آرشیبالد^۴، ۲۰۱۹). علاوه بر این، بینش گافمن درباره مدیریت «هویت خراب‌شده»^۵ و ساخت اجتماعی انگ، دریچه‌ای انتقادی ارائه می‌کند که از طریق آن می‌توان پویایی قدرت و نابرابری‌های اجتماعی را که هابرماس در نقد مدرنیته و استعمار جهان زندگی توسط نیروهای

1. Zerubavel

2. Tao

3. Torres

4. Kelly & Archibald

5. Spoiled Identity

سیستمی به آن می‌پردازد، مشاهده کرد (تیلر^۱، ۲۰۱۸). تحقیقات تجربی گافمن دربارهٔ قمار و رفتارهای ریسک‌پذیر، ماهیت تشریفاتی تعاملات اجتماعی را بیشتر نشان می‌دهد که می‌تواند به‌عنوان خرده‌جهان‌هایی از فرآیندهای ارتباطی بزرگ‌تر که هابرماس نظریه‌پردازی می‌کند دیده شود (دافتار آی اس آی، ۲۰۲۲). علاوه بر این، تأثیر گافمن به مطالعه مرگ و مردن گسترش می‌یابد، جایی که دیدگاه تعامل‌گرایانه او به درک مناسک اجتماعی و معانی مرتبط با این تجربیات کمک می‌کند و به موازات علاقهٔ هابرماس به ابعاد اخلاقی و وجودی زندگی انسانی است (روگان-سوفر^۲، ۲۰۲۲). کار گافمن دربارهٔ ارائهٔ خود و استفادهٔ استراتژیک از ارائهٔ خود در تعاملات اجتماعی همچنین بینش‌های ارزشمندی را دربارهٔ جنبه‌های اجرایی ارتباط ارائه می‌دهد که در نظریهٔ کنش ارتباطی هابرماس مرکزی است (شیهه و بارت^۳، ۲۰۱۶). درنهایت، رویکرد بوم‌شناختی و تکامل‌گرای گافمن به فرآیندهای تعاملی نقش‌آفرینی و رقابتی، بعد ساختاری را ارائه می‌دهد که تمرکز هابرماس بر تعامل بین عاملیت و ساختار در نظریهٔ اجتماعی را تکمیل می‌کند (کلی و آرشیبالد، ۲۰۱۹).

او در تحلیل خود از مشکلات مشروعیت در سرمایه‌داری متأخر^۴ که در سال ۱۹۷۳ منتشر شد، از مفهوم نهاد کل (البته بدون اشاره به نام گافمن) برای توصیف اصول سازمانی اجتماعی که ویژگی اولیهٔ جوامع را نشان می‌دهد، استفاده کرد؛ اما زمان انتشار اثر تأثیرگذارش نظریهٔ کنش ارتباطی بود که هابرماس به‌شکلی یک‌پارچه به‌صراحت به عناصر تفکر گافمن اشاره کرد. او این کار را عمدتاً در بحث خود از چهار مفهوم کنش متفاوت (الهیاتی، هنجاری تنظیم‌شده، نمایشی و ارتباطی) انجام داد. با توجه به فرمول‌بندی کنش دراماتورژیک، هابرماس به‌صراحت به کار گافمن اشاره می‌کند:

-
1. Tyler
 2. Rogan-Sofer
 3. Scheibe & Barrett
 4. Legitimations probleme im Spätkapitalismus

از منظر کنش‌های دراماتورژیک، کنش اجتماعی را به‌عنوان برخوردی می‌فهمیم که در آن شرکت‌کنندگان برای یک‌دیگر عمومی قابل مشاهده را تشکیل می‌دهند و برای یک‌دیگر [نمایش] اجرا می‌کنند. «برخورد» و «عملکرد» مفاهیم کلیدی هستند. اجرای یک گروه نمایشی جلوی چشم سوم شخص فقط یک مورد خاص است. پرفورمنس بازیگر را قادر می‌سازد تا خود را به شیوه‌ای خاص به مخاطبانش نشان دهد: در به نمایش گذاشتن چیزی از ذهنیت خود، او دوست دارد به شیوه‌ای خاص توسط مردمش [و مخاطبانش] دیده شود (هابرماس، ۱۹۸۴، ص ۹۰).

به این ترتیب، بررسی گافمن از کنش نمایشی در کار ساخت نظریه عمده‌ای که به توسعه عقلانیت ارتباطی خاص مربوط می‌شود که ممکن است به‌عنوان ابزاری برای ایجاد هنجارها عمل کند، گنجانده می‌شود. این ادغام کاملاً طبیعی است، با توجه به این واقعیت که هابرماس و گافمن درواقع منافع مشترکی در تعاملات ارتباطی افراد دارند. با این حال، هابرماس یک خوانش تا حدی یک‌طرفه از مدل دراماتورژیک گافمن ارائه می‌کند؛ زیرا به نظر می‌رسد که او عنصر دستکاری اطلاعات و بدبینی را که توسط گافمن در بازیگر نقش‌آفرین شناسایی شده است، بیش از حد برجسته می‌کند. بنابراین، وقتی هابرماس (۱۹۸۴، ص ۹۳) بیان می‌کند که «مدل کنش گافمن، کنش مد نظر او را در ارتباط با جهان اجتماعی در نگرش هنجار-سازگارانه پیش‌بینی نمی‌کند»، به نظر می‌رسد که هابرماس از یک بعد مهم کار گافمن غفلت می‌کند. نه تنها گافمن در کتاب ارائه خود در زندگی روزمره (که تنها منبعی از گافمن است که هابرماس به‌صراحت از آن استفاده می‌کند) نشان می‌دهد که فرد نقش‌آفرین درواقع جنبه اخلاقی دارد و این تعامل درواقع نیازمند به همکاری است؛ اما بعداً در «آیین تعامل» به این نکته نیز اشاره می‌کند که تعاملات روزمره ما موفقیت‌آمیز است و در موقعیت‌ها خراب نمی‌شود؛ زیرا ما طبق قوانین تشریفاتی و هنجاری خاصی زندگی می‌کنیم و از آنها پیروی می‌کنیم. چنین خوانشی از گافمن که در هابرماس دیده می‌شود، درواقع

باعث واکنش مفسران گافمن شده است. بنابراین، جیمز کریس^۱ (b۱۹۹۵، ص ۵۶۲) اظهار داشت که «آنچه هابرماس و سایر متفکران اجتماعی زیرک نتوانسته‌اند به وضوح درک کنند این است که اگرچه همهٔ ارائه‌های فریبده، صحنه‌سازی می‌شوند؛ اما همهٔ ارائه‌های صحنه‌ای، فریبده یا برای مبهم‌سازی یا تحریف نیستند». در مجموع، مجموعهٔ آثار غنی و چندوجهی گافمن، درک بنیادی از فرآیندهای سطح خرد تعامل اجتماعی را ارائه می‌دهد که به‌طور قابل توجهی چهارچوب نظری گسترده‌تر هابرماس را دربارهٔ ارتباطات، عقلانیت و یک‌پارچگی اجتماعی آگاه و تقویت می‌کند.

۴.۴. نیکلاس لومان

کمک‌های گستردهٔ اروینگ گافمن به جامعه‌شناسی، به‌ویژه تمرکز او بر ابعاد خرد جامعه‌شناختی، تأثیر عمیقی در زمینه‌های مختلف، از جمله آثار نیکلاس لومان، داشته است. تحلیل گافمن از تعاملات زندگی روزمره و اهمیت برخوردهای رودررو با نظریهٔ سیستم‌های لومان، که بر پیچیدگی و ماهیت خودارجاعی سیستم‌های اجتماعی تأکید دارد، طنین‌انداز می‌شود. کار گافمن دربارهٔ جامعه‌شناسی انحراف و خود و همچنین کاوش او در قاب‌ها و گفتار، بینش‌های ارزشمندی را دربارهٔ مکانیسم‌های نظم اجتماعی و ارتباطات، که در نظریهٔ لومان مرکزی هستند، ارائه می‌دهد (روگان-سوفر، ۲۰۲۲؛ یاکوبسن و کریستینسن، ۲۰۱۵). علاوه بر این، تأثیر گافمن به مطالعهٔ سلامت و بیماری گسترش می‌یابد، جایی که مفاهیم انگ و مدیریت هویت او در درک پویایی‌های خرد زندگی اجتماعی در زمینه‌های پزشکی، همسو با علاقهٔ لومان به عملکرد و ساختار سیستم‌های اجتماعی، محوری بوده است (ویالویوس-آنتونز، ۲۰۲۲). رویکرد روش‌شناختی گافمن، که با تحلیل قیاسی و تمرکز بر پدیده‌های روزمره به جای پدیده‌های عجیب و غریب مشخص می‌شود، با ارائهٔ بررسی دقیق تعاملات سازندهٔ سیستم‌های اجتماعی، نظریهٔ سیستم‌های لومان را تکمیل می‌کند (زروبول، ۲۰۲۲). علاوه بر این، کار گافمن دربارهٔ قمار به عنوان استعاره‌ای برای کنش اجتماعی و ریسک‌پذیری می‌تواند پیش‌درآمدی برای کاوش لومان دربارهٔ ریسک و اعتماد در

1. James Chriss

2. Villalobos-Antúnez

سیستم‌های اجتماعی در نظر گرفته شود (دافتار آی اس آی، ۲۰۲۲). دراماتورژی بوم‌شناختی گافمن، که عناصر رقابت، موقعیت و قدرت را در تعاملات اجتماعی ادغام می‌کند، همچنین با تحلیل لومان از تمایز و پیچیدگی سیستم‌های اجتماعی موازی می‌شود (کلی و آرشیبالد، ۲۰۱۹). تأثیر گافمن بر تفکر آموزشی، به‌ویژه تأکید او بر کسب اصیل شایستگی‌های فردی و اجتماعی، با دیدگاه‌های لومان درباره نقش آموزش در نظام‌های اجتماعی همسو می‌شود (قارا^۱، ۲۰۲۴). سرانجام، میراث گافمن در مطالعات ارتباطی، جایی که کار او به‌عنوان دریچه‌ای برای مشاهده الگوهای اجتماعی عمل می‌کند، نظریه سیستم‌های لومان را با ارائه یک تحلیل در سطح خرد از فرآیندهای ارتباطی تکمیل می‌کند (وینکین و لیدز-هورویتز^۲، ۲۰۱۳).

لومان در کتاب «اعتماد و قدرت»^۳ که پیشرو تعدادی از کتاب‌های اساسی بعدی او درباره نظریه سیستم‌هاست، تلاش می‌کند تا چگونگی ظهور پدیده‌هایی مانند «اعتماد» و «اطمینان» در جوامع متفاوت و پیچیده را نشان دهد. او استدلال می‌کند که اعتماد و اطمینان، جنبه‌های اساسی تعامل اجتماعی، ویژگی‌های ذاتی انسان نیستند؛ بلکه از طراحی سیستم‌های اجتماعی بیرون می‌آیند. لومان جوامع را سیستم‌هایی پیچیده می‌بیند. این سیستم‌ها شامل بخش‌های متقابل (افراد، نهادها، هنجارها) هستند که بر رفتار یکدیگر تأثیر می‌گذارند. لومان استدلال می‌کند که اعتماد و اطمینان، ویژگی‌های ذاتی انسان نیستند؛ بلکه از طراحی سیستم‌های اجتماعی پدید می‌آیند. نحوه ساختار یک سیستم -قوانین، هنجارها و مکانیسم‌های اجرایی آن- نحوه توسعه اعتماد و اطمینان در آن جامعه را شکل می‌دهد. سیستمی با قراردادهای حقوقی قوی و حقوق مالکیت ممکن است اعتماد را از راه انتظارات روشن و توافق‌نامه‌های قابل اجرا تقویت کند. همچنین، سیستمی که بر پایه پیوندها و تعهدات اجتماعی قوی بنا شده است ممکن است از طریق احساس هویت مشترک و فشار اجتماعی برای همکاری، اطمینان ایجاد کند (لومان، ۱۹۷۹). در بخش اصلی، سهم گافمن در اینجا، تحلیل‌های دقیق و ظریف و مثال‌هایی از روش‌هایی است که افراد به یکدیگر کمک می‌کنند

1. Gara

2. Winkin & Leeds-Hurwitz

3. Trust and Power

تا چهره خود را حفظ کنند و تعامل را ادامه دهند. در اینجا اعتماد ضروری است اگر تعامل قرار نیست از بین برود. در لومان، این اعتماد تعاملی به ترتیب به اعتماد شخصی و اعتماد به سیستم‌ها تقسیم می‌شود. اعتماد شخصی را می‌توان به این صورت در نظر گرفت که آیا افراد به نظر الهام‌بخش و قابل اعتماد هستند یا خیر. در لومان، این اعتماد تا حد زیادی بر این است که آیا افراد در ارائه خود موفق هستند یا خیر. از نقل قول زیر به نظر می‌رسد که برداشت لومان از ارائه خود بر مبنای تفکر گافمن استوار است:

مردم و نظام‌های اجتماعی، همان‌طور که قبلاً نشان دادیم، در ارائه خود تلاش می‌کنند تا تصویری ثابت از خود ترسیم کنند و آن را از نظر اجتماعی پذیرفته کنند. از آنجایی که سایر افراد و سیستم‌های اجتماعی نیز به ایجاد توقعات قابل اعتماد در مورد افراد اطراف خود علاقه‌مند هستند، با دیدن آنها به عنوان هویت‌های ماندگار، در تعامل اجتماعی نوعی زبان بیانی ایجاد می‌شود که می‌تواند اعمال را به افراد یا سیستم‌های اجتماعی، و نه تنها به صورت علی درواقع؛ بلکه به‌طور نمادین، به عنوان بیان‌کننده ماهیت آنها، به خود آنها نسبت دهند (لومان، ۱۹۷۹، ص ۸۲).

بنابراین، به عقیده لومان، این اعتماد، چه شخصی و چه آن چیزی که در سیستم‌های انتزاعی نمایش داده می‌شود، به کاهش پیچیدگی در جامعه کمک می‌کند. علاوه بر این، لومان از تفکر گافمن درباره بی‌اعتمادی و فریب نمایش داده شده در تعامل استراتژیک استفاده می‌کند. بنابراین، ممکن است بیان شود که گافمن با ارائه جوهره جامعه‌شناختی به سطح خرد، در تحلیل ضرورت اعتماد برای همه انواع نظام‌های اجتماعی، عناصر اصلی در بحث اعتماد لومان را مشروعیت می‌بخشد و لومان به‌طور گسترده از تعداد زیادی از آثار گافمن استفاده می‌کند.

در کار سیستمی-نظری گسترده لومان، در کتاب سیستم‌های اجتماعی^۱ (۱۹۹۵)، تفکر گافمنی نیز وجود دارد. در اینجا، مأموریت لومان کاملاً متفاوت است؛ زیرا در اینجا است که افکار انتزاعی‌تر

درباره خودمختاری^۱، مشاهده، و رشته‌های ارتباطی حاکم است و باید مبنای یک جامعه‌شناسی عمومی را ایجاد کند که بتواند با همه زمینه‌های اجتماعی قابل تصور مرتبط باشد و آن را تحلیل کند. در اینجا، یک موازنه قوی بین ایده گافمن از نظم کنش متقابل و مفهوم لومان از سیستم‌های کنش متقابل به عنوان نوع خاصی از سیستم اجتماعی وجود دارد. گافمن همچنین نقش خاصی را در فرمول‌بندی لومان از مفاهیم «شمول» و «حذف» ایفا می‌کند؛ زیرا در اینجا، لومان مستقیماً به مفهوم گافمن از نهادهای کل اشاره می‌کند. به عقیده لومان، در جوامع طبقه‌بندی‌شده، نهادهای کل نقشی را ایفا می‌کنند که شامل افرادی می‌شود که توسط جامعه طرد شده‌اند (مورتسن^۲، ۲۰۰۰، ص. ۹۸). نظر گافمن همچنین، هر چند به طور خلاصه، درباره این ایده لومان است که یک عمل همیشه کنشی است که معطوف و در رابطه با درک دیگران است. اینکه یک کنش همواره «برای شما»، «علیه شما» یا «در مقابل شما» صورت می‌گیرد (لومان، ۱۹۹۵، ص ۱۳۰). در پایان لازم به ذکر است که لومان در واقعیت رسانه‌های جمعی از مفاهیم گافمن از اشیاء و قاب‌ها و لومان از استعاره بازی برای درک سرگرمی استفاده می‌کند.

ممکن است اضافه شود که ارتباط بین گافمن و لومان کاملاً آشکار است. هر دو عمیقاً به ارتباطات علاقه‌مند هستند: گافمن به فرآیندهای ارتباطی که خود افراد آن را ایجاد و حفظ می‌کند، لومان در فرآیندهای ارتباطی در انواع مختلف سیستم‌ها. در نهایت، ممکن است گفته شود که لومان تا حدودی یکی از تحلیل‌هایی را که گافمن آغاز کرده است ادامه می‌دهد: پیوند بین سطح کلان جامعه و تعاملات روزمره (لومان، ۱۹۹۵، فصل ۱۰). علاوه بر این، با بررسی رابطه گافمن-لومان، تصادفی قابل توجه است که مفهوم‌سازی تا حدی مبهم گافمن از رابطه بین نظم تعامل و ساختارهای اجتماعی در واقع دارای ویژگی‌های سیستمی-نظری روشنی بود. گافمن از اصطلاح «همبستگی سست»^۳ استفاده کرد که ممکن است نشان‌دهنده سطحی از الهامات نظری سیستم باشد

1. Autopoiesis

2. Mortensen

3. Loose Coupling

(به احتمال زیاد در آثار گرگوری بیتسون^۱ یافت می‌شود که اتفاقاً الهام‌بخش لومان نیز بود). به طور کلی، مشارکت‌های نظری و نوآوری‌های روش‌شناختی غنی گافمن، چهارچوبی بنیادی ارائه کرده است که به طور قابل توجهی بر نظریه سیستم‌های نیکلاس لومان تأثیر گذاشته و درک ما از پیچیدگی و پویایی سیستم‌های اجتماعی را افزایش داده است.

۵.۴. پیر بردیو

اروینگ گافمن و پیر بردیو، اگرچه عمیقاً بر یکدیگر تأثیر مستقیم نداشتند؛ اما احترام متقابل و تعهدی به کار تجربی و جامعه علمی بین‌المللی داشتند که سطح معینی از تبادل فکری را بین آنها تسهیل کرد (کده،^۲ ۲۰۲۲). تصمیم بردیو برای ترجمه هفت کتاب گافمن به فرانسوی بر تأثیر قابل توجهی که کار گافمن بر او گذاشته بود تأکید می‌کند و گافمن را تبدیل به پرتترجمه‌ترین دانشمند علوم اجتماعی آمریکای شمالی در فرانسه در نیمه دوم قرن بیستم می‌کند (کده، ۲۰۲۲). تمرکز خرد جامعه‌شناختی گافمن، به‌ویژه کاوش او در تعاملات اجتماعی و ارائه خود، چهارچوب مفهومی غنی را فراهم کرد که بردیو می‌توانست از آن استفاده کند؛ حتی اگر رویکردهای نظری آنها به طور قابل توجهی متفاوت باشد (روگان-سوفر، ۲۰۲۲). تحلیل گافمن از خودگفتاری و تک‌گویی عمومی، همان‌طور که در «اشکال گفت‌وگو» بحث شد، بینش‌هایی را درباره جنبه‌های اجرایی تعاملات اجتماعی ارائه می‌دهد که با علاقه بردیو به ماهیت اجرایی اعمال اجتماعی و نقش عادت در شکل‌دهی این اعمال همسو است. (لومباردیلینو،^۳ ۲۰۲۳). روش ساختاری-برساختی بردیو، که بر تأثیر متقابل بین عاملیت فردی و محدودیت‌های ساختاری تأکید می‌کند، می‌تواند مکمل دیدگاه دراماتورژیک گافمن باشد، جایی که زندگی اجتماعی به عنوان مجموعه‌ای از اجراها در نظر گرفته می‌شود (موستیکاساری^۴ و همکاران، ۲۰۲۳). کار گافمن درباره قمار، که مفهوم «کنش» و آزمایش شخصیت را در سناریوهای ریسک‌پذیر بررسی می‌کند، به موازات کاوش

1. Gregory Bateson

2. Kade

3. Lombardinilo

4. Mustikasari

بوردیو در زمینه‌های اجتماعی و ریسک‌های دخیل در شیوه‌های اجتماعی است و ابعاد اجرایی و استراتژیک زندگی اجتماعی را برجسته می‌کند (دافتار آی اس آی، ۲۰۲۲). اثر مهم گافمن، «ارائه خود در زندگی روزمره»، تأثیری ماندگار بر روان‌شناسی اجتماعی و جامعه‌شناسی داشته است و درکی اساسی از تعامل اجتماعی ارائه می‌کند که با تحلیل‌های بوردیو از اعمال اجتماعی و ساخت واقعیت اجتماعی طنین‌انداز می‌شود (شیبه و بارت^۱، ۲۰۱۶).

اگرچه مواردی فقط به صورت پراکنده بررسی شده است؛ اما ارتباط حرفه‌ای بین کار گافمن و جامعه‌شناس فرانسوی پیر بوردیو وجود داشت. درواقع بوردیو و گافمن ارای؛ مشترکی را در کنفرانس سالانه انجمن جامعه‌شناسی آمریکا در سال ۱۹۸۲ برنامه‌ریزی کرده بودند؛ اما سرطان معده گافمن مانع از آن شد (وینکین^۲، ۱۹۸۳، ص. ۱۰۹).

بنابراین، بوردیو برای گافمن و کمک‌های او به جامعه‌شناسی احترام زیادی قائل بود. احساس ظریف بوردیو از دوگانگی در بازی اجتماعی که از یک سو افراد به دنبال پیشرفت و دستیابی به برتری در زمینه‌های مختلف رقابت اجتماعی از راه انطباق با قوانین بازی در آن زمینه هستند. (و در نتیجه یک عادت خاص ایجاد می‌شود)، و از سویی دیگر، در عین حال بازتولید و تثبیت نظم اجتماعی دارای تشابهات واضحی با گافمن است. در مقاله‌ای که بلافاصله پس از مرگ گافمن منتشر شد، بوردیو با نوشتن متنی به او ادای احترام کرد:

این بینش از دنیای اجتماعی، که شاید بدبینانه به نظر می‌رسید، نگاه مرد خونگرم، صمیمی، متواضع و باملاحظه‌ای بود که شاید به دلیل بی‌حوصلگی عمیق خود نسبت به تمام اشکال معمول تشریفات آکادمیک و شکوه فکری، حساسیت بیشتری نسبت به نمایشی‌بودن زندگی اجتماعی پیدا کرد (بوردیو، ۱۹۸۳، ص ۱۱۳).

با این حال، ارزیابی مثبت بوردیو از کار و دیدگاه گافمن بدون ابهام نبود. بوردیو ضمن تصدیق و قدردانی از حساسیت تجربی و اشتیاق برای انجام مشاهدات مستقیم از جهان اجتماعی، نسبت به سنت کنش متقابل که گافمن به عنوان یکی از شارحان اصلی آن تلقی می‌شد، ملاحظات ابراز کرد. بنابراین، بوردیو در کتاب «دعوت به جامعه‌شناسی بازتابی»^۱ که با همکاری لویک واکوانت^۲ تألیف شد، نسبت به معرفت‌شناسی کنش‌گرایانه ابراز تردید کرد، زیرا به قول بوردیو، شامل کوری خاصی نسبت به ساختارهای قدرت در سطح عینی و کلان است (بوردیو و واکوانت، ۱۹۹۲). طبق نظر بوردیو، گافمن و جامعه‌شناسی کنش‌گرا در درک ابعاد مهم قدرت اجتماعی مانند «خشونت نمادین»^۳ که ممکن است در زبان یا ساختار واقعی کنش متقابل وجود داشته باشد، ناکام هستند. به عقیده بوردیو، افراد در میان «میدان‌های»^۴ مختلف حرکت می‌کنند و «عادت»^۵ خود را به ارمغان می‌آورند که براساس فضای اجتماعی اطراف، موقعیت مشخص آنها در حوزه مورد نظر و میزان «سرمایه»^۶شان شکل می‌گیرد. بنابراین، عادت، تجسم الگوهای تولید شده و بازتولید شده تاریخی از روابط بین این مسیرهای اجتماعی است که به افراد تمایلات خاصی برای کنش می‌دهد که در تعاملات اجتماعی بیان می‌شود؛ به عبارت دیگر از نظر بوردیو، کنش متقابل و منش افراد عمدتاً تجلی ساختار جامعه است. از سوی دیگر، از نظر گافمن، در تعامل واقعی، در ملاقات عینی بین افراد است که جنبه اجتماعی آشکار می‌شود - تقریباً بدون تاریخ یا نتایج گذشته. درحالی‌که بوردیو یک شکل‌دهی و تعریف پیش‌فرض از برخوردهای انسانی را فرض می‌کرد، گافمن در عوض به سمت آنی‌بودن و بی‌شرط بودن موقعیت گرایش داشت و بنابراین اولی ساختارگراتر است؛ درحالی‌که دومی نمایانگر دیدگاهی کاملاً متقابل است. به گفته گافمن (۱۹۸۳، a، ص. ۱۱) بین کنش‌های متقابل و ساختارهای اجتماعی یک «همبستگی سست» وجود دارد، درحالی‌که در

1. An Invitation to Reflexive Sociology
2. Loïc Wacquant
3. Symbolic violence
4. Fields
5. Habitus
6. capital

بوردیو، این ساختارها از طریق عادت در ذهن افراد و اعمال آنها جاسازی می‌شوند. بوردیو در یکی از آخرین کتاب‌هایش، «سلطه مردانه»^۱ (۱۹۹۸) به‌طور مستقیم از برخی از بینش‌های پیشگام گافمن و دیگران استفاده کرد. همان‌طور که در عنوان آن مشخص است، این کتاب توضیح می‌دهد که چگونه ساختارهایی که باعث می‌شوند یک جنسیت بر جنس دیگر تسلط یابد، ظاهراً در جامعه ما بازتولید می‌شوند و به آگاهی، اعمال و گفتمان‌های ما شکل می‌دهند. در اینجا نظریه گافمن درباره روابط جنسیتی وارد عمل می‌شود و در چند مورد بوردیو اشاره می‌کند که چگونه تفکر پشت «تشریفات زنانگی»^۲ (گافمن، ۱۹۷۷c) ممکن است برای روشن کردن برخی از موارد نابرابری‌های جنسیتی در جامعه مدرن استفاده شود. به عقیده بوردیو، این نابرابری‌ها ساختارهای اجتماعی‌ای هستند که مردان را به‌عنوان محافظ و سرپرست و زنان را موجوداتی ظریف و مطیع توصیف می‌کنند (بوردیو، ۱۹۹۸، ص ۸۶). به عبارت دیگر، این مسئله تفاوت در عادت به خودی خود نیست؛ بلکه بیشتر مربوط به تفاوت در «طرحواره‌های جنسیتی»^۳ است که به‌طور تاریخی از نهادهای مختلف اجتماعی مانند خانواده، کلیسا، دولت، مدرسه و غیره ایجاد شده است. بنابراین، درحالی‌که بوردیو و گافمن در چهارچوب‌های نظری متفاوتی عمل می‌کردند، تلاقی‌های کار آنها تأثیر متقابلی را آشکار می‌کند که حوزه جامعه‌شناسی را، به‌ویژه در مطالعه تعاملات اجتماعی، هویت و جنبه‌های اجرایی زندگی اجتماعی غنی‌تر کرده است.

۴.۶. جامعه‌شناسی عواطف

کار گافمن، به‌ویژه مفهوم او از «نظم تعامل»، بر اهمیت احساسات در تعاملات اجتماعی تأکید می‌کند. تحلیل او از احساسات، اگرچه گاهی اوقات به‌عنوان تمرکز بر جنبه‌های اجرایی ماهیت انسان تلقی می‌شود؛ اما درواقع احساسات را به‌عنوان عنصری حیاتی از زندگی اجتماعی ادغام می‌کند. برای مثال، کاوش گافمن درباره تعاملات ناخوشایند و سرخوشانه، خجالت، و بیگانگی از تعامل، درک دقیق او از پویایی‌های عاطفی در زمینه‌های اجتماعی را برجسته می‌کند (روگان-

1. Masculine Domination

2. The Ritualization of Femininity

2. Gender Schemata

سوفر، ۲۰۲۲). علاوه بر این، ایده های گافمن به طور قابل توجهی بر جامعه‌شناسی پزشکی تأثیر گذاشته است، به ویژه در درک انگ مرتبط با سلامت و مدیریت هویت‌های خراب شده. مفاهیم او در مطالعات مربوط به انگ تجربه شده توسط مراقبین بیماران آلزایمر و مذاکره درباره هویت‌های بی اعتبار در زمینه چاقی مفید بوده است (ویالوبوس-آنتونز، ۲۰۲۲). تحلیل گافمن از انگ، که شامل تخصیص نمادین نقش‌های انحرافی و درونی سازی این نقش‌هاست، پیامدهای احساسی انگ‌زنی اجتماعی و شکل‌گیری هویت را بیشتر نشان می‌دهد (تورنتون^۱، ۲۰۲۳). علاوه بر این، تأکید گافمن بر تجسم انسان در تعاملات اجتماعی نشان می‌دهد که چگونه حضور و ادراک بدنی با بیان عاطفی و مدیریت تأثیر در هم تنیده شده‌اند و احساسات را به جنبه مرکزی حفظ «چهره» اجتماعی و مدیریت آسیب‌پذیری تبدیل می‌کنند (ایتوی^۲، ۲۰۲۲). کار او همچنین بر جامعه‌شناسی بصری تأثیر گذاشته است. به ویژه از طریق تحلیل او از بازنمایی‌های جنسیتی در تبلیغات که نشان می‌دهد چگونه تصاویر بصری به بازتولید احساسات جنسیتی و ساختارهای اجتماعی کمک می‌کنند (پرستویچ^۳، ۲۰۲۲). رویکرد روش‌شناختی گافمن، که با «تخیل قیاسی» و تمرکز بر تعاملات روزمره مشخص می‌شود، جامعه‌شناسان را برانگیخته است تا الگوهای اجتماعی عمومی و تشابه‌های عاطفی را در زمینه‌های مختلف شناسایی کنند (زروباول، ۲۰۲۲). علی‌رغم برخی انتقادات و ماهیت در حال تحول تحقیقات جامعه‌شناختی، میراث گافمن همچنان ادامه دارد و مفاهیم او بازنگری شده و با مطالعات معاصر در زمینه‌های مختلف، از جمله مطالعات مرگ و روابط بین‌الملل که بینش‌های او درباره جنبه‌های عاطفی زندگی اجتماعی همچنان مرتبط است، تطبیق داده می‌شود (استیل^۴، ۲۰۲۱؛ روگان-سوفر، ۲۰۲۲).

بنابراین، بسیاری از کارهای گافمن در ادغام احساسات و عواطف در نظریه جامعه‌شناختی پیشگام بود و بدیهی است که کار او درباره پویایی تعاملی و عملکرد اجتماعی احساسات، دری را

-
1. Thornton
 2. Itoi
 3. Prestwich
 4. Steele

به سوی یک زیرشاخه جامعه‌شناختی باز کرده است: جامعه‌شناسی عواطف. دراماتورژی گافمن و همچنین نوشته‌های او درباره تشریفات اجتماعی به بررسی این موضوع می‌پردازد که چگونه مدیریت احساس خجالت و شرم^۱ بخشی جدایی‌ناپذیر از تعاملات زندگی روزمره افراد را تشکیل می‌دهد. با تکیه بر این بینش‌ها، محققان جامعه‌شناسی مانند توماس جی. شف، راندال کالینز، و آرلی آر. هوچشیلد^۲، افکار گافمن را به زیرشاخه‌ای جدید جامعه‌شناختی که از جمله بر مدیریت هیجان تمرکز دارد، توسعه و گسترش داده‌اند. شف^۳ (۲۰۰۵) با خواندن گافمن به عنوان یک کنش متقابل نمادین در خط کولی، توجه را به دو جنبه اصلی کار خود معطوف کرده است: (۱) تحلیل فرآیند زندگی در ذهن دیگران (آگاهی مشترک) و (۲) چگونگی این فرآیند باعث ایجاد احساسات می‌شود. همان‌طور که شف اشاره کرده است، فرد در بسیاری از کارهای گافمن دائماً به جایگاه خود در چشمان دیگران متوجه و پاسخگو است که متضمن حالات کم و بیش ثابتی از احساسات او مانند خجالت است. افراد در تعاملات زندگی روزمره نگران این هستند که چهره خود را از دست ندهند یا در نهایت با یک خود بی‌اعتبار و در نتیجه با احساس شرمندگی مواجه نشوند. تعامل‌گرایان اولیه مانند کولی این را تصدیق کردند؛ اما به گفته شف، گافمن فراتر از کولی رفت و چگونگی مدیریت احساسات مربوط به این فرآیند را بررسی کرد:

اگرچه گافمن درباره گزینه غرور حرفی برای گفتن ندارد؛ اما مثال‌های او نشان می‌دهد که بازیگران معمولاً شرم/خجالت را منفعلانه نمی‌پذیرند؛ در عوض سعی می‌کنند در صورت امکان با اجتناب از آن، آن را مدیریت کنند. بیشتر احتمالات خجالت/شرمی که مثال‌های گافمن کشف می‌کنند مربوط به وقوع واقعی احساسات نیست؛ بلکه پیش‌بینی‌ها و مدیریت براساس این پیش‌بینی‌ها است (شف، ۲۰۰۵، ص ۱۵۹).

-
1. The Management of Feelings of Embarrassment and Shame
 2. Hochschild
 3. Scheff

به نظر شف، مدیریت عواطف افراد از نظر حفظ نظم اجتماعی کارکردی حیاتی دارد. شف (۱۹۹۰، ۲۰۰۶) پیشنهاد می‌کند که حفظ پیوندهای اجتماعی از راه کار پیوند یک فعالیت اساسی انسانی است. در زندگی روزمره، افراد برای حفظ پیوندهای اجتماعی عادی از طریق شناسایی و تأیید چهره یکدیگر تلاش می‌کنند. از آنجایی که عدم شناخت ممکن است منجر به احساس طردشدن و خجالت شود، چنین احساساتی باید محرک‌های مهمی برای انطباق با هنجارهای اجتماعی و استانداردهای موقعیتی در نظر گرفته شوند.

از دیدگاهی دیگر، به گفته آرلی آر. هوچشیلد، بیشتر تحلیل‌های گافمن بر آنچه که او بازیگری سطحی^۱ می‌نامد، متمرکز است؛ یعنی نوعی از بازیگری که در برابر تماشاگران اجرا می‌شود و به این معناست که شخص اول به نفع تماشاگر عمل می‌کند. بنابراین، کنش سطحی شامل مدیریت و کنترل عبارات (عاطفی) در موقعیت‌های اجتماعی می‌شود؛ اما این مدیریت، به گفته هوچشیلد، زیر سطح فرد نمی‌رود. بنابراین، از نظر هوچشیلد، گافمن به شیوه‌هایی که افراد واقعاً احساسات خود را کنترل می‌کنند و اینکه چگونه موقعیت‌های اجتماعی این کنترل احساس را محدود می‌کنند، توجهی نمی‌کند. هوچشیلد با پرداختن به این نقص ادعایی در کار گافمن، اصطلاح بازیگری عمیق^۲ را برای توصیف فرآیندی پیشنهاد می‌کند که طی آن افراد احساسات را در خود کنترل یا القا می‌کنند و براساس این احساسات عمل می‌کنند. در این دیدگاه، افراد ممکن است احساسات خود را دستکاری کنند تا در موقعیت‌های اجتماعی «معتبر» عمل کنند. با این حال، این کاملاً یک پروژه درونی نیست؛ زیرا احساسات افراد باید با هنجارها و قراردادهای اجتماعی که در موقعیت اجتماعی اعمال می‌شود، همسو باشد. هوچشیلد (۱۹۸۳) این فیلمنامه‌های احساسی موقعیتی را قوانین احساسی^۳ نامید؛ زیرا آنها احساس تعهدی را القا می‌کنند که کار عواطف را هدایت می‌کند. علاوه بر این، هوچشیلد در بررسی چگونگی توزیع نابرابر احساسات در جامعه از ایده‌های گافمن درباره عدم تقارن‌های قدرت متقابل پیروی می‌کند؛ زیرا معمولاً از افراد با موقعیت اجتماعی پایین‌تر

1. Surface Acting
2. deep acting
3. Feeling Rules

انتظار می‌رود که احساسات خود را مدیریت کنند، به‌ویژه در تماس‌هایشان با افراد دارای موقعیت بالاتر و علاوه بر این، او نشان داده است که چگونه چنین عدم تقارن‌ها اغلب بخش‌های یکپارچه مشاغل در صنعت خدمات هستند:

زمانی که قوانینی دربارهٔ چگونگی احساس و ابراز احساسات توسط مدیریت تعیین می‌شود، زمانی که کارگران از حقوق ضعیف‌تری نسبت به مشتریان برای ادب و احترام برخوردار هستند، زمانی که بازیگری عمیق و سطحی شکلی از کار است که باید فروخته شود و زمانی که ظرفیت‌های خصوصی برای همدلی و ایجاد صمیمیت برای استفاده‌های شرکتی به کار گرفته می‌شود، نحوهٔ ارتباط شخص با احساسات یا چهره‌اش چه می‌شود؟ وقتی صمیمیت ابزار کار خدماتی می‌شود، شخص از احساساتش چه چیزی می‌تواند دربارهٔ خود بیاموزد؟ (هوچشیلد، ۱۹۸۳، ص. ۸۹).

بنابراین، هوچشیلد با بسط ایده‌های گافمن، نشان می‌دهد که چگونه احساسات و عواطف ممکن است تجاری شوند و به‌عنوان کالا فروخته شوند و چگونه چنین استفاده‌ای از احساسات سلسله مراتب اجتماعی را منعکس می‌کند و سنگین‌ترین بار عواطفی را بر دوش افراد در موقعیت‌های فرعی قرار می‌دهد. به‌طور کلی، کار گافمن یک چهارچوب نظری غنی برای درک تأثیر متقابل بین احساسات و تعاملات اجتماعی فراهم می‌کند و مشارکت او را در جامعه‌شناسی احساسات ضروری می‌سازد (یاکوبسن و اسمیت^۱، ۲۰۲۲).

۴.۷. دیگر حوزه‌ها

برخی از مهم‌ترین و برجسته‌ترین ویژگی‌های آثار گافمن – علی‌رغم اینکه شاید تصور شود متعلق به یک زمان و زمینهٔ اجتماعی-فرهنگی خاص (جامعهٔ آمریکایی در دههٔ ۱۹۵۰ تا اوایل دههٔ ۱۹۸۰) باشند و برای یک رشتهٔ دانشگاهی خاص (جامعه‌شناسی) نگارش شده‌اند – شاید بی‌زمان‌بودن و نسبی‌بودن آنها باشد: یعنی پتانسیل آنها برای استفاده حتی در زمان‌ها و مکان‌هایی

دور از مبدأ نگارششان - یا تطبیق‌پذیری آنها: یعنی پتانسیل آنها برای استفاده از آنها در ارتباط با مطالعات مناطق دور از کاربرد اصلیشان- و یا انعطاف‌پذیری آنها: یعنی توانایی آنها در کشیده شدن و زاویه‌دار شدن برای تناسب با طیف وسیعی از تنظیمات موقعیتی، برنامه‌های تحقیقاتی و دیدگاه‌های نظری مختلف. درحالی‌که فهرست آثار خود گافمن یک‌بار برای همیشه پس از مرگش ثابت می‌ماند؛ اما آثار گافمن همچنان در مکان‌های بسیاری در سراسر جهان استفاده می‌شوند. این امر به‌ویژه در عصر اینترنت، زمانی‌که بسیاری از متون جدید با سرعتی سیل‌آسا منتشر می‌شوند، صادق است.

برای ارائه چند نمونه گویا از این بی‌زمانی، تطبیق‌پذیری و انعطاف‌پذیری آثار گافمن، در ادامه مثال‌هایی می‌آوریم. دیدگاه کلی گافمن و همچنین دستگاه مفهومی خاص‌تر او در زمینه‌های مختلف پژوهشی استفاده شده است، از جمله تحلیل بعد دراماتورژیک مبارزات ریاست جمهوری بوش در مقابل کری (براون^۱، ۲۰۰۵)، مدیریت تأثیر اعضای نخبگان قدرت آمریکا از راه نمایش «همسران عمومی» آنها (گیلسپی^۲، ۱۹۸۰)، مدیریت تأثیر ظریف و سازماندهی رفتار مدیران تشیع جنازه (ترنر و ادگلی^۳، ۱۹۷۶)، مدیریت تأثیر در هتل ریتز-کارلتون (دیلارد^۴، براونینگ^۵، سیتکین و ساتکلیف^۶، ۲۰۰۰). «نمایش‌های بی‌شرمانه» رقصندگان پیش‌خدمت در کلوپ‌های برهنه (سیجواد^۷، ۱۹۹۵)، کار چهره کودکان مهدکودک (هچ^۸، ۱۹۸۷)، مدیریت تأثیر پس از آزمایش «ذرات» و «بمب‌افکن‌ها» (آلباس و آلباس^۹، ۱۹۸۸)، تجزیه و تحلیل رابطه بین انسان و حیوانات خانگی همراه آنها (سرمیکانیک^{۱۰}، ۲۰۰۴) و همچنین سایر حیوانات همراه مانند کبوتر (جرولماک^{۱۱}،

1. Brown
2. Gillespie
3. Turner & Edgley
4. Dillard
5. Browning
6. Sitkin, & Sutcliffe
7. Sijuwade
8. Hatch
9. Albas & Albas
10. Sarmicanic
11. Jerolmack

۲۰۰۴)، کار هویتی درگیر در نوشتن آگهی ترحیم (بونسو^۱، ۲۰۰۷)، الگوهای تعامل بین بیماران در محیط بیمارستان (آلبوم^۲، ۲۰۱۰)، قمار قانونی (کاسگریو^۳، ۲۰۰۸)، اخلاق مشاهده طبیعت‌گرایانه در بین دانشجویان کارشناسی ارشد (مک دونالد^۴، هیگینز^۵ و شوکر^۶، ۲۰۰۸)، فرآیندهای تعامل مشارکتی در ریاضیات مدرسه ابتدایی (برانت و تاتسیس^۷، ۲۰۰۹)، تجربیات و عواطف شرکت‌کنندگان در رویدادهای صحنه‌سازی شده (نلسون^۸، ۲۰۰۹)، نمایش جنسیت در مکان‌های عمومی (گاردنر^۹، ۱۹۸۹)، ورزش به‌عنوان آیین (بیرل^{۱۰}، ۱۹۸۱)، تجربیات در خانه‌های سالمندان در اسلوونی (مالی^{۱۱}، ۲۰۰۸)، تمرین‌های آموزش نمایشی (براون^{۱۲}، ۲۰۰۳)، ارائه خود سیاسی در زندگی عمومی (الیاسوف^{۱۳}، ۱۹۹۰)، حفظ چهره و حفظ نظم اجتماعی در مراسم مذهبی (دانلی و رایت^{۱۴}، ۲۰۱۳)، بهبودی پس از مصرف مواد مخدر (نیل^{۱۵}، نلتون^{۱۶} و پیکرینگ^{۱۷}، ۲۰۱۱)، توسعه نظریه روابط عمومی (جانسون^{۱۸}، ۲۰۰۷)، نظریه روابط بین‌الملل (شیملفننیک^{۱۹}، ۲۰۰۲)، القای شرم، مدیریت شرم و اجتناب از شرم (گاردنر و گرونفین^{۲۰}، ۲۰۰۵)، زندگی خانوادگی

1. Bonsu
2. Album
3. Cosgrave
4. McDonald
5. Higgins
6. Shuker
7. Brandt & Tatsis
8. Nelson
9. Gardner
10. Birrell
11. Mali
12. Brown
13. Eliasoph
14. Donnelly & Wright
15. Neale
16. Nettleton
17. Pickering
18. Johansson
19. Schimmelfennig
20. Gardner & Gronfein

(کولت و چایلدز^۱، ۲۰۰۹)، شهرت و اعتبار شرکتی (وایت و هانسون^۲، ۲۰۰۲)، ارتباطات بدنی (هیلمن^۳، ۱۹۷۹)، تجربیات اجتماعی محکومان رانندگی در حین مستی (گونزالس^۴، ۱۹۹۳)، انگ خانواده‌های کودکان با مشکلات شدید پزشکی (کارنوال^۵، ۲۰۰۷). پویایی ژست فردیت مدرن (هندلر^۶، ۲۰۰۹)، الهیات مدرن و عمل مذهبی (بولتون^۷، ۲۰۰۱)، رفتار مربیان نخبه فوتبال جوانان در طول بازی‌ها (پارتینگتون و کوشیون^۸، ۲۰۱۲)، مبارزات بین بستگان و مدیران در خانه‌های سالمندان (ریچارد^۹، ۱۹۸۶)، تأثیر «فردگرایی جدید» بر خود و تعامل متقابل (برانمن^{۱۰}، ۲۰۱۰)، ظهور نظم تعاملی جدید هم در اینترنت و هم در حرکات بدنی ما در موقعیت‌های ترافیکی روزمره (جنکینز^{۱۱}، ۲۰۱۰)، و درگیری‌های مستاجر و صاحب‌خانه (بوری^{۱۲}، ۲۰۰۴) و همچنین تحلیل کلاسیک گافمن از «تبلیغات جنسیتی» اکنون بارها به روز، بازنگری و مورد انتقاد قرار گرفته شده است (بلکنپ و لئونارد^{۱۳}، ۱۹۹۱؛ بل میلیک^{۱۴}، ۲۰۰۲؛ کانگ^{۱۵}، ۱۹۹۷؛ مک گرگور^{۱۶}، ۱۹۹۵؛ اسمیت^{۱۷}، ۲۰۱۰) و درک و تفسیر او از «انگ» به‌طور مداوم در چندین مطالعه بعدی به‌صورت تجربی و نظری گسترش یافته و پالایش شده است (به‌عنوان مثال، لینک و فیلان^{۱۸}، ۲۰۰۱؛ رنفرو^{۱۹}،

-
1. Collett & Childs
 2. White & Hanson
 3. Heilman
 4. Gonzales
 5. Carnevale
 6. Handler
 7. Boulton
 8. Partington & Cushion
 9. Richard
 10. Branaman
 11. Jenkins
 12. Borey
 13. Belknap & Leonard
 14. Bell Milic
 15. Kang
 16. McGregor
 17. Smith
 18. Link & Phelan
 19. Renfrow

۲۰۰۴؛ اسکامبلر^۱، ۲۰۰۶ را ببینید). بنابراین، کار گافمن توانسته است در آزمون گذر زمان مقاومت کند و سربلند باشد و این فهرست به هیچ وجه کامل و جامع نیست، بلکه صرفاً نشان‌دهنده استفاده مکرر از اثر اصلی گافمن در انواع زمینه‌های تحقیقاتی خاص - تجربی یا نظری است. همان‌طور که از این فهرست مشخص است، در هر جایی که تعامل وجود دارد - که اساساً به معنای تقریباً همه جا است - مفاهیم و دیدگاه‌های گافمن مفید و الهام‌بخش بوده است. برخی از موضوعات ذکر شده در ابتدا ممکن است تا حدودی مبهم یا حاشیه‌ای به نظر برسند (چیزی که هرگز خود گافمن را ناراحت نکرد)؛ اما با این وجود نشان می‌دهد که چگونه اصطلاحات او حتی در متنوع‌ترین و شگفتانگیزترین زمینه‌ها ریشه دوانده است. علاوه بر این، در سال‌های اخیر، زرادخانه مفهومی گافمن اغلب مرجعی در مطالعه ظهور فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی جدید، به‌ویژه در مطالعات تلفن‌های همراه و رفتار اینترنتی بوده و به‌طور جامع‌تری در این زمینه به کار می‌رود (به‌عنوان مثال، دل و مارینووا^۲، ۲۰۰۲؛ هانکاک^۳، توما^۴، الیسون^۵، ۲۰۰۷؛ جنکینز^۶، ۲۰۱۰؛ میروویتز^۷، ۱۹۹۰؛ میلر^۸، ۱۹۹۵؛ پینچ^۹، ۲۰۱۰؛ رتی^{۱۰}، ۲۰۰۹؛ راس^{۱۱}، ۲۰۰۷؛ ساننیکولاس^{۱۲}، ۲۰۱۹؛ ویلیامز و ونینگر^{۱۳}، ۲۰۱۹).

۵. جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

در این مقاله با استفاده از روش مطالعه کتابخانه‌ای به مقایسه نظرات متفکران مطرح‌شده با نظرات و مفاهیم گافمنی، تفاوت‌ها و شباهت‌های آنها شناسایی و نکات ادغام این نظرات که منجر

-
1. Scambler
 2. Dell & Marinova
 3. Hancock
 4. Toma
 5. Ellison
 6. Meyrowitz
 7. Pinch
 8. Rettie
 9. Ross
 10. Sannicolas
 11. Williams & Weninger

به تولید مفاهیم جدید شده است، نشان داده شد. می توان گفت که مضامین و بینش های کلیدی از آثار اروینگ گافمن، الهام بخش تعداد زیادی از متفکران اجتماعی و سازندگان نظریه های جامعه شناسی بوده است. میراث جامعه شناختی گافمن به این ترتیب توسط اعضای برجسته جامعه علوم اجتماعی احیا و پرورش می یابد که برگزیده های از آنها در این مقاله بررسی شده است. این مقاله، از نظریه های اروینگ گافمن با نظریه های دیگر جامعه شناسان مهم، به ویژه جامعه شناسانی مانند هارولد گارفینکل، آنتونی گیدنز، یورگن هابرماس، نیکلاس لومان، پیر بوردیو و جامعه شناسی عواطف ارائه می دهد.

کمک های اروینگ گافمن به جامعه شناسی، اگرچه به طور گسترده تحسین می شود، بدون انتقاد نبوده است. یک انتقاد عمده حول ناسازگاری و ابهام درک شده در وابستگی های نظری او می چرخد. گافمن به طور متفاوتی به عنوان یک تعامل گرای نمادین، کارکردگرای ساختاری و حتی یک نظریه پرداز بازی قدرت ساختاری تفسیر شده است که به بحث هایی درباره انسجام میراث فکری او منجر شده است (کلی و آرشیبالد، ۲۰۱۹). به علاوه، از کار او به خاطر بی تفاوتی روش شناختی اش انتقاد شده است؛ زیرا رویکرد گسترده و التقاطی او برای جمع آوری و تجزیه و تحلیل داده ها از نظر برخی فاقد دقت و سازگاری است (اینگلس و تروپ، ۲۰۲۳). یکی دیگر از موارد مناقشه، درگیری محدود گافمن با موضوعات کلان جامعه شناختی است که عمدتاً بر ابعاد خرد جامعه شناسی تمرکز می کند و برخی استدلال می کنند که نیروهای ساختاری گسترده تر شکل دهنده تعاملات اجتماعی را نادیده می گیرد (روگان-سوفر، ۲۰۲۲). مفهوم انگ او اگرچه تأثیرگذار است؛ اما به دلیل نپرداختن کافی به پویایی های قدرت و نابرابری های ساختاری که به انگ زنی کمک می کند، نقد شده است (تورس، ۲۰۲۱؛ تیلر، ۲۰۱۸). به علاوه، بی میلی گافمن به درگیر شدن در خودافشایی و شخصیت مرموز او به آمیزه ای از تجلیل و غفلت از کار او منجر شده است، با برخی از محققان استدلال می کنند که این منجر به درک ناقص مشارکت های نظری او شده است (رانسی،^۱ ۲۰۲۱). در قلمرو جامعه شناسی پزشکی، درحالی که بینش گافمن درباره انگ

1. Ranci

مرتبط با سلامت و مدیریت هویت بسیار ارزشمند است، برخی از محققان درباره اینکه چرا تأثیر او در طول زندگی‌اش برجسته‌تر نبوده، ابراز حیرت می‌کنند و نشان می‌دهند که ممکن است کار او در برخی موارد در محافل دانشگاهی نادیده گرفته شده یا از آنها سوء برداشت شده است (ویالوبوس-آنتونز، ۲۰۲۲). علاوه بر این، مفاهیم گافمن در زمینه‌های مختلف مدرن، مانند ویدئو کنفرانس در طول همه‌گیری کووید-۱۹ به کار گرفته شده است؛ اما این کاربردها گاهی اوقات محدودیت‌هایی را در نظریه‌های او در مواجهه با واقعیت‌های جدید تکنولوژیکی و اجتماعی نشان می‌دهند (گستالدو، ۲۰۲۱). استفاده گسترده او از پاورقی‌ها، که اغلب حاوی بینش‌های جامعه‌شناختی قابل توجهی بود، نیز موضوع نقد قرار گرفته است؛ زیرا ایده‌های مهم وقتی به حاشیه‌های متن منتقل می‌شوند، در خطر نادیده گرفته می‌شوند (روگان-سوفر، ۲۰۲۱). به‌طور کلی، درحالی‌که کار گافمن به دلیل عمق و اصالت خود تحسین می‌شود، همچنین در معرض بررسی انتقادی مداوم است که ماهیت پیچیده و چند وجهی میراث فکری او را منعکس می‌کند.

همان‌طور که در این مقاله مطرح شد، جامعه‌شناسی سیستماتیک آنتونی گیدنز، علی‌رغم تفاوت با رویکرد قوم‌نگاری اروینگ گافمن، بسیاری از مفاهیم کلیدی گافمن را ادغام می‌کند. گیدنز تلاش کرد نظریه‌ای ارائه دهد که بازتولید جامعه را از منظر هر دو جنبه کنشگر و سیستم‌های ساختارگرایانه بررسی کند. گیدنز بر اهمیت دانش ضمنی و آگاهی عملی که گافمن در تعاملات روزمره برجسته کرده بود، تأکید دارد. او از مفاهیم گافمن مانند واحدهای نظم کنش متقابل و آگاهی عملی برای توضیح نظم و یک‌پارچگی اجتماعی استفاده می‌کند. گیدنز معتقد است که این دانش عملی برای توضیح بازتولید جامعه ضروری است. او همچنین انتقادات وارده به گافمن را در نظر گرفته و نشان می‌دهد که گافمن به درایت و تدبیر در تعاملات اجتماعی توجه داشته است. گیدنز با استفاده از تحلیل‌های گافمن، به بررسی ماهیت آگاهی عملی پرداخته و نشان داده که روال‌های زندگی روزمره ثابت و مطلق نیستند؛ بلکه نتیجه تلاش آگاهانه و بازتابی افراد برای سازگاری هستند. او مفهوم «امنیت هستی‌شناختی» را نیز با الهام از گافمن و روان‌شناسی اریک

اریکسون توسعه داده است. گیدنز استدلال می‌کند که درک دقیق رفتار انسان در موقعیت‌های چهره‌به‌چهره برای توضیح بازتولید جامعه ضروری است.

آنتونی گیدنز، درحالی‌که مشارکت قابل توجه گافمن در درک عملکردهای اجتماعی و جامعه‌شناسی خرد برخوردها را تصدیق می‌کند، از گافمن به دلیل فقدان چهارچوب نظری سیستماتیک انتقاد می‌کند که خود گیدنز از راه نظریه ساختاربندی خود به دنبال توسعه آن بود (کوسگراوه^۱، ۲۰۱۶).

گافمن با تحلیل تعاملات روزمره و تأکید بر برخوردهای چهره‌به‌چهره، بینش‌های ارزشمندی درباره مکانیسم‌های نظم اجتماعی و ارتباطات ارائه داده است که با نظریه لومان در زمینه پیچیدگی و خودارجاعی سیستم‌های اجتماعی طنین‌انداز می‌شود. آثار گافمن در حوزه‌های مختلف از جمله جامعه‌شناسی انحراف، خود، قاب‌ها و گفتار، همچنین در مطالعه سلامت و بیماری، مفاهیم انگ و مدیریت هویت، و تحلیل‌های دراماتورژیک تعاملات اجتماعی با نظریه‌های لومان همسو می‌شود. لومان در کتاب «اعتماد و قدرت» تأکید می‌کند که اعتماد و اطمینان، جنبه‌های اساسی تعامل اجتماعی هستند که از طراحی سیستم‌های اجتماعی نشأت می‌گیرند. گافمن نیز در تحلیل‌های خود از تعاملات روزمره، اهمیت اعتماد برای حفظ چهره و تداوم تعامل را برجسته می‌کند. لومان از تفکر گافمن درباره بی‌اعتمادی و فریب در تعاملات استراتژیک بهره می‌برد و مفاهیم «شمول» و «حذف» را با استناد به نهادهای کل گافمن بررسی می‌کند. گافمن و لومان هر دو به ارتباطات علاقه‌مند هستند، اما گافمن بر فرآیندهای ارتباطی فردی و لومان بر فرآیندهای ارتباطی سیستم‌ها تأکید می‌کند. به‌طور کلی، مشارکت‌های نظری و نوآوری‌های روش‌شناختی گافمن، چهارچوبی بنیادی ارائه کرده است که به‌طور قابل توجهی بر نظریه سیستم‌های لومان تأثیر گذاشته و درک ما از پیچیدگی و پویایی سیستم‌های اجتماعی را افزایش داده است.

از سوی دیگر، نیکلاس لومان، از گافمن به دلیل تمرکزش بر تعاملات رودررو انتقاد و استدلال کرد که پیچیدگی سیستم‌های اجتماعی و نقش ارتباطات در ساختارهای اجتماعی بزرگتر را نادیده می‌گیرد (داتا، ۲۰۲۲).

اگرچه اروینگ گافمن و پیر بوردیو تأثیر مستقیم زیادی بر یکدیگر نداشتند؛ اما کار گافمن تأثیر قابل توجهی بر بوردیو داشت و همان‌طور که قبلاً نیز اشاره شد، بوردیو هفت کتاب از گافمن را به فرانسوی ترجمه کرد. تمرکز گافمن بر تعاملات اجتماعی و ارائه خود، چهارچوب مفهومی غنی‌ای فراهم کرد که بوردیو از آن بهره برد. تحلیل گافمن از خودگفتاری و تک‌گویی عمومی با علاقه بوردیو به ماهیت اجرایی اعمال اجتماعی هم‌خوانی دارد. روش ساختاری-برساختی بوردیو مکمل دیدگاه دراماتورژیک گافمن است. کار گافمن درباره قمار و مفهوم «کنش» و آزمایش شخصیت در سناریوهای ریسک‌پذیر نیز با کاوش بوردیو در زمینه‌های اجتماعی و ریسک‌های اجتماعی همسو است. اثر مهم گافمن، «ارائه خود در زندگی روزمره»، تأثیری ماندگار بر روان‌شناسی اجتماعی و جامعه‌شناسی داشته و با تحلیل‌های بوردیو از اعمال اجتماعی و ساخت واقعیت اجتماعی طنین‌انداز می‌شود. اگرچه بوردیو احترام زیادی برای گافمن قائل بود؛ اما به رویکرد کنش متقابل گافمن نیز نقدهایی داشت و معتقد بود این رویکرد از درک ساختارهای قدرت در سطح کلان ناتوان است. بوردیو باور داشت که افراد تحت تأثیر عادت‌های شکل‌گرفته از ساختارهای اجتماعی عمل می‌کنند، درحالی‌که گافمن بیشتر بر تعاملات فردی و آنی تأکید داشت. درنهایت، بوردیو در کتاب‌های خود از برخی بینش‌های گافمن استفاده کرد و نظریه‌های او را در زمینه‌هایی مانند روابط جنسیتی به کار برد. این مقاله نشان می‌دهد که هرچند گافمن و بوردیو در چهارچوب‌های نظری متفاوتی کار می‌کردند؛ اما کارهای آنها تأثیرات متقابلی بر مطالعه تعاملات اجتماعی، هویت و جنبه‌های اجرایی زندگی اجتماعی داشته است.

نقد پیر بوردیو بر غفلت گافمن از پویایی قدرت و ساختارهای اجتماعی متمرکز است و تأکید می‌کند که تحلیل سطح خرد گافمن نمی‌تواند زمینه‌های اجتماعی گسترده‌تر و عادت‌هایی را که کنش‌های فردی را شکل می‌دهند، توضیح دهد (گستالدو، ۲۰۲۱).

براساس مباحث مطرح شده، کمک‌های گستردهٔ اروینگ گافمن به جامعه‌شناسی، به‌ویژه تمرکز او بر تعاملات چهره‌به‌چهره، تأثیر زیادی بر آثار یورگن هابرماس داشته است. گافمن با استفاده از مفاهیمی مانند «نهادهای کل»، «انگ» و «قاب»، درک دقیقی از نقش‌ها و تعاملات اجتماعی ارائه می‌کند که با نظریهٔ کنش ارتباطی هابرماس که به دنبال توضیح چگونگی ایجاد درک متقابل و اجماع در جامعه است، همسو می‌شود. هابرماس از رویکرد دراماتورژیک گافمن، که به نحوهٔ نمایش خود افراد در زندگی روزمره می‌پردازد، استفاده کرده و آن را با تحلیل‌های سطح کلان خود ترکیب می‌کند. گافمن و هابرماس هر دو به تعاملات ارتباطی علاقه‌مند بودند؛ اما هابرماس از مدل دراماتورژیک گافمن برای بررسی عقلانیت ارتباطی و ایجاد هنجارها استفاده کرده است. همچنین، گافمن به نقش تعاملات اجتماعی در شکل‌گیری هویت و جامعه توجه داشته است که این جنبه‌ها در نظریه‌های هابرماس نیز بازتاب یافته‌اند. هابرماس از آثار گافمن در تحلیل خود از مشکلات مشروعیت در سرمایه‌داری و نظریهٔ کنش ارتباطی استفاده کرده است. این تعاملات و روال‌های روزمره به‌عنوان بخشی از فرآیندهای اجتماعی و ارتباطی بزرگ‌تر در نظریات هر دو جامعه‌شناس مطرح شده‌اند.

از گافمن به دلیل اینکه بازیگران را افرادی بدبین و خودخواه به تصویر می‌کشد که در درجهٔ اول به فکر ارائهٔ خود هستند انتقاد می‌شود. برای مثال، هابرماس بیش از حد بر تصویر گافمن از ایفای نقش به‌عنوان دستکاری‌کننده تأکید کرد و جنبه‌های اخلاقی و مشارکتی تعامل را که گافمن نیز به آن اذعان داشت، نادیده گرفت. یورگن هابرماس همچنین کار گافمن را محدود می‌داند، به‌ویژه از رویکرد دراماتورژیک او به دلیل نپرداختن به ابعاد هنجاری ارتباط و نقش گفتمان عقلانی در دستیابی به درک متقابل و یک‌پارچگی اجتماعی انتقاد می‌کند (دافتار آس آی، ۲۰۲۲).

از سویی دیگر همان‌طور که اشاره شد، اروینگ گافمن و هارولد گارفینکل دو جامعه‌شناس برجسته بودند که رابطه‌ای نزدیک و متقابل باهم داشتند. کار گافمن دربارهٔ مدیریت تأثیر و تعامل اجتماعی تأثیر زیادی بر روش‌شناسی قوم‌نگاری گارفینکل گذاشت. گافمن روش‌شناسی قوم‌نگاری گارفینکل را به دلیل نظری‌بودن بیش از حد و نتایج رادیکال آن رد کرد؛ اما در آثارش از ایده‌های

گارفینکل بهره گرفت. هر دو جامعه‌شناس بر تعاملات روزمره و چگونگی استفاده مردم از دانش ضمنی و مناسب برای موفقیت در ملاقات‌های اجتماعی متمرکز بودند. هر دو جامعه‌شناس به قوانین تعاملات اجتماعی علاقه‌مند بودند؛ اما گافمن بیشتر بر تعهدات آیینی و گارفینکل بر رویه‌های عملی تأکید داشتند. در نهایت، هر دو بر مطالعه کنش متقابل اجتماعی تمرکز داشتند، با تأکید گافمن بر کنترل اجتماعی و گارفینکل بر فرآیندهای معناآفرین از راه قوانین عملی.

گارفینکل از گافمن به دلیل تقلیل افراد به «پیش‌بینی کننده فرهنگی» که به‌طور مکانیکی از قوانین اجتماعی پیروی می‌کنند انتقاد کرد؛ او ضمن قدردانی از بینش گافمن درباره نظم تعامل، استدلال می‌کند که کار گافمن به اندازه کافی با دیدگاه قوم‌شناسی که بر روش‌هایی تمرکز می‌کند که مردم برای معنابخشیدن به زندگی روزمره خود استفاده می‌کنند، درگیر نیست (رانسی، ۲۰۲۱). گافمن در تحلیل‌های خود بر اهمیت احساسات در تعاملات اجتماعی تأکید کرده و احساسات را عنصری حیاتی از زندگی اجتماعی معرفی می‌کند. او به بررسی تعاملات ناخوشایند، خجالت و بیگانگی از تعامل می‌پردازد و تأثیر عاطفی این حالات را در پویایی‌های اجتماعی نشان می‌دهد. گافمن همچنین بر تجسم انسان در تعاملات اجتماعی و نقش احساسات در مدیریت چهره اجتماعی و آسیب‌پذیری تأکید می‌کند. این تحلیل‌ها به جامعه‌شناسی پزشکی نیز کمک کرده‌اند، به‌ویژه در درک انگ مرتبط با سلامت و مدیریت هویت‌های بی‌اعتبار. نظریه‌های گافمن درباره انگ و نقش‌های انحرافی پیامدهای احساسی مهمی را نشان می‌دهد و حضور و ادراک بدنی را با بیان عاطفی مرتبط می‌کند. کار گافمن همچنین بر جامعه‌شناسی بصری و تحلیل بازنمایی‌های جنسیتی در تبلیغات تأثیرگذار بوده است. رویکرد روش‌شناختی گافمن با تمرکز بر تعاملات روزمره، جامعه‌شناسان را ترغیب کرده تا الگوهای اجتماعی عمومی و تشابه‌های عاطفی را در زمینه‌های مختلف شناسایی کنند. او با ایجاد پیوندی بین احساسات و تعاملات اجتماعی، در توسعه زیرشاخه جامعه‌شناسی عواطف نقش داشته است. محققانی مانند توماس جی. شف، راندال کالینز، و آرلی آر. هوچشیلد کار گافمن را گسترش داده و مفاهیم او را به زیرشاخه‌های جدیدی از جامعه‌شناسی احساسات بسط داده‌اند. هوچشیلد با معرفی مفهوم بازیگری عمیق به بررسی

چگونگی مدیریت و کنترل احساسات در موقعیت‌های اجتماعی پرداخته است؛ او نشان می‌دهد که چگونه احساسات ممکن است تجاری شده و مانند کالا فروخته شوند و چگونه این استفاده از احساسات، سلسله مراتب اجتماعی را منعکس می‌کند.

هوچشیلد، به‌ویژه از گافمن انتقاد کرد که چرا به کار عاطفی عمیق‌تری که افراد انجام می‌دهند، به‌ویژه در زمینه‌های عدم تقارن قدرت نمی‌پردازد. هوچشیلد این را با معرفی مفهوم « اصطلاح بازیگری عمیق » گسترش داد که در آن افراد نه تنها ابرازهای بیرونی خود؛ بلکه احساسات درونی خود را نیز برای انطباق با هنجارهای اجتماعی مدیریت می‌کنند. تمرکز شف بر پیوندهای اجتماعی و کاوش هوچشیلد در کار احساسات در صنعت خدمات، ایده‌های اولیه گافمن را گسترش داد و کاربرد آنها را در زمینه‌های مختلف نشان داد. هوچشیلد عدم تقارن قدرت را در مدیریت احساسات، براساس ایده‌های گافمن بررسی کرد. او نشان داد که چگونه افراد با موقعیت اجتماعی پایین‌تر اغلب بار سنگین‌تری را برای مدیریت احساسات خود به‌ویژه در تعامل با افراد با موقعیت بالاتر به دوش می‌کشند. این بسط سلسله مراتب اجتماعی در کار عاطفی را برجسته کرد. همچنین هوچشیلد از تمرکز گافمن بر تعاملات روزمره فراتر رفت تا تجاری‌سازی احساسات را کشف کند. او نشان داد که چگونه می‌توان احساسات را کالایی کرد و به‌عنوان کالا فروخت، به‌ویژه در مشاغلی که از احساسات به‌عنوان ابزار کار خدماتی استفاده می‌شود. این گسترش ابعاد اقتصادی و ساختاری را به مطالعه احساسات وارد کرد. در نهایت، آرلی هوچشیلد از گافمن به دلیل توجه ناکافی او به احساسات و کار عاطفی دخیل در تعاملات اجتماعی انتقاد می‌کند، حوزه‌ای که او به‌طور گسترده در کار خود درباره جامعه‌شناسی احساسات بررسی می‌کند (گستالدو، ۲۰۲۱).

در نهایت، علی‌رغم این انتقادات، مشاهدات قوم‌نگاری دقیق گافمن و مفاهیم او از مدیریت تأثیر، چهره-کار و ارائه خود همچنان تأثیرگذار هستند و درک اساسی از نظم تعامل و ظرافت‌های رفتار انسانی در زمینه‌های اجتماعی ارائه می‌دهند (بارات^۱، ۲۰۲۲؛ ایتوی، ۲۰۲۲؛ گیلرمره و کوری^۲،

1. Barratt

2. Guilherme & Koury

۲۰۱۹؛ فونز، ۲۰۱۸). این نقدها ارتباط مداوم و ماهیت بحث‌برانگیز مشارکت‌های گافمن در جامعه‌شناسی را برجسته می‌کند و بر نیاز به رویکردی چندوجهی برای درک تعاملات اجتماعی که دیدگاه‌های خرد و کلان را در بر می‌گیرد، تأکید می‌کند.

این مقاله همچنین بر ویژگی‌های بی‌زمان، تطبیق‌پذیر و انعطاف‌پذیر آثار اروینگ گافمن تأکید دارد. به رغم تعلق آثار گافمن به زمینه‌های اجتماعی-فرهنگی خاص و نوشته‌شدن آنها برای جامعه‌شناسی، این ویژگی‌ها باعث شده‌اند که مفاهیم گافمن در زمان‌ها و مکان‌های مختلف و حتی در رشته‌های دیگر قابل استفاده باشند. مقاله نمونه‌های متعددی از کاربرد آثار گافمن را در زمینه‌های گوناگون پژوهشی ارائه می‌دهد، از تحلیل مبارزات ریاست جمهوری و مدیریت تأثیر اعضای نخبگان قدرت گرفته تا رفتار مدیران تشیع جنازه و نمایش‌های بی‌شرمانه رقصندگان در کلوپ‌های برهنه. همچنین، آثار او در تحلیل تعاملات در هتل‌ها، مهدکودک‌ها، بیمارستان‌ها، قمارخانه‌ها، خانه‌های سالمندان، آموزش نمایشی، ارتباطات بدنی، و بسیاری دیگر از زمینه‌ها کاربرد داشته‌اند. آثار گافمن همچنین در مطالعات مرتبط با فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطات جدید، به‌ویژه در مطالعات تلفن‌های همراه و رفتار اینترنتی استفاده شده‌اند. مفاهیم و دیدگاه‌های گافمن در مطالعات متنوع و شگفت‌انگیزی به کار رفته‌اند و نشان می‌دهند که اصطلاحات او حتی در متنوع‌ترین و عجیب‌ترین زمینه‌ها نیز ریشه دوانده‌اند. در کل، کار گافمن توانسته است در آزمون گذر زمان مقاومت کند و همچنان مفید و الهام‌بخش باشد. این مقاله با ارائه مثال‌های مختلف نشان می‌دهد که مفاهیم و دیدگاه‌های گافمن در هر جایی که تعامل وجود دارد، مفید و الهام‌بخش بوده است.

هم‌اکنون بیش از ربع قرن از رفتن گافمن می‌گذرد و بسیاری از تحولات اجتماعی، فرهنگی، فکری و فناوری از زمان مرگ او به بعد رخ داده است؛ مثل پدیده‌های جدیدی چون جهانی‌شدن (همراه با افزایش تحرک، تجارت و گردشگری)، ظهور جامعه نظارتی، اختراع و گسترش فناوری‌های اطلاعاتی جدید، پیشرفت‌های علمی جدید، اصطلاحات نظری جدید که در تعاملات دانشگاهی ظاهر شدند، ظهور، افول و بازخوانی ایدئولوژی‌های سیاسی، آرمان‌ها، ارزش‌ها و

هنجارهای جدید، اشکال جدید باهم بودن و همزیستی‌های انسانی و غیره. و هر چند در زمانه‌ای متفاوت با دوره گافمن زندگی می‌کنیم؛ اما همچنان هر روز بیشتر و بیشتر شاهد درخشش مفاهیم و نظریات گافمن هستیم و او منبع الهام خوبی برای ساخت مفاهیم تازه و نو است.

کتابنامه

۱. ایمان، م.ت.؛ و مرادی، گ. (۱۳۹۰). روش‌شناسی نظریه اجتماعی گافمن. *فصلنامه زن و جامعه*، ۲(۶)، ۵۹-۷۸.
۲. خسروی شکیب، م. (۱۴۰۱). تحلیلی جامعه‌شناختی بر حکایت «شیخ صنعان» در منطق‌الطیر (براساس نظریه «داغ ننگ» اروینگ گافمن). *پژوهش زبان و ادبیات فارسی*، ۱(۶۶)، ۲۵-۵۰.
۳. ذبیح‌نیا عمران، آ. (۱۴۰۱). تحلیل رمان پرفروش شیخ از سوزان کی براساس نظریه داغ ننگ اروینگ گافمن. *دوفصلنامه پژوهش‌های میان رشته‌ای زبان و ادبیات فارسی*، ۱(۲)، ۹۵-۱۱۴.
۴. طاهری، ا. (۱۴۰۱). تجربه زیسته افراد دارای اختلال هویت جنسی از برجسب خوردن طبق نظریه داغ ننگ گافمن (مورد مطالعه: استان فارس- شهرستان لارستان). *دومین کنفرانس ملی مطالعات کاربردی در فرایندهای تعلیم و تربیت، بندرعباس*.
۵. علیا، م.؛ و هاشمی نسب، م. (۱۳۹۸). بیان خود از طریق انتخاب تصویر پروفایل در میان کاربران زن ایرانی در شبکه‌های اجتماعی با تکیه بر نظریه نمایشی گافمن. *زن در فرهنگ و هنر*، ۱۱(۴)، ۵۹۹-۶۲۶.
۶. فاطمی، ف.؛ و رهبرنیا، ز. (۱۴۰۲). تحلیل مراحل برقراری ارتباط مخاطب در «چیدمان دیجیتال تعاملی آینه» با تکیه بر نظریه تحلیل چهارچوب اروینگ گافمن. *مبانی نظری هنرهای تجسمی*، ۸(۲)، ۱۶۳-۱۷۲.
۷. فرامرز، ح.؛ توسلی، ا.؛ و پنجه‌باشی، ا. (۱۴۰۲). تحلیل جنسیتی تصویر زن در نقاشی‌های معصومه مظفری با استفاده از نظریه گافمن. *هشتمین کنفرانس ملی پژوهش‌های نوین در حوزه علوم انسانی و مطالعات اجتماعی ایران، تهران*.
۸. قوتی سفیدسنگی، ع.؛ حسینی، س.ج.؛ پیرک، م.؛ و میرعلائی امین، ح. (۱۳۹۹). تحلیل فرانظری: نظریه نمایشی اروینگ گافمن. *معرفت فرهنگی/ اجتماعی*، ۱۲(۱)، ۵۹-۷۹.

۹. مقدمی، م.؛ و دری، ن. (۱۴۰۲). بررسی شخصیت اصلی رمان «روز دیگر شورا» براساس نظریه جامعه شناختی «استعاره نمایی» گافمن. / *اجتماعیات در ادب فارسی*، ۲(۲)، ۱۶-۱.
۱۰. ملکی مارشک، ف.؛ قوام، ا.؛ و زنجانی‌زاده، ه. (۱۴۰۲). بررسی هویت اجتماعی زنان در بخش پهلوانی شاهنامه فردوسی بر مبنای دیدگاه جامعه‌شناختی گافمن. *زن در فرهنگ و هنر*، ۱۵ (۱)، ۹۳-۱۱۸.
۱۱. یعقوبی چوبری، ع. (۱۳۹۹). زبان استعاره‌ای و بینش جامعه شناختی اروینگ گافمن، *مطالعات جامعه شناختی*، ۲۴ (۱)، ۱۴۹-۱۷۰.

12. Adler, P., & Adler, P. (1989). The gloried self: The aggrandizement and the constriction of self. *Social Psychology Quarterly*, 52(4), 299–310. <http://dx.doi.org/10.2307/2786993>
13. Album, D. (1995). Hvordan går det med Goffman og Garfinkel? Teorier om samhandling ansikt til ansikt. *Sociologisk Tidsskrift*, 4(1), 245–262.
14. Album, D. (1996). Nære fremmede: Patientkulturen i sykehus [Close strangers: Patient culture in a Norwegian hospital]. Otta: Tano.
15. Andrea, Lombardinilo. (2023). Mainstream Soliloquies: Erving Goffman and the Sociology of Self-Talk. doi: 10.1057/978-1-349-96084-2_4
16. Attewell, P. (1974). Ethnomethodology since Garfinkel. *Theory and Society*, 1, 179–210.
17. Bateson, G. (1972). Steps to an ecology of mind. Chicago: University of Chicago Press.
18. Bauman, Z. (1967). Image of man in the modern sociology—Some methodological remarks. *Polish Sociological Bulletin*, 7(1), 12–21.
19. Benjamin, Kelly., W., Peter, Archibald. (2019). Erving Goffman and the Evolutionary Ecological Missing Link. doi: 10.1108/S0163-239620190000050007
20. Bourdieu, P. (1983). Erving Goffman: Discoverer of the infinitely small. *Theory, Culture & Society*, 2(1), 112–113.
21. Bourdieu, P. (1998). Masculine domination. Stanford, CA: Stanford University Press.
22. Bourdieu, P., & Wacquant, L. J. D. (1992). An invitation to reflexive sociology: Chicago: University of Chicago Press.
23. Brittan, A. (1973). Meanings and situations. London: Routledge and Kegan Paul.

24. Chris, Brickell. (2022). Goffman and gender studies. doi: 10.4324/9781003160861-25
25. Chriss, J. J. (1993). Durkheim's cult of the individual as civil religion: Its appropriation by Erving Goffman. *Sociological Spectrum*, 13, 251–275.
26. Chriss, J. J. (1995b). Habermas, Goffman, and communicative action: Implications for professional practice. *American Sociological Review*, 60, 545–565.
27. Collier, D. "The Comparative Method." In *Political Science: The State of the Discipline II*, edited by Ada W. Finifter, 105-119. Washington, DC: American Political Science Association, 1993.
28. Collins, R. (1985). *Three sociological traditions*. New York: Oxford University Press.
29. Collins, R. (1988b). Theoretical continuities in Goffman's Work. In P. Drew. & A. Wootton (Eds.), *Erving Goffman—Exploring the interaction order*, pp. 41–63. Boston: Northeastern University Press.
30. Collins, R. (1990). Stratification, emotional energy and the transient emotions. In T. D.Kemper (Ed.), *Research agendas in the sociology of emotions*, pp. 27–57. Albany: State University of New York Press.
31. Collins, R. (2004). *Interaction ritual chains*. Princeton, NJ: Princeton University Press. <http://dx.doi.org/10.1515/9781400851744>
32. DAFTAR, ISI. (2022). Goffman and gambling studies. doi: 10.4324/9781003160861-26
33. David, Inglis., Christopher, Thorpe. (2023). Beyond the “inimitable” Goffman: from “social theory” to social theorizing in a Goffmanesque manner. *Frontiers in Sociology*, doi: 10.3389/fsoc.2023.1171087
34. Denzin, N. K. (2002). Much ado about Goffman. *American Sociologist*, 33(2), 105–117. <http://dx.doi.org/10.1007/s12108-002-1005-3>
35. Diane, Rogan-Sofer. (2021). Goffman's footnotes. doi: 10.4324/9781003160861-39
36. Diane, Rogan-Sofer. (2022). Erving Goffman and the sociology of death and dying. doi: 10.4324/9781003160861-29
37. Dirk, vom, Lehn. (2019). Harold Garfinkel und die Kulturosoziologie. doi: 10.1007/978-3-658-07616-0_66
38. Dmitri, N., Shalin. (2014). *Interfacing Biography, Theory and History: The Case of Erving Goffman*. *Symbolic Interaction*, doi: 10.1002/SYMB.82
39. Dmitri, N., Shalin. (2021). Goffman's Biography and the Interaction Order. *Society*, doi: 10.1007/S12115-021-00561-3

40. Édison, Gastaldo. (2021). Goffman e a interação por videoconferência: notas teórico-metodológicas. doi: 10.34019/1982-2243.2021.V25.33777
41. Eiji, Itoi. (2022). Goffman and the sociology of the body. doi: 10.4324/9781003160861-22
42. Eviatar, Zerubavel. (2022). Learning from Goffman. doi: 10.4324/9781003160861-38
43. Ford, J. (1975). Paradigms and fairy tales, volume 1–2. London: Routledge and Kegan Paul.
44. Francesco, Ranci. (2021). The Unfinished Business of Erving Goffman: From Marginalization Up Towards the Elusive Center of American Sociology. The American Sociologist, doi: 10.1007/S12108-021-09489-X
45. Garfinkel, H. (1956). Conditions of successful degradation ceremonies. American Journal of Sociology, 61(4), 420–424. <http://dx.doi.org/10.1086/221800>
46. Garfinkel, H. (1967). Studies in ethnomethodology. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
47. Giddens, A. (1976). New rules of sociological method. London: Hutchinson University Library.
48. Giddens, A. (1984). The constitution of society. Cambridge: Polity Press.
49. Glenn, A., Bowen. (2009). Document Analysis as a Qualitative Research Method. Qualitative Research Journal, doi: 10.3316/QRJ0902027
50. Goffman, E. (1953a). The service station dealer: The man and his work. Chicago: Social Research Incorporation.
51. Goffman, E. (1956). The nature of deference and demeanor. American Anthropologist, 58(3), 473–502. <http://dx.doi.org/10.1525/aa.1956.58.3.02a00070>
52. Goffman, E. (1959). The presentation of self in everyday life. New York: The Overlook Press.
53. Goffman, E. (1961). Asylums: Essays on the social situation of mental patients and other inmates. Harmondsworth: Penguin Books.
54. Goffman, E. (1963). Behavior in public places: Notes on the social organization of gatherings. New York: Free Press.
55. Goffman, E. (1967). Interaction ritual: Essays on face-to-face behaviour. New York: Anchor Books.
56. Goffman, E. (1971). Relations in public: Microstudies of the public order. New York: Basic Books.

57. Goffman, E. (1972). *Encounters: Two studies in the sociology of interaction*. Harmondsworth: Penguin Books.
58. Goffman, E. (1974). *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. New York: Harper & Row.
59. Goffman, E. (1977c). La ritualisation de la féminité. *Actes de la recherche en sciences sociales*, 14, 34–50.
<http://dx.doi.org/10.3406/arss.1977.2553>
60. Goffman, E. (1981a). *Forms of talk*. Oxford: Basil Blackwell.
61. Gouldner, A. W. (1970). *The coming crisis of western sociology*. London: Heinemann.
62. Habermas, J. (1973/1997). *Legitimation crisis*. Cambridge: Polity Press.
63. Habermas, J. (1984). *The theory of communicative action vol. 1: Reason and the rationalization of society*. Boston: Beacon Press.
64. Hani, Morgan. (2021). *Conducting a Qualitative Document Analysis. The qualitative report*, doi: 10.46743/2160-3715/2022.5044
65. Henslin, J. M., & Biggs, M. A. (1978). Dramaturgical desexualization: The sociology of vaginal examination. In J. M. Henslin & E. Sagarin (Eds.), *The sociology of sex: An introductory reader*, pp. 243–272. New York: Schoken Books.
66. Hochschild, A. R. (1983). *The managed heart: Commercialization of human feeling*. Berkeley: University of California Press.
67. Hollis, M. (1977). *Models of man: Philosophical thoughts on social action*. Cambridge: Cambridge University Press.
<http://dx.doi.org/10.1017/CBO9781316286722>
68. Imogen, Tyler. (2018). Resituating Erving Goffman: From Stigma Power to Black Power. *The Sociological Review*, doi: 10.1177/0038026118777450
69. Jacques, Henriot. (2021). W. Lloyd Warner (1898–1970). doi: 10.1007/978-3-476-05871-3_15
70. James, F., Cosgrave. (2016). Doubling Down on Goffman: A Commentary on Dmitri Shalin's 'Erving Goffman, Fateful Action, and the Las Vegas Gambling Scene'. *UNLV gaming research & review journal*,
71. Jared, J., Wesley. (2009). *Qualitative Document Analysis in Political Science*.
72. Jarosław, Gara. (2024). The Pedagogical Model of Thought and Activity in the Social World of Interaction Rituals - in the thought of Erving Goffman. *Journal of Preschool and Elementary School Education*, doi: 10.35765/mjse.2024.1325.09

73. Jochen, Kade. (2021). Pierre Bourdieu (1930–2002). doi: 10.1007/978-3-476-05871-3_54
74. José, Vicente, Villalobos-Antúnez. (2022). Goffman and medical sociology. doi: 10.4324/9781003160861-17
75. Juan, José, Caballero, Romero. (2024). La interacción social en Goffman. *Revista Espanola De Investigaciones Sociologicas*, doi: 10.5477/cis/reis.83.121
76. Juarez, Lopes, de, Carvalho, Filho. (2016). Rituais de interação na vida cotidiana: Goffman, leitor de Durkheim. *Politics & Society*, doi: 10.5007/2175-7984.2016V15N34P137
77. Karl, E., Scheibe, Frank, J., Barrett. (2016). The Dramaturgical Approach to Social Psychology: The Influence of Erving Goffman. doi: 10.1007/978-3-319-48790-8_8
78. Knorr-Cetina, K. (1981). The micro-sociological challenge of macro-sociology: Towards a reconstruction of social theory and methodology. In K.Knorr-Cetina & A. V.Cicourel (Eds.), *Advances in social theory and methodology: Toward an integration of micro- and macrosociologies*, pp. 1–47. London: Routledge and Kegan Paul.
79. Louis, Menand. (2009). Some Frames for Goffman. *Social Psychology Quarterly*, doi: 10.1177/019027250907200403
80. Luhmann, N. (1973/1979). *Trust and power*. Chichester, UK: John Wiley and Sons.
81. Luhmann, N. (1984/1995). *Social systems*. Stanford, CA: Stanford University Press.
82. Lyman, S. M., & Scott, M. B. (1970). *A sociology of the absurd*. New York: Appleton-Century-Crofts.
83. María, Jesús, Funes. (2018). Erving Goffman, su perfil y su obra. doi: 10.5944/TS.2.2018.22313
84. Marija, Miric., José, Luis, Álvaro., Rafael, González., Ana, Raquel, Rosas, Torres. (2018). Microsociología del estigma: aportes de Erving Goffman a la conceptualización psicosociológica del estigma social. doi: 10.12957/PSI.SABER.SOC.2017.33552
85. Martin, Innes., Andrew, Samuel, Dawson. (2022). Erving Goffman on Misinformation and Information Control: The Conduct of Contemporary Russian Information Operations. *Symbolic Interaction*, doi: 10.1002/symb.603
86. Mega, Mustikasari., Arlin, Dwi, Hastuti, Arlin., Syamsu, A., Kamaruddin. (2023). Pemikiran Pierre Bourdieu dalam Memahami Realitas Sosial. *Kaganga*, doi: 10.31539/kaganga.v6i1.5089

87. Michael Hviid Jacobsen, Greg Smith ,(2022). Introduction: The persisting presence of Erving Goffman. doi: 10.4324/9781003160861-1
88. Michael, Hviid, Jacobsen., Søren, Kristiansen. (201۶). The Social Thought of Erving Goffman. The Social Thought of Erving Goffman, SAGE Books, SAGE Publications, Inc. ISBN 9781483381725.
89. Mikhail, M., Sokolov. (2021). Goffman as We Remember. Sotsiologicheskie Issledovaniya, doi: 10.31857/s013216250020832-8
90. Mills, C. W. (1959). The sociological imagination. New York: Oxford University Press.
91. Mortensen, N. (2000). Det moderne individs paradokser [The paradoxes of the modern self]. Distinktion, 1, 91–104. <http://dx.doi.org/10.1080/1600910X.2000.9672773>
92. Müzeyyen, Gönül. (2022). Goffman and Garfinkel. doi: 10.4324/9781003160861-32
93. Nouha, Taifi. (2022). The reception of Goffman's work in media studies. doi: 10.4324/9781003160861-19
94. Oommen, T. K. (1990). Erving Goffman and the study of everyday protest. In S. H. Riggins (Ed.), Beyond Goffman: Studies on communication, institution and social interaction, pp. 389–408. New York: Mouton de Gruyter.
95. Owen, R., Thornton. (2022). Goffman, interactionism, and the management of stigma in everyday life. doi: 10.4324/9781003283850-6
96. Patricia, E., Prestwich. (2022). Goffman and visual studies. doi: 10.4324/9781003160861-24
97. Psathas, G. (1996). Theoretical perspectives on Goffman: Critique and commentary. Sociological Perspectives, 39(3), 383–391.
98. Ryan, T. (2021). Harold Garfinkel (1917–2011). doi: 10.1007/978-3-476-05871-3_49
99. Samik, D. (2022). Goffman and Giddens. doi: 10.4324/9781003160861-34
100. Sandro, Serpa, Carlos, Miguel, Ferreira. (2018). Goffman's Backstage Revisited: Conceptual Relevance in Contemporary Social Interactions. International journal of social science studies, doi: 10.11114/IJSSS.V6I10.3659.
101. Sayeda, Zain., Ali, Ünlü., Heater, Pro, X., Sukh, Dev. (2022). Document analysis. doi: 10.1016/b978-0-12-818630-5.11026-7

102. Summers-Effler, E. (2007). Ritual theory. In J. E. Stets & J. H. Turner (Eds.), *Handbook of the sociology of emotions*, pp. 135–154. New York: Springer.
103. Tomás, T. (2021). Notas sobre el pragmatismo de Erving Goffman y su concepto de estigma. doi: 10.25074/07198051.35.1846
104. Turner, J. H. (2002). *Face to face: Toward a sociological theory of interpersonal behavior*. Stanford, CA: Stanford University Press.
105. Turner, R. E., & Edgley, C. (1976). Death as theater: A dramaturgical analysis of the American funeral. *Sociology and Social Research*, 60(4), 377–392.
106. Wallace, R. A., & Wolf, A. (1999). *Contemporary sociological theory: Expanding the classical tradition*. Englewood-Cliffs, CA: Prentice Hall.
107. Winkin, Y. (1983). The French (re)presentation of Goffman's presentation and other books. *Theory, Culture & Society*, 2(1), 109–111.
108. Yves, Winkin., Wendy, Leeds-Hurwitz. (2013). *Erving Goffman: A Critical Introduction to Media and Communication Theory*.
109. ZHANG, T; LIN, L; ZHANG, Y.; NIU, X. (2022). Erving Goffman: Personal Takes. doi: 10.31235/osf.io/vy8km



Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY 4.0)

طراحی مدل عوامل تشکیل دهنده مفهوم نشاط جامعه و مقایسه تطبیقی ایران با کشورهای خاورمیانه^۱

فریبا شعاری (دانشجوی دکتری تخصصی مدیریت و برنامه ریزی امور فرهنگی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران)

universityfaribashoari@gmail.com

علی اکبر رضایی (استادیار و عضو هیات علمی گروه مدیریت فرهنگی، دانشکده اقتصاد و مدیریت، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران، نویسنده مسئول)

sun19717@yahoo.com

محمدسعید ذکایی (استاد جامعه‌شناسی و مطالعات فرهنگی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران)

saeed.zokaei@gmail.com

عباسعلی قیومی (دانشیار گروه مدیریت فرهنگی، دانشکده اقتصاد و مدیریت، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران)

a_ghaiyoomi@iau-tnb.ac.ir

ابراهیم اخلاصی (دانشیار جامعه‌شناسی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران)

eb.ekhlasi@gmail.com

چکیده

این تحقیق از نظر هدف، توسعه‌ای-کاربردی بوده و در زمره تحقیقات آمیخته اکتشافی قرار می‌گیرد. در مرحله کیفی، از روش مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با خبرگان و تکنیک تحلیل مضمون برای طراحی مدل استفاده شد. مشارکت‌کنندگان در مصاحبه‌ها شامل ۲۶ نفر از خبرگان بودند که به‌صورت هدفمند و با روش گلوله برفی انتخاب شدند. همچنین، در بخش کمی نیز با روش تحلیل عاملی تأییدی و

۱. مقاله حاضر، مستخرج از رساله دفاع شده، با عنوان "مطالعه کیفی زمینه‌های اجتماعی و فرهنگی نشاط اجتماعی در زندگی شهری" در دانشکده اقتصاد و مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران است.

نرم افزار Smart PLS به اعتبارسنجی مدل تحقیق پرداخته شد. بدین منظور، با ابزار پرسش نامه از ۳۸۴ نفر از شهروندان تهرانی که با روش تصادفی ساده انتخاب شدند، نظرخواهی شد. براساس یافته های تحلیل مضمون، برای پدیده نشاط سه سطح خرد، میانی و کلان با ۹ مؤلفه شناسایی شد. همچنین، یافته های بخش کمی نشان داد که مدل تحقیق و کلیه متغیرهای شناسایی شده مورد تأیید هستند. ضمناً، مقادیر ضریب تعیین برای سطح خرد، میانی و کلان به ترتیب ۰/۶۲۴، ۰/۵۸۱ و ۰/۵۳۲ محاسبه شد که مقادیری مطلوبند. همچنین، در این پژوهش با استفاده از گزارش های موجود بین المللی به بررسی تطبیقی میزان نشاط در ایران و کشورهای حوزه خاورمیانه پرداخته شد و یافته ها نشان داد که سطح نشاط جامعه ایرانی چندان مطلوب نیست. نتایج تحقیق نشان داد که نشاط جامعه پدیده ای چندبعدی و پیچیده است که برای ارتقای آن در جامعه ایرانی باید مجموعه ای از عوامل در سطوح خرد، میانی و کلان در نظر گرفته شده و متناسب با آنها برنامه ریزی های لازم انجام شود.

واژگان کلیدی: نشاط جامعه، مطالعه تطبیقی، تحلیل مضمون.

۱. مقدمه

شادی و نشاط به منزله یکی از موضوع ها و نیازهای مهم هر جامعه تلقی شده که نقش تعیین کننده ای در تأمین سلامت فرد و رفاه اجتماعی دارد (زکی، ۱۳۹۹). نشاط یک جنبه بسیار مهم در زندگی و رفاه همه شهروندان است (هویته آلكاسر^۱ و همکاران، ۲۰۲۲). همچنین، نشاط و سعادت فردی و اجتماعی، یکی از مهم ترین و پررنگ ترین آرزوهای بشر در تمام دوره های پیشین بوده است و به عنوان ضروری ترین خواسته های فطری و نیازهای روانی انسان ها به شمار می رود (زکی، ۱۳۹۹). از طرفی، سطح نشاط یک کشور، بینش مهمی درباره رفاه شهروندانش ارائه می دهد (لیو^۲، ۲۰۲۴). ارتقای نشاط شهروندان به عنوان یکی از اهداف برجسته ای است که در قوانین اساسی و نظام های مدرن جایگاه ویژه ای را به خود اختصاص داده است (ون، ۲۰۲۳).

1. Huete-Alcocer

2. Liu

علاوه بر این، شادمانی (نشاط) به عنوان یکی از احساسات ریشه‌ای مثبت و بسیار تأثیرگذار بر رفتار فرد، نقش تعیین‌کننده‌ای در تأمین سلامت فرد و جامعه دارد (زکی، ۱۳۹۹).

در دهه‌های اخیر، شور و شوق فزاینده‌ای برای این مفهوم وجود داشته که شادی می‌تواند به عنوان سنگ بنای تدوین سیاست‌های عمومی عمل کند (ون^۱، ۲۰۲۳). با توجه به اینکه نشاط تابعی از عوامل مختلف اقتصادی، اجتماعی، نهادی-مدیریتی، زیست‌محیطی، روان‌شناختی، کالبدی و جغرافیایی است، وجود نشاط به عنوان یکی از معیارهای پایداری و توسعه جوامع مطرح می‌شود (محسنی و همکاران، ۱۴۰۱). در طول ۵ دهه گذشته، نشاط به عنوان یک موضوع تحقیقات علوم اجتماعی و یک هدف بالقوه سیاست عمومی ظاهر شده است (استرلین و اوکونر^۲، ۲۰۲۲). از طرفی، شادی و نشاط، گمشده انسان معاصر و مطلوب مشترک همه انسان‌هاست (پورطالب و همکاران، ۱۴۰۱).

نشاط، سازه‌ای چندبعدی است که در سه وجه هیجانی، شناختی و گرایش به عمل متعهدانه نمود می‌یابد (پورطالب و همکاران، ۱۴۰۱). همچنین، نشاط فقط یک «احساس خوب» نیست. خیلی بیشتر، نشانه‌ها و ارزش‌های بیولوژیکی قوی را به همراه دارد. رهنمودهای درونی، به عنوان مثال، دستورالعمل‌ها را ارائه می‌دهد و به ما انسان‌ها اجازه می‌دهد رفتارهایی را برنامه‌ریزی یا اجرا کنیم که امیدواریم از آنها یک نتیجه مطلوب (مفید) به دست آوریم (اسچ^۳، ۲۰۲۲). نشاط احساسی را توصیف می‌کند که به صورت بیوفیزیولوژیکی در مغز، ذهن و بدن ظاهر می‌شود (اسچ، ۲۰۲۲). مطالعه علمی دقیق و مداوم موضوع نشاط، شادی و شادمانی در سطح ملی، می‌تواند توجه اهل اندیشه را به میزان نشاط میان مردم و عوامل مرتبط با آن جلب کند و به مدیران و برنامه‌ریزان اجتماعی و فرهنگی در انتخاب سیاست‌های مناسب کمک شایانی کند (زکی، ۱۳۹۹).

1. Wan

2. Easterlin & O'Connor

3. Esch

گام‌نهادن در مسیر توسعه و یا ایجاد جامعه‌ای که در آن آرامش و سعادت محقق شود، به زمینه یا مقدماتی نیاز دارد که با اتکاء به آن، این خواسته محقق شود. ازجمله این مقدمات، نشاط است. امروزه به دلایل گوناگون تأمین نشاط، شادی و سرزندگی شهری به یکی از دغدغه‌های اصلی نظام‌های مدیریت شهری به‌ویژه در کشورهای منطقه خاورمیانه تبدیل شده است (وحید و همکاران، ۱۳۹۳). با این وجود، وضعیت کلی نشاط در جامعه ایران مناسب نیست (شریف‌زاده و همکاران، ۱۳۹۶). پژوهش‌های بین‌المللی انجام‌شده در زمینه «رفاه/ بهزیستی ذهنی» از وضعیت نامناسب ایران از لحاظ شاخص‌های مربوطه حکایت می‌کنند. در «گزارش جهانی شادی» سازمان ملل، رفاه ذهنی در کشورهای مختلف با استفاده از شاخص نشاط عمومی و به‌صورت بازه‌ای از اعداد صفر تا ۱۰ مشخص می‌شود. عدد بزرگتر در این مقیاس، بیانگر سطح رفاه ذهنی بالاتر در کشورهای بررسی‌شده است. براساس گزارش جهانی شادی سال ۲۰۱۶، ایران با سطح نشاط عمومی معادل با عدد ۴/۸ در رده ۱۰۵ در میان ۱۵۷ کشور بررسی‌شده قرار دارد. همچنین، شایان ذکر است این رتبه در جدیدترین گزارش جهانی شادی سال ۲۰۲۳، به ۱۰۱ رسیده است. رتبه‌های جهانی ایران براساس گزارش‌های بین‌المللی در سه سال ۲۰۲۰، ۲۰۲۱ و ۲۰۲۲ به‌ترتیب ۱۱۸ (۱۵۳ کشور)، ۱۱۸ (۱۴۹ کشور) و ۱۱۰ (۱۴۶ کشور) شده است. در سال ۲۰۲۳ که آخرین گزارش جهانی نشاط است، نمره شادکامی ایران با ۰/۰۱۲ واحد کاهش به عدد ۴/۸۷۶ رسید و ایران در میان ۱۳۷ کشور بررسی‌شده در این سال، به رتبه ۱۰۱ دست یافت. همچنین، شاخص شادکامی ایران در طی سال‌های ۲۰۱۳ تا ۲۰۲۳ تفاوت چندانی نداشته و نمره شادکامی ایرانیان در حد متوسط بوده است.

در نظریه‌های نوین توسعه، پیشرفت هر جامعه را در گرو استفاده بهینه از نیروی انسانی آن جامعه می‌دانند و در سند ۲۰ ساله جمهوری اسلامی بر لزوم توجه به نیروی انسانی سالم و بانشاط تأکید شده است؛ از آن‌گذشته در بیانیه گام دوم انقلاب نیز موضوع نشاط مخصوصاً در حوزه‌های کاری مورد تأکید رهبری بوده و به‌عنوان یکی از راه‌حل‌های مشکلات جاری به آن پرداخته شده است. در این بیانیه به موضوع مشارکت مردمی تأکید شده و به مصادیق آن در

سال‌های قبل اعم از شرکت مردمی در انتخابات و مسائل سیاسی، کمک‌رسانی در شرایط بحرانی و غیره اشاره شده است. این مشارکت اجتماعی بعد عمل متعهدانه نشاط اجتماعی است (پورطالب و همکاران، ۱۴۰۱). همچنین، نشاط در جوامع امروزی یک از مسائل کلیدی است که می‌تواند بستر مناسب برای پرورش انسان‌های توانمند و باانرژی را فراهم کرده و زمینه‌ساز رشد و توسعه جوامع باشد. با وجود اهمیت بالایی که برای نشاط جامعه ذکر شده، مفهوم‌سازی کاملی از آن در تحقیقات وجود ندارد که وقتی بحث از نشاط می‌کنیم، بدانیم مفهوم آن دقیقاً چیست و چه ابعاد و مؤلفه‌هایی را دربرمی‌گیرد. از این‌رو، در این تحقیق برای پرکردن خلاء تحقیقاتی موجود و ایجاد یک مدل بومی و کاربردی برای بررسی نشاط در جامعه ایرانی، تلاش شد مدلی برای نشاط جامعه طراحی شود. همچنین، تلاش شد سطح نشاط در جامعه ایرانی با سایر کشورهای خاورمیانه براساس شاخص‌های مدل که آمار و ارقام مربوط به آنها وجود دارد، مقایسه شود. درمجموع، مسئله اصلی تحقیق پاسخ به این سؤالات است: مدل نشاط جامعه چگونه است و چه ابعاد و مؤلفه‌هایی دارد؟ سطح نشاط در جامعه ایرانی در مقایسه با سایر کشورهای خاورمیانه چگونه است؟

۲. مبانی نظری تحقیق

۱.۲. پیشینه پژوهش

عشایری و جهان‌پرور (۱۴۰۲)، در پژوهشی به بررسی عوامل مؤثر بر نشاط اجتماعی با روش فراتحلیل پرداخته‌اند. براساس یافته‌هایشان، بین سرمایه اجتماعی، سبک زندگی، سرمایه فرهنگی، عوامل رسانه‌ای، اجتماعی، روانی و عوامل زمینه‌ای و میزان نشاط اجتماعی رابطه معناداری وجود دارد. محسنی و همکاران (۱۴۰۱) نیز، در پژوهشی به ارائه مدل توسعه نشاط اجتماعی با رویکرد فراترکیب پرداخته‌اند. براساس یافته‌ها، نشاط اجتماعی شامل سه بعد شهرسازی و برنامه‌ریزی شهری، امور اجتماعی و فرهنگی و روابط و حقوق شهروندی با ۲۱ مؤلفه را نشان می‌دهد که با رویکرد کارکردهای شناختی (زیباشناختی کالبدی و منظر شهری، جامعه‌شناختی، روان‌شناسی

جمعی) طراحی شده‌اند. همچنین، طالب‌زاده شوشتری و مزگی‌نژاد (۱۴۰۰) در پژوهشی به بررسی نشاط اجتماعی و عوامل مؤثر بر آن در شهر بیرجند پرداخته‌اند. براساس نتایج، مؤلفه‌های رضایت از زندگی، سلامت اجتماعی، شبکه خویشاوندی، پایبندی به اعتقادات دینی و امید به آینده بیشترین سهم را در نشاط اجتماعی دارند. زکی (۱۳۹۹) در پژوهشی به ارائه چهارچوب و الگویی جامع و یک‌پارچه در تبیین نشاط اجتماعی در ایران پرداخته است. براساس یافته‌ها، عوامل مؤثر بر نشاط اجتماعی شامل دین‌داری، سرمایه اجتماعی، اعتماد اجتماعی، امنیت اجتماعی، سرمایه فرهنگی، احساس محرومیت نسبی و طبقه اجتماعی، احساس مقبولیت اجتماعی، آنومی، هوش معنوی و عزت نفس هستند.

براساس یافته‌های پژوهش هزارجریبی (۱۳۹۹)، رابطه بین وضعیت اشتغال (شاغل-بیکار) و پایگاه اجتماعی-اقتصادی با نشاط اجتماعی مثبت و معنادار است. همچنین، متغیرهای فردی عزت نفس، دین‌داری، رضایت از کیفیت زندگی و گذران اوقات فراغت، به ترتیب بیشترین اثر معنادار را بر نشاط اجتماعی دارند. شریف‌زاده و میرمحمد تبار (۱۳۹۶) نیز در مقاله‌ای به بررسی عوامل مؤثر بر نشاط اجتماعی در ایران با روش فراتحلیل پرداخته‌اند. نتایج نشان داد که متغیرهای رضایت از زندگی، عزت نفس، دین‌داری و ارتباط اجتماعی به نسبت سایر متغیرها تأثیر بیشتری بر نشاط اجتماعی دارند. نتایج پژوهش آخوندفیض و ذکائی (۱۳۹۵) نیز نشان داد که درک و تفسیر زنان از شادی در چرخه زندگی ثابت نیست و تجارب نسلی، سیاست جنسیتی و واقعیت بیولوژیک سن چطور در دوره‌های مختلف زندگی تغییراتی را نمایش می‌دهند و در فعالیت‌ها و علایق آنها نمود خارجی می‌یابد. وحیدا و همکاران (۱۳۹۴) نیز در مطالعه‌ای به بررسی عوامل جامعه‌شناختی مؤثر بر شادمانی با تکیه بر احساس امنیت اجتماعی در افراد بالای ۱۸ سال شهر کرمان پرداخته‌اند. براساس نتایج این مطالعه، میانگین شادمانی افراد بالای ۱۸ سال شهر کرمان در سطح متوسط است و متغیر احساس امنیت اجتماعی بیشترین نقش را در تبیین شادمانی افراد دارد.

براساس نتایج تحقیق ليو (۲۰۲۴)، عواملی که تأثیر مثبتی بر شاخص شادی و نشاط شهروندان کشور دارند عبارتند از: تولید ناخالص داخلی، سخاوت، امید به زندگی بالا، سخاوت و حمایت اجتماعی. همچنین، فساد بر شاخص شادی تأثیر منفی می‌گذارد. نتایج تحقیق الخطیب^۱ و همکاران (۲۰۲۴) نشان داد که تحول دیجیتال تأثیر مثبت و معناداری بر شادی شهروندان دارد. نتایج تحقیق مینهارت و همکاران (۲۰۲۴) نشان داد که یک رابطه مثبت بین ارزش‌ها و شرایط مدیریت دولتی و نشاط شهروندان وجود دارد. همچنین، نتایج پژوهش هانافی و سالسالیلا (۲۰۲۴) گویای آن است که توسعه انسانی با نشاط شهروندان در اندونزی مرتبط است. دلسیگنور^۲ و همکاران (۲۰۲۳)، در پژوهش خود مدل چندبعدی برای نشاط پیشنهاد دادند که شامل روابط اجتماعی و شادکامی انسانی است، که بیشتر بر شادی لذت‌گرایانه تمرکز می‌کند. این مدل شامل ۳ بعد عاطفی، اخلاقی و ارزیابی سیستم رفاه و همچنین ۵ عامل سیستم رفاه، حالات عاطفی مثبت و منفی، نوع دوستی و خودمحوری است.

براساس نتایج مطالعه دیاز هرناندز^۳ و همکاران (۲۰۲۲)، از دیدگاه روان‌شناختی، نشاط و شادکامی شامل ۳ بعد است: بعد شخصی، بعد بین فردی-رابطه‌ای و بعد زمانی. بعد شخصی شامل شخصیت، عواطف مثبت، سلامتی، انگیزه برای تعیین اهداف شخصی، درگیر شدن در فعالیت‌ها و پوشش نیازهای اساسی و مادی فرد برای لذت بردن از لحظات شاد است. در بعد بین فردی-روابطی، نشاط به حمایت خانوادگی و اجتماعی، روابط، عملکرد اجتماعی و شغلی، غلبه بر و/یا پذیرش ضررهایی مانند مرگ، جدایی، یا ازدست دادن شغل بستگی دارد. در نهایت، بعد زمانی مشخص می‌کند که نشاط می‌تواند با مجموعه‌ای از لحظات شاد و یا با حالت مداوم شادی که در طول زندگی متفاوت است، شکل بگیرد. نتایج مطالعه میرزایی و زنگی‌آبادی (۲۰۲۱) نیز نشان داد که شادمانی شهروندان و شهر شاد دارای ابعاد برنامه ریزی، اقتصادی، مدیریتی و

1. El Khatib

2. Delsignore

3. Díaz Hernández

اداری است. همچنین، از بین شاخص‌ها، رفاه و سلامت به‌عنوان شاخص‌ترین شاخص‌ها شناسایی شدند. مدیریت کارآمد، عدالت اجتماعی، سلامت روانی-اخلاقی، حقوق شهروندی، سطح درآمد، کیفیت زندگی، میزان امنیت شهری و داشتن شغل مناسب نیز به‌عنوان مهم‌ترین متغیرها در نظر گرفته شد. پاپاچریستو و رساس^۱ (۲۰۱۹) در مقاله‌ای به مدل‌سازی ظهور زمینه‌شادی در مطالعات شهری پرداخته‌اند. نتایج نشان داد که کیفیت زندگی، زمینه‌ساز نشاط اجتماعی و شادمانی است و برای مطالعه عوامل مؤثر بر شادمانی، می‌توان عوامل مؤثر بر بهبود کیفیت زندگی را شناسایی کرد؛ چراکه ارتباط مستقیمی بین این دو وجود دارد. درنهایت، سانگ و همکاران^۲ (۲۰۱۹) در مقاله‌ای باعنوان بررسی رابطه کنترل آلودگی هوا و نشاط اجتماعی نتیجه گرفته‌اند که هوای پاک‌تر از طریق کاهش بیماری‌ها و القای حس وظیفه‌شناسی دولت در قبال شهروندان و کاهش استرس‌های کاری، می‌تواند تأثیر مثبت و معناداری بر نشاط اجتماعی داشته باشد.

بنابراین، تعریف نشاط اجتماعی، یعنی شادمانی‌های فطری و طبیعی که در یک جامعه تبلور پیدا می‌کند. بی تردید این پدیده اجتماعی، از بیرون و درون، زندگی انسان‌ها را تحت تأثیر فراوان قرار می‌دهد. با عنایت به این امر، بی دلیل نیست که درباره موضوع نشاط و عوامل مؤثر بر آن، تحقیقات وسیعی صورت گرفته و مبین آن است که این موضوع در نظر بسیاری از محققان مهم تلقی شده و همواره دغدغه ذهنی آنان بوده است.

۲.۲. چهارچوب نظری تحقیق

از لحاظ تاریخی، رویکرد مطالعه نشاط (شادمانی) از دوران باستان تا تثبیت روان‌شناسی به‌عنوان یک علم در اواخر قرن نوزدهم را دربر می‌گیرد. با توجه به رویکردهای علمی مختلف در زمینه‌هایی مانند فلسفه، الهیات، جامعه‌شناسی و علوم اجتماعی، تعریف منحصر به فرد «نشاط» دشوار است. با این حال، عواملی که در افزایش نشاط نقش دارند، حمایت شخصی، خانوادگی،

1. Papachristou, Rosas-Casals

2. Song et al

اجتماعی و عاطفی است (دiaz هرناوندز و همکاران، ۲۰۲۲). نشاط و شادمانی، به عنوان یک پیامد مهم در احساس رضایت شغلی و خوشبختی انسان مطرح است که نه تنها زندگی شخصی؛ بلکه جنبه های اجتماعی حیات ما یعنی کنش ها و ارتباطاتی را که با دیگران برقرار می کنیم، تحت تأثیر خود قرار می دهد (ون پراگ و همکاران، ۲۰۰۴).

لیوبو میراسکی^۱ (۲۰۰۱)، نشاط را تعادل بین تجربه های هیجانی مثبت و منفی در طول یک دوره زمانی می داند. وینهون^۲ (۱۹۸۸)، معتقد است: «نشاط به درجه یا میزانی اطلاق می شود که شخص درباره مطلوبیت کل زندگی خود قضاوت می کند؛ به عبارت دیگر نشاط یا شادی به این معناست که فرد به چه میزان زندگی خود را دوست دارد» (احمدی و همکاران، ۱۳۹۶). برپایه رویکرد داینر^۳ و همکاران (۲۰۰۵)، نشاط شامل ارزشیابی هایی است که افراد از خود در زندگی به عمل می آورند. این ارزشیابی ها می تواند جنبه شناختی (قضاوت هایی که درباره خشنودی از زندگی صورت می گیرد) و جنبه عاطفی (شامل خلق و هیجان هایی که در واکنش به رویدادهای زندگی ظاهر می شود) داشته باشد. بر پایه این رویکرد، نشاط و شادکامی از چهار مؤلفه خشنودی از زندگی، خلق و هیجان های مثبت و خوشایند، نبود خلق و هیجان های منفی و حرمت خود و احساس شکوفایی تشکیل می شود.

نشاط حالت ذهنی ای است که به حداکثر رساندن عملکرد و دستیابی به پتانسیل ها را امکان پذیر می کند (پرایس جنز و لیندسی^۴، ۲۰۱۴). فیشر^۵ (۲۰۱۰) نشاط را احساس مثبت و تمایل فرد به تفکر با روشی خوش بینانه تعریف کرد. از دیدگاه المکتوم^۶ (۲۰۱۷)، نشاط به عنوان یک مفهوم به حالتی اطلاق می شود که در آن افراد یا نیروهای کار احساس راحتی، اطمینان و

1. Miraski

2. Winhaun

3. Diener

4. Pryce-Jones & Lindsay

5. Fischer

6. Al Maktoum

امنیت می‌کنند. همچنین، به اعتقاد پرادهام^۱ و همکاران (۲۰۱۸) نشاط به عنوان یک آرمان کلی نگر شناخته می‌شود که شکلی تجمعی از احساسات و خلق و خوی رضایت بخش، داشتن نگرش مثبت و همچنین رویکرد سازنده نسبت به زندگی از جمله رفاه است؛ به عبارت دیگر نشاط تجربه‌ای ذهنی است که براساس آن، افراد خودشان را شاد و ناراحت در نظر می‌گیرند و براساس آن، یک زندگی و جامعه خوب را تشکیل می‌دهند؛ به گونه‌ای که افراد شاد از عزت نفس، حس کنترل و خوش بینی برخوردارند (سمدو^۲ و همکاران، ۲۰۱۷).

از دیدگاه دورکیم^۳، رضایت از زندگی تابع نوع، شدت و چگونگی روابط اجتماعی^۴ است. به نظر دورکیم در جریان انتقال از همبستگی مکانیکی به ارگانیکی، ارزش‌های جمعی تضعیف می‌شوند، تعهد افراد به جامعه کاهش می‌یابد (ربانی و همکاران، ۱۳۸۸). اینگلهارت^۵ با تأکید بر دیدگاه الگوی تطابق آرزو با وضعیت عینی مدعی است احساس سعادت بازتاب توازن میان آرزوهای شخص و وضعیت اوست؛ (اینگلهارت، ۱۳۷۳: ۲۴) زیرا توازن بین نیازها با آرزوها از یک سو و انجام آنها از سوی دیگر، پیوسته برهم می‌خورد و مجدداً تطابق می‌یابد. «آرجیل»^۶ معتقد بود شادمانی چهار جزء دارد که عبارتند از: احساس خوشی، رضایت از زندگی و نداشتن اضطراب و در نهایت افسردگی؛ درواقع این تعریف همان تعریف پیشین است، لیکن کمی تخصصیتر و محدودتر شده است؛ مطابق این تعریف، اگر شما در هفته گذشته احساس مثبت و احساس رضایت از زندگی داشته و کمتر احساس اضطراب یا افسردگی کرده‌اید، شادمان‌ترید

1. Pradhan

2. Semedo

3. Émile Durkheim (April 15, 1858 Épinal France - November 15, 1917 (aged 59) Paris France) was one of the best known French social scientist of the division of labor, anomie, mechanical and organic solidarity, methodology religion

4. Social Relationship

5. Ronald F. Inglehart (5 September 1934, United States – 8 May 2021, United States) was an American political scientist specializing in comparative politics

6. Michael Argyle (11 August 1925, Nottingham – 6 September 2002) was one of the best known English social psychologists of the Life · Work · Communication cycle · Psychology of religion

(عابدی، ۱۹: ۱۳۸۳). به علاوه به اعتقاد آرجیل روابط مثبت با دیگران، هدفمند بودن زندگی، رشد شخصی و دوست داشتن دیگران از اجزای شادمانی هستند. وی معتقد بود که عواطف منفی متعددی در انسان وجود دارد (از قبیل: خشم، اضطراب، افسردگی و غیره)؛ اما درحقیقت فقط یک عاطفه مثبت وجود دارد که به عنوان شادی از آن یاد می شود. شادی نه تنها به سطح بالایی از عاطفه یا هیجان مثبت بستگی دارد؛ بلکه به سنجش عمیق تر رضایت کلی از زندگی نیز وابسته است. هیجانات بسیار مثبت ممکن است کوتاه مدت باشند؛ اما رضایت (یا به عبارتی نشاط) می تواند درازمدت باشد. بنابراین، می تواند هدفی واقع بینانه برای وجود انسان باشد (آرگاریل، ۳۲: ۱۳۸۳).

نتایج بررسی پیشینه تحقیق و مبانی نظری نشان داد که مفهوم سازی کامل از مفهوم نشاط در جامعه وجود ندارد و اینکه مفهوم دقیق این پدیده چیست و چه ابعاد و مؤلفه هایی می تواند داشته باشد، هنوز کمتر شناخته شده است. از طرفی، با توجه به شرایط بومی ایرانی، تعدادی از متغیرها می تواند در نشاط افراد مؤثر باشد که درباره این عوامل نیز آگاهی چندانی وجود ندارد. در مجموع، برای پرکردن خلاء تحقیقاتی موجود و ارائه یک مدل بومی و کاربردی و همچنین با توجه به محدودیت مبانی علمی موجود برای ایجاد مدل، در این تحقیق از روش مصاحبه نیمه ساختاریافته با خبرگان و تکنیک تحلیل مضمون برای طراحی مدل نشاط جامعه استفاده شد.

۳. روش پژوهش

هدف پژوهش حاضر، طراحی مدل عوامل تشکیل دهنده مفهوم نشاط جامعه و بررسی تطبیقی ایران با کشورهای حوزه خاورمیانه است. این تحقیق از نظر هدف، توسعه ای-کاربردی است. چون یافته های تحقیق می تواند برای بهبود سطح نشاط در جامعه ایرانی و ارتقای سیاست گذاری در این حوزه استفاده شود، از نوع کاربردی است. از طرف دیگر، از آنجاکه محقق به دنبال آن است که تئوری ها و مبانی علمی موجود در زمینه نشاط جامعه را توسعه دهد، پژوهش توسعه ای محسوب می شود. همچنین، تحقیق از نوع تحقیقات آمیخته اکتشافی است. در طرح های تحقیق

آمیخته اکتشافی، پژوهشگر درصدد زمینه‌یابی درباره «موقعیت نامعین» است. برای این منظور ابتدا به گردآوری داده‌های کیفی می‌پردازد. انجام این مرحله او را به توصیف جنبه‌های بی‌شماری از پدیده هدایت می‌کند. با استفاده از این شناسایی اولیه، امکان صورت‌بندی فرضیه (هایی) درباره بروز پدیده مطالعه‌شده فراهم می‌شود. در مرحله بعدی، پژوهشگر می‌تواند از طریق گردآوری داده‌های کمی، فرضیه (ها) را آزمایش کند. بنابراین، در این نوع طرح‌های تحقیق آمیخته، به داده‌های کیفی اهمیت بیشتری داده می‌شود؛ علاوه‌بر آن در توالی گردآوری داده‌ها ابتدا داده‌های کیفی و سپس داده‌های کمی گردآوری می‌شوند. بالاخره، پژوهشگر بر مبنای یافته‌های حاصل از داده‌های کیفی، سعی دارد که داده‌های کمی را گردآوری کند تا تعمیم‌پذیری یافته را میسر کند (بازرگان هرندی، ۱۳۸۷). در مرحله کیفی از روش مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با خبرگان و تکنیک تحلیل مضمون برای تشکیل مدل و در مرحله کمی از روش تحلیل عاملی تأییدی برای تأیید اعتبار مدل استفاده شد.

در مرحله کیفی تحقیق از مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با خبرگان و تکنیک تحلیل مضمون استفاده شد. تکنیک تحلیل مضمون، در شش گام اجرا می‌شود: آشنایی با متن، ایجاد کدهای اولیه و کدگذاری، جست‌وجو و شناخت مضامین، ترسیم شبکه مضامین، تحلیل شبکه مضامین و نهایتاً تدوین گزارش.

این تکنیک زمانی آغاز می‌شود که تحلیل‌گر به دنبال شناخت الگوهای معانی و موضوعات در داده‌ها باشد؛ البته ممکن است این کار در طول جمع‌آوری داده‌ها نیز اتفاق بیفتد. نقطه پایان این فرایند نیز تهیه گزارشی از محتوا و معانی الگوها و مضامین، در داده‌ها است. بنابراین، تکنیک تحلیل مضمون، فرایندی است که طی زمان شکل می‌گیرد و نباید با عجله اجرا شود (براون و کلارک، ۲۰۰۶). به‌علاوه، این فرایند فرایندی خطی نیست؛ زیرا تحلیل مضمون، مستلزم فرایندی رفت‌وبرگشتی در کل مجموعه داده‌هاست.

گام‌های انجام شده برای طراحی مدل تحقیق با تکنیک تحلیل تم براساس نظر براون و کلارک^۱ (۲۰۰۶) در ادامه ارائه شده است.

گام اول- آشنایی با داده‌ها: در این تحقیق، بعد از اینکه محققان با خبرگان مصاحبه انجام دادند، نسبت به بررسی و استخراج محتوای آنها اقدام کردند. بدین منظور، متن تک تک مصاحبه‌ها بررسی و تحلیل شدند و محتوای آنها استخراج شد؛ البته محققان برای کسب اطمینان از اینکه بررسی مصاحبه‌ها با دقت انجام شده و جهت ممانعت از خطاهای احتمالی، نسبت به بررسی مجدد مصاحبه‌ها در بازه زمانی ۲ هفته پرداختند. همچنین، محققان تلاش کردند که در زمان استخراج محتوای مصاحبه هیچ‌گونه پیش‌داوری نداشته باشند؛ البته در مواردی که در درک مطالب ابهام وجود داشت، محققان با برقراری تماس مجدد با خبرگان ابهامات را رفع کردند.

گام دوم- ایجاد کدهای اولیه: در گام دوم، محققان به شناسایی و تعیین کدهای اولیه اقدام نمودند. کدها مربوط به ویژگی داده‌ها است که از نظر محقق جالب به نظر می‌رسد (براون و کلارک، ۲۰۰۶). در این گام، محققان برای هر نکته یا متنی مطرح شده که به موضوع خاصی اشاره داشت، یک کد در نظر گرفتند. محققان با انجام فرآیند رفت و برگشتی تلاش کردند که از استخراج تمام کدها اطمینان حاصل کنند.

گام سوم- جست‌وجوی مضامین: پس از استخراج و شناسایی کدها، در این گام نسبت به دسته‌بندی کدهای شناسایی شده در قالب مضامین اقدام شد. در این گام، محققان تلاش کردند تا کدهایی را که از نظر مفهومی و محتوایی با هم اشتراک داشتند شناسایی کرده و پس از ترکیب آنها نسبت به ایجاد مضامین اقدام کردند.

گام چهارم- بازبینی مضامین: پس از تعیین مضامین، در این گام محققان نسبت به بازبینی آنها اقدام کردند. این گام شامل دو قسمت بازبینی و تصفیة مضامین است. قسمت اول مربوط به بازبینی در سطح خلاصه‌های کدگذاری شده است. در قسمت دوم، اعتبار مضامین در رابطه با

مجموعه داده‌ها بررسی می‌شود. در این گام، تا زمانی که نقشه مضامین ایجاد نشود، نمی‌توان به گام بعدی رفت؛ در شرایطی که نقشه مضامین با مجموعه داده‌ها هم‌راستایی نداشته باشد، محققان باید دوباره برگردند و کدگذاری را تا زمان ایجاد یک نقشه مضامین مطلوب ادامه دهند.

گام پنجم- تعریف و نام‌گذاری مضامین: در این گام، محققان پس از ایجاد یک نقشه رضایت‌بخش از مضامین، دسته‌های مضامین را نام‌گذاری کردند.

گام ششم: تهیه گزارش: در نهایت، گزارش نهایی فرآیند انجام گرفته برای تحلیل داده‌ها با تحلیل مضمون انجام شد.

در این پژوهش مشارکت‌کنندگان در مصاحبه‌ها، شامل ۲۶ نفر از خبرگان بودند که به شکل هدفمند و با روش گلوله برفی انتخاب شدند. انجام مصاحبه با خبرگان تا رسیدن به اشباع نظری ادامه یافت. شرایط انتخاب خبرگان دانشگاهی دارابودن حداقل یک پژوهش در حوزه موضوع تحقیق، مدرک دکتری و تحصیل در زمینه‌های مرتبط با موضوع تحقیق بود. مصاحبه‌ها براساس یک پروتکل از پیش تهیه‌شده و در بازه زمانی حدود ۴۰ تا ۶۰ دقیقه‌ای انجام شد.

پس از پایان مرحله کیفی، از ۴ نفر از خبرگان درباره یافته‌ها سؤال شد که با انجام تغییرات جزئی نتایج به تأیید آنها رسید.

جدول ۱- ویژگی‌های نمونه آماری

مأخذ: مشخصات افراد نمونه آماری در پژوهش

ویژگی	تعداد
جنسیت	
مرد	۲۰۱
زن	۱۸۳
تحصیلات	
دیپلم و زیردیپلم	۱۱۲
کارشناسی	۲۰۲

ویژگی	تعداد
کارشناسی ارشد و بالاتر	۷۰
سن	
زیر ۳۰ سال	۸۱
بین ۳۰ تا ۴۰ سال	۹۱
بین ۴۰ تا ۵۰ سال	۵۹
بیش از ۵۰ سال	۵۳

در مرحله دوم تحقیق، جامعه آماری شامل شهروندان تهرانی بودند که حجم نمونه با روش کوکران ۳۸۴ نفر محاسبه شده و از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده برای انتخاب افراد نمونه استفاده شد. همچنین، برای گردآوری داده‌ها از پرسش‌نامه طراحی شده با طیف ۵ تایی لیکرت استفاده شد که ۴ نفر از خبرگان روایی آن را تأیید کردند. همچنین، مقدار پایایی پرسش‌نامه با روش آلفای کرونباخ ۰/۸۳۲ محاسبه شد که مقداری مطلوب است. در این مرحله، برای تجزیه و تحلیل داده‌ها و تأیید اعتبار مدل از روش تحلیل عاملی تأییدی و نرم‌افزار Smart PLS استفاده شد. پیش از انجام محاسبات روش تحلیل عاملی تأییدی، کفایت حجم نمونه با بهره‌گیری از شاخص KMO و آزمون بارتلت و همچنین، وضعیت نرمال بودن داده‌ها با آزمون کولکوگروف-اسمیرنوف بررسی شد که براساس نتایج، حجم نمونه کافی بود و با توجه به غیر نرمال بودن داده، انجام محاسبات تحلیل عاملی تأییدی با نرم‌افزار Smart PLS انجام شد.

پس از تأیید مدل تحقیق، براساس شاخص‌های مدل که ارقام مربوط به آنها در شاخص‌های بین‌المللی ۲۰۲۳ موجود بود، به بررسی تطبیقی میزان نشاط در ایران و کشورهای حوزه خاورمیانه پرداخته شد. در گزارش جهانی شادی ۲۰۲۳ مؤلفه‌های زیر، به تفصیل بررسی شده است: درآمد^۱، سلامتی^۲، حمایت اجتماعی^۳ (داشتن پشتیبان در شرایط اضطرار)، آزادی در تصمیم‌گیری‌های

1. Income

2. Health

3. Social support, or having someone to count on in times of trouble.

کلیدی (مهم) زندگی^۱، سخاوت^۲ و درنهایت فقدان فساد^۳. کلیه شاخص‌های بین‌المللی استفاده‌شده در مدل نهایی تحقیق موجود است.

۴. یافته‌های پژوهش

۴.۱. یافته‌های تحلیل مضمون

هدف این پژوهش، طراحی مدل عوامل تشکیل‌دهنده مفهوم نشاط جامعه است. بدین منظور، داده‌هایی که از روش مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با خبرگان حاصل شد، با تکنیک تحلیل مضمون تجزیه و تحلیل شد. در جدول ۲، چند نمونه از متن مصاحبه‌ها و کدهای استخراج‌شده قابل مشاهده است.

جدول ۲. نمونه‌ای از متن مصاحبه‌ها و کدهای استخراج‌شده

مأخذ: مصاحبه‌های افراد نمونه آماری در پژوهش

متن مصاحبه	کد شناسایی شده
«اگر افراد یک جامعه در زندگی فردی و اجتماعی خود عزت نفس داشته باشند، بانشاط‌تر هستند. تجارب کشورهای پیشرفته نشان‌دهنده این مطلب است. بنابراین، باید مدیران و سیاست‌گذاران تلاش کنند تا حدممکن عزت نفس افراد جامعه را بالا ببرند.»	عزت نفس
«متأسفانه شاهدیم که به دلایل متعدد، سطح امید به آینده در افراد کاهش پیدا کرده و این مسئله در نسل جوان کشور حادتر است. قطعاً این موضوع تأثیری منفی بر سطح نشاط موجود در جامعه دارد و مانع از به کارگیری تمام پتانسیل‌های کشور برای ساختن آینده‌ای بهتر می‌شود.»	امید به آینده
«افراد تمایل دارند که تصمیم‌های مهم در زندگی فردی و اجتماعی خود را بدون دخالت دیگران و براساس تمایلات و منطق خود بگیرند و هرگونه خللی در این زمینه فرد را سرخورده و بی‌انگیزه می‌کند.»	آزادی در تصمیم‌گیری‌های کلیدی (مهم) زندگی

1. Freedom to make Life Choices “Are you satisfied or dissatisfied with your freedom to choose what you do with your life?”

2. Generosity

3. Perception of Corruption

هدفمندی زندگی	«انسان‌ها میل دارند برای خود اهداف والایی داشته باشند که مسیر زندگی‌شان را تعیین کند. برای جوامع هم همین‌طور است. درکل هدفمندی باعث می‌شود فرد باانگیزه و بانشاط‌تر باشد».
اخلاق‌مداری	«وجود اخلاق در روابط بین فردی و حتی اخلاق‌مداری فردی کیفیت زندگی و روابط اجتماعی در جوامع را ارتقاء می‌دهد و افراد حس مثبت و بهتری دارند و تمایل بیشتری برای انجام فعالیت‌های جمعی و و گروهی نشان می‌دهند».
اعتماد متقابل و حمایت اجتماعی	«انسان‌ها موجوداتی اجتماعی هستند و یکی از مهم‌ترین مواردی که به آنها نشاط می‌دهد، مشارکت و فعالیت مؤثر در اجتماع است. اینکه افراد در جوامع حامی و پشتیبان هم باشند و بتوانند به هم اعتماد کنند، باعث می‌شود آنها بتوانند نیاز به اجتماعی بودن را به بهترین شکل رفع کنند و بانشاط‌تر باشند».
دسترسی به مراکز ورزشی و تفریحی	«در کشور به‌نسبت جمعیت، مراکز تفریحی و ورزشی مناسب برای افراد در دسترس نیست و نسبت سرانه این‌گونه فضاها به جمعیت کم است. این درحالی است که ورزش و تفریح، عوامل بسیار مهمی در نشاط اجتماعی جامعه و روحیه کار و فعالیت در افراد است».
دسترسی به اینترنت باکیفیت	«امروزه، اینترنت نقش مهمی در زندگی افراد ایفا می‌کند و دسترسی به اینترنت باکیفیت باعث می‌شود افراد با زمان کمتر بتوانند امور زندگی خود را پیش ببرند؛ حتی وجود شبکه‌های اجتماعی نیز که وابسته به اینترنت است، در نشاط جامعه تاثیرگذار است».

در این پژوهش، پس از تجزیه و تحلیل داده‌های حاصل از مصاحبه با استفاده از روش تحلیل مضمون، یافته‌های مربوط به نشاط جامعه دسته‌بندی شد. در این راستا، پس از پایان مرحله کدگذاری، کدهای مشابه کنار یکدیگر قرار داده شدند تا درباره نحوه ترکیب و تلفیق کدهای مختلف جهت تشکیل مضامین پایه تصمیم‌گیری شود. پس از آن، علاوه بر اینکه نام اولیه برای مضامین پایه انتخاب شد، درباره مرتبط بودن هر کدام از این مضامین اولیه با کدهای شناسایی شده و همچنین سؤالات تحقیق بررسی‌های بیشتری انجام شد. در این گام، مضامین پایه و کدها در چند مرتبه مرتب و بازبینی شدند تا درنهایت، جمع‌بندی انجام شد. در مرحله بعدی، ماهیت هر مضمون پایه به شکل دقیق‌تر شناسایی شده و نام مناسب برای مضامین انتخاب شد. پس از شناسایی شدن و نام‌گذاری مضامین پایه، مضامین سطح بالاتر یعنی مضامین سازمان‌دهنده

شناسایی شدند. بدین منظور، ابتدا مضامین اصلی که وجه اشتراک زیادی با هم داشته یا بر محور یک موضوع خاص قرار داشتند، با هم ترکیب شده و مضامین سازمان‌دهنده را ایجاد کردند. مضامین سازمان‌دهنده در واقع مضامین پایه مشابه را خوشه‌بندی می‌کنند. سپس، مضامین سازمان‌دهنده نیز به همین صورت دسته‌بندی شده و ذیل مضامین فراگیر یعنی نشاط جامعه قرار گرفتند.

در جدول ۳، نتایج تحلیل مضمون قابل ملاحظه است.

جدول ۳. نتایج تحلیل مضمون

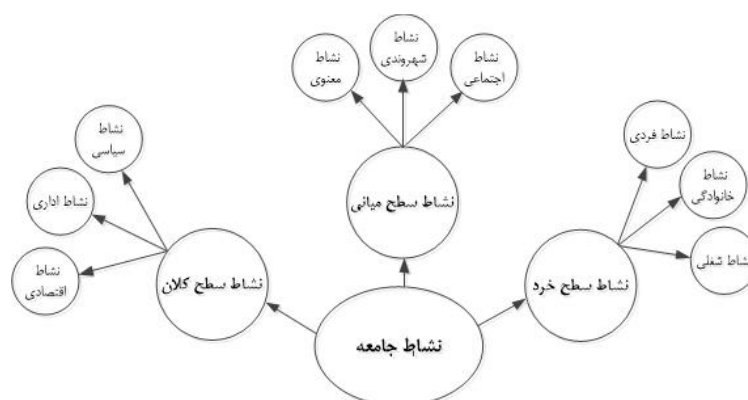
مأخذ: متون مصاحبه‌های افراد نمونه آماری در پژوهش

مضامین فراگیر	مضامین سازمان‌دهنده	مضامین پایه	کد
نشاط جامعه	سطح خرد	نشاط فردی	عزت نفس
			امید به آینده
			دوری از افسردگی
			استرس پایین
			آزادی در تصمیم‌گیری‌های کلیدی (مهم) زندگی
	نشاط خانوادگی	نشاط خانوادگی	رضایت از زندگی خانوادگی
			ازدواج آسان و پایدار
			دسترسی به شبکه خویشاوندان
			سبک زندگی
	نشاط معنوی	نشاط معنوی	هدفمندی زندگی
			اخلاق‌مداری
			پایبندی به امور دینی و مذهبی
			سهم‌شدن در خوشبختی دیگران
			نوع‌دوستی و انسان‌دوستی

مضامین فراگیر	مضامین سازمان دهنده	مضامین پایه	کد
		نشاط اجتماعی	مقبولیت اجتماعی
			اعتماد متقابل و حمایت اجتماعی
			احساس امنیت اجتماعی
			ارتباطات دوستانه
			سخاوت و بخشندگی
			عدم مقایسه اجتماعی
			کیفیت زندگی
			عضویت در گروه های مدنی و کار داوطلبانه
			جمع گرایی و مشارکت در اجتماع
			خشونت پرهیزی
	سطح میانی	نشاط شهروندی	رعایت حقوق شهروندی
			دسترسی به خدمات سلامت
			دسترسی به مراکز ورزشی و تفریحی
			رعایت حریم خصوصی
			دسترسی به خدمات آموزشی و تحصیلی
			دسترسی به اینترنت باکیفیت
			محیط زیست سالم
			دسترسی به شغل مناسب
			درآمد کافی
			دسترسی به اوقات فراغت کافی
			بازنشستگی مطلوب
	سطح کلان	نشاط سیاسی	مشارکت در انتخابات و رویدادهای سیاسی
			هویت ملی

مضامین فراگیر	مضامین سازمان دهنده	مضامین پایه	کد
			دسترسی به رسانه
			اعتماد به نهادهای دولتی و افراد
		نشاط اداری	خدمات الکترونیک
			فقدان فساد
			دیوان سالاری محدود
			دسترسی به خدمات اداری
		نشاط اقتصادی	سرانه تولید ناخالص داخلی
			تورم پایین
			قدرت خرید مایحتاج مورد نیاز
			دسترسی به بیمه مناسب
			خدمات تأمین اجتماعی

در نهایت، براساس نتایج روش تحلیل مضمون و گام‌های انجام شده، مدل نشاط جامعه ایجاد شد که در شکل ۱ قابل ملاحظه است.



شکل ۱. شبکه مضامین نشاط جامعه براساس نتایج تحلیل مضمون
(منبع: یافته‌های تحقیق)

۲.۴. یافته‌های روش تحلیل عاملی تأییدی

پس از انجام تحلیل مضمون، برای اعتبارسنجی الگوی استخراج شده، از ۳۸۴ نفر از شهروندان تهرانی با ابزار پرسش‌نامه نظرخواهی شد. داده‌ها با روش تحلیل عاملی تأییدی تجزیه و تحلیل شدند. در ابتدا برای انجام تحلیل عاملی تأییدی، باید بررسی شود که نمونه‌ها از کفایت لازم برخوردارند یا خیر. بدین منظور، آزمون بارتلت انجام و شاخص KMO محاسبه شد. نتایج بررسی کفایت نمونه در جدول ۴ بیان شده است. همان‌طور که قابل ملاحظه است، مقدار شاخص KMO بیشتر از ۰/۶ و نزدیک به عدد ۱ و ضریب معناداری آزمون بارتلت کمتر از ۰/۰۵ است که نشان‌دهنده تحلیل عاملی برای شناسایی ساختار و مدل عاملی مناسب است.

جدول ۴. آزمون بارتلت و شاخص KMO

۰/۸۰۴	آزمون KMO	
۱۰۲۵/۱۵۰	مقدار χ^2	آزمون بارتلت
۲۵	درجه آزادی	
۰/۰۰۰	سطح معناداری (Sig)	

پس از تأیید کفایت حجم نمونه، وضعیت روایی و پایایی با روش‌های آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی بررسی شد. مقدار پایایی در صورتی که بیشتر از مقدار ۰/۷ باشد، مورد قبول است. همان‌گونه که در جدول ۵ مشاهده می‌شود، تمام سازه‌های مدل از پایایی مناسبی برخوردار هستند.

جدول ۵. مقادیر آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی

پایایی	سطح خرد	سطح میانی	سطح کلان
آلفای کرونباخ	۰/۸۲	۰/۸۱	۰/۸۴
پایایی ترکیبی	۰/۸۵	۰/۸۳	۰/۸۶

در ادامه، روایی همگرا و واگرا بررسی شد. معیار AVE یکی از شاخص‌های مهم روایی همگراست که میزان همبستگی بین یک سازه با شاخص‌های خود را نشان می‌دهد که هرچه این همبستگی بیشتر باشد، برازش نیز بهتر است. فورنل و لارکر (۱۹۸۱) شاخص AVE را برای روایی همگرا معرفی و بیان کردند که شاخص AVE زمانی که بیشتر از ۰/۵ باشد، بیانگر روایی همگرای قابل قبول است. همان‌طور که در جدول ۶ مشاهده می‌شود، مقدار AVE محاسبه شده برای همه سازه‌های مدل قابل قبول است.

جدول ۶. مقادیر شاخص AVE

متغیرها	شاخص AVE
سطح خرد	۰/۷۳
سطح میانی	۰/۶۹
سطح کلان	۰/۷۵

همچنین، روایی واگرا بیانگر وجود همبستگی‌های جزئی میان شاخص‌های یک سازه و شاخص‌های مربوط به سازه‌های دیگر است. فورنل و لارکر (۱۹۸۱) بیان کردند که روایی واگرا زمانی مناسب است که مقدار محاسبه شده AVE برای هر سازه، مقداری بیشتر از واریانس اشتراکی بین آن سازه و سازه‌های دیگر (مربع مقدار ضرایب همبستگی بین سازه‌ها) داشته باشد. در جدول ۷، ماتریس سنجش روایی واگرا قابل ملاحظه است که نشان می‌دهد قابل قبول است.

جدول ۷. ماتریس سنجش روایی واگرا

ابعاد	سطح خرد	سطح میانی	سطح کلان
سطح خرد	۰/۸۱۵		
سطح میانی	۰/۳۸۵	۰/۷۹۸	
سطح کلان	۰/۴۰۳	۰/۳۴۹	۰/۸۴۳

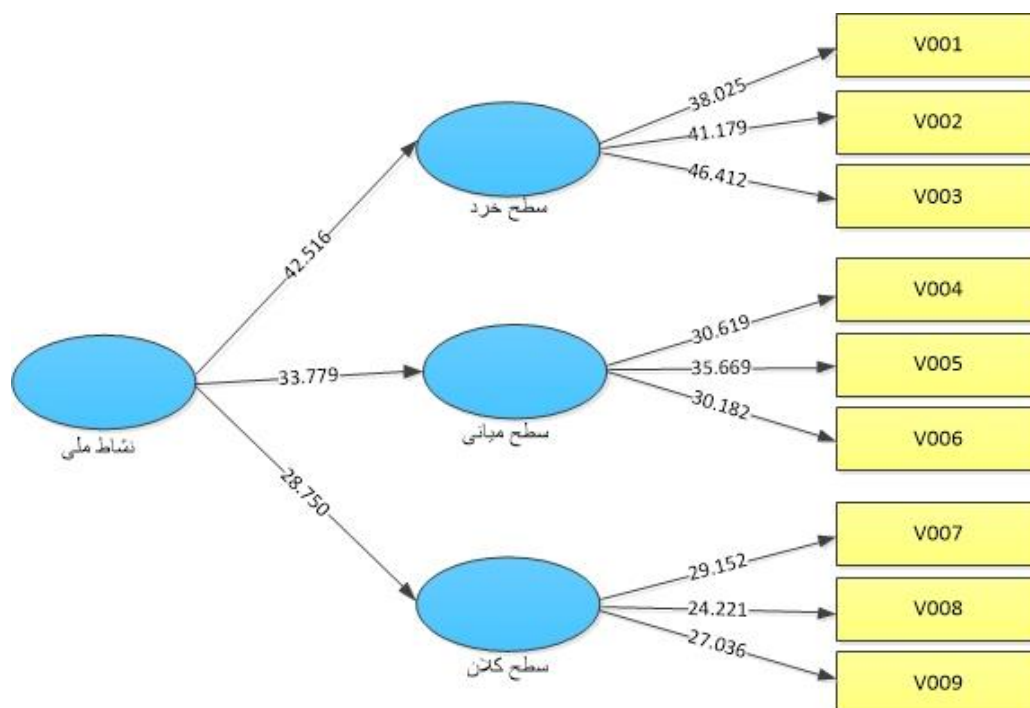
همچنین، برای برازش الگوی ارائه شده، ۷ شاخص برازش برای متغیرهای مکنون محاسبه شد که در جدول ۸ قابل مشاهده است و نشان می‌دهد که شاخص‌ها وضعیت مطلوبی دارند.

جدول ۸. شاخص‌های برازش مدل

مقدار مناسب	سطح کلان	سطح میانی	سطح خرد	
کمتر از ۵	۴/۱۹	۳/۹۵	۳/۹۶	χ^2/df
کمتر از ۰/۰۸	۰/۰۵	۰/۰۷	۰/۰۶	میانگین مجذور خطاهای مدل ^۱
نزدیک به صفر	۰/۱۱	۰/۱۰	۰/۰۹	متوسط باقی مانده‌ها
نزدیک به یک	۰/۸۸	۰/۹۰	۰/۹۳	ارزیابی مقدار نسبی واریانس و کوواریانس ^۲
بزرگتر از ۰/۹	۰/۹۳	۰/۹۰	۰/۹۲	مقادیر CFI
بزرگتر از ۰/۸	۰/۸۳	۰/۸۵	۰/۸۷	مقادیر NFI
بزرگتر از ۰/۹	۰/۹۲	۰/۹۴	۰/۹۱	مقادیر NNFI

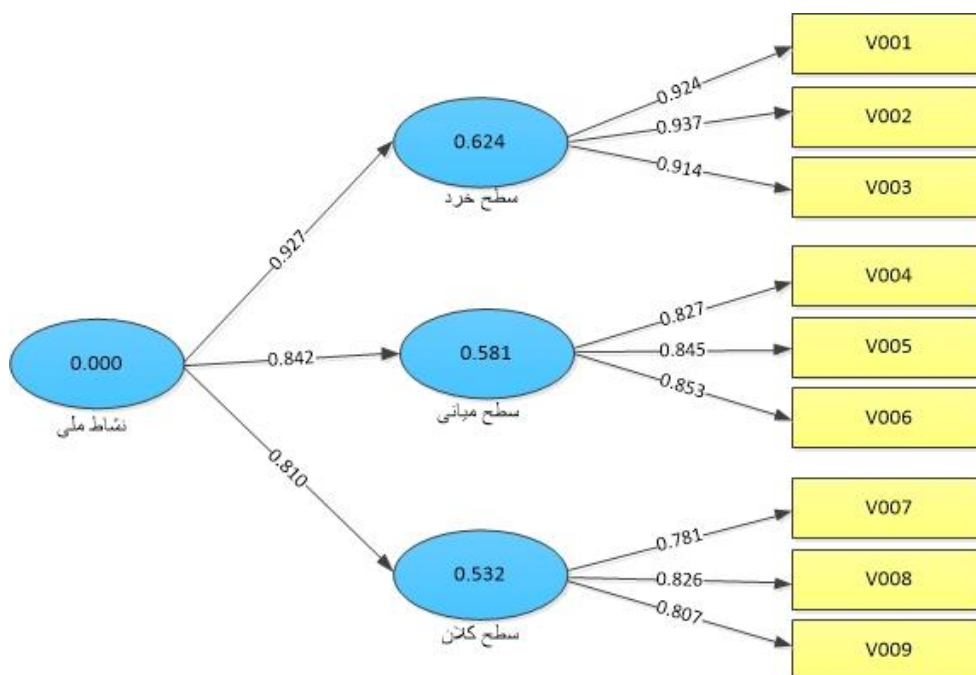
در پایان، فرضیات مدل آزمون شدند. معیار بررسی رابطه بین سازه‌ها در تحلیل عاملی، اعداد معناداری t هستند. در شرایطی که مقدار محاسبه شده آماره t خارج از محدوده ($-۱/۹۶$ تا $+۱/۹۶$) قرار گیرد، در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنادار است و اگر مقدار آماره t داخل این بازه باشد، ضریب مسیر محاسبه شده معنادار نیست و فرضیه آن رد می‌شود. در شکل ۲ با توجه به اینکه مقادیر آماره t برای تمام متغیرها بالاتر از مقدار $۱/۹۶$ است، رابطه بین متغیرها و متغیر مورد نظر معنادار است.

1. RMSEA
2. GFI



شکل ۲. مدل اندازه‌گیری برازش‌شده با تحلیل عاملی تأییدی در حالت معناداری

همچنین، در حالت تخمین استاندارد بارهای عاملی محاسبه می‌شود. هرچه بار عاملی بزرگتر و به عدد یک نزدیکتر باشد، یعنی متغیر مشاهده‌شده بهتر می‌تواند متغیر مکنون یا پنهان را تبیین کند. اگر بار عاملی کمتر از ۰/۵ باشد، رابطه ضعیف در نظر گرفته شده و از آن صرف نظر می‌شود. همان‌طور که در شکل ۳ نشان داده شده است، بار عاملی همه متغیرها بزرگتر از ۰/۵ بوده و این شاخص‌ها تبیین‌کننده مناسبی برای متغیر مورد نظر است.



شکل ۳. مدل اندازه‌گیری برازش‌شده با تحلیل عاملی تأییدی در حالت تخمین استاندارد

۳.۴. یافته‌های مقایسه تطبیقی نشاط جامعه در ایران با کشورهای خاورمیانه

در این قسمت، براساس شاخص‌های مدل که ارقام مربوط به آنها در شاخص‌های بین‌المللی ۲۰۲۳ موجود بود، به بررسی تطبیقی میزان نشاط در ایران و کشورهای حوزه خاورمیانه پرداخته شد. برای شفاف‌سازی موضوع، به ارائه آمار و نمودارهای گرفته‌شده از «گزارش جهانی شادی» ایران و سایر کشورهای حوزه خاورمیانه اشاره خواهد شد.

جدول ۱. اطلاعات جغرافیایی کشورهای حوزه خاورمیانه

مأخذ: سایت انجمن ایرانی مطالعات جهان <http://iwsa.ir>

زبان	پایتخت	نام کشور	جمعیت (تقریبی)	وسعت (کیلومتر مربع)
فارسی	تهران	ایران	۸۰,۰۰۰,۰۰۰	۱,۶۴۸,۱۹۶
عربی	ریاض	عربستان سعودی	۳۵,۰۰۰,۰۰۰	۲,۱۴۹,۶۹۰
عربی-کردی	بغداد	عراق	۴۳,۰۰۰,۰۰۰	۴۳۸,۳۱۷
عربی	دمشق	سوریه	۲۱,۰۰۰,۰۰۰	۱۸۵,۱۸۰
عربی-انگلیسی	ابوظبی	امارات متحده عربی	۹,۰۰۰,۰۰۰	۸۰۳,۶۰۰
ترکی	آنکارا	ترکیه	۸۴,۰۰۰,۰۰۰	۷۸۳,۵۶۲
عربی	مسقط	عمان	۵,۰۰۰,۰۰۰	۳۰۹,۵۰۰
عربی	کویت	کویت	۵,۰۰۰,۰۰۰	۱۷,۸۱۸
عربی	امان	اردن	۱۲,۰۰۰,۰۰۰	۸۹,۳۴۲
عربی	قاهره	مصر	۱۰۹,۰۰۰,۰۰۰	۱,۰۰۲,۴۵۰
یونانی-ترکی	نیکوزیا	قبرس	۲,۰۰۰,۰۰۰	۹,۲۵۱
عربی	منامه	بحرین	۲,۰۰۰,۰۰۰	۷۶۵
عربی-انگلیسی	دوحه	قطر	۳,۰۰۰,۰۰۰	۱۱,۵۸۶
عربی	صنعا	یمن	۳۵,۰۰۰,۰۰۰	۵۲۷,۹۶۸
عربی	تریپولی (طرابلس)	لیبی	۸,۰۰۰,۰۰۰	۱,۷۵۹,۵۴۱
عربی-فرانسوی	بیروت	لبنان	۶,۰۰۰,۰۰۰	۱۰,۴۵۲

در شکل زیر، نمودار میانگین سطح نشاط در کشورهای خاورمیانه بین سالهای ۲۰۲۲-۲۰۲۰ قابل ملاحظه است. همان گونه که ملاحظه می شود، مقدار محاسبه شده برای نشاط کشور ایران ۴/۸۷۶ است که مقدار چندان مناسبی نیست (مأخذ: گزارش جهانی نشاط).



البته باید توجه داشت که کشورهای سوریه، عمان، کویت، قطر، یمن و لیبی، در این پژوهش آماری نداشتند.

در گزارش جهانی نشاط (شادی) ۲۰۲۳ نیز مؤلفه‌های زیر، به تفصیل بررسی شده است: درآمد^۱، سلامتی^۲، حمایت اجتماعی^۳ (داشتن پشتیبان در شرایط اضطرار)، آزادی در تصمیم‌گیری‌های کلیدی (مهم) زندگی^۴، سخاوت^۵ و درنهایت فقدان فساد^۶. به علاوه در این گزارش، کشوری نمادین بنام «دستوپیا»^۷، جهت پرهیز از هرگونه سوء تفاهم و سوء تعبیر ادراکی، صرفاً به عنوان داشتن یک معیار مقایسه‌ای معرفی شده است. دستوپیا، کشوری نمادین است که شهروندان آن، کمترین سطح شادی مردم جهان را دارند؛ به عبارتی کمترین امتیاز گرفته شده از مؤلفه‌های یادشده: کمترین سطح درآمد جهان، امید به زندگی، سخاوت، آزادی، حمایت اجتماعی و درنهایت بیشترین سطح فساد. شایان ذکر است که کشور خیالی «دستوپیا»، نمادی است در مقابل کشور خیالی آرمان شهر یا «اتوپیا»^۸.

در آخرین «گزارش جهانی شادی»^۹، کشور فنلاند همچنان رتبه اول را به خود اختصاص داده است. این صدرنشینی برای ششمین سال متوالی، با امتیاز قابل توجهی پیشتر از همه کشورهای در جهان است. دو کشور دانمارک و ایسلند هم در رده‌های دوم و سوم قرار دارند. ده کشور انتهایی جدول یادشده نیز به ترتیب عبارتند از: زامبیا، تانزانیا، کومور، مالاوی، بوتسوانا، کونگو، زیمبابوه،

1. Income

2. Health

3. Social support, or having someone to count on in times of trouble.

4. Freedom to make Life Choices “Are you satisfied or dissatisfied with your freedom to choose what you do with your life?”

5. Generosity

6. Perception of Corruption

7. Dystopia

۸. Utopia: یوتوپیا یا مدینه فاضله: توصیف از یک نظام سیاسی بی‌عیب و نقص است. این واژه را

نخستین بار در سال ۱۵۱۶، تامس مور، در کتابی به همین عنوان به کار گرفت.

9. The world Happiness Report 2023

سیرالئون از قاره آفریقا و لبنان و افغانستان از قاره آسیا (به ترتیب از جایگاه ۱۲۸ تا ۱۳۷ در جدول)^۱.

بی تردید شکاف عمیقی بین کشورهای رده بالا و رده پایین وجود دارد، به نحوی که آمار در کشورهای رده بالا، بسیار نزدیک به هم و با تفاضلی اندک است. این در حالی است که این امر، در کشورهای رده پایین با فاصله و تفاضل قابل توجهی مشهود است. شاهد این مهم، قرارگیری افغانستان در جایگاه آخر و لبنان، در جایگاه ماقبل آخر، با اختلافی قابل توجه نسبت به هم و نسبت به سایر کشورهای جهان است. بنابراین، در دو جایگاه، رتبه بندی ارزیابی سطح زندگی، به طور قابل توجهی نسبت به هم و نسبت به دیگران متفاوت است؛ فنلاند در جایگاه نخست و افغانستان و لبنان در پایین ترین نقطه. ایران در این رقابت با میانگین سطح نشاط ۴.۸۷۶، در سال های ۲۰۲۰-۲۰۲۲، در میان یکصد و سی و هفت کشور، در جایگاه ۱۰۱ قرار دارد؛ البته بروز پاندمی کوید ۱۹^۲ را نباید در این بازه زمانی به عنوان یک بحران جهانی نادیده انگاشت؛ حتی در زمان بروز این بحران نیز، کشورهای رده بالا که در راستای حفظ شاخص «ارزیابی سطح زندگی» تلاش می کردند، پایین ترین نرخ مرگ و میر ناشی از این بیماری را داشتند. عکس این قضیه نیز صادق است؛ البته در این میان، کشورهایی بودند که نسبت به ارائه آمار صحیح مبتلایان و متوفیان ناشی از کرونا، استنکاف نموده و مقایسه آماری مربوطه را مخدوش کردند.

براساس گزارش جهانی سال ۲۰۲۳، تفاوت های آماری در نرخ مرگ و میر ناشی از کوید ۱۹ به دو مجموعه از متغیرها اشاره دارند. اولین مجموعه از متغیرها، شاخص های جمعیتی، جغرافیایی و شرایط مواجهه^۳ یا قرارگیری در معرض بیماری در ابتدای انتشار همه گیری ها^۴ است. مجموعه دوم متغیرها، چندین جنبه ساختاری، اقتصادی و اجتماعی را پوشش می دهد.

1. The world Happiness Report 2023, Figure 2.1: Ranking of Happiness based on a three-year-average 2020–2022, p.34-36

2. COVID-19

3. Exposure

4. Pandemic

علی‌رغم معرفی متغیرهای بسیار دخیل در این امر، باید پذیرفت که راه‌کار و فرمول جادویی وجود ندارد و این دولت‌ها هستند که باید راه حلی ایجاد کنند که در ساختار بافت ملی، تاریخی و فرهنگی خود، کارساز باشد.

۵. نتیجه‌گیری و پیشنهادها

امروزه نشاط از عوامل مهمی است که دولت‌ها برای پرورش انسان‌های توانمند مورد نیاز برای پیشرفت و توسعه به آن توجه دارند. انسان‌های بانشاط و پرانرژی، مهم‌ترین موتور محرکه برای پیشرفت کشورها هستند و تجارب کشورهای توسعه‌یافته نیز گویای همین مطلب است. با وجود اهمیت زیاد، هنوز مفهوم‌سازی کاملی از نشاط جامعه وجود ندارد. از این‌رو، در این تحقیق تلاش شد مدلی برای نشاط جامعه طراحی شود. بدین منظور، ابتدا از روش تحلیل مضمون برای طراحی مدل و از روش تحلیل عاملی تأییدی برای اعتبارسنجی آن استفاده شد. همچنین، در پایان به بررسی تطبیقی کشورهای خاورمیانه از نظر سطح نشاط براساس گزارش‌های بین‌المللی با توجه به تعدادی از متغیرهای موجود در مدل تحقیق اقدام شد.

با توجه به یافته‌های تحقیق، سه بعد برای نشاط جامعه شناسایی شد که هر یک دارای ۳ مؤلفه است. برای سطح خرد، سه مؤلفه شامل: نشاط فردی، خانوادگی و شغلی شناسایی شد. نشاط فردی بیشتر بر شرایط روانی و نگرش افراد تمرکز دارد و اینکه بتوانند با آزادی عمل در اجتماع زندگی کنند. نشاط خانوادگی نیز به تجارب افراد و کیفیت و سبک زندگی خانوادگی‌ای که دنبال می‌کنند اشاره می‌کند و اینکه بتوانند با شبکه‌ای از خویشاوندان ارتباط مطلوب داشته باشند، بر سطح نشاط آنها مؤثر است. نشاط شغلی افراد نیز عاملی مهم در نشاط آنهاست. اینکه فرد بتواند به شغلی با درآمد مناسب دسترسی داشته که با علایق و زمینه تحصیلی آنها تناسب داشته باشد، در نشاط افراد مؤثر است؛ البته بازنشستگی به عنوان ضمانت آینده فرد و داشتن اوقات فراغت برای تفریح نیز عوامل دیگر مرتبط با شغل افراد جامعه است. نشاط معنوی در پژوهش زکی (۱۳۹۹) و شریف‌زاده و میرمحمدتبار (۱۳۹۶) نیز مطرح شده که در تحقیق حاضر

هم تأیید شد. در تحقیق شوشتری و مزگی نژاد (۱۴۰۰) نیز نشاط خانوادگی مطرح شده که در مدل تحقیق حاضر نیز گنجانده شده است. در پژوهش دیاز هرناندز و همکاران (۲۰۲۲)، یکی از ابعاد نشاط مطرح شده، بعد شخصی است که تا حدود زیادی با سطح خرد در مدل پژوهش حاضر انطباق دارد.

بعد دوم نشاط جامعه مربوط به سطح میانی است. در این سطح سه مؤلفه نشاط اجتماعی، شهروندی و معنوی شناسایی شد. سطح میانی بیشتر مرتبط با حضور افراد در اجتماع و روابط آنها با دیگران است. نشاط اجتماعی، به کیفیت روابط فرد با دیگر افراد جامعه و حمایت، مقبولیت و دوستی‌ای که از آنها دریافت می‌کند بستگی دارد؛ البته علاوه بر روابط، کیفیت فعالیت و نقش آفرینی افراد در جامعه و احساس امنیتی که دریافت می‌کنند نیز در نشاط تأثیر بالایی دارد. نشاط شهروندی نیز اشاره دارد که افراد به عنوان یک شهروند تا چه اندازه احساس رضایت دارند. اینکه افراد به خدمات مختلف سلامت و آموزش، مراکز آموزشی و تفریحی و امکانات مختلف برای زندگی مانند اینترنت و محیط زیست سالم و پاک دسترسی داشته باشند، باعث نشاط آنها می‌شود؛ البته افراد انتظار دارند حقوق و حریم خصوصی آنها نیز به عنوان شهروند رعایت شود و از انواع خشونت‌ها دور باشند. در کنار این دو مورد، نشاط معنوی سطحی بالاتر از نشاط را مطرح می‌کند که در آن داشتن روابط اخلاق‌مدارانه و نوع دوستانه با اطرافیان و همچنین رابطه نزدیک با خداوند در سطح نشاط افراد مؤثر است؛ البته هدفمندی زندگی نیز عاملی تعیین‌کننده در نشاط جامعه است که در سطح فرد و جامعه موضوعیت پیدا می‌کند. متغیرهای ارائه شده در تحقیق محسنی و همکاران (۱۴۰۱) انطباق زیادی با مؤلفه نشاط شهروندی در تحقیق حاضر دارد. همچنین، مؤلفه‌های مطرح شده در تحقیقات عشایری و جهان‌پرور (۱۴۰۲)، طالب‌زاده شوشتری و مزگی نژاد (۱۴۰۰)، زکی (۱۳۹۹) و دل‌سیگنور و همکاران (۲۰۲۳) نیز در مدل تحقیق حاضر موجود بوده و البته کامل‌تر شده است.

بعد سوم نشاط جامعه مربوط به سطح کلان است. بعد سوم فراتر از عوامل سطح خرد و میانی و مرتبط با عوامل کلان است که البته افراد جامعه درباره آنها چندان کنترلی ندارند. در این سطح سه مؤلفه نشاط سیاسی، اداری و اقتصادی شناسایی شد. نشاط سیاسی اشاره دارد که شرایط سیاسی کشور از جمله اینکه افراد تا چه اندازه به دولت و نهادهای حاکمیتی اعتماد داشته باشند و احساس هویت ملی کنند، در نشاط آنها مؤثر است؛ علاوه بر این دسترسی به رسانه‌ها و اطلاع از اخبار مختلف و میزان مشارکت در رویدادهای سیاسی نشان از نشاط جامعه دارد. نشاط اداری نیز مربوط به ارتباط افراد جامعه با نهادها و سازمان‌های اداری است که هرچه این ارتباط با کیفیت‌تر و آسان‌تر باشد، در نشاط فردی و جمعی آثار مثبتی دارد. اینکه اولاً افراد به خدمات مورد نیاز خود با حداقل تشریفات و دیوان‌سالاری دسترسی داشته باشند و ثانیاً اینکه بتوانند به شکل الکترونیکی با هزینه و زمان کمتر این خدمات را دریافت کنند، باعث تحلیل کمتر انرژی و نشاط بیشتر می‌شود. همچنین، فساد از هر نوع که باشد باعث دادن ناامیدی و انرژی منفی به افراد می‌شود و به نشاط جامعه آسیب می‌زند. در نهایت، نشاط اقتصادی اشاره دارد که شرایط محیط اقتصادی به این دلیل که مستقیم با زندگی مردم سروکار دارد و محیط جامعه و روابط افراد را تحت تأثیر قرار می‌دهد، می‌تواند بر نشاط مؤثر باشد. تورم کم و قدرت خرید بالا باعث می‌شود افراد جامعه ذهنی آرام‌تر و کم‌تنش‌تر داشته باشند و بتوانند با فراغ بال زندگی کنند؛ البته داشتن بیمه و خدمات تأمین اجتماعی مناسب نیز باعث اطمینان به آینده شده و شرایطی فراهم می‌کند که افراد لذت بیشتری از زمان حال ببرند. بعد کلان کمتر در تحقیقات مد نظر بوده است؛ اما در تحقیق مینهارت و همکاران (۲۰۲۴) مؤلفه نشاط اداری و در تحقیقات لیو (۲۰۲۴) و زکی (۱۳۹۹) مؤلفه نشاط اقتصادی مد نظر بوده که با نتایج تحقیق حاضر سازگار است.

براساس یافته‌های مرحله تحلیل عاملی تأییدی نیز، مدل تحقیق و متغیرها تأیید شدند. همچنین، مقدار ضریب تعیین برای سطح خرد، میانی و کلان به ترتیب ۰/۶۲۴، ۰/۵۸۱ و ۰/۵۳۲ محاسبه شد که مقادیری مطلوب هستند. براساس نتایج مقایسه تطبیقی ایران با کشورهای خاورمیانه نیز، مشخص شد که ایران از نظر نشاط در جامعه در مقایسه با سایر کشورها شرایط

چندان مطلوبی ندارد و سطح نشاط در آن پایین تر از کشورهای چون امارات، عربستان، بحرین، قبرس و عراق قرار دارد. همچنین، براساس یافته‌های مرحله تطبیق نشاط با کشورهای خاورمیانه، از سال ۲۰۱۹ به بعد تا سال ۲۰۲۳، نمرات شاخص شادکامی ایران هرچند به میزان کم، سیر صعودی و افزایشی داشته است. درضمن، شاخص شادکامی ایران در طی سال‌های ۲۰۱۳ تا ۲۰۲۳ تفاوت چندانی نداشته و نمره شادکامی ایرانیان در حد متوسط بوده است.

امروزه، نشاط جامعه مسئله‌ای مهم در نگاه دولت‌ها و سیاست‌گذاران در برنامه‌ریزی‌های توسعه است. جامعه‌ای که بانشاط باشد بهتر می‌تواند ظرفیت‌ها و پتانسیل‌های خود را تبدیل به توانمندی‌های بالفعل کند و انرژی و انگیزه‌ای که بین جامعه و افراد آن جریان دارد می‌تواند هم‌افزایی و تلاش جمعی را محقق کند. جوامع مدرن باور دارند که مهم‌ترین سرمایه آنها، سرمایه‌های انسانی بانشاط و بهره‌ور هستند و بنابراین، ارتقای سطح نشاط جامعه را یکی از اولویت‌های برنامه‌های خود قرار داده‌اند. نشاط جامعه یک علت است برای مجموعه‌ای از معلول‌های ارزشمند در جامعه که از دستاوردهای اقتصادی و توسعه‌ای، تا کاهش آسیب‌های اجتماعی و تقویت بنیان خانواده‌ها را شامل می‌شود؛ البته آن‌طور که نتایج این تحقیق نشان داد باید دانست که برای رسیدن به سطوح بالای نشاط باید ابتدا از سطوح خرد شروع کنیم و این مهم در سیاست‌گذاری‌ها باید لحاظ شود. نکته دیگر قابل تأمل، این است که با توجه به آنچه در این تحقیق حاصل شد، برای داشتن جامعه و افرادی بانشاط می‌توان برنامه‌ریزی کرد و چون نشاط پدیده‌ای چندبعدی است، باید از متخصصان رشته‌های مختلف برای ارتقای شرایط هر یک از ابعاد و مؤلفه‌ها استفاده کرد. نکته دیگر این است که با توجه به اینکه نشاط جامعه پدیده‌ای چندبعدی است، باید تمام ابعاد به شکل هم‌زمان با انجام برنامه‌ریزی‌های مؤثر ارتقاء پیدا کند و توازن بین رشد نشاط جامعه در کلیه ابعاد وجود داشته باشد؛ به عبارتی ابعاد شکل‌دهنده نشاط جامعه در عین اینکه استقلال مفهومی دارند، باهم مرتبط هستند و با توجه به اینکه نشاط جامعه ماحصل و نتیجه شرایط تمامی این ابعاد است، نمی‌توان تعدادی را رها کرد و به تعدادی توجه

بیشتری داشت؛ البته برخی ابعاد نشاط جامعه شدت تأثیرگذاری بالاتری دارند؛ مثلاً آن گونه که در سالیان اخیر شاهد بودیم، نشاط اقتصادی بسیار مهم است و تأثیر بالایی در سطح نشاط کلی جامعه دارد.

درمجموع، نتایج تحقیق حاضر نشان داد که پدیده نشاط جامعه یک پدیده پیچیده و چندبعدی است که در سه سطح خرد، میانی و کلان قابل تفسیر است. همچنین، الگوی ارائه شده در این تحقیق نسبت به الگوی جهانی و سایر الگوهای ارائه شده برای بررسی نشاط جوامع، بسیار کامل تر و متوازن تر بوده و مجموعه ای از شاخص ها را شامل می شود. تحقیق حاضر ضمن دانش افزایی در زمینه مبانی علمی نشاط جوامع، یک الگوی بومی و کاربردی برای بررسی نشاط در جامعه ایرانی ارائه داده که مدیران و برنامه ریزان می توانند از آن استفاده کنند.

پیشنهادهای زیر در راستای موضوع مقاله حاضر، ارائه می شود:

۱. سطح آزادی و استقلال عمل افراد در جامعه ارتقاء یابد تا افراد بتوانند تصمیم گیری های کلیدی (مهم) زندگی خود را براساس اولویتهایی که دارند بگیرند و بستر لازم برای رشد و توسعه آنها مهیا شود.

۲. دولت و نهادهای مسئول، حمایت های لازم و بستر مناسب برای ازدواج و زندگی خانوادگی افراد جامعه به ویژه جوانان فراهم کنند.

۳. سطح دانش و مهارت افراد جامعه برای بهبود ویژگی های فردی و شخصیتی برای مقابله با فشارها و آسیب های روانی از جمله استرس ارتقاء یافته و نیز توانایی تقویت ذهنی و روانی برای شادزیستن افراد ایجاد شود.

۴. نسبت به ترویج دین داری و اخلاق تلاش شود و نهادهای فعال فرهنگی این مسئله را اولویت خود قرار دهند. همچنین، آموزش و پرورش و نظام آموزش عالی در این زمینه برنامه های بلندمدت تدوین و اجرایی کنند.

۵. دسترسی مردم به خدمات سلامت رایگان و بیمه و تأمین اجتماعی بهبود پیدا کند تا مردم از هزینه های سرسام آور درمان در امان باشند.

۶. نسبت به توسعه مراکز تفریحی و ورزشی به ویژه در شهرهای کمتر برخوردار اقدام و تلاش شود فرهنگ سازی به ویژه در امر ورزش همگانی انجام پذیرد.
۷. فرهنگ جامعه در راستای ارتقای اعتماد بین فردی و ترویج فعالیت های جمعی و مشارکتی تقویت شود.
۸. سازمان های متولی نسبت به سیاست گذاری مناسب برای ایجاد اشتغال مناسب با درآمد کافی و نیز تأمین افراد در دوران بازنشستگی اقدام کنند.
۹. نظام اداری کشور برای بهبود ساختار خود و توسعه خدمات رسانی الکترونیک اقدام کند.
۱۰. نوسانات و شرایط نامساعد اقتصادی مدیریت و کنترل شود تا مردم از این حوزه کمترین آسیب را ببینند و بتوانند نیازهای مادی خود را رفع کنند.

کتابنامه

۱. ابوالمعالی، خ. (۱۳۹۱). پژوهش کیفی از نظریه تا عمل. تهران: انتشارات علم.
۲. احمدی، ع. ا؛ سهرابی، م؛ و محمدی، ع. (۱۳۹۶). بررسی رابطه بین توانمندسازی نیروی انسانی و نشاط سازمانی در کارکنان فرماندهی هواپیمایی ناجا. فصلنامه مدیریت منابع در نیروی انتظامی، ۵ (۱)، ۲۳۶-۲۰۷.
۳. آخوندفیض، ل؛ و ذکائی، م. س. (۱۳۹۵)، تحول معنای شادی در گذار دوره زندگی: پژوهشی در میان زنان شهر کرمان. فصلنامه برنامه ریزی رفاه و توسعه اجتماعی، ۷ (۲۹)، ۴۱-۱.
۴. آرگایل، م. (۱۳۸۳). روان شناسی شادی. (ترجمه مسعود گوهری انارکی؛ حمیدطاهر نشاط دوست، حسن پالاهنگ؛ فاطمه بهرامی)، اصفهان: جهاد دانشگاهی.
۵. آرون، ر. (۱۳۸۶). مراحل اساسی سیر اندیشه در جامعه شناسی (ترجمه محسن ثلاثی)، تهران: علمی و فرهنگی.
۶. ازکمپ، ا. (۱۳۷۳). روان شناسی اجتماعی کاربردی (ترجمه فرهاد ماهر)، مشهد: آستان قدس رضوی.

۷. آیزنک، م. (۱۳۷۵). *روان‌شناسی شادی (حقایق و افسانه‌ها)* (ترجمه خشایار بیگی و مهرداد فیروزبخت)، تهران: بدر.
۸. آیزنک، م. (۱۳۷۸). *همیشه شاد باشید* (ترجمه زهرا چلونگر)، تهران: نسل نو اندیش.
۹. اینگلهات، ر. (۱۳۷۳). *تحول فرهنگی در جامعه پیشرفته صنعتی*. (ترجمه مریم وتر)، تهران: کویر.
۱۰. بازرگان هرندی، ع. (۱۳۸۷). *روش تحقیق آمیخته: رویکردی برتر برای مطالعات مدیریت*. دانش مدیریت، ۲۱ (۴)، ۱۹-۳۶.
۱۱. بالتر، م. (۲۰۱۵). *انسان‌ها و نئاندرتال‌ها به احتمال زیاد در خاورمیانه دخیل هستند*. sciencemag.org
۱۲. برنز، د. (۱۳۷۹). *ده قدم تا نشاط* (ترجمه مهدی قراچه داغی)، تهران: پیکان.
۱۳. بهرامی، ف. و مختاری، س. (۱۳۸۵). *بررسی رابطه بین شادمانی با میزان کمال‌گرایی دانشجویان اصفهان*.
۱۴. پامر، د. (۱۳۸۸). *نگاهی به فلسفه (سبک‌کردن بار سنگین فلسفه)* (ترجمه عباس مخبر)، تهران: مرکز.
۱۵. پوراکبران، ا. (۱۳۹۳). *بررسی نشاط اجتماعی و رابطه آن با میزان رضایت از زندگی و سلامت زنان*. همایش ملی جایگاه و نقش زنان در مدیریت جهادی، تربت حیدریه، <https://civilica.com/doc/558834>
۱۶. پورطالب، ن.؛ موسویان النجق، ب.؛ غنی‌زاده، س.؛ و دیلمقانی، ش. (۱۴۰۱). *نشاط اجتماعی از دیدگاه روان‌شناسان*. رفاه اجتماعی، ۲۲ (۸۷)، ۱۸۳-۲۱۹.
۱۷. تقی‌زاده، ک. (۱۳۸۵). *بررسی رابطه رضایت شغلی با شادی و سرزندگی در بین اعضای هیأت علمی دانشگاه علمی دانشگاه اصفهان*. (پایان‌نامه منتشر نشده کارشناسی ارشد علوم تربیتی)، دانشگاه اصفهان، ایران.
۱۸. جوکار، ب.؛ و رحیمی، م. (۱۳۸۶). *تأثیر الگوهای ارتباطی خانواده با شادی در گروهی از دانش آموزان دبیرستانی شهر شیراز*. *روان‌پزشکی و روان‌شناسی بالینی ایران*، ۱۳ (۴)، ۳۷۶-۳۸۴.
۱۹. جعفری، س.ا.؛ عابدی، م.ر.؛ و لیاقت‌دار، م.ج. (۱۳۸۳). *شادمانی در دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی اصفهان، میزان و عوامل مؤثر بر آن*. طب و تزکیه، ۱۳ (۳)، ۱۵-۲۳.

۲۰. چلبی، م.؛ و امیرکافی، م. (۱۳۸۳). تحلیل چندسطحی انزوای اجتماعی، جامعه‌شناسی ایران، ۵(۲)، ۳-۳۱.
۲۱. خاکی، غ. (۱۳۷۸). روش تحقیق (با رویکردی به پایان‌نامه نویسی). تهران: وزارت فرهنگ و آموزش عالی، مرکز تحقیقات علمی کشور: کانون فرهنگی انتشاراتی درایت.
۲۲. خالدین، م.ع. (۱۳۸۵). شادمانی در قرآن. زبان و ادبیات فارسی. ۳ (۱۰)، ۱۲۶-۱۱۳.
۲۳. دانایی‌فرد، ح.؛ الوانی، س.م.؛ و آذر، ع. (۱۳۸۸)، روش‌شناسی پژوهش کیفی در مدیریت: رویکردی جامع، تهران: اشراقی.
۲۴. راسل، ب. (۱۳۵۵). اخلاق و رسالت در جامعه (ترجمه دکتر محمود حیدریان)، تهران: بابک.
۲۵. راشینوف، پ. (۱۳۷۰). بیا که با هم شادی را جست‌وجو کنیم (ترجمه توران‌دخت تمدن (مالکی))، تهران: روشنگران.
۲۶. ربانی، ر.؛ کریمی‌زاده اردکانی، س.؛ نظری، ج.؛ و رضایی امین‌لویی، ح. (۱۳۸۸). تبیین نشاط اجتماعی در بین اقوام و رابطه آن با هویت جمعی (مطالعه موردی اقوام آذری، کرد و لر). مطالعات جامعه‌شناسی، ۲ (۴)، ۹۵-۱۱۶.
۲۷. ربانی، ع.؛ ربانی، ر.؛ گنجی، م. (۱۳۸۷). رویکردی جامعه‌شناختی به احساس شادمانی سرپرستان خانوار در شهر اصفهان. مسائل اجتماعی ایران، ۲ (۱)، ۷۳-۳۹.
۲۸. رفیع‌پور، ف. (۱۳۷۸). آنومی یا آشفتگی اجتماعی، تهران: سروش.
۲۹. زکی، م.ع. (۱۳۹۹). فراترکیب پژوهش نشاط اجتماعی در ایران: ارائه چهارچوب و الگویی جامع و یک‌پارچه (بررسی کلیه مقالات ۲۰ ساله علمی پژوهشی سال‌های ۹۸-۱۳۷۸). مطالعات کاربردی در علوم اجتماعی و جامعه‌شناسی، ۳ (۳)، ۲۳-۱.
۳۰. زمانی، م. (۱۳۸۷). بررسی عوامل مؤثر بر نشاط اجتماعی جوانان ۲۹-۱۵ ساله شهر همدان (پایان‌نامه منتشر نشده کارشناسی ارشد علوم اجتماعی)، دانشگاه تهران، ایران.
۳۱. ساروخانی، ب. (۱۳۷۳). درآمدی بر دایره‌المعارف علوم اجتماعی، تهران: کیهان.
۳۲. ستوده، ه. ا. (۱۳۷۸). آسیب‌شناسی اجتماعی و جامعه‌شناسی انحرافات، تهران: آوای نور.
۳۳. سرمد، ز.؛ بازرگان، ع.؛ و حجازی، ا. (۱۳۹۱). روش‌های تحقیق در علوم رفتاری. تهران: آگه.

۳۴. شارب، ت. (۱۳۸۹). ۱۰۰ راه به سوی شادی (ترجمه منیژه جلالی)، تهران: البرز.
۳۵. شریف‌زاده، ح؛ میرمحمد تبار، س.ا؛ علی‌پور، ص. (۱۳۹۶). بررسی عوامل مؤثر بر نشاط اجتماعی در ایران، فراتحلیلی از تحقیقات موجود. *راهبرد فرهنگ*، ۱۰ (۴۰)، ۱۵۹-۱۸۰.
۳۶. شریفی، خ؛ سوکی، ز؛ تقربی، ز؛ و اکبری، ح. (۱۳۸۹). وضعیت نشاط و عوامل مرتبط با آن در دانشجویان علوم پزشکی کاشان طی سال تحصیلی ۱۳۸۵-۸۶. *فصلنامه علمی-پژوهشی فیض*، ۱۴ (۱)، ۶۹-۶۲.
۳۷. شولتس، دوآن، ۱۳۸۵، روان‌شناسی کمال (ترجمه: گ. خوش‌دل)، تهران: نشر پیکان.
۳۸. طالب‌زاده شوشتری، ل؛ و مزگی‌نژاد، س. (۱۴۰۰). بررسی نشاط اجتماعی و عوامل مؤثر بر آن (مورد مطالعه: شهر بیرجند). *مطالعات فرهنگی-اجتماعی خراسان*، ۱۶ (۱)، ۳۳-۶۰.
۳۹. طریقه‌دار، ا. (۱۳۷۹). *شرع و شادی (دیدگاه‌های فقهی درباره شادی، رقص، دست‌زدن)*، قم: موسسه فرهنگی انتشاراتی حضور.
۴۰. عابدی جعفری، ح؛ تسلیمی، م. س؛ فقیهی، ا؛ و شیخ‌زاده، م. (۱۳۹۰). تحلیل مضمون و شبکه مضامین: روشی ساده و کارآمد برای تبیین الگوهای موجود در داده‌های کیفی. *اندیشه مدیریت راهبردی*، ۵ (۱۰)، ۱۹۸-۱۵۱.
۴۱. عابدی، م. ر. (۱۳۸۳). *شادی در خانواده*، تهران: انتشارات مطالعات خانواده.
۴۲. عشایری، ط؛ و جهان‌پرور، ط. (۱۴۰۲). عوامل مؤثر بر نشاط اجتماعی: فراتحلیل پژوهش‌ها. *راهبرد اجتماعی-فرهنگی*، ۱۲ (۴۶)، ۳۱-۶۶.
۴۳. علی‌رضایی، ن. (۱۳۷۹). تبیین نقش و جایگاه زن در خانواده در حال گذار در ایران. (پایان‌نامه منتشر نشده کارشناسی ارشد علوم اجتماعی)، دانشگاه تهران، ایران.
۴۴. غفاری، غ؛ امیدی، ر. (۱۳۸۷). *کیفیت زندگی: شاخص توسعه اجتماعی*، تهران: شیرازه.
۴۵. هزارجریبی، ح؛ آستین افشان، پ. (۱۳۸۸). بررسی عوامل مؤثر بر نشاط اجتماعی در راستای ارتقای سلامت جامعه، دفتر توسعه و نظارت بر امور عمومی دانشگاه علوم پزشکی.

۴۶. قلاوندی، ح.؛ یارمحمدزاده، پ.؛ بختیار نصرآبادی، ح.؛ سلطانزاده، و.؛ و پاشازاده، ی. (۱۳۹۰). بررسی رابطه نشاط، سلامت روان و رضایت از خانواده در شرکت شیر گاز آذران اصفهان. *فرایند مدیریت و توسعه*، ۲۴ (۳)، ۱۲۸-۱۰۹.
۴۷. کارلسون، ر. (۱۳۸۰). *زندگی شادمانه* (ترجمه پرویز شریفی)، تهران: روان سنجی.
۴۸. کریمی، ی. (۱۳۸۸). *روانشناسی شخصیت*، تهران: دانشگاه پیام نور.
۴۹. کلاهی، علی اصغر، فاطمه قربانی (۱۳۹۰)، نشاط زندگی معلمان شهر بابل، ماهنامه سلامت و نشاط اجتماعی، شماره بهمن
۵۰. کوچکی زاده نسلجی، ع. ا. (۱۳۸۶). *مفاهیم اساسی در علوم اجتماعی*، تهران: بقیه.
۵۱. کیوی، ر.؛ و کاپنهود، ل. (۱۳۷۰). *روش تحقیق در علوم اجتماعی* (ترجمه عبدالحسین نیک گهر)، تهران: فرهنگ معاصر.
۵۲. گار، ت. (۱۳۷۷). *چرا انسان ها شورش می کنند؟*، تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی.
۵۳. گلابی، ف.؛ اخشی، ن. (۱۳۹۴). مشارکت اجتماعی و نشاط اجتماعی. *جامعه شناسی کاربردی*، ۲۶ (۳)، ۱۶۰-۱۳۹.
۵۴. گنجی، م. ح. (۱۳۵۷). آمایش زمین به صورت یک منبع طبیعت با نمونه هایی از آسیا. انجمن جغرافی دانان ایران، ۱ (۲).
۵۵. گنجی، م. (۱۳۸۳). *تبیین وضعیت دین داری دانشجویان دانشگاه اصفهان* (پایان نامه منتشر نشده کارشناسی ارشد). دانشگاه اصفهان، ایران.
۵۶. مبینی دهکردی، ع. (۱۳۹۰). معرفی طرح ها و مدل ها در روش تحقیق آمیخته. *فصلنامه راهبرد*، ۲۰ (۶۰)، ۲۳۴-۲۱۷.
۵۷. محتشم، ص. (۱۳۹۱). *بررسی میزان نشاط اجتماعی در شهر بوشهر و عوامل مؤثر بر آن* (پایان نامه منتشر نشده کارشناسی ارشد جامعه شناسی)، دانشگاه پیام نور، تهران.
۵۸. محسنی تبریزی، ع. (۱۳۷۰). *بیگانگی (مفهوم سازی و گروه بندی تئوری ها در حوزه های جامعه شناسی و روان شناسی)*. *نامه علوم اجتماعی*، ۲ (۰)، ۷۴-۲۵.

۵۹. محسنی، ا.؛ یزدانی، ح.ر.؛ زارعی متین، ح.؛ و عزیزی، ز. (۱۴۰۱). ارائه مدل توسعه نشاط اجتماعی با رویکرد فراترکیب. مدیریت شهری، ۲۱(۶۹)، ۷۱-۸۴.
۶۰. محمدی سوادکوهی، خ. (۱۳۸۹). مفهوم و شاخص های کیفیت زندگی شهری و نقش شوراهای ارتقای آن. ماهنامه اطلاع رسانی آموزشی و پژوهشی، ۱(۵۵)، ۱۶-۱۹.
۶۱. مرادی، م. (۱۳۸۴). بررسی جایگاه اهمیت و تأثیرات شادمانی در تعلیم و تربیت (پایان نامه منتشر نشده کارشناسی ارشد علوم تربیتی)، دانشگاه اصفهان، ایران.
۶۲. مرادی، م.؛ جعفری، ا.؛ و عابدی، م.ر. (۱۳۸۴). شادمانی و شخصیت. تازه های علوم شناختی، ۷(۲)، ۶۰-۷۱.
۶۳. مهدی زاده، س. م. (۱۳۸۵). رهیافتی انتقادی به فرهنگ و جامعه نو. رسانه، ۱۱(۱)، ۲۲-۳۵.
۶۴. موسوی، م. (۱۳۸۷). بررسی جامعه شناختی عوامل مؤثر بر نشاط اجتماعی در سطح خرد و کلان (پایان نامه منتشر نشده کارشناسی ارشد علوم اجتماعی). دانشگاه شهید بهشتی، تهران.
۶۵. میتوس، ا. (۱۳۸۵). راز شادزیستن (ترجمه وحید افضلی راد)، تهران: نسل نواندیش.
۶۶. میرشاه جعفری، ا.؛ عابدی، م.ر.؛ و دریگوندی، ه. (۱۳۸۱). شادمانی و عوامل مؤثر بر آن. تازه های علوم شناختی، ۴(۳)، ۵۰-۵۸.
۶۷. نجمی، ر. ا. (۱۳۸۲). روان شناسی شادی (ترجمه رویا منجم)، تهران: علم.
۶۸. هزار جریبی، ج.؛ و آستین فشان، پ. (۱۳۸۸). بررسی عوامل مؤثر بر نشاط اجتماعی با تأکید بر استان تهران. جامعه شناسی کاربردی، ۲۰(۱)، ۱۱۹-۱۴۶.
۶۹. هزار جریبی، ج.؛ و صفری شالی، ر. (۱۳۸۹). بررسی مفهوم شادکامی اجتماعی و عوامل مؤثر بر آن (مطالعه موردی در استان مرکزی). فصلنامه برنامه ریزی رفاه و توسعه اجتماعی، ۱(۳)، ۳۱-۷۲.
۷۰. موسوی چلکی حسن. (۱۳۹۲). چرا باید نشاط اجتماعی در جامعه احساس شود؟ [اخبار]. <http://danakhabar.com/fa/news/1157382>
۷۱. ایزدی جیران، اصغر. (۱۳۹۳). مردم چگونه احساس نشاط خواهند کرد؟ [اخبار]. <http://fararu.com/fa/news/189697>

72. Allred, K.D.; & Smith, T.W. (1989). The hardly personality: Cognitive and physiological responses to evaluative threat. *Journal of Personality and Social Psychology*, 56 (2), 257-266.
73. Al Maktoum, M. B. R. (2017). Reflections on happiness & positivity. Dubai, UAE: Explorer Publishing.
74. Braun, V; & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101.
75. Kahana, E.; & Suwaed, M. (2009). *Historical Dictionary of Middle Eastern Intelligence*. New York: Scarecrow Press.
76. Larsen, R. J.; & Diener, Ed. (1987). Emotional response intensity as an individual difference characteristic. *J. Res. Pers*, 1(21), 1-39.
77. *National Geographic Family Reference Atlas of the World*. (2006). Washington, D.C.: National Geographic.
78. The original Continents of the World. The List. Worldatlas.com. Archived from on 22 July 2011. Retrieved 25 July 2011.
79. National Geographic Atlas of the World (7th ed.).
80. Washington, DC: National Geographic.1999.
81. ISBN 978-0-7922-7528-2.
82. "Europe" (pp. 68-9); "Asia" (pp. 90-1): "A commonly accepted division between Asia and Europe is formed by the Ural Mountains, Ural River, Caspian Sea, Caucasus Mountains, and the Black Sea."
83. Phu, B; Gow. A.J. (2019). Facebook use and its association with subjective happiness and loneliness, *Computers in Human Behavior*, 92(1), 151-159.
84. Boyatzis, R. E. (1998). *Transforming qualitative information: thematic analysis and code development*, New York: Sage Publications.
85. Bryman, A. (2004). Qualitative research on leadership: A critical but appreciative review. *The Leadership Quarterly*, 15(6), 729-769.
86. Campbell, A. (1981). *The Sense of well-Being in America*. New York: Mc Grow-Hill.
87. Darling, N.; & Steinberg, L. (1993). Parenting style as context: an integrative model. *Psychological Bulletin*, 113(3), 487-496.
88. Delsignore, G.; Aguilar-Latorre, A.; Garcia-Ruiz, P.; & Oliván-Blázquez, B. (2023). Measuring happiness for social policy evaluation: a multidimensional index of happiness. *Sociological Spectrum*, 43(1), 16-30.
89. Díaz Hernández, E.L.; Brito Brito, P.R.; & García Hernández, A.M. (2022). Happiness and Mental Disorders. *Healthcare*, 10(9): 1781.
90. Diener, E.; Lucas, R. E; & oishi, S. (2005). *Subjective well-being: Thee science of happiness and life satisfaction*. New York: Oxford University Press.

91. Easterlin, R.A.; & O'Connor, K.J. (2022). Explaining happiness trends in Europe. *ECONOMIC SCIENCES*, 119 (37), e2210639119.
92. El Khatib, M.; Nasser, A.; Alolama, H; & Al Qahtani, R. (2024). Citizen Happiness Indicators and How to improve them through Digital Transformation. *International Journal of Business Analytics and Security (IJBAS)*, 4(2), 123-140.
93. Esch, T. (2022). The ABC Model of Happiness—Neurobiological Aspects of Motivation and Positive Mood, and Their Dynamic Changes through Practice, the Course of Life. *Biology*, 11(6), 843.
94. Falkenburge, L. E. (1987). Employee fitness programs: their impact on the employee and the organization. *Academy of management review*, 12(3), 511-522.
95. Feist, G. J.; Bonder, T. E.; Jacobs, J. F.; Miles, M.; & Tan, V. (1995). Integration top-down and bottom-up structural models of subjective well-being: A longitudinal investigation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 68(1), 138-150.
96. Fereday, J.; & Muir-Cochrane, E. (2006). Demonstrating Rigor Using Thematic Analysis: A Hybrid Approach of Inductive and Deductive Coding and Theme Development. *International Journal of Qualitative Methods*, 5(1), 80-92.
97. Fisher, C. D. (2010). Happiness at Work. *International Journal of Management Reviews*, 12(4), 384-412.
98. Hanafi, I.; & Salsabilla, S. A. (2024). The association between human development and citizen happiness in Indonesia: Study at 34 Provinces of Indonesia. *Gema Wiralodra*, 15(1), 263-274.
99. Helliwell, J; Layard. R.; & Sachs, J. (2016). *World Happiness Report*. New York: Sustainable Development Solutions Network.
100. Hills, P.;& Argyle, M. (2001). Emotional Stability as a Major Dimension of happiness. *Personality and Individual Differences*, 31(8), 1357-1364.
101. Hills, P.; & Argyle, M. (2001). Happiness, Introversion-Extroversion and Happy Introverts. *Personality and Individual Differences*, 30(4), 595-608.
102. Holloway, I.; & Todres, L. (2003). The Status of Method: Flexibility, Consistency and Coherence. *Qualitative Research*, 3(3), 345-357.
103. Huete-Alcocer, N.; López-Ruiz, V.-R.; Alfaro-Navarro, J.L.; Nevado-Peña, D. (2022). European Citizens' Happiness: Key Factors and the Mediating Effect of Quality of Life, a PLS Approach. *Mathematics*, 10(3) , 367.
104. Papachristou, I. A.; & Rosas-Casals, M. (2019), Cities and quality of life. Quantitative modeling of the emergence of the happiness field in urban studies. *Cities*, 88, 191-208.

105. Chae, J. (2018), Reexamining the relationship between social media and happiness: The effects of various social media platforms on reconceptualized happiness. *Telematics and Informatics*, 35(6), 1656-1664.
106. King, N.; & Horrocks, C. (2010). *Interviews in qualitative research*, London: Sage.
107. Lincoln, Y.; & Guba, E. (1985). *Naturalistic Inquiry*, Beverley Hill, CA: Sage.
108. Kobasa, S.C. (1982) The Hardy Personality: Toward a Social Psychology of Stress and Health. In: Sanders, G.S. and Suls, J., Eds., *Social Psychology of Health and Illness*, Lawrence Erlbaum Assoc., Hillsdale, 1-25.
109. Krauss, S. E. (2005). *Research Paradigms and Meaning Making: A Primer*, the Qualitative Report. 10(4), 758-770.
110. Kubey, R.; & Csikzentmihalyia, M. (1990). Television and the quality of life: How Viewing Shapes Everyday Experience. *Contemporary Sociology*, 20(2), 284-285.
111. Liu, Q. (2024). Factors Affecting the Happiness Index. *Dean & Francis*, 1(5). <https://doi.org/10.61173/b9b67x29>.
112. Matlin, M. W.; & Gawron, V. J. (1979). Individual differences in Pollyannaism. *Journal of Personality Assessment*, 43(4), 411-412.
113. Meynhardt, T.; Strathoff, P.; Bardeli, J.; & Brieger, S. (2024). Public administration contributes to happiness: a study on the relationship between public value and happiness in Switzerland. *International Journal of Public Sector Management*, 37(4), 504-530.
114. Mirzaei, S.; & Zangiabadi, A. (2021). Studying and Complying Dimensions, Indicators and Variables Related to a Happy City. *International Review for Spatial Planning and Sustainable Development*, 9(2), 94-111.
115. Murphy, L. R. (1988). *Workplace interventions for Stress reduction and prevention*.
116. Cooper, C.L.; & Payne, R. (1988). *Causes. Coping and consequences of stress at work*, New York: John Wiley and Sons
117. Physical activity and the incidence of coronary heart disease.
118. Powell KE, Thompson PD, Caspersen CJ, Kendrick JS. *Annu Rev Public Health*. 1987; 8:253-87. doi: 10.1146/annurev.pu.08.050187.001345.PMID: 3555525
119. Myers, D.; & Diener, L. (1996), The pursuit of happiness. *Scientific American*, 274(5), 2-70.
120. Myers, M. D. (1997). *Qualitative Research in Information Systems*. *MIS Quarterly*, 21(2), 241-242.

121. Namey, E.; Guest, G.; Thairu, L.; & Johnson, L. (2007). Data Reduction Techniques for Large Qualitative Data Sets. In Guest G. & MacQueen K. M. (Eds.), *Handbook for Team-Based Qualitative Research* (Pp. 137-162), United Kingdom: Altamira Press.
122. Pradhan, R. K.; Hati, L.; & Kumar, U. (2018). Impact of employee wellbeing on psychological empowerment: mediating role of happiness. *International Journal of Manufacturing Technology and Management*, 31(6), 581-595.
123. Pryce-Jones, J.; & Lindsay, J. (2014). What happiness at work is and how to use it. *Industrial and Commercial Training*, 46(3), 130-134.
124. Scherer, K. A.; Summerfield, A. B.; & Walcott, H. G. (1986). *Experiencing Emotion*. Cambridge: Cambridge University Press.
125. Diener, Ed.; & Seligman, M. (2002) Very happy people. *Psychological Science*, 13(1), 81- 4.
126. Smedo, A.S.; Coelho, A.; & Ribeiro, N. (2017). Authentic leadership and creativity: the mediating role of happiness. *International Journal of Organizational Analysis*, 25(3), 1-46.
127. Strauss, A; & Corbin, J. (1998). *Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: sage.
128. Veenhoveen, R. (19891). Is Happiness Relative. *Social Indicators Research*, 24(1), 1-34.
129. Veenhoveen, R. (1988). The Utility of Happiness. *Social Indicator Research*. 20(4), 333-354
130. Wan, T.T. (2023). Constitutionalization of Happiness: A Global and Comparative Inquiry. *German Law Journal*, 24(7), 1209–1236.
131. Welzel, C., Inglehart, R. (2010). “Agency, Values, and Well-Being: A Human Development Model, *Soc. Indic Res*, 97(1), 43-63.
132. Wickrama, K. A. S.; Lorenz, FO.; Conger, RD.; Matthews, L.; & Elder, GH. (1997). Linking occupational conditions to physical health through the marital, social and interpersonal processes. *Journal of health and social behavior*, 38(4), 363-375.
133. Yan, S.; Man, L.; Ming, Z.; Xinran, S. (2019). Study on the impact of air pollution control on urban residents’ happiness from microscopic perspective, *Journal of Cleaner Production*, 229, 1307-1318.
134. Zingerle, A. (2000). Simmel on Happiness. *Journal of Happiness Studies*, 1(4), 465-477.



Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY 4.0)

تحلیل محتوای کتاب‌های درسی دوره ابتدایی بر مبنای مؤلفه‌های هویت‌یابی (مورد مطالعه: کتاب‌های فارسی و مطالعات اجتماعی)^۱

فاطمه رهبری (کارشناس ارشد فلسفه آموزش و پرورش، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران)

fh.rahbari@gmail.com

حکیمه السادات شریف‌زاده (دانشیار گروه علوم تربیتی، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی،

دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران، نویسنده مسئول)

h.sharifzadeh@umz.ac.ir

میمنت عابدینی بلترک (دانشیار گروه علوم تربیتی، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه مازندران،

بابلسر، ایران)

m.abedini@umz.ac.ir

چکیده

پژوهش حاضر با هدف تحلیل محتوای کتاب‌های مطالعات اجتماعی و فارسی دوره ابتدایی بر مبنای مؤلفه‌های هویت‌یابی در نظریه «انسان به منزله عامل» انجام شده است. با واکاوی نظریه انسان به منزله عامل، چهار مؤلفه خودآگاهی، ارزشمندی، وحدت و اقتدار و شاخص‌هایی استنتاج شد. طبق این نظریه، اعمال انسان هویت وی را می‌سازند و شناخت، اراده و میل مبادی عمل محسوب می‌شوند. مؤلفه خودآگاهی شامل شاخص‌های «معرفی خود و توصیف احساسات، هیجانات، علاقه‌مندی‌ها، نیازها و توانمندی‌های خویش» و «خودارزیابی»، مؤلفه ارزشمندی شامل شاخص‌های «شباهت و تفاوت با دیگران» و «دیگرارزیابی»، مؤلفه وحدت شامل «اولویت‌بندی امور» و «مشارکت در فعالیت جمعی»، مؤلفه اقتدار شامل «انتخاب و تصمیم‌گیری» و «در نظر گرفتن اثر و نتیجه عمل» است. روش پژوهش، تحلیل محتوای کمی است. داده‌ها با استفاده از روش آنتروپی شانون تجزیه و تحلیل شد. جامعه آماری، کتاب‌های درسی دوره ابتدایی و نمونه پژوهش به صورت هدفمند کتاب‌های مطالعات اجتماعی و فارسی

۱. این مقاله مستخرج از پایان‌نامه کارشناسی ارشد نویسنده اول مقاله در دانشگاه مازندران است.

(خواننداری و نگارش) مجموعاً ۱۶ جلد بود. واحد مورد تحلیل نیز صفحه‌های کتاب‌های درسی (متن، تصویر، فعالیت یا پرسش‌ها) بود. پایایی با توجه به ضریب توافقی به دست آمد که برابر با ۰/۹۰ بود. با توجه به یافته‌های پژوهش، در کتب مطالعات اجتماعی و فارسی ۲۱۰۳ مورد به مؤلفه‌های هویت‌یابی پرداخته‌اند. نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌ها نشان داد به مؤلفه خودآگاهی و اقتدار با ضریب اهمیت ۰/۲۵۵، بیش از دو مؤلفه دیگر توجه شده است. کمترین میزان توجه و اهمیت، مربوط به مؤلفه ارزشمندی است. بیشترین فراوانی مؤلفه‌های هویت‌یابی در مطالعات اجتماعی ششم و کمترین فراوانی در کتاب‌های نگارش مشاهده شد.

واژگان کلیدی: هویت‌یابی، انسان به منزله عامل، تحلیل محتوا، دوره ابتدایی.

۱. مقدمه

در دوران معاصر، پدیده‌هایی همچون جهانی‌شدن، چندفرهنگی، فضای مجازی، جنبش‌های مذهبی، جنسی، قومی بیش از پیش پدیده هویت را مسئله‌ساز کرده‌اند. مسئله بحران هویت^۱، احساس از خودبیگانگی^۲ و احساس بی‌هویتی^۳ انسان را تهدید می‌کند (شمشیری و ذاکری، ۱۳۹۶: ۵۷). نظام آموزشی در مقام نهاد هویت‌بخش، می‌تواند بسترهای لازم را فراهم کند تا افراد هویت خویش را بسازند. جان دیویی، تعلیم و تربیت را تکوین هویتی می‌داند که در جریان تجارب مدرسه‌ای ساخته می‌شود (ذاکری، ۱۳۹۴: ۲۷). نظر وی مبین ارتباط عمیق تربیت و هویت است.

در بحث هویت‌یابی، بیان مفهوم هویت اهمیت دارد. در حوزه روان‌شناسی، اریکسون یکی از پیشگامان مطالعه هویت، کارکرد هویت را ایجاد هماهنگی میان تصور فرد از خودش به عنوان یک شخص دارای ثبات و تصور دیگران می‌داند. (دارابی، ۱۳۹۵). مارسیا^۴ در تفسیر نظریه اریکسون، چهار منزلت هویتی معرفی نمود. (وودوارد^۵، ۲۰۰۴؛ دوران، ۱۳۸۹). سیر تحولی

1. Identity Crisis
2. Alienation
3. Deindividuation
4. Marsia
5. Woodward

مطالعات پیرامون هویت نشان می دهد برای بشر سه دوره هویتی قابل بررسی است. در جوامع سنتی، هویت هر شخصی مقوله ای ثابت و عاری از تناقض فرض می شد. این تفکر به هویت پیشامدرن، گذشته یا شخصی معروف است. (نوذری، ۱۳۸۵: ۱۳۳). در عصر مدرن، با گسترش ارتباطات اجتماعی و در اثر وسعت تعامل رسانه های اجتماعی تغییرات قابل توجهی در هویت یابی افراد پدید آمد (جنکینز، ۱۳۸۱؛ اسپنسر^۱، ۲۰۰۷). به تعبیر هنری برگسون^۲ (۱۸۵۹-۱۹۴۱) فیلسوف فرانسوی، هویت مدرن، هویت جمعی و برساخته در حال است. (گیدنز، ۱۳۸۵).

در بستر مناسبات کثرت گرایانه، نسبی و دائماً در حال تغییر، وجه قاطعیت هویت های کلان در افراد کم رنگ می شود و جای خود را به هویت های خرد، بومی، محلی و منطقه ای می دهد. در کنار این هویت های متکثر، هویت های جدید ظهور می کند. زمینه برای گونه های هویت آتی و در حال ظهور فراهم می آید؛ به همین دلیل هویت پسامدرن را هویت های آینده نیز می نامند. (نوذری، ۱۳۸۵: ۱۳۸).

در سال های اخیر، پژوهش های متعددی بر مبنای نظریه های هویتی انجام شده است. به نظر می رسد پژوهش های انجام شده، مفهوم هویت را آشکار ساخته و در مواردی نیز افراد مورد مطالعه را در حالت های هویتی دسته بندی کرده اند. با توجه به اینکه هویت افراد از اعمال آنها جدا نیست، می توان واکاوی مؤلفه های هویت یابی را در نظریه هایی جست و جو کرد که به زوایای عمل انسان پرداخته اند.

اگر انسان را عامل بدانیم، انسان واجد عمل است و با عملش برای خود هویت سازی می کند. نگرش اسلامی نیز، نگرش عاملیتی به انسان است. با نگاه و رویکرد عاملیت، رفتارهایی که از انسان سر می زند، تکلیف او را معلوم و هویتش را ترسیم می کند. (باقری، ۲۰۱۶). این نظریه که به عنوان نظریه ای فلسفی کوششی برای تبیین ماهیت آدمی و عمل وی محسوب می شود، مبنای غنی و مستدل برای استخراج مؤلفه های هویت یابی است. در این نظریه، عمل آدمی سازنده

1. Spencer

2. Henri Bergson

هویت اوست. در این نظریه سه مبدأ برای عمل، شناخت، میل و اراده معرفی شد. (باقری، ۱۳۹۹).

با چنین نگاهی به انسان، فرد عامل هویت خود را می‌یابد و می‌سازد. منظور از عاملیت این است که انسان منشأ عمل‌های خودش است و می‌شود عمل‌های او را به خودش منسوب کرد (باقری، ۱۴۰۱). هویت‌یابی، امری خلاقانه و حاصل ایجاد و آفرینش از سوی فرد هویت‌یاب است. این آفرینش، در بافت اجتماعی مشخص صورت می‌گیرد و طبیعتاً متأثر از ویژگی‌های این بافت است. (شمشیری و ذاکری، ۱۳۹۶: ۷۶). نظام آموزشی یکی از ارکان بافت اجتماعی محسوب می‌شود و در هویت‌یابی متربیان نقش اساسی دارد.

برنامه درسی به‌عنوان قلب نظام آموزشی و عنصر تحقق‌بخشیدن به اهداف و رسالت‌های کلی نظام آموزشی به‌شمار می‌رود. در برنامه درسی، پس از تشخیص نیازها و تعیین هدف‌های آموزشی، لازم است به تعیین محتوا و سازماندهی پرداخته شود. (فتحی و اجارگاه و همکاران، ۲۰۰۹). در میان عناصر تربیت، در نظام آموزشی متمرکز، کتب درسی به‌عنوان یکی از مهم‌ترین رسانه‌های آموزشی و منابع یادگیری در تکوین هویت، نقش به‌سزایی دارند.

اساساً محتوا بایستی ارائه‌کننده زمینه‌های هویتی‌ای باشد که از ظرفیت لازم برای هویت‌سازی برخوردارند. به عبارتی زمینه‌های هویتی همان زمینه‌های یادگیری هستند (ذاکری، ۱۳۹۴: ۲۸). به عقیده باقری، نظریه‌پرداز نظریه انسان به‌منزله عامل، کودکی دوران گذار به سمت عاملیت یا تکوین عاملیت است. براین اساس، کودکان دوره دبستان نیز در تکوین عاملیت قرار دارند (آزادمنش و همکاران، ۱۳۹۵؛ سجادی و همکاران، ۱۳۹۴). علاوه بر سایر عناصر تربیت، باید بررسی شود که کتاب‌های درسی تا چه میزان از مؤلفه‌های هویت‌یابی برخوردار هستند و می‌توانند بستر را برای دانش‌آموزان فراهم کنند.

با توجه به این که سند تحول بنیادین آموزش و پرورش، تربیت را تکوین هویت می‌داند (صادق‌زاده و همکاران، ۱۳۹۰) و نتایج پژوهش‌هایی مانند اسکچتر (۲۰۱۱) و (۲۰۱۲) محتوای آموزشی را یکی از منابع شکل‌گیری هویت معرفی کردند، انتظار می‌رود تمامی عناصر آموزش

و پرورش کشور در راستای تکوین هویت دانش آموزان حرکت کنند؛ اما تعداد زیادی از پژوهش های انجام شده مانند ذاکری و شاکری (۱۳۹۵)، نجار نهاوندی و قربانعلی زاده (۱۳۹۳)، صالحی عمران و شکیباییان (۱۳۸۶) نشان دادند میزان توجه کتاب های درسی به هویت ملی توازن ندارد. پوررسول (۱۳۹۳) نیز به این موضوع اشاره می کند که به هویت ایرانی-اسلامی در کتاب های دوره ابتدایی به طور متوازن توجه نشده است. از طرفی این پژوهش ها به جنبه هایی از هویت پرداخته اند؛ ولی به آن مهارت هایی که افراد در ساختن جنبه های هویت یعنی هویت یابی لازم دارند توجه نشده است. علاوه بر این، نوجوانان و جوانان با مسئله بحران هویت مواجه هستند. بسیاری از آسیب های اجتماعی می تواند به غنی نبودن تعهد مطلوب افراد به خود و جامعه ربط داشته باشد.

با توجه به اینکه کتاب های فارسی محتوای آموزشی زبان در برنامه درسی محسوب می شوند، تجلیگاه هویت هستند؛ زیرا زبان حاصل بار معنایی هویت است و از طریق آفرینش و انتقال نظام معنایی قابل فهم برای فرد و اجتماع به مثابه ظرف و کانال انتقال سایر عناصر هویتی نقش ایفا می کند (گودرزی، ۱۳۸۴: ۴۲).

علاوه بر درس فارسی، درس مطالعات اجتماعی از حیث هویت یابی در برنامه درسی کشور ایران جایگاه ویژه ای دارد. مطالعات اجتماعی یک حوزه مهم یادگیری است که از انسان و تعامل او با محیط های گوناگون در زمان های مختلف (گذشته، حال و آینده) و جنبه های این تعامل (فرهنگی، اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و محیطی) بحث می کند. آنچه در این تحقیق مورد توجه است، هویتی است که در بخش مطالعات اجتماعی به عنوان احساس، خودآگاهی و شناخت از خود و در جریان تعامل با دیگران و با محیط حاصل می شود.

در پژوهش حاضر، در صدد بررسی این سؤال هستیم: میزان توجه به مؤلفه های هویت یابی در محتوای کتاب های فارسی و مطالعات اجتماعی دوره ابتدایی تا چه حد است؟
سؤال های فرعی:

۱. میزان توجه به مؤلفه خودآگاهی در محتوای کتاب‌های فارسی و مطالعات اجتماعی دوره ابتدایی تا چه حد است؟
۲. میزان توجه به مؤلفه ارزشمندی در محتوای کتاب‌های فارسی و مطالعات اجتماعی دوره ابتدایی تا چه حد است؟
۳. میزان توجه به مؤلفه وحدت در محتوای کتاب‌های فارسی و مطالعات اجتماعی دوره ابتدایی تا چه حد است؟
۴. میزان توجه به مؤلفه اقتدار در محتوای کتاب‌های فارسی و مطالعات اجتماعی دوره ابتدایی تا چه حد است؟

۲. مبانی نظری تحقیق

از نظر روان‌شناسی، حداقل چهار بعد اساسی در احساس فردی هویت وجود دارد: انسانی، جنسیت، فردیت و پایداری. هویت ناشی از یک درهم آمیختگی متقابل بین اعمال فردی و اجتماعی است و با اطمینان همراه است که هویت‌های فردی و اجتماعی فرد، توسط دیگران قابل توجه و نهادهای اجتماعی تأیید می‌شود (اسکچتر، ۲۰۱۱).

جامعه‌شناسان درباره هویت اجتماعی و نحوه شکل‌گیری آن در دنیای مدرن و چگونگی فاصله گرفتن افراد از هویت سنتی در جامعه مدرن، نظریه‌های مختلفی ارائه کرده‌اند (توسلی و ابراهیم پور، ۱۳۹۰).

در دوره مدرنیته، با گسترش ارتباطات اجتماعی به واسطه گسترش جهان اجتماعی افراد در اثر وسعت تعامل رسانه‌های اجتماعی روزانه مراجع متعددی در هویت‌یابی افراد پدید آمد. هویت مدرن یا هویت‌های حال و به تعبیری هویت جمعی، افراد را به حالت متکثر از هویت رهنمون می‌سازد. همان‌طور که انسان‌ها تلاش کرده‌اند با اشکال مدرن اجتماعی سازگاری داشته باشند، به تعریف خود نیز تعهد پیدا کردند و تشکیل هویت به یک روند سخت‌تر، بی‌ثبات‌تر و انحصاری تبدیل شده است (کوته و لوین: ۲۰۱۴).

در این پژوهش، «نظریه انسان عامل» مبنای بررسی قرار گرفت. در فلسفه علم مابعد اثبات گرا به نقش پیش فرض ها در تولید علم توجه شده است. در رویکرد تأسیسی علم دینی که توسط دکتر خسرو باقری مطرح شده است، امکان استفاده از پیش فرض های دینی در فرایند پرورش تئوری علم تجربی انسانی بررسی شد و یکی از مواردی که به عنوان پیش فرض انسان شناسی بررسی می کنند، «عاملیت انسان» است.

در نظریه انسان به منزله عامل براساس دیدگاه قرآنی، اعمال فرد، هویت او را می سازد. هر فرد به تناسب عمل خویش و تعامل با محیط پیرامونش، هویت معینی را برای خود رقم می زند. در فراترین سطح ماهیت انسان، افراد در عامل بودن مشترک و دست اندرکاران آفریدن هویت خویش هستند. در سطحی فروتر، با نظر به سنخ عمل های بشری و انواع هویت هایی که برحسب آنها فراهم می آید، در دو گونه تقسیم بندی شد: عمل رهایی بخش و عمل اسارت آفرین. در گونه نخست، وجود فرد بر پایه خردورزی، اراده کارگزار عقل است، معرفت و میل ساحت ربوبی خداوند (فطرت) بیدار است و امیال در کنترل عقل و اراده حرکت می کنند. در گونه دوم عمل، وجود فرد و اراده در خدمت امیال است. از پرتو عقل و شعله فطرت اشاعه نور به ندرت خواهد شد. اعمال در بند هوا و هوس قرار می گیرد (باقری، ۱۳۸۲). مؤلفه های هویت یابی با تأکید بر نظریه انسان به منزله عامل عبارتند از: خودآگاهی، ارزشمندی، وحدت، اقتدار. هویت شخص مستلزم خودآگاهی بازتابی است. خودآگاهی به خویش شدن باید به طور مداوم و روزمره ایجاد شود و در فعالیت های بازتابی خویش مورد حفاظت و پشتیبانی قرار گیرد. حفظ احساس ارزش به خود وابسته است به تجربیاتی که سبب ایجاد عواطف و هیجانات ارتقاء یافته شوند. درواقع، موقعیت هایی که دربردارنده شایستگی های فرد شوند، ارزش به خود را خلق می کنند (کاست، ۱۳۹۱: ۲۷۳). وحدت شامل اولویت بندی امور و مشارکت در کار گروهی است. اقتدار، بیانگر داشتن اعتماد و اطمینان در تغییر دادن اموری در زندگی در رفع نیازها است. احاطه و تسلط بر تصمیمات زندگی دیده می شود. از طرفی، توانایی تحقق بخشیدن افکار، موجب می شود که انسان خود را مصدر صدور اعمال خویش بداند (همان: ۲۵۴).

باقری (۲۰۱۴) در پژوهش «اسلام و فلسفه تربیت» و کتاب «تربیت در افق عاملیت» (۱۴۰۱) می‌گوید تبیین نمود عمل انسان هویت او را می‌سازد و تعامل بین انسان‌ها منجر به کنش جمعی و هویت می‌شود. با توجه به تعامل ناهم‌تراز در تربیت، اعمال فرد به صورت درونی و بر افراد دیگر تأثیر خواهد داشت. باقری و خسروی (۲۰۱۰) در پژوهش «برداشت پویا از انسانیت، رابطه بین فرهنگی و یادگیری مشارکتی»، به مفهوم‌سازی هویت انسانی و تحلیل هویت فرهنگی پرداختند. ضمن بحث پیرامون سرمایه‌گذاری فرهنگی و مهم‌ترین مظاهر فرهنگی بیان کردند که روابط اجتماعی در بازبینی در هویت نقش دارند. درواقع، هویت فرهنگی در فضای تعاون و یادگیری مشارکتی به هر انسانی یادآور می‌شود تا در بند هویت خویش نماند و از تعصبات بپرهیزد. از این منظر می‌توان گفت تأمل بر فرهنگ‌ها چالش‌هایی در هویت ما ایجاد می‌کند. باقری و خسروی (۲۰۰۶) در پژوهش «بازاندیشی در مفهوم تربیت اسلامی»، به این نتیجه رسیدند که هویت ژنتیکی، جنسی و ملی به فرد داده شده؛ ولی هسته اصلی هویت با اعمال فرد ساخته می‌شود. ایشان محتوای خاص شناخت، اراده و میل را نشانگر هویت فرد معرفی کردند.

بررسی پژوهش‌ها نشان می‌دهد که پژوهشی با هدف تحلیل محتوای کتب درسی بر مبنای مؤلفه‌های هویت‌یابی از نظریه «انسان به منزله عامل» صورت نگرفته است. اکثر پژوهش‌ها محتوای کتب درسی را بر مبنای هویت ملی و دینی تحلیل کرده‌اند. در اینجا به بعضی از این تحقیقات داخلی و خارجی اشاره می‌شود.

جدیدی محمدآبادی (۱۳۹۴) در مقاله «تحلیل محتوای کتاب‌های درسی فارسی و علوم اجتماعی پایه ششم ابتدایی از حیث توجه به هویت ملی بر محور استانداردهای مصوب»، نشان داد که محتوای کتاب‌های اجتماعی و فارسی بخوانیم به‌طور متعادل و متوازن به موضوع نمادهای هویت ملی نپرداخته‌اند. ذاکری و شاکری (۱۳۹۵)، میزان برخورداری کتاب‌های هدیه‌های آسمان، فارسی و مطالعات اجتماعی ششم دبستان از مؤلفه‌های هویت ملی، دینی و انقلابی را بررسی کردند. نتایج این پژوهش نشان داد در کتاب هدیه‌های آسمان، به هویت دینی و در دو کتاب مطالعات اجتماعی و فارسی به هویت ملی توجه بیشتری شده است. پوررسول (۱۳۹۳)، پایان‌نامه

کارشناسی ارشد خود را با هدف بررسی مؤلفه های هویت ایرانی-اسلامی در محتوای کتاب های درسی پایه ششم ابتدایی انجام داد. ذاکری (۱۳۹۴) در پایان نامه دکتری خود با عنوان « مفهوم پردازی و کاربرد آن در تعلیم و تربیت: پژوهش پدیدارشناسانه»، که با روش پدیدارشناختی و تحلیلی-استنتاجی بوده، مدل هویت یابی و مؤلفه های هشت گانه هویت را ارائه داد. اسکچتر (۲۰۱۱) در مقاله «آموزش هویت» به بررسی محتوا، ساختار هویت و فرایند هویت یابی پرداخت. وی آموزش هویت را مشارکت عمدی فعالان تربیتی (مربیان) با فرایندهای روانی و اجتماعی که در توسعه هویت دانش آموزان معرفی کرد. نتیجه پژوهش اسکچتر و گالیلی اسکچتر (۲۰۱۲) نشان داد، خواندن و تدریس متون، منابع تشکیل هویت محسوب می شوند. دانش آموزان در تجارب مطالعه محتوای آموزشی با مجموعه مفاهیم آشنا می شوند که ظرفیت های یادگیری دانش و مهارت های زندگی را دربردارد. شومیکر و تویبا (۲۰۱۸) در مقاله «هویت شخصی»، تئوری های عمده فلسفی هویت شخصی را بررسی می کنند. این مطالعه نشان می دهد ویژگی های اخلاقی نقش مهمی در شکل گیری هویت شخصی دارند. تغییر در این خصوصیات اهمیت بسیار دارد. نه تنها تغییرات در خصایصی از قبیل مهربانی و بی رحمی بر قضاوت هویت تأثیر می گذارد؛ بلکه تأثیر نوع و جهت خاص تغییرات افراد نیز در شناسایی هویت نقش دارد.

هابرماس و کوبر (۲۰۱۵)، در مقاله ای با عنوان «استدلال اتوبیوگرافی پایه ای برای هویت روایتی: نقش داستان زندگی برای تداوم شخصی»، طبق نظریه داستان زندگی در هویت یابی می گویند: مردم جوامع مدرن در اواخر نوجوانی شروع به کنار هم گذاشتن داستان های زندگی به صورت درون سازی شده و پروراندن روایت هایی از خودشان می کنند. داستان های زندگی، آنان را در جایگاه فرهنگی بین فردی بزرگسالان مستقر می کند و تاحدودی بستر هدف گذاری را فراهم می آورد.

در مجموع، پژوهشی که ارتباط مستقیم با عنوان پژوهش حاضر داشته باشد، مشاهده نشد. پژوهش هایی در زمینه تحلیل محتوای کتب درسی براساس شاخه هایی از هویت انجام شده؛ اما پژوهشی با هدف تحلیل جایگاه مؤلفه های هویت یابی و به طور اخص با تأکید بر نظریه انسان به

منزله عامل، در کتب درسی یافته نشد. پژوهش‌هایی که پیرامون مفهوم هویت (از نظر فلسفی، روان‌شناسی و جامعه‌شناسی)، هویت‌یابی در نظریه انسان به منزله عامل و تحلیل محتوای کتب درسی براساس مؤلفه‌های هویت بررسی شد که به مواردی از آن اشاره کردیم.

۳. روش تحقیق

در این پژوهش، از روش تحلیل محتوای کمی استفاده شده است. جامعه آماری کتاب‌های درسی دوره ابتدایی است. با توجه به مسئله پژوهش و انطباق اهداف آموزشی فارسی و مطالعات اجتماعی با هویت‌یابی، نمونه‌گیری هدفمند انجام شد. نمونه آماری، شامل ۱۶ جلد کتاب‌های فارسی (خوانداری و نگارش) و مطالعات اجتماعی سال ۱۳۹۷ است. کتاب فارسی، به عنوان محتوای آموزشی در برنامه زبان‌آموزی به دلیل ارتباط زبان و هویت‌یابی و کتاب مطالعات اجتماعی، به دلیل دربرداشتن هدف موضوعی هویت در برنامه درسی مطالعات اجتماعی به عنوان نمونه پژوهش انتخاب شدند. واحدهای تحلیل نیز متن، فعالیت‌ها (تمرین) و تصاویر کتاب است که در مجموع، ۱۷۰۹ صفحه را دربرگرفت. در کتاب‌های مطالعات اجتماعی نیز کاربرگ‌ها به صورت جداگانه تجزیه و تحلیل شدند.

برای تجزیه و تحلیل داده‌ها، از آنتروپی شانون استفاده شد. آنتروپی در تئوری اطلاعات، شاخصی است برای اندازه‌گیری عدم اطمینان که به وسیله یک توزیع احتمال بیان می‌شود و مراحل آن به شرح زیر است:

مرحله اول: به دست آوردن ماتریس فراوانی‌های جدول فراوانی به‌هنجار شده، براساس رابطه

زیر:

$$p_{ij} = \frac{F_{ij}}{\sum_{j=1}^m F_{ji}} (i=1,2,3,...,n, j=1,2,...,m)$$

مرحله دوم: بار اطلاعاتی هر مقوله را محاسبه کرده و در ستون‌های مربوط قرار می‌دهیم و

برای این منظور از رابطه زیر استفاده می‌شود

$$K = \frac{1}{Lnm}$$

$$E_j = K \sum_{h=1}^m |p_{ij} \ln p_{ij}| (i=1,2,...,m)$$

مرحله سوم: با استفاده از بار اطلاعاتی مقوله‌ها (n.... و ۲ و j=1) ضریب اهمیت هریک از مقوله‌ها محاسبه شده است. هر مقوله‌ای که دارای بار اطلاعاتی بیشتری باشد، از درجه اهمیت (WJ) بیشتری نیز برخوردار است که برای محاسبه ضریب اهمیت از رابطه زیر استفاده شده

$$\text{است (آذر، ۱۳۸۰):} \quad W_j = \frac{E_j}{\sum_{j=1}^n E_j}$$

روایی با طرح این پرسش همراه است که «آیا ابزار سنجش واقعاً مفهوم مورد نظر را می‌سنجد یا نه؟». برای تأیید مؤلفه‌های هویت‌یابی، علاوه بر اینکه از منابع در دسترس استفاده شد، توسط سه متخصص برنامه‌ریزی درسی و دو متخصص فلسفه تعلیم و تربیت نیز تأیید شد؛ روایی محتوایی آن با استفاده از CVR^۱ ۰/۷۵ به دست می‌آید.

جدول ۱. جدول شاخص‌سازی پژوهش

مأخذ: مطالعات نگارنده

مفهوم	مؤلفه	شاخص	منابع
هویت‌یابی	خودآگاهی	معرفی خود و توصیف احساسات، هیجانات، علاقه مندی‌ها، نیازها و توانمندی‌های خویش	باقری (۱۳۸۲)، باقری (۲۰۱۶)، باقری (۱۴۰۱) دوران (۱۳۸۹)، شمشیری و ذاکری (۱۳۹۶، ص ۳۹)، گیدنز (۱۳۷۸، ص: ۱۱۸)، سجادیه (۱۳۹۷)، کاست (۱۳۹۱)
		خودارزیابی	
	ارزشمندی	شباهت و تفاوت با دیگران	باقری (۱۳۸۲)، باقری و خسروی (۲۰۱۰)، باقری (۲۰۱۶)، دارابی (۱۳۹۵)، شمشیری و ذاکری (۱۳۹۶): (۱۷، صادق زاده و همکاران (۱۳۹۰: ۱۴۲)، سجادیه (۱۳۹۷)
		دیگر ارزیابی	

$$1. \text{CVR} = \frac{nf - \frac{n}{2}}{\frac{n}{2}}$$

مفهوم	مؤلفه	شاخص	منابع
	وحدت	اولویت بندی امور	باقری (۲۰۱۴)، باقری (۱۴۰۱)، باقری (۱۳۸۵)، نوذری (۱۳۸۵)، ذاکری (۱۳۹۴)، صادق زاده و همکاران (۱۳۹۰)، شمشیری و ذاکری (۱۳۹۶: ۱۹).
		مشارکت در فعالیت جمعی	
اقتدار		انتخاب و تصمیم گیری	باقری (۱۳۸۵)، باقری (۱۴۰۱)، باقری (۲۰۱۶)، باقری (۱۳۸۸)، صادق زاده و همکاران (۱۳۹۰)، شمشیری و ذاکری (۱۳۹۶)، مدنی فر و باقری (۱۳۹۶).
		در نظر گرفتن اثر و نتیجه عمل	

برای برآورد پایایی از ۳ ارزیاب خواسته شد تا مؤلفه‌های پژوهش حاضر را بررسی کنند که توافق در این رابطه بررسی شود و ضریب توافقی^۱ برابر ۰/۹۰ است.

۴. یافته‌های تحقیق

طبق یافته‌ها که در جدول ۲ ارائه می‌شود، از مجموع ۱۷۰۹ صفحه، ۲۱۰۳ مورد در کتاب‌های فارسی و مطالعات اجتماعی، مؤلفه‌های هویت‌یابی مشاهده شد. بیشترین میزان توجه مربوط به مؤلفه اقتدار و شاخص انتخاب و تصمیم‌گیری است. کمترین میزان توجه و اهمیت مربوط به مؤلفه ارزشمندی است. در میان کتاب‌های تحلیل‌شده، بیشترین فراوانی مؤلفه‌های هویت‌یابی در مطالعات اجتماعی ششم و کمترین فراوانی در کتاب نگارش اول مشاهده شد.

1. C.R = $\frac{\text{مقوله‌ها مورد توافق}}{\text{کل مقوله‌ها}}$

جدول ۲. توزیع فراوانی شاخص ها در کتاب های مورد تحلیل

مأخذ: مطالعات نگارنده

مؤلفه های هویت- بابی	خودآگاهی		ارزشمندی		وحدت		اقتدار		جمع کل
	معرفی خود و هیجانات، نیازها و توانمندی- های خویش	خودارزیابی	شباهت و تفاوت با دیگران	دیگر ارزیابی	اولویت بندی امور	مشارکت در فعالیت جمعی	انتخاب و تصمیم- گیری	اثر و نتیجه عمل	
فارسی خوانداری اول	۳۳	۱	۰	۱۰	۰	۱۹	۴	۲	۶۹
نگارش اول	۴	۰	۰	۱	۰	۲	۲	۳	۱۲
فارسی خوانداری دوم	۳۰	۰	۱۹	۱۰	۰	۳۰	۱۷	۲۵	۱۳۱
نگارش دوم	۲۱	۲	۱	۵	۳	۵	۱۱	۴	۵۲
فارسی خوانداری سوم	۱۹	۴	۱۲	۱۸	۴	۲۹	۲۷	۲۰	۱۳۳
نگارش سوم	۳	۱	۰	۰	۲	۳	۱۸	۵	۳۲
فارسی خوانداری چهارم	۱۷	۲	۱۳	۱۲	۸	۱۱	۲۲	۱۷	۱۰۲
نگارش چهارم	۲	۰	۰	۰	۱۱	۳	۱۷	۴	۳۷
فارسی خوانداری پنجم	۲۰	۱	۱۳	۲۱	۱۱	۱۳	۲۳	۲۴	۱۲۶
نگارش پنجم	۴	۰	۰	۰	۴	۰	۲۷	۱۳	۴۸
فارسی خوانداری ششم	۵۴	۱۲	۱۹	۴۶	۷	۲۳	۴۶	۲۷	۲۳۴
نگارش ششم	۹	۰	۱	۱	۴	۶	۱۷	۱۴	۵۲
مطالعات اجتماعی سوم	۶۵	۱۹	۲۳	۳۰	۹	۵۷	۱۷	۴۱	۲۶۱
مطالعات اجتماعی چهارم	۱۵	۰	۳	۲۶	۱۰	۲۸	۱۵	۱۳	۱۱۰
مطالعات اجتماعی پنجم	۴۶	۹	۱۹	۵۲	۱۰	۵۵	۴۴	۴۵	۲۸۰
مطالعات اجتماعی ششم	۲۰	۲۲	۹	۷۲	۱۵	۸۲	۱۲۹	۷۵	۴۲۴
جمع	۳۶۲	۷۳	۱۳۲	۳۰۴	۹۸	۳۶۶	۴۳۶	۳۳۲	۲۱۰۳

در این پژوهش، فراوانی، داده به‌هنگار، بار اطلاعاتی و ضریب اهمیت شاخص ها و مؤلفه ها به تفکیک متن، پرسش ها، تصاویر و کاربرگ های مطالعات اجتماعی بررسی شد. در ارتباط با مؤلفه خودآگاهی، در واحد تحلیل فعالیت کتاب های مذکور، ۱۱۹ مورد از این مؤلفه مشاهده شد. در تصاویر کتاب ها نیز ۲۶ مورد به مؤلفه خودآگاهی اشاره شد. بخش پایانی کتاب های

مطالعات اجتماعی، کاربرگه است. فراوانی شاخص‌های خودآگاهی در کاربرگه‌ها ۴۴ مورد است. بیشترین فراوانی مؤلفه خودآگاهی در کتاب مطالعات اجتماعی سوم و کمترین فراوانی در نگارش چهارم مشاهده شد. برای نمونه در فارسی اول صفحه ۳۹ در فعالیت «به دوستان بگو» از این پرسش مطرح شد: «چه بازی‌هایی را دوست داری؟»؛ این پرسش به علاقه‌مندی‌های دانش آموز اشاره دارد. آخرین کاربرگه مطالعات اجتماعی سوم، با عنوان «خود را ارزیابی کنید» دانش آموزان با تعدادی گویه و مقیاس اعمال خود را ارزیابی می‌کنند.

فراوانی مؤلفه ارزشمندی، در کتاب‌های فارسی و مطالعات اجتماعی، ۴۳۶ است. با توجه به این که مؤلفه ارزشمندی شامل دو شاخص «شباهت و تفاوت با دیگران» و «دیگرارزیابی» است. از مجموع این فراوانی، در کتب تحلیل شده شاخص «شباهت و تفاوت با دیگران» با فراوانی ۳۰۴ و شاخص «دیگرارزیابی» با فراوانی ۱۳۲ مشاهده شد. صفحه ۷۹ مطالعات اجتماعی سوم در تصویری کودکان اقوام مختلف را نشان می‌دهد که بیانگر شباهت و تفاوت با دیگران است. نمونه‌ای از دیگرارزیابی، فارسی خوانداری پنجم صفحه ۱۳۳، در قسمت پایانی فعالیت نمایش، دانش آموزان به نقد و بررسی یکدیگر می‌پردازند.

فراوانی مؤلفه وحدت در محتوای کتاب‌های فارسی و مطالعات اجتماعی، ۴۶۴ است. در متن کتاب‌های مذکور ۱۴۶ مورد، فعالیت ۱۹۹، تصویر ۹۹، کاربرگه ۲۵ مورد به مؤلفه وحدت توجه شده است. بیشترین فراوانی مؤلفه وحدت در کتاب مطالعات اجتماعی ششم و کمترین فراوانی در کتاب‌های نگارش دیده شد. برای نمونه در کتاب فارسی خوانداری سوم صفحه ۱۰۲، متن درس با گفت‌وگوی گروهی همراه است که بیانگر مشارکت در فعالیت جمعی است.

در تحلیل کتاب‌های موردنظر، ۷۶۸ مورد مؤلفه اقتدار مشاهده شد. از این تعداد، ۴۳۶ مورد مربوط به شاخص «انتخاب و تصمیم‌گیری» و ۳۳۲ مورد مربوط به شاخص «در نظر گرفتن نتیجه و اثر عمل» است. مؤلفه اقتدار، ۳۰۹ مورد در متن کتاب‌ها، ۳۶۰ مورد در فعالیت‌ها، ۳۱ مورد در تصاویر و ۴۷ مورد در کاربرگه‌های کتاب مطالعات اجتماعی مشاهده شد. به‌طور نمونه در مطالعات اجتماعی ششم صفحه ۱۹ موقعیتی درباره انتخاب و تصمیم‌گیری بیان می‌شود. نمونه

دیگر که بیانگر شاخص در نظر گرفتن نتیجه و اثر عمل است، در فعالیت کتاب مطالعات اجتماعی ششم صفحه ۲۲. دانش آموزان درباره درستی و یا نادرستی تصمیماتی که در طول یک هفته گرفته اند فکر می کنند. بیشترین فراوانی مؤلفه اقتدار در مطالعات اجتماعی ششم و کمترین فراوانی در نگارش اول وجود دارد.

جدول ۳. داده به هنجار مؤلفه ها در کتاب های مورد تحلیل

مأخذ: مطالعات نگارنده

کتاب‌ها	مؤلفه ها	خودآگاهی	ارزش‌سنجی	وحدت	اقتدار
	فارسی خوانداری اول	۰/۰۷۸	۰/۰۲۳	۰/۰۴۱	۰/۰۰۸
	نگارش اول	۰/۰۰۹	۰/۰۰۲	۰/۰۰۴	۰/۰۰۶
	فارسی خوانداری دوم	۰/۰۶۹	۰/۰۶۷	۰/۰۶۵	۰/۰۵۴
	نگارش دوم	۰/۰۵۳	۰/۰۱۴	۰/۰۱۷	۰/۰۱۹
	فارسی خوانداری سوم	۰/۰۵۳	۰/۰۶۹	۰/۰۷۱	۰/۰۶۰
	نگارش سوم	۰/۰۰۹	*	۰/۰۱۱	۰/۰۳۰
	فارسی خوانداری چهارم	۰/۰۴۴	۰/۰۵۷	۰/۰۴۱	۰/۰۵۰
	نگارش چهارم	۰/۰۰۵	*	۰/۰۳۰	۰/۰۲۷
	فارسی خوانداری پنجم	۰/۰۴۸	۰/۰۷۸	۰/۰۵۲	۰/۰۶۰
	نگارش پنجم	۰/۰۰۹	*	۰/۰۰۹	۰/۰۵۱
	فارسی خوانداری ششم	۰/۱۵۲	۰/۱۴۹	۰/۰۶۵	۰/۰۹۴
	نگارش ششم	۰/۰۲۱	۰/۰۰۵	۰/۰۲۲	۰/۰۴۰
	مطالعات اجتماعی سوم	۰/۱۹۳	۰/۱۲۲	۰/۱۴۲	۰/۰۷۵
	مطالعات اجتماعی چهارم	۰/۰۳۴	۰/۰۶۷	۰/۰۸۲	۰/۰۳۶
	مطالعات اجتماعی پنجم	۰/۱۲۶	۰/۱۶۳	۰/۱۴۰	۰/۱۲۷
	مطالعات اجتماعی ششم	۰/۰۹۷	۰/۱۸۶	۰/۲۰۹	۰/۲۶۲

جدول ۴. میزان بار اطلاعاتی و ضریب اهمیت مؤلفه‌ها در کتاب‌های مورد تحلیل

مأخذ: مطالعات نگارنده

میزان بار اطلاعاتی	خودآگاهی	ارزشمندی	وحدت	اقتدار
۰/۸۷۲	۰/۸۰۸	۰/۸۷۰	۰/۸۷۴	
۰/۲۵۵	۰/۲۳۶	۰/۲۵۴	۰/۲۵۵	

با توجه به جدول بالا، کتاب‌های تحلیل‌شده توجه بیشتری به خودآگاهی و اقتدار دارند. کمترین میزان اهمیت مربوط به مؤلفه ارزشمندی است.

جدول ۵. میزان بار اطلاعاتی و ضریب اهمیت شاخص‌ها در کتاب‌های مورد تحلیل

مأخذ: مطالعات نگارنده

میزان بار اطلاعاتی	معرفی خود و هیجانات، نیازها و توانمندی‌های خویش	خود ارزیابی	شباهت و تفاوت با دیگران	دیگر ارزیابی	اولویت بندی امور	مشارکت در فعالیت جمعی	انتخاب و تصمیم گیری	در نظر گرفتن اثر و نتیجه عمل
۰/۸۸۵	۰/۶۴۹	۰/۷۷۹	۰/۸۷۵	۰/۸۷۸	۰/۸۲۸	۰/۸۶۳	۰/۸۶۸	
۰/۱۳۵	۰/۰۹۹	۰/۱۱۹	۰/۱۲۰	۰/۱۳۴	۰/۱۲۷	۰/۱۳۲	۰/۱۳۳	

نتایج حاصل از تحلیل کتاب‌های موردنظر نشان می‌دهد بیشترین توجه به شاخص «معرفی خود و توصیف احساسات، هیجانات، علاقه‌مندی‌ها، نیازها و توانمندی‌های خویش» با ضریب اهمیت ۰/۱۳۵ و کمترین میزان توجه به شاخص «خودارزیابی» با ضریب ۰/۰۹۹ است.

۵. نتیجه گیری و پیشنهادها

هدف پژوهش حاضر، تحلیل محتوای کتاب های فارسی و مطالعات اجتماعی دوره ابتدایی بر مبنای مؤلفه های هویت یابی در نظریه انسان به منزله عامل بود. تحلیل محتوای این کتاب ها نشان داد میزان توجه به مؤلفه خودآگاهی و اقتدار بیشتر از مؤلفه های وحدت و ارزشمندی بوده است.

نتایج به دست آمده درباره با سؤال اول پژوهش (میزان توجه به مؤلفه خودآگاهی در محتوای کتاب های فارسی و مطالعات اجتماعی دوره ابتدایی تا چه حد است؟) نشان داد در کتاب های فارسی (خوانداری و نگارش) و مطالعات اجتماعی از مجموع ۱۷۰۹ صفحه، ۴۳۵ مورد به مؤلفه خودآگاهی اشاره شد. در مؤلفه خودآگاهی، فراوانی شاخص «معرفی خود و توصیف احساسات، هیجانات، علاقه مندی ها، نیازها و توانمندی های خویش» ۳۶۲ و فراوانی شاخص «خودارزیابی» ۷۳ است. در کتاب های یادشده به شاخص اول، با ضریب اهمیت ۰/۵۷۷ توجه بیشتری نسبت به شاخص خودارزیابی با ضریب اهمیت ۰/۴۲۳ شده است. کتاب های نگارش اول، چهارم، پنجم و ششم، فارسی خوانداری دوم و مطالعات اجتماعی چهارم توجهی به شاخص خودارزیابی ندارند. در صورتی که خودآگاهی یا ادراک شخصی از «خود» کانون تمرکز استندهای شخصی (حالات هیجانی و نگرش ها) است. علاوه بر معرفی و توصیف خود، ارزیابی از خویش، زمینه خودتأملی را فراهم می آورد. با توجه به این اهمیت، جای تأمل دارد که کتاب های ذکرشده به خودارزیابی توجه ندارند. می توان بیان کرد که دانش آموزان در پایه چهارم، در محتوای کتاب مطالعات اجتماعی فرصت ارزیابی خود را ندارند؛ در حالی که در مطالعات اجتماعی، باید گفتمان های مختلفی شکل بگیرد که هر دانش آموز با توجه به تجارب زیسته اش معنایی از مفاهیم یادگیری خلق می کند. از طرفی، «خودآگاهی» از جمله شایستگی هایی است که درس مطالعات اجتماعی قصد دارد دانش آموزان در تعامل با محیط به آن دست یابند؛ با این وجود به شاخص خودارزیابی به عنوان شاخص خودآگاهی و یکی از ابزارهای ارزشیابی توصیفی در کتاب پایه چهارم توجه نشده است.

نتایج بررسی سؤال دوم پژوهش در ارتباط با مؤلفه ارزشمندی نشان داد، میزان توجه به شاخص «دیگرازیابی» با ضریب اهمیت $0/502$ کمتر از «شباهت و تفاوت با دیگران» با ضریب اهمیت $0/498$ است. در متن کتاب‌های تحلیل‌شده ۲۹۹ مورد، در فعالیت‌ها ۹۱ مورد، در تصاویر ۲۷ مورد و در کاربرگ‌ها ۳۷ مورد به مؤلفه ارزشمندی توجه شده است. بنابراین، میزان توجه به مؤلفه ارزشمندی در متن بیش از واحدهای دیگر است. در بین کتاب‌های تحلیل‌شده، نگارش سوم، چهارم و پنجم به مؤلفه ارزشمندی توجه ندارند. کتاب نگارش اول ۱ مورد و نگارش ششم ۲ مورد در کتاب‌های فارسی خوانداری اول واحد تحلیلی که بیانگر شاخص دیگر ارزیابی باشد مشاهده نشد.

کتاب‌های نگارش با فعالیت‌های متنوع به تقویت مهارت‌های زبان‌آموزی به‌ویژه نوشتن می‌پردازند. کتاب‌های نگارش در حد مورد انتظار و حتی در سه پایه فرصت تحقق مؤلفه ارزشمندی را فراهم نمی‌کنند. بر مبنای نظریه انسان به منزله عامل ارزشمندی از این جهت ارزشمندی شاخص مهمی در هویت‌یابی محسوب می‌شود که دربردارنده آشکار ساختن شباهت و تفاوت با دیگران و دیگرازیابی است. هویت نوعی منظره بین شباهت‌ها و تفاوت‌هاست. ممکن است با غلبه کمال‌گرایی، فرد خود را کمتر ببیند و گاهی با توهم، دچار خودبزرگ‌بینی شود. دیگرازیابی در کنش‌های تربیتی، فرصت‌هایی فراهم می‌کند تا از زاویه نگاه دیگران، «من» دیده شود. در کتاب‌های فارسی و مطالعات اجتماعی مؤلفه ارزشمندی نیز مانند خودآگاهی به صورت متوازن مشاهده نشد؛ زیرا در برخی از کتاب‌ها به آن توجه نشده است. در کتاب‌هایی که شاخص‌های ارزشمندی مشاهده شد، توازن در واحدهای تحلیل (متن، فعالیت و تصویر) برقرار نبود.

نتیجه این سؤال پژوهش با پژوهش نجار نه‌اوندی و قربانعلی‌زاده (۱۳۹۳) از نظر مؤلفه ارزشمندی تا حدی هم‌خوانی دارد. یکی از مؤلفه‌های هویت ملی را مؤلفه ارزش اجتماعی می‌دانند. همان‌طور که در نتیجه سؤال دوم پژوهش بیان شد، مؤلفه ارزشمندی در کتاب‌های فارسی و مطالعات اجتماعی مشاهده شد.

نتایج بررسی در ارتباط با سؤال سوم پژوهش درباره مؤلفه وحدت، حاکی از آن است که فراوانی مؤلفه وحدت در محتوای کتاب های فارسی و مطالعات اجتماعی، ۴۶۴ است. فراوانی شاخص «اولویت بندی امور» ۳۶۶ مورد و فراوانی شاخص «مشارکت در فعالیت جمعی» ۹۸ است. در متن کتاب های مذکور ۱۴۶ مورد، فعالیت ۱۹۹، تصویر ۹۹، کاربرگه ۲۵ مورد به مؤلفه وحدت توجه شده است. در کتاب های تحلیل شده شاخص اولویت بندی امور با ضریب اهمیت ۰/۴۸۵ کمتر از شاخص مشارکت در فعالیت جمعی با ضریب اهمیت ۰/۵۱۵ توجه شده است. بیشترین فراوانی مؤلفه وحدت در کتاب مطالعات اجتماعی ششم و کمترین فراوانی در کتاب های نگارش دیده شد. نتیجه سؤال سوم با نتیجه پژوهش خادمی و همکاران (۱۳۹۵) همسو بود. پژوهش مذکور با هدف تحلیل محتوای کتاب مطالعات اجتماعی ششم بر حسب مهارت های اجتماعی بوده است. مهارت پرورش حس همکاری یکی از مؤلفه های مهارت های اجتماعی برشمرده شد که در کتاب مطالعات اجتماعی ششم بیشتر از سایر مهارت های اجتماعی به آن تأکید شده است.

در کتاب های فارسی خوانداری اول، نگارش اول و فارسی خوانداری توجهی به شاخص اولویت بندی امور نشد. در کتاب نگارش پنجم نیز به شاخص مشارکت در فعالیت جمعی توجه نشد. فرد هویت خود را به تنهایی ایجاد نمی کند؛ بلکه هویت یابی گفتمانی است که بین فرد و محیط اجتماعی او برقرار می شود. بنابراین مهم، توجه نداشتن کتاب نگارش پنجم به شاخص مشارکت در فعالیت جمعی کم داشتی در کتاب محسوب می شود. فعالیت نوشتاری گروهی موجب تقویت مهارت هم افزایی و خرد جمعی در نوشتن می شود.

در کتاب های تحلیل شده، به مؤلفه وحدت نیز مانند مؤلفه های خود آگاهی و ارزشمندی به صوت متوازن توجه نشد و اختلاف فراوانی دو شاخص «اولویت بندی امور» و «مشارکت در فعالیت جمعی» زیاد است. شاخص «مشارکت در فعالیت جمعی» به عنوان یک مهارت اجتماعی مؤلفه مهمی از مهارت های زندگی محسوب می شود. نتایج مربوط به مؤلفه وحدت نشان داد که به شاخص مشارکت در فعالیت جمعی به صورت متوازن توجه نشد. هویت یابی در متن زندگی

اجتماعی معنا دارد و مسئله‌ای صرفاً شخصی و فردی نیست؛ بلکه فرد در ارتباط با دیگران و جامعه هویت خویش را می‌سازد.

طبق نتایج بررسی سؤال چهارم پژوهش (میزان توجه به مؤلفه اقتدار در محتوای کتاب‌های فارسی و مطالعات اجتماعی دوره ابتدایی تا چه حد است؟)، فراوانی مؤلفه اقتدار در محتوای کتاب‌های فارسی و مطالعات اجتماعی دوره ابتدایی ۷۶۸ است. از این تعداد، ۴۳۶ مورد مربوط به شاخص «انتخاب و تصمیم‌گیری» و ۳۳۲ مورد مربوط به شاخص «در نظر گرفتن نتیجه و اثر عمل» است. ضریب اهمیت شاخص انتخاب و تصمیم‌گیری ۰/۴۹۹ و ضریب اهمیت شاخص در نظر گرفتن اثر و نتیجه عمل ۰/۵۰۱ است.

مؤلفه اقتدار ۳۰۹ مورد در متن کتاب‌ها، ۳۶۰ مورد در فعالیت‌ها، ۳۱ مورد در تصاویر و ۴۷ مورد در کاربرگ‌های کتاب مطالعات اجتماعی مشاهده شد. بیشترین فراوانی مؤلفه اقتدار در مطالعات اجتماعی ششم و کمترین فراوانی در نگارش اول وجود دارد. توازن پرداختن به مؤلفه اقتدار نسبت به سه مؤلفه دیگر بیشتر بوده است.

روی هم رفته، هر سؤال فرعی پژوهشی در ارتباط با یکی از مؤلفه‌های هویت‌یابی طرح شده بود. نتایج حاصل بررسی سؤال اصلی پژوهش (میزان توجه به مؤلفه‌های هویت‌یابی در محتوای کتاب‌های فارسی و مطالعات اجتماعی دوره ابتدایی تا چه حد است؟) نشان داد فراوانی مؤلفه‌های هویت‌یابی ۲۱۰۳ است فراوانی هر یک از مؤلفه‌های خودآگاهی، ارزشمندی، وحدت و اقتدار به ترتیب ۴۳۵، ۴۳۶، ۴۶۴ و ۷۶۸ است. کمترین فراوانی مؤلفه‌های هویت‌یابی مربوط به کتاب نگارش اول و بیشترین مربوط به کتاب مطالعات اجتماعی ششم است. میزان توجه به مؤلفه‌های خودآگاهی و اقتدار از دو مؤلفه دیگر بیشتر است. به مؤلفه ارزشمندی کمتر از سایر مؤلفه‌ها توجه شد. حفظ احساس ارزش به خود، وابسته است به تجربیاتی که سبب ایجاد عواطف و هیجانات ارتقاء یافته شوند. درواقع، موقعیت‌هایی که دربردارنده شایستگی‌های فرد شوند، ارزش به خود را خلق می‌کند.

در برنامه درسی مطالعات اجتماعی، هویت، «احساس، خودآگاهی و شناخت از خود که در جریان تعامل با دیگران و با محیط حاصل می شود» تعریف شد (فلاحیان، ۱۳۹۲). اما نتیجه پژوهش حاضر نشان داد در کتاب های فارسی و مطالعات اجتماعی، در میان ۱۶ شاخص، بیشترین توجه به شاخص «معرفی خود و توصیف احساسات، هیجانات، علاقه مندی ها، نیازها و توانمندی های خویش» با ضریب اهمیت ۰/۱۳۵ شده است. به شاخص «خودآرزیابی» با ضریب اهمیت ۰/۰۹۹ کمتر از سایر شاخص ها توجه شد. در تعریف بالا از هویت، اهمیت خودآگاهی واضح است. پرداختن به شاخص نخست، مطلوب است و این موارد فرصت های کتاب تلقی می شود که باید برجسته شود؛ اما کتاب های فارسی و مطالعات اجتماعی به یکی از شاخص های مهم خودآگاهی یعنی خودآرزیابی کم توجهی دارند. با توجه به ضرورت خودآگاهی در هویت یابی و جایگاه خودآرزیابی در خودآگاهی، به نظر لازم است که در محتوای آموزشی توجه بیشتری به این شاخص شود. در نظام ارزشیابی کیفی-توصیفی در دوره ابتدایی خودآرزیابی یکی از ابزارهای مهم ارزشیابی محسوب می شود و کتاب به عنوان یکی از مهم ترین رسانه های آموزشی در آموزش و پرورش متمرکز باید فرصت خودآرزیابی را برای دانش آموزان فراهم کند؛ از طرفی در کتاب های مطالعات اجتماعی سوم و پنجم که بیشترین فراوانی خودآرزیابی در آنها مشاهده شد، مربوط به آخرین صفحه کتاب است. اینکه صرفاً دانش آموزان پایان محتوای یک کتاب خود را ارزیابی کنند، از ماهیت ارزشیابی فاصله دارد. دانش آموز نمی تواند محصول خودآرزیابی را در همان پایه به کار ببندد و آثار خودتأملی را درک نخواهد کرد.

کتاب های تحلیل شده کمتر از سایر مؤلفه ها به ارزشمندی توجه دارند؛ یعنی به ایجاد فرصت و تجربه احساس ارزش به خود کمتر پرداخته شد. هابرماس و کوبر^۱ (۲۰۱۵) بیان کرده اند که گروه و ارتباطات اجتماعی، صرفاً نقش بیرونی و ابزاری ندارند؛ بلکه تشکیل دهنده ساختار هویت فرد هستند. درون تصویری از بیرون به خود می گیرد. گروه تنها یک بافت اجتماعی نیست که در ارزیابی ها به آن رجوع شود؛ بلکه بخشی از هویت فرد محسوب می شود. مؤلفه

1. Habermas & kober

ارزشمندی با شاخص‌های «شباهت و تفاوت با دیگران» و «دیگرازیایی» به نقش اجتماع و تعامل با افراد دیگر در هویت‌یابی تأکید دارد؛ در صورتی که نتیجه پژوهش حاضر نشان داد فراوانی ارزشمندی در کتاب‌های درسی مانند نگارش سوم، چهارم و پنجم صفر است.

مؤلفه ارزشمندی به مسائل مختلف جامعه جهانی مانند چندفرهنگی ارتباط دارد. با وجود تفاوت‌هایی که انسان‌ها با یکدیگر دارند، نظرشان ارزشمند است و وقتی در مقام ارزیابی قرار می‌گیرند، با معیارهای صحیح ارزشیابی می‌شوند؛ از طرفی بحران هویت وضعیتی پدید می‌آورد که افراد نمی‌توانند شباهت و تفاوت با دیگران را درک کنند و به همین دلیل به شباهت‌سازی‌های بیهوده اقدام می‌کنند. ممکن است در این یکسان‌سازی‌ها، خرده‌فرهنگ‌ها نابود شوند یا واپسماندگی فرهنگی رخ دهد. بنابراین، لازم است در تألیف کتاب‌ها بازنگری شود تا به مؤلفه ارزشمندی توجه بیشتری شود.

اکثر پژوهش‌های انجام‌شده درباره هویت، به بررسی حالت‌های هویتی افراد (به‌طور مثال طبق دسته‌بندی مارسیا) پرداخته‌اند. معدود پژوهشی پیرامون هویت‌یابی و هویت‌سازی انجام شد. پژوهش‌های زیادی با هدف تحلیل محتوای کتب درسی براساس هویت ملی، هویت دینی و هویت انقلابی ثبت شد؛ اما هدف پژوهش حاضر تحلیل محتوای کتاب‌های فارسی و مطالعات اجتماعی براساس مؤلفه‌های هویت‌یابی است. مؤلفه‌های هویت‌یابی از نظریه انسان به منزله عامل استخراج شد. پژوهشی بر مبنای مؤلفه‌های هویت‌یابی کتاب‌های درسی تحلیل نشده است؛ لذا نمی‌توان به‌طور مستقیم به مقایسه پرداخت.

پژوهش ذاکری (۱۳۹۴) که به مفهوم‌پردازی هویت پرداخته، برای هویت‌یابی مدل هشت مؤلفه‌ای ارائه کرده است. پژوهش حاضر از نظر دو مؤلفه ارزشمندی و اقتدار با پژوهش ذاکری (۱۳۹۴) ارتباط دارد؛ البته شاخص‌های این دو مؤلفه در پژوهش حاضر و پژوهش نام‌برده کاملاً مشابه نیست. در مدل هشت مؤلفه‌ای که وی ارائه کرده، ارزشمندی به معنای تأییدپذیری است؛ اما پژوهش حاضر که مؤلفه‌های هویت‌یابی، استنتاج‌شده از نظریه انسان به منزله عامل است، «شباهت و تفاوت با دیگران» و «دیگرازیایی» را نشانه‌هایی از ارزشمندی معرفی نموده

است. در پژوهش ایشان اقتدار شامل شاخص های برجستگی و کارایی بود؛ اما در پژوهش حاضر، اقتدار شامل دو شاخص «انتخاب و تصمیم گیری» و «در نظر گرفتن اثر و نتیجه عمل» است.

طبق نتایج سؤال اصلی پژوهش، از نظر میزان توجه کتاب های فارسی و مطالعات اجتماعی دوره ابتدایی به مؤلفه هویت یابی، مؤلفه وحدت در رتبه سوم قرار دارد. مؤلفه وحدت شامل دو شاخص «اولویت بندی امور» و «مشارکت در فعالیت جمعی» است. با توجه به سؤال سوم پژوهش در کتاب های فارسی و مطالعات اجتماعی به شاخص مشارکت در فعالیت جمعی با ضریب اهمیت ۰/۵۱۵ بیشتر از شاخص اولویت بندی امور توجه شده است. در مطالعاتی که درباره تحلیل محتوای کتاب های درسی هویت ملی انجام شد، مؤلفه هایی به رفتارهای اجتماعی (آیین ها و جشن های دسته جمعی، مصادیق زندگی اجتماعی) ربط داشت؛ مانند ذاکری و شاکری (۱۳۹۵)، پوررسول (۱۳۹۳)، شارع پور، سلیمانی و شکرالهی (۱۳۹۱). از نظر وجود شاخص مشارکت در فعالیت های جمعی که نشان از وحدت و هم بستگی افراد جامعه است، نتیجه پژوهش حاضر با نتایج پژوهش های نام برده هم سویی دارد؛ علاوه بر این موارد شاخص مشارکت در فعالیت جمعی در مؤلفه وحدت با نتیجه پژوهش باقری و خسروی (۲۰۱۰) درباره یادگیری مشارکتی طبق نظریه انسان به منزله عامل همسو است.

لی بیونگ (۲۰۰۲) نیز در پژوهش «رابطه میان آموزش و هویت ملی» پی برد که از طریق گنجاندن مفاهیم هویت ملی در نظام آموزشی، وحدت درون فردی با وجود تعارض های الگویی جامعه تقویت خواهد شد. سجادیه (۱۳۹۷) نیز اهمیت خودارزیابی و دیگرارزیابی بر مبنای نظریه انسان به منزله عامل را بیان کرد. پژوهش حاضر نیز در مدل مفهومی در مؤلفه خودآگاهی، شاخص خودارزیابی و در مؤلفه ارزشمندی، شاخص دیگرارزیابی را ارائه داد. با وجود این اهمیت، کمترین توجه مربوط به شاخص خودارزیابی است.

با اینکه پژوهشی با هدف پژوهش حاضر انجام نشده، موارد فوق به طور غیر مستقیم اهمیت و ضرورت مؤلفه های هویت یابی را در کتب درسی منعکس می کنند. با توجه به ارتباط مقایسه

نتایج این پژوهش و پژوهش‌های نام‌برده، می‌توان گفت مؤلفه‌های هویت‌یابی به بخشی از هویت (ملی، محلی، قومی، دینی) محدود نیستند و به خصایصی اشاره دارند که در هر نوع هویتی قابل بررسی هستند. با توجه به اینکه ۲۱۰۳ مورد مؤلفه‌های هویت‌یابی در کتاب‌های فارسی و مطالعات اجتماعی یافته شد، تکوین و تعالی پیدا کردن مؤلفه‌های خودآگاهی، ارزشمندی، وحدت و اقتدار (و شاخص‌ها) در دانش‌آموزان از طریق این دو عنوان از کتب درسی امکان‌پذیر است؛ اما به نظر می‌رسد متوازن نبودن شاخص‌ها در متن، تصاویر و پرسش‌ها، تأثیرگذاری پیام‌های مربوطه را در دانش‌آموزان با چالش مواجه می‌کند.

طبق نتایج به دست آمده، در ارتباط با مؤلفه خودآگاهی، به مؤلفین پیشنهاد می‌شود که در کتاب‌های نگارش اول، چهارم، پنجم و ششم، فارسی خوانداری دوم و مطالعات اجتماعی چهارم فعالیت‌هایی طراحی کنند که برای دانش‌آموزان فرصت خودارزیابی ایجاد شود. درباره مؤلفه ارزشمندی، پیشنهاد می‌شود فعالیت‌ها و پرسش‌هایی در کتاب‌های فارسی طراحی شود که دانش‌آموزان یکدیگر را ارزیابی کنند. طبق نتایج سؤال سوم پژوهش، کمترین فراوانی مؤلفه وحدت در کتاب‌های نگارش دیده شد. پیشنهاد می‌شود در کتب نگارش دوره ابتدایی به‌ویژه نگارش پنجم فعالیت گروهی طراحی شود. در کتاب‌های فارسی خوانداری اول، نگارش اول و فارسی خوانداری که توجهی به شاخص اولویت‌بندی امور نشده، متن‌های تدوین شود که دانش‌آموزان به اهمیت و چگونگی اولویت‌بندی امور پی‌برند.

کتابنامه

۱. آذر، ع. (۱۳۸۰) بسط و توسعه انتروپی شانون برای پردازش داده‌ها در تحلیل محتوی. علوم/انسانی دانشگاه الزهراء (س)، ۱۱ (۳۷ و ۳۸): ۱-۱۸.
۲. آزادمنش، س.؛ سجادی، ن.؛ و باقری، خ. (۱۳۹۵). تبیین ماهیت دوران کودکی در هندسه نظریه اسلامی عمل. پژوهش‌نامه مبانی تعلیم و تربیت، ۶ (۱): ۸۳-۱۰۳.
۳. آزادمنش، س.؛ سجادی، ن.؛ باقری، خ. (۱۳۹۵). تبیین اهداف و ملاحظات «تربیت» اخلاقی کودک با نظریه مفهوم عاملیت انسان در اندیشه اسلامی. تربیت/سلامی، ۱۱ (۲۳): ۱-۲۵.

۴. آقامحمدی، ج. (۱۳۹۵). بررسی میزان انعکاس شاخصه هویت و مؤلفه های آن در متون درسی مدارس ابتدایی از دید معلمان ابتدایی شهرستان دیواندره. *مطالعات ملی*، ۶۶: ۷۳-۸۸.
۵. باقری، خ. (۱۳۸۲). *هویت علم دینی: نگاهی معرفت شناختی به نسبت دین با علوم*. تهران: سازمان چاپ و نشر.
۶. باقری، خ. (۱۳۸۵). *نگاهی دوباره به تعلیم و تربیت اسلامی*. (جلد ۱). تهران: مدرسه.
۷. باقری، خ. (۱۳۸۸). بررسی تطبیقی طرح واره اسلامی عمل با انسان شناسی (پسا) ساختارگرا: تعلیم و تربیت، ۹۸: ۳۶-۹.
۸. باقری، خ. (۱۳۹۹). *عاملیت انسان رویکردی دینی و فلسفی*. تهران: واکاوش.
۹. باقری، خ. (۱۴۰۱). *تربیت در افق عاملیت*. تهران: واکاوش.
۱۰. جدیدی محمدآبادی، ا. (۱۳۹۴). تحلیل محتوای فارسی و علوم اجتماعی پایه ششم ابتدایی از حیث توجه به هویت ملی بر محور استانداردهای مصوب. *پژوهش در یادگیری آموزشگاهی و مجازی*، ۱۱: ۴۱-۴۸.
۱۱. جنکینز، ر. (۱۳۸۱). *هویت اجتماعی*. (ترجمه تورج یار احمدی). تهران: شادگان.
۱۲. دارابی، ج. (۱۳۹۵). *روان شناسی هویت (هویت فردی و جمعی)*. تهران: آبیژ.
۱۳. دوران، ب. (۱۳۸۹). *نقش بازی های یارانه ای در شکل گیری هویت جوانان*. رساله دکتری منتشر نشده. دانشگاه تربیت مدرس، دانشکده علوم انسانی، گروه علوم تربیتی.
۱۴. ذاکری، م. (۱۳۹۴). *مفهوم پردازی و کاربرد آن در تعلیم و تربیت: پژوهش پدیدارشناسانه*، رساله دکتری منتشر نشده. دانشگاه شیراز، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی، گروه علوم تربیتی.
۱۵. ذاکری، ن؛ شاکری، ف. (۱۳۹۵). بررسی میزان برخورداری کتاب های هدیه های آسمان، فارسی و مطالعات اجتماعی ششم دبستان از مؤلفه های هویت ملی، دینی و انقلابی. *فصلنامه مطالعات روانشناسی و علوم تربیتی*، ۱۳: ۶۹-۹۲.
۱۶. سجادی، ن. (۱۳۹۷). *نظریه عاملیت انسان در کلاس درس: دانش آموز باید ارزیاب خود باشد! رشد معلم*، ۳۷ (۴): ۶-۷.
۱۷. شمشیری، ب؛ ذاکری، م. (۱۳۹۶). *هویت و تعلیم و تربیت از نظریه تا عمل*. شیراز: دانشگاه شیراز.

۱۸. صادق‌زاده، ع. (۱۳۹۰). مبانی نظری تحول بنیادین در نظام تربیت رسمی عمومی جمهوری اسلامی ایران. تهران: دبیرخانه شورای عالی آموزش و پرورش.
۱۹. فلاحیان، ن. (۱۳۹۲). کتاب معلم مطالعات اجتماعی- سوم دبستان. تهران: اداره کل نظارت بر نشر و توزیع مواد آموزشی.
۲۰. کاست، و. (۱۳۹۱). بازهم من: احساس ارزش به خود و تجربه هویت/ روان شناسی کهن الگویی انسان امروز. (ترجمه تورج رضا بنی صدر). تهران: لیوسا.
۲۱. کرپندورف، ک. (۱۳۸۳). تحلیل محتوا مبانی روش‌شناسی. (ترجمه هوشنگ نایی). تهران: نی.
۲۲. گودرزی، ح. (۱۳۸۴). گفتارهایی درباره زبان و هویت. تهران: تمدن ایرانی.
۲۳. گیلدنز، آ. (۱۳۸۵). تجدد و تشخیص، جامعه و هویت شخصی در عصر جدید. (ترجمه ناصر موفقیان). تهران: نی.
۲۴. مدنی‌فر، م؛ باقری، خ. (۱۳۹۶). تبیین ماهیت عمل تربیتی از منظر الگوی هدف-وسیله. فلسفه تربیت، ۲(۲): ۳۷-۶۰.
۲۵. نوذری، ح. (۱۳۸۵). نگاهی تحلیلی به مفهوم هویت در قالب‌های سه‌گانه سنتی، مدرن و پست‌مدرن. مطالعات ملی، ۷(۲): ۱۲۷-۱۴۸.

26. Bagheri Noaparast, K, (2016). *Islamic Education as Asymmetrical Democratic Interaction, In The Palgrave International Handbook of Alternative Education* (pp. 339-353). Palgrave Macmillan: London.
27. Bagheri Noaparast, K. & Khosravi, Z. (2006). The Islamic concept of education reconsidered. *The American Journal of Islamic Social Science*, 23(4), 88-103
28. Bagheri Noaparast, K., & Khosravi, Z. (2010). A dynamic conception of humanity, intercultural relation and cooperative learning. *Intercultural Education*, 21(3), 281-290.
29. Bagheri Noaparast, K. (2014). Islam and philosophy of education: the three approaches. *The Encyclopaedia of Educational Philosophy and Theory*, M. Peters, T. Besley, A. Gibbons, B. Žarnić, P. Ghiraldelli (eds.).
30. Coypers, Stefaan E. (2018). *Self-identity and Personal Autonomy, An analytical anthropology*. NewYorkA: shgate Publishing.
31. Fathi vajargah, K., Zare, O., Yamani, M. (2009). Barriers to internation curricula and faculty perspectives. *Research and Planning in Higher. Education*, 54: 63-82, [In Persian].

32. Habermas, T., & Köber, C. (2015). Autobiographical reasoning is constitutive for narrative identity: The role of the life story for personal continuity. *The Oxford handbook of identity development*, 149-165.
33. Ige, B. (2010). Identity and language choice: 'We equals I. *Journal of Pragmatics*, 42: 3047–3054.
34. Schachter, E. P., & Galili-Schachter, I. (2012). Identity literacy: Reading and teaching texts as resources for identity formation. *Teachers College Record*, 114(5): 1-37.
35. Schachter, E. P., & Rich, Y. (2011). Identity education: A conceptual framework for educational researchers and practitioners. *Educational Psychologist*, 46(4), 222-238.
36. Spencer, Helen. (2007). Theories of identity and the analysis of face. *Oatey Journal of Pragmatics*: 639–656.
37. Woodward, k. (ed). (2004). *Questioning identity*. London: Routle.



Content Analysis of Elementary Schools Textbooks based on Components of Identification (Case Study: Persian and Social Studies Book)¹

Fatemeh Rahbari

MA in Philosophy of Education, University of Mazandaran, Babolsar, Iran

Hakimeh Sadat Sharifzadeh²

Associate Professor, Department of Educational Sciences, Faculty of Humanities and Social Sciences, University of Mazandaran, Babolsar, Iran

Meymanat Abedini Baltork

Associate Professor, Department of Educational Sciences, Faculty of Humanities and Social Sciences, University of Mazandaran, Babolsar, Iran

Received: 6 August 2024 Revised: 23 August 2024 Accepted: 24 August 2024

Abstract

The purpose of the present study is to explore the content of Persian and Social Studies textbooks in elementary school based on the components of identification in the theory of "Man as Agent". Informed by this theory, four components of "self-awareness, value, unity and authority" are deduced. According to this theory, human actions shape his or her identity, and cognition, will, and desire are the main drivers of actions. Self-awareness includes indicators of "self-presentation and description of feelings, emotions, desires, needs and abilities, and self-evaluation." The value component consists of "similarity and difference with others' and 'other self-evaluation'". The unity component comprises "prioritization" and "participation in collective activities." Finally, the components of authority encompass "choice and decision-making" and "considering the effect and outcome of action." The research method is quantitative content analysis and data analysis was conducted using Shannon entropy technique. The statistical population consisted of the elementary school textbooks of which Persian (reading and writing) and social studies books were selected as the sample. The unit of analysis was textbook pages (text, image, activity or questions). Reliability was calculated from the correlation coefficient ($R=0.90$). The analysis revealed that in Persian and Social Studies textbooks, there existed 2103 instances of references to the components of identity. The results of data analysis showed that self-awareness and authority had received significantly

1. Extracted From Master's Thesis. The first author of this book is from University of Mazandaran, (Research Case Research)

2. Corresponding Author. Email: h.sharifzadeh@umz.ac.ir

more attention than the other two components with a significance coefficient of 0.255. The least attention and significance were related to the value component. The comparison of textbooks suggested that the highest and lowest frequency of identity components was found in the Sixth grade's Social Studies and First-Grade's Composition book.

Keywords: Identification, Human as Agent, Content Analysis, Elementary School.



Designing a Model of Components of Community Happiness Concept and Comparison of Iran with Middle Eastern Countries¹

Fariba Shoari

PhD Student in Cultural Management and Planning, Faculty of Management and Economics, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Ali Akbar Rezaei²

Assistant Professor of the Department of Cultural Management, Faculty of Management and Economics, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Mohammad Saeed Zakai

Professor of Sociology and Cultural Studies, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran

Abbas Ali Qhaiyomi

Associate Professor, Cultural and Media Management Department, Faculty of Management and Economics, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Ebrahim Ekhlesi

Associate Professor of Sociology, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran

Received: 17 April 2024 Revised: 17 July 2024 Accepted: 20 July 2024

Abstract

This research aims to design a model of community happiness in Iran and compare it with countries in the Middle East. It is a developmental-applicative study in terms of its purpose and falls in the category of mixed exploratory research. In the qualitative stage, semi-structured interviews with experts and thematic analysis technique were used to design the model. Participants included 26 experts who were selected purposefully using the snowball sampling method. Also, in the quantitative section, the research model was validated with confirmatory factor analysis method and Smart PLS software. For this purpose, the views of 384 randomly-selected

1. The present article is an extract from the dissertation entitled "Qualitative study of social and cultural aspects of social happiness in urban life". (Extracted from PhD dissertation, defended at Faculty of Management and Economics, Science and Research University, Islamic Azad University, Tehran, Iran)

2. Corresponding Author. Email: sun19717@yahoo.com

citizens of Tehran were sought. Based on the findings of the theme analysis, three levels of micro, medium and macro consisting a total of 9 components were identified for happiness. Further, the findings of the quantitative section confirmed the research model and all the identified variables. In addition, the determination coefficient values for micro, medium and macro level were calculated as 0.624, 0.581 and 0.532, respectively, which are desirable. Also, in this research, international reports were consulted to compare the level of happiness in Iran and the countries of the Middle East. The results suggested that the level of happiness in Iranian society is far from desirable. The results also revealed that community happiness is a multidimensional and complex phenomenon, the improvement of which in the Iranian society calls for considering a set of factors at the micro, medium and macro levels and making necessary plans accordingly.

Keywords: Community Happiness, Comparative Study, Theme Analysis.



Erving Goffman's Intellectual Heirs: A Survey of the Impact of Erving Goffman's Social Thoughts on Theorization of Contemporary Sociological Thinkers

Fatemeh Golabi¹

Professor in Department of Social Sciences, University of Tabriz, Tabriz, Iran

Adel Mohabatian

PhD Candidate in Economic Sociology and Development, University of Tabriz, Tabriz, Iran

Received: 6 March 2024

Revised: 3 August 2024

Accepted: 10 August 2024

Abstract

Erving Goffman's social thoughts have profoundly influenced contemporary thinkers across various domains of sociology and beyond, shaping the way modern scholars approach the study of human interaction and social structures. Goffman broke away from his contemporaries who focused on macro social phenomena and explored the day-to-day aspects of social life that were not widely studied at the time and were not deemed conducive to a sociologist's career advancement. Though not a prominent methodologist or a traditional theorist, Goffman uniquely combined theory and method, focusing on previously unexplored areas of sociology. Goffman benefited from his preceding classical thinkers in sociology. Inspired by the theories of Georg Simmel, he concentrated on social forms as well as the molecular processes of social life. Goffman adopted Emile Durkheim's concept of ritual, which he used to clarify the concept of ego and the moral dimension in everyday life interactions. The theories of George Herbert Mead kindled his interest in symbolic interrelationships between people. Goffman also borrowed many ideas from existentialism's take on the absurd nature of modern life, as well as from animal behaviorism (especially the idea of developing personal territories). On the other hand, Goffman's theories particularly influenced many social thinkers worldwide. This paper seeks to investigate the impact of Erving Goffman's sociological thoughts on various contemporary thinkers using the library research method, including Harold Garfinkel (ethnomethodology), Anthony Giddens (ontological security), Jürgen Habermas (communicative action theory), Nicolas Lohmann (complexities

1. Corresponding Author. Email: f.golabi@tabrizu.ac.ir

of communication, trust and social order), Pierre Bourdieu (gender studies, micro-macro links and the dynamics of symbolic violence), sociology of emotions (power dynamics, economic aspects, and internal processes of emotion management), as well as a wide range of thinkers in diverse fields who have been inspired by Goffman's thoughts.

Keywords: Erving Goffman, Jürgen Habermas, Sociology of emotions, Harold Garfinkel, Anthony Giddens, Nicolas Lohmann, Pierre Bourdieu.



The Impact of Cultural Capital on Social Tolerance in Small Towns, Middle Cities and Metropolises: A Study of Youths in the Khaf

Sabzevar and Mashhad¹

Mahdi Zanganeh²

Assistant Professor, Department of Geography and Urban Planning, Hakim Sabzevari University, Sabzevar, Iran

Zakieh Sharafi

MA in Demographics, Shiraz University, Shiraz, Iran

Received: 27 February 2024

Revised: 5 August 2024

Accepted: 20 August 2024

Abstract

Social tolerance is the foundation of democracy and civil society, and cultural capital is one of the prerequisites for the emergence of social tolerance in a community. Therefore, this study aims to assess the impact of the cultural capital of the youth on social tolerance in three cities that are distinct in terms of population, geography, and culture. This is a fundamental study that adopts a descriptive-analytical and survey method. Data was collected using both documentary and field survey methods (questionnaires). The statistical population of the study includes young people aged 18-35 living in three cities of Khaf, Sabzevar, and Mashhad in Razavi Khorasan province. A sample size of $n=1135$ was calculated by Cochran's formula for the three cities using a multi-stage cluster sampling method. Data analysis was conducted using variance analysis, correlation coefficients, and multiple regression tests. The indices of cultural capital (subjective, objective, and institutional) were measured with 17 items, while social tolerance (identity-related, belief-related, and behavioral) was measured with 26 items. The Cronbach's alpha coefficient was 0.7, indicating the reliability of the research instrument. The results show that with rising population of cities, social tolerance is improved. Furthermore, as the components of cultural capital—whether objective, subjective, or institutional—improve among youth, their social tolerance is enhanced as well. The regression analysis of these indicators explains 59% of variance in the dependent

1 . "This research is derived from a project titled: Factors Affecting Social Tolerance with Emphasis on Cultural Capital in Small, Intermediate, and Large Cities (A Study of Youth Aged 18 to 35 in the Cities of Khaf, Sabzevar, and Mashhad), which was conducted with the financial support of the Research and Technology Fund of the Presidency."

2. Corresponding Author: Email: m.zanganeh@hsu.ac.ir

variable (social tolerance). According to the findings, subjective cultural capital yields the greatest impact on social tolerance in the studies cities, followed by objective and institutional cultural capital, respectively.

Keywords: Cultural Capital, Social Tolerance, Youth.



A Study of Formal and Content Changes in Shopping Behavior of People in Shopping Malls of Karaj¹

Ezzatollah Faridnia

MA in Social Science Research, Yazd University, Yazd, Iran

Manouchehr Ali Nejad²

Assistant Professor, Department of Labor and Social Policy, Yazd University, Yazd, Iran

Received: 17 October 2023 Revised: 5 December 2023 Accepted: 30 January 2024

Abstract

Shopping centers and markets have played a pivotal role in people's lives and in cities since ancient times. Hence, unlike the past, due to the expansion of shopping centers and arcades, the economic aspect of shopping centers has come under spotlight. The research aims to shed light on the formal and content changes in the shopping style and behavior of people in shopping malls of Karaj. In this qualitative research, the grounded theory has been adopted. Data collection was conducted from interviews with 20 citizens of Karaj. After writing reports and analyzing data in the form of open-code tables, sub-categories appeared. By examining these sub-categories, we sought to discover the main categories. Finally, by putting together the cores of "Growing preference for purchase from the shopping arcades due to the thriving culture of window shopping in the shopping arcade", "Increasing commute to the shopping arcades due to its spatial desirability", "Growing culture of pretentious purchases in people's shopping behavior", the final core or super category of "Formal and content changes in shopping style" was obtained. In the end, the paradigm model was designed and its mechanisms were analyzed.

Keywords: Shopping Centers, Shopping Behaviors, Window Shopping, Life Style.

1. Corresponding Author: Email: m.alinejad@yazd.ac.ir

2. This article is an extract from the master's thesis entitled "The study of people's shopping and shopping behaviors in Karaj shopping malls". (Extracted from Master's dissertation, defended at Yazd University, Yazd, Iran)



Designing the Strategic Model of Social Entrepreneurship: A Meta-synthesis Study

Reza Norouzi Ajirloo¹

Assistant Professor, Department of Business Management, Payame Noor University, Tehran, Iran

Moslem Soleymanpor

Assistant Professor, Department of Business Management, Payame Noor University, Tehran, Iran

Samad Khabbaz Bavil

Assistant Professor, Department of Business Management, Payame Noor University, Tehran, Iran

Received: 10 September 2023 Revised: 7 October 2023 Accepted: 29 October 2023

Abstract

Social entrepreneurship, as a global phenomenon, sways society by adopting innovative approaches to address social problems. A focus on nature and the principles of sustainability and emphasis on environmental preservation are considered part of the strategy of social entrepreneurs. This is an applied-developmental study that uses a qualitative meta-synthesis method for data collection. The research method borrows the seven-step approach from Sandolski and Barroso (2007) based on the nature of the research. Electronic databases such as Emerald, ScienceDirect, Springer, Sage and the specialized database of Magiran, Irandoc, the scientific information database of SID and the comprehensive portal of humanities were reviewed from 2015 to 2022 to collect data. While considering all dimensions of social entrepreneurship, we utilized meta-synthesis method to identify indicators that the researchers believe wielded influence on the emergence of environment-based social entrepreneurship. In this research, after a review of the results and findings of previous researchers, the final model of social entrepreneurship was identified following Sandelowski and Barroso's seven steps. To extract the data from the texts, preliminary coding and extraction of concepts and categories were conducted after a thorough review of the literature on social entrepreneurship. After compiling and integrating the indicators obtained in the meta-synthesis phase, a total of 24 primary codes, 6 themes and 3 categories were identified, including infrastructural factors (supportive and structural), cognitive

1. Corresponding Author: Email: rezanorouzi20@pnu.ac.ir

factors (skills and personality), and environmental strategies (biological orientation and environmental behavior). This article can offer valuable insights to enrich the literature on social entrepreneurship, and the government's strategic support for social entrepreneurship, like the policy of tax cut for related activities, will give them a high degree of cognitive desirability and feasibility.

Keywords: Social Entrepreneurship, Environmental Strategy, Meta-Synthesis.



A Study of Relationship between Native and Local Games on Cultural and Social Identity of the Citizens of Khuzestan Province

Zahra Hedayatnia

Master of Sports Management, Faculty of Sports Sciences, Shahid Chamran University of Ahvaz, Ahvaz, Iran

Esmaeel Veisia¹

Assistant Professor in Sport Management Department, Faculty of Sport Sciences, Shahid Chamran University Of Ahvaz, Ahvaz, Iran

Maryam Karimi

Assistant Professor in Sport Management Department, Faculty Of Sport Sciences, Shahid Chamran University Of Ahvaz, Ahvaz, Iran

Received: 13 August 2023

Revised: 30 December 2023

Accepted: 3 January 2024

Abstract

Native and local games symbolize a socio-cultural feature shaped by the environmental conditions and ethnic beliefs of this country. In this applied study, data was collected electronically. The statistical population included individuals aged 17 to 65 residing in Khuzestan Province, from whom a sample of $n=384$ was selected using Cochran's formula. Data was gathered using a self-administered 14-item questionnaire on native and local games, the 29-item standardized Taheri Cultural Identity Questionnaire (2013), and the 20-item Safarinia and Roshan Social Identity Questionnaire (2011), with a reliability coefficient of 0.88. Data analysis was conducted using partial least squares structural equation modeling. The findings showed that all items (except for items 3, 32, and 46), had a factor loading above 0.4, indicating its appropriateness. Additionally, for all items, except the above three, t -value was above 1.96, indicating their significant effect at a 95% CI. This suggests that native and local games have a positive and significant effect on the cultural and social identity of citizens. Thus, these traditional games, as a valuable cultural heritage, can play a unique role in revitalizing the cultural and social identity of various ethnic groups in the province. In fact, the sustained and strategic attention of relevant organizations to these games can promote health, productivity, and protect society from identity crises, which are manifesting as cultural and generational conflicts.

Keywords: Cultural Identity, Social Identity, Native and Local Games, Khuzestan Province.

1. Corresponding Author: Email: vaysia@scu.ac.ir



A Sociological Explanation of the Impact of Virtual Space on Social Apathy

Seyed Samad Beheshti¹

Associate Professor of the Department of Social Sciences, Yasouj University, Yasouj, Iran

Moslem Naraghimanesh

MA in Sociology, Yasouj University, Yasouj, Iran

Abolghasem Askari

MA in Sociology, Yasouj University, Yasouj, Iran

Nazarpishro Nasrabad Sofla

PhD Student in Sociology, University of Isfahan, Isfahan, Iran

Shaja'at Poursedighi

MA in Social Communication Sciences, Yazd Branch, Islamic Azad University, Yazd, Iran

Received: 8 July 2023

Revised: 11 November 2023

Accepted: 1 December 2023

Abstract

The expansion of virtual social networks has significantly influenced various dimensions of human life. A critical area that warrants investigation is the impact of virtual social networks on human social interactions. This study aims to provide a sociological analysis of how virtual networks contribute to social apathy. Employing a quantitative survey methodology, the research consists of a sample of 375 students selected from a total of 5,385 students at Yasouj University. Data were gathered by an online survey due to the restrictions imposed by the Covid-19 pandemic. According to the results, the average apathy among students was 103.95, which is below the average threshold of 111. Furthermore, within the broader statistical population, students' sensitivity to societal conditions was above average. Furthermore, although students' engagement in virtual social networks is higher than average, their overall active participation in these platforms remains at a moderate level. While there is generally a positive correlation between the duration of interaction with virtual social network and the extent of social apathy, the highest levels of apathy are associated with the use of virtual social networks for entertainment purposes. Comparative analyses suggest that men and employed people exhibit lower levels of social apathy than do women and unemployed

1. Corresponding Author. Email: sbheshty@yu.ac.ir

students. Additionally, there is a remarkable disparity in social apathy levels between undergraduate and graduate students and between those studying in social science and those pursuing other academic disciplines. The regression analysis of the research variables revealed that about 17.5% of variance in social apathy can be attributed to the use of virtual social networks. Overall, the results of this study revealed that interaction with virtual social networks and their usage can alter individuals' cognitive and emotional dimensions; however, it does not induce significant behavioral changes. Furthermore, there exists a potential risk that this engagement may create a rift between individuals' real and virtual lives in reality.

Keywords: Virtual Space, Internet, Social Networks, Social Apathy.



A Sociological Study of the Relationship between Social Capital and Sexual Violence against Women (Case Study: Married Women in Qazvin City)

Mousa Saadati¹

Assistant Professor, Department of Sociology, Faculty of Social Sciences, Imam Khomeini International University, Qazvin, Iran

Morteza Ghelich

Assistant Professor, Department of Sociology, Faculty of Social Sciences, Imam Khomeini International University, Qazvin, Iran

Zahra Karimi

BA in Sociology, Department of Sociology, Faculty of Social Sciences, Imam Khomeini International University, Qazvin, Iran

Received: 1 July 2023 Revised: 4 October 2023 Accepted: 14 October 2023

Abstract

Today, one of the critical hidden social harms is sexual violence inflicted on women by their husbands. Sexual violence in general has a devastating effect on the spirit and psyche of women, hinders their growth and prosperity and triggers a sense of insecurity among women. Hence, the present study was also conducted to investigate the link between social capital and sexual violence among married women in Qazvin city. The main research method is a field survey. The statistical population includes all married women of Qazvin city, among whom $n=383$ were selected using Cochran's statistical formula and stratified random sampling method. The data collection was conducted by a researcher-made questionnaire. Face validity was used to assess validity of the measurement instrument and Cronbach's alpha technique was adopted to evaluate reliability. The data analysis was also conducted by SPSS software. The results of the correlation test revealed that components of social capital including social commitment, social support and social participation were linearly related to two components of sexual violence (physical violence and psychological violence) and the sexual violence with 99% CI at a significance level of less than 0.01. All of the above relationships were negative and inverse. Moreover, the results of the multivariate regression analysis indicate that variables of the regression model could explain and predict 43% of variance in the dependent variable of sexual violence against women.

Keywords: Social Capital, Domestic Violence, Sexual Violence, Married Women, Family.

1. Corresponding Author. Email: m.saadati@soc.ikiu.ac.ir



Network-based Job Search Modelling: Prioritizing Types of Scientific Communication and Information Networks Based on Access to Job Information

Mahsa Sadeghinezhad

PhD Candidate in Economic Sociology and Development, Department of Social Sciences, Faculty of Literature and Humanities, Ferdowsi University of Mashhad, Mashhad, Iran

Mohsen Noghani Dokht Bahmani¹

Associate Professor of Sociology, Department of Social Sciences, Faculty of Literature and Humanities, Ferdowsi University of Mashhad, Mashhad, Iran

Hossein Akbari

Associate Professor of Sociology, Department of Social Sciences, Faculty of Literature and Humanities, Ferdowsi University of Mashhad, Mashhad, Iran

Received: 18 June 2022 Revised: 1 September 2022 Accepted: 15 November 2022

Abstract

Knowledge and expertise offer economic benefits to the actors of scientific communication and information network. If professionals are unable to interact with the members of their network, they may never get cognizant of job opportunities related to their expertise (especially in humanities fields). Therefore, the main purposes of this study are as follows: first, prioritize the general types of scientific communication and information networks in terms of informing about job opportunities through scientific collaboration with social contacts at various levels of knowledge diffusion. Second, determining the network to which the performance of the scientific collaboration network of sociology students correspond in terms of access to job information. The present paper draws on social network analysis approach in terms of theory, method, and technique. The study population includes all graduate students in the field of Sociology studying at Ferdowsi University of Mashhad (60 students). Data type is relational, which was collected using name-generator questionnaire, and data analysis was conducted by R software. Findings from network description showed that members prefer to forge scientific collaboration with people who are either famous or associated with renowned colleagues, as well as those with whom they are collaborating. Findings from network-based modeling suggested that small-world network demonstrated the best

1. Corresponding Author, Email: noghani@um.ac.ir

performance in terms of finding job opportunities on the account of scientific collaboration with social contacts followed by regular network, random network and scale-free network. However, the performance of the scientific collaboration network of sociology students such as a scale-free network is bipolar. According to the results, scientific communication and information network is deemed efficient when it not only generates knowledge, but also a provides job information.

Keywords: Job Information, Social Contact, Scientific Collaboration, Scientific Communication and Information Network, Network-Based Modelling.

- **Network-based Job Search Modelling: Prioritizing Types of Scientific Communication and Information Networks Based on Access to Job Information** 1
Mahsa Sadeghinezhad, Mohsen Noghani Dokht Bahmani, Hossein Akbari
- **A Sociological Study of the Relationship between Social Capital and Sexual Violence against Women (Case Study: Married Women in Qazvin City)** 2
Mousa Saadati, Morteza Ghelich, Zahra Karimi
- **A Sociological Explanation of the Impact of Virtual Space on Social Apathy** 3
Seyed Samad Beheshti, Moslem Naraghimanesh, Abolghasem Askari, Nazarpishro Nasrabad Sofla, Shaja'at Poursedigheh
- **A Study of Relationship between Native and Local Games on Cultural and Social Identity of the Citizens of Khuzestan Province** 4
Zahra Hedayatnia, Esmaeel Veisia, Maryam Karimi
- **Designing the Strategic Model of Social Entrepreneurship: A Meta-synthesis Study** 5
Reza Norouzi Ajirloo, Moslem Soleymanpor, Samad Khabbaz Babil
- **A Study of Formal and Content Changes in Shopping Behavior of People in Shopping Malls of Karaj** 6
Ezzatollah Faridnia, Manouchehr Ali Nejad
- **The Impact of Cultural Capital on Social Tolerance in Small Towns, Middle Cities and Metropolises: A Study of Youths in the Khaf** 7
Mahdi Zanganeh, Zakieh Sharafi
- **Erving Goffman's Intellectual Heirs: A Survey of the Impact of Erving Goffman's Social Thoughts on Theorization of Contemporary Sociological Thinkers** 8
Fateme Golabi, Adel Mohabati
- **Designing a Model of Components of Community Happiness Concept and Comparison of Iran with Middle Eastern Countries** 9
Fariba Shoari, Ali Akbar Rezaei, Mohammad Saeed Zakai, Abbas Ali Qhaiyomi, Ebrahim Ekhlasi
- **Content Analysis of Elementary Schools Textbooks based on Components of Identification (Case Study: Persian and Social Studies Book)** 10
Fateme Rahbari, Hakimeh Sadat Sharifzadeh, Meymanat Abedini Baltork



Ferdowsi University of Mashhad

Ferdowsi University of Mashhad
Journal of Social Sciences
Quarterly, research-based journal
Vol. 21, No. 2, Summer 2024, Serial
Number 48

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:
Dr. Vahid Mardani Kalate Gheshtlagh

Executive Coordinator:
Zahra Baniasad

Persian Editor:
Mina Reyhani

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. 21, No. 2, Summer 2024, Serial Number 48

ISSN: 2008-1383

- **Network-based Job Search Modelling: Prioritizing Types of Scientific Communication and Information Networks Based on Access to Job Information** 1
Mahsa Sadeghinezhad, Mohsen Noghani Dokht Bahmani, Hossein Akbari
- **A Sociological Study of the Relationship between Social Capital and Sexual Violence against Women (Case Study: Married Women in Qazvin City)** 2
Mousa Saadati, Morteza Ghelich, Zahra Karimi
- **A Sociological Explanation of the Impact of Virtual Space on Social Apathy** 3
Seyed Samad Beheshti, Moslem Naraghimanesh, Abolghasem Askari, Nazarpishro Nasrabad Sofla, Shaja'at Poursedighi
- **A Study of Relationship between Native and Local Games on Cultural and Social Identity of the Citizens of Khuzestan Province** 4
Zahra Hedayatnia, Esmaeel Veisia, Maryam Karimi
- **Designing the Strategic Model of Social Entrepreneurship: A Meta-synthesis Study** 5
Reza Norouzi Ajirloo, Moslem Soleymannor, Samad Khabbaz Babil
- **A Study of Formal and Content Changes in Shopping Behavior of People in Shopping Malls of Karaj** 6
Ezzatollah Faridnia, Manouchehr Ali Nejad
- **The Impact of Cultural Capital on Social Tolerance in Small Towns, Middle Cities and Metropolises: A Study of Youths in the Khaf** 7
Mahdi Zanganeh, Zakieh Sharafi
- **Erving Goffman's Intellectual Heirs: A Survey of the Impact of Erving Goffman's Social Thoughts on Theorization of Contemporary Sociological Thinkers** 8
Fateme Golabi, Adel Mohabati
- **Designing a Model of Components of Community Happiness Concept and Comparison of Iran with Middle Eastern Countries** 9
Fariba Shoari, Ali Akbar Rezaei, Mohammad Saeed Zakai, Abbas Ali Qhaiyomi, Ebrahim Ekhlesi
- **Content Analysis of Elementary Schools Textbooks based on Components of Identification (Case Study: Persian and Social Studies Book)** 10
Fateme Rahbari, Hakimeh Sadat Sharifzadeh, Meymanat Abedini Baltork