

فصلنامه علمی راهبرد اجتماعی فرهنگی

۴۶

سال دوازدهم - شماره اول - پیاپی چهل و ششم - بهار ۱۴۰۲

اعضاء هیئت تحریریه

دکتر غلامرضا جمشیدیها

دکتر محمدباقر خرمشاد

دکتر سیدمحمد حسینی

دکتر بهرام بیات

دکتر ابراهیم فیاض

دکتر حمید پارسانیا

دکتر سید سعید زاهد زاهدانی

دکتر حسین بستان (نجفی)

دکتر عبدالحسین کلانتری

دکتر غلامرضا تاجبخش

نشانی: میرداماد، مصدق (نفت) شمالی، بین کوچه چهارم و ششم، پلاک ۱۰.

کدپستی: ۱۵۹۱۸۱۶۹۱۱ تلفن: ۲۲۲۵۸۹۲۱ نمابر: ۲۲۲۵۸۹۲۱

وبسایت: <http://rahbordfarhangi.csr.i>

پست الکترونیک: rahmagiran@gmail.com

قیمت: ۲۰۰۰۰۰ ریال

این فصلنامه به استناد نامه شماره ۹۵/۲۵۵۹۵ مورخ ۱۳۹۰/۱۰/۴ هیئت نظارت بر مطبوعات منتشر می‌شود.

به استناد نامه شماره ۲/۱۸/۳۵۱۱ مورخ ۹۲/۰۳/۱۲ وزارت علوم، تحقیقات و فناوری فصلنامه راهبرد اجتماعی فرهنگی دارای مرتبه علمی - پژوهشی است.

فصلنامه راهبرد اجتماعی فرهنگی در پایگاه‌های زیر نمایه می‌شود:

www.isc.gov.ir

پایگاه استادی علوم جهان

www.sid.ir

مرکز اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی

www.magiran.com

بانک اطلاعات نشریات کشور

www.csr.ir

پژوهشکده تحقیقات راهبردی

www.ensani.ir

پرتال جامع علوم انسانی

www.civilica.com

مرجع دانش

www.noomags.ir

پایگاه مجلات تخصصی نور

بهره‌برداران



پژوهشکده تحقیقات راهبردی

صاحب امتیاز

پژوهشکده تحقیقات راهبردی
مجمع تشخیص مصلحت نظام

مدیر مسئول

دکتر محمدرضا مجیدی

سر دبیر

دکتر غلامرضا جمشیدیها

جانشین سر دبیر

دکتر ایمان عرفان منش

مدیر داخلی

دکتر مریم فخری

صفحه‌آرا

رضا عبداللهی بجندی

ویراستار

رضا دبیا

شاپا: ۷۰۸۱-۲۲۵۱

شاپای الکترونیک: ۲۵۸۸-۶۵۵X

تیراژ چاپی: ۱۵۰ نسخه

انتشارات

پژوهشکده تحقیقات راهبردی

• اهداف فصلنامه

۱. ایجاد زمینه برای انتشار مقالات علمی - پژوهشی در حوزه مسائل فرهنگی - اجتماعی کشور؛
۲. مساعدت به نظام سیاست‌گذاری و تصمیم‌گیری فرهنگی - اجتماعی کشور؛
۳. اشاعه و توسعه ادبیات مطالعات راهبردی و سیاست‌گذاری در میان محققان و پژوهشگران علوم اجتماعی؛
۴. ایجاد زمینه برای پیوند تحقیقات و مطالعات اجتماعی و فرهنگی با حوزه سیاست‌گذاری و تصمیم‌گیری کشور؛
۵. ارتقای کیفیت راهبردها و سیاست کلان کشور در حوزه‌های فرهنگی - اجتماعی

• راهنمای تدوین مقاله و شرایط پذیرش آن در فصلنامه راهبرد اجتماعی فرهنگی

فصلنامه راهبرد اجتماعی فرهنگی به‌منظور ایجاد زمینه برای انتشار مقالات علمی - پژوهشی در حوزه مسائل اجتماعی و فرهنگی کشور، تازه‌های پژوهشی صاحب‌نظران این حوزه را منتشر می‌کند تا در دسترس علاقه‌مندان قرار گیرد.

مقالات ارسالی باید شرایط زیر را دارا باشند:

الف) شرایط علمی

۱. مقاله باید دارای اصالت و نوآوری (Original research)، تحلیلی و نتیجه‌کاوش‌های نویسنده یا نویسندگان باشد.
۲. در نگارش مقاله باید روش تحقیق علمی رعایت شود و از منابع معتبر و اصیل نیز استفاده شده باشد.
- توضیح: مقاله پس از دریافت، نخست در هیئت تحریریه بررسی و ارزیابی می‌شود و در صورت داشتن شرایط لازم، برای داوران ارسال می‌گردد. پس از وصول دیدگاه‌های داوران، نتایج و امتیازات کسب شده، در هیئت تحریریه مطرح می‌شود و در صورت کسب امتیازات کافی و پذیرش آن، در نوبت چاپ قرار می‌گیرد.

ب) شرایط نگارش

۱. مقاله باید از جهت نگارش، ساختاری محکم و استوار داشته باشد و اصول فصاحت و بلاغت در آن رعایت شود.
۲. عنوان مقاله باید کوتاه و گویا باشد.
۳. نام مؤلف یا مؤلفان همراه با درجه علمی، نشانی محل کار و نشانی اینترنتی (Email) ذکر شود (ذکر شماره تلفن مسئول مکاتبات نیز لازم است).
۴. چکیده فارسی حداکثر پانزده سطر (۱۵۰ تا ۲۰۰ کلمه) باشد.
۵. کلیدواژه فارسی حداکثر شش کلمه باشد.
۶. مقاله باید دارای مقدمه روشن و دقیق باشد چنانکه خواننده را برای ورود به مبحث اصلی آماده سازد.
۷. بیان پیشینه تحقیق از شرایط مقاله است.
۸. در متن اصلی مقاله باید موضوع به‌طور روشن تحلیل شود.
۹. مقاله باید دارای نتیجه‌گیری دقیق باشد.
۱۰. چکیده انگلیسی حداکثر پانزده سطر (۱۵۰ تا ۲۰۰) کلمه باشد.
۱۱. کلیدواژه انگلیسی حداکثر پنج کلمه باشد.
۱۲. نام نویسنده و درجه علمی و محل کار به لاتین ذکر شود.
۱۳. ارجاعات متن باید داخل پرانتز به ترتیب نام نویسنده، سال و صفحه ذکر شود؛ مثال: (زرین کوب، ۱۳۷۲، ص. ۲۵۴) (Giddens, 2009, p. 14).
۱۴. منابع و مأخذ پایانی باید به ترتیب زیر ذکر شود:

الف: کتاب: نام خانوادگی (شهرت)، نام (سال انتشار)، نام کتاب. نام مترجم یا مصحح، شهر محل نشر: نام ناشر.

ب: نشریه: نام خانوادگی (شهرت)، نام (سال انتشار)، عنوان مقاله، نام نشریه، دوره (شماره)، صفحات مقاله (۲۵-۴۵).

ج: مجموعه مقالات: نام خانوادگی، نام (سال انتشار)، عنوان مقاله، نام گردآورنده یا ویراستار، نام مجموعه مقالات، محل نشر: نام ناشر، شماره صفحات مقاله (۲۵-۴۵).

د: سایت‌های اینترنتی: نام خانوادگی، نام (آخرین تاریخ)، عنوان موضوع: نام و نشانی اینترنتی به صورت ایتالیک.

ه: لوح فشرده: نام خانوادگی، نام (سال انتشار)، عنوان، نام لوح فشرده، محل نشر، نام ناشر

۱۵. مقاله باید حداکثر ۲۵ صفحه و هر صفحه در ۳۳ سطر تنظیم شود.

۱۶. مقاله باید از طریق سایت فصلنامه ارسال شود.

۱۷. اسامی خاص و اصطلاحات لاتین و ترکیبات خارجی بلافاصله پس از فارسی آن داخل پرانتز در متن مقاله ذکر شود.

۱۸. مقالات مستخرج از پایان‌نامه باید تأیید استاد راهنما را همراه داشته باشد.

۱۹. مقالات ارسالی به‌هیچ‌وجه برگردانده نمی‌شود.

۲۰. مقاله نباید در هیچ مجله یا همایشی ارائه شده باشد.

یادآوری: مجله در پذیرش یا نپذیرفتن مقاله همچنین ویراستاری آن آزاد است.

دریافت مقاله از طریق سایت فصلنامه انجام می‌گیرد.

یادآوری: مشخصات تمامی نویسندگان در بخش مورد نظر در سایت ذکر شود.

راهبرد اجتماعی فرهنگی

سال دوازدهم - شماره اول - پیاپی چهل و ششم - بهار ۱۴۰۲

فهرست مطالب

سنجش وضعیت دانشگاه پیام نور تهران در تبدیل شدن به نسل چهارم دانشگاه ها با استفاده از

روش ANP فازى

صدیقه رضاییان فردویی، منصوره حورعلی و بهروز بهروزی / ۱

عوامل مؤثر بر نشاط اجتماعی: فراتحلیل پژوهش ها

طاها عشایری و طاهره جهان پرور / ۳۱

بررسی شأنیت اجتماعی در تفکیک مکاتب توسعه و سیاست های کلی برنامه های شش گانه توسعه

ج.ا.ایران

علیرضا حدادی، محمدرضا دادگستر / ۶۷

تجارب معلمان از چالش های برنامه های تلویزیون به عنوان برنامه درسی پنهان در تحقق اهداف

تربیتی نظام آموزشی دوره متوسطه اول و دوم

بهیود یاری قلی، مهدی اکرمی، عیسی برقی و پروین بهاری / ۱۱۳

مطالعه و بررسی کسب و کارهای خرد و تأثیرهای آن بر ساختار اجتماعی از دیدگاه جنسیتی

(مطالعه موردی: مناطق شهری استان اصفهان)

احمد حجاریان / ۱۴۷

تحلیل آسیب ها و مخاطره های رسانه اجتماعی اینستاگرام

پرنیا رضی پور / ۱۷۳

بررسی مدل چابک سازی راهبردی با رویکرد مدیریت جهادی (مطالعه موردی: سازمان تأمین

اجتماعی)

محمدرضا کریم فر، محمدجلال کمالی و یاسر سالاری / ۲۰۱

تصویر ذهنی مسلمانان بوسنی و هرزگوین از مذهب تشیع

نعمت اله کرم اللهی، آرمینا رضوانی و سلمان رضوانی / ۲۲۹

بررسی عوامل اجتماعی - اقتصادی مؤثر بر ایجاد بازارچه روستایی در بخش بهار همدان

شمسی عابری منصور، میثم موسایی و عادل عبداللهی / ۲۵۵

آزادی اجتماعی از منظر محمد عبده، سید قطب و علامه طباطبائی

یحیی بوذری نژاد، ریحانه السادات رئیس الساداتی / ۲۷۹

تحلیل راهبردی PESTEL از زمینه‌های فرهنگی و ارتباطاتی فتنه پاییز ۱۴۰۱ با تأکید بر شکاف در
جامعه‌پذیری

ایمان عرفان‌منش / ۳۰۵

تحلیل محتوای کمی منابع قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران در سند مؤلفه‌های هویت ملی
ایرانیان

غلامرضا جمشیدیها و سید محمدجواد قربی / ۳۳۷

سنجش وضعیت دانشگاه پیام‌نور تهران در تبدیل شدن به نسل چهارم دانشگاه‌ها با استفاده از روش ANP فازی

صدیقه رضاییان فردویی

استادیار گروه مهندسی صنایع، دانشکده فنی مهندسی، دانشگاه پیام‌نور، تهران، ایران.
s.rezaeian@pnu.ac.ir

منصوره حورعلی

استادیار گروه مهندسی صنایع، دانشکده فنی مهندسی، دانشگاه پیام‌نور، تهران، ایران (نویسنده مسئول).
hourali@pnu.ac.ir

بهروز بهروزی

دانشجوی دکتری مهندسی صنایع، داشگاه غیرانتفاعی ایوانکی، تهران، ایران.
behrouz.behrouzi59@eyc.ac.ir

چکیده

بر اساس چشم‌انداز جدید جهانی آموزش عالی، دستیابی به فناوری، رشد اقتصادی و رفاه جامعه با رسالت مسئولیت‌پذیری اجتماعی در گرو تحول نظام آموزش عالی و تبدیل دانشگاه‌ها به دانشگاه نسل چهارم است. در ایران در سطح دانشگاه‌ها فعالیت‌هایی برای تجاری‌سازی نتایج پژوهش‌های دانشگاهی شروع شده، اما با وجود تدوین سیاست‌های حمایتی، همچنان فرایند حرکت به سمت نسل چهارم، کم‌رنگ است. هدف اصلی پژوهش سنجش وضعیت آمادگی دانشگاه پیام‌نور تهران برای تبدیل شدن به نسل چهارم دانشگاه‌ها در تمامی رشته‌ها با استفاده از روش ANP فازی است. بعد از مرور ادبیات، ابتدا شاخص‌های دانشگاه نسل چهارم شناسایی و با دریافت دیدگاه‌های خبرگان در ارتباط با جامعیت و میزان تأثیرگذاری آنها، دسته‌بندی شد. بعد فازی کردن داده‌های دریافتی، اوزان هر یک از شاخص‌ها و زیرشاخص‌های مرتبط تعیین و بر اساس نتایج، شاخص راهبردی، رهبری و مدیریت مهم‌ترین عامل مؤثر بر فرایند نسل چهارم شدن دانشگاه‌ها است. در نهایت، با سنجش شرایط فعلی دانشگاه پیام‌نور تهران در قیاس با شاخص‌های شناسایی شده، میزان موفقیت این دانشگاه برای ورود به نسل چهارم اندازه‌گیری شد. نتایج حاکی از عدم آمادگی دانشگاه پیام‌نور تهران برای ورود به نسل چهارم است.

کلیدواژه‌ها: دانشگاه نسل چهارم، روش ANP فازی، دانشگاه نوآور، دانشگاه پیام‌نور تهران، تجاری‌سازی، علم و فناوری.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۴/۰۷ تاریخ بازبینی: ۱۴۰۱/۰۵/۲۳ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۵/۲۴

فصلنامه راهبرد اجتماعی فرهنگی، سال ۱۲، شماره ۱، پیاپی ۴۶، بهار ۱۴۰۲، صص ۳۰-۱

مقدمه و بیان مسئله

از زمان تأسیس دانشگاه‌های سنتی که در آنها آموزش مهم‌ترین وظیفه محسوب می‌شد، دیر زمانی می‌گذرد. اما با توجه به سرعت سرسام‌آور علم به‌ویژه در عرصه فناوری‌های پیشرفته، ارتباطات پیچیده صنعت - دولت - دانشگاه و لزوم ایجاد پدیده نوآوری فناورانه به‌عنوان مهم‌ترین شاخص بهره‌وری، اهمیت یافتن تولید، انتشار دانش و نقشی که استفاده از دانش انتشاریافته در خلق ثروت برای جوامع ایفا می‌کند، در شرایط کنونی انطباق نهاد دانشگاه و نیازهای متعدد و در حال تحول آن، از اهم مسائل بوده و نیازمند پویایی و نوآوری در دانشگاه است (ثقفی و دیگران، ۱۳۹۷). انتظار می‌رود دانشگاه‌ها تحت عنوان دانشگاه نسل سوم نقش فعال‌تری در تجاری‌سازی و انتقال دانش و فناوری به صنعت ایفا کنند (فاتح‌راد و تقی‌یاری، ۱۳۸۴). باید توجه داشت که دانشگاه‌ها بر اساس رویکردها و ساختارهای اجرایی متناظر با رویکردهای مزبور، به چهار نسل تقسیم می‌شوند. دانشگاه‌های نسل اول (دانشگاه‌های آموزش‌محور)، دانشگاه‌های نسل دوم (دانشگاه‌های پژوهش‌محور)، دانشگاه‌های نسل سوم (دانشگاه‌های نوآور، فناور و کارآفرین) و دانشگاه‌های نسل چهارم (دانشگاه‌های فناور و نوآور، ارزش‌آفرین و ثروت‌آفرین) هستند. درواقع دانشگاه‌های نسل سوم و چهارم دانشگاه‌هایی دانش‌بنیان و آموزش و پژوهش‌محورند که با توسعه دانش و کارآفرینی مؤثر در پی آفرینش ثروت و ارزش‌آفرینی می‌باشند (بیک‌زاده درونکالی و دیگران، ۱۳۹۹). دانشگاه‌های نسل چهارم، علاوه بر داشتن کارکردهای سه نسل قبلی دانشگاه‌ها، برای چابکی سازمانی، تجاری‌سازی پژوهش‌ها، مدیریت منابع انسانی و فناوری‌های نرم نیز برنامه دارند (پورجاوید و دیگران، ۱۳۹۹). پژوهش‌های متعدد و رویکردهای عصر حاضر نشان می‌دهد که آموزش عالی به سمت حرفه‌ای شدن حرکت می‌کند و دانشگاه به‌عنوان منبعی از دانش باارزش در ایجاد رشد اقتصادی از طریق آگاهی‌سازی عمومی و همچنین روابط و شبکه‌سازی بین بخش‌های مختلف، انتقال رسالت و مأموریت داده است (گودرزوند چگینی، ۱۳۹۷). دانشگاه نسل چهارم مأموریت و اهداف خود را همسو با چشم‌انداز جامعه‌محور تدوین می‌کند و علاوه بر ایجاد کسب‌وکارهای نوآورانه و اقتصاد مولد و پایدار، به دنبال کارآفرینی اجتماعی و انگیزه اصلی آن ایجاد ارزش اجتماعی به‌جای



ثروت و سهامداری است (یدالهی ده‌چشمه و دیگران، ۱۴۰۰). باید توجه کرد که دگردیسی نظام‌مند نهاد دانشگاه از نسل اول به نسل‌های بالاتر، فرایندی حلزونی بوده و برخورداری از قابلیت‌های جدید نه تنها موجب بروز کاستی در تأکید کمی و به‌ویژه کیفی در سلسله مراتب آموزش و پژوهش نمی‌شود، بلکه به‌عنوان یک ضرورت مؤکد و در یک روند پویا و هدفمند، ترغیب و تقویت می‌شود. به‌عبارت دیگر، پژوهش و تولید دانش و درنهایت توانمندسازی و وجود منابع انسانی توانمند، رکن اساسی تحقق دانشگاه نسل سوم و چهارم است؛ بنابراین برای ایجاد تحول اساسی در نظام آموزش عالی دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی و حرکت به سمت دانشگاه‌های نسل سوم و چهارم باید به توانمندسازی منابع انسانی این نهاد توجه ویژه‌ای شود (فاضل و دیگران، ۱۳۹۶). با مطالعه سیر توسعه دانشگاه‌ها می‌توان «دانشگاه نسل چهارم» را به جایگاهی مناسب برای دانشگاه‌های آینده معرفی کرد. دانشگاه‌های نسل چهارم، دانشگاه‌هایی اخلاق‌مدار و ارزش‌گرا بوده و به توسعه کرامت‌های انسانی پایبندند (مهدی و شفیع، ۱۳۹۶). دانشگاه نسل چهارم الگوی حرفه‌ای نوینی را برای نهاد آموزش عالی تعریف می‌کند که برای توسعه محلی و منطقه‌ای فرصت‌سازی می‌کند. در چنین فضایی، اگرچه آموزش عالی محصور و محدود به فضاهای مکانی یا جغرافیایی مشخصی نیست، اما دغدغه اصلی دانشگاه علاوه بر «حضور جهانی»، اقتصاد محلی و محیط بلافصل خویش از طریق تشکیل «جامعه دانشی» است (Pawlowski, 2012). دانشگاه‌های نسل چهارم، دانشگاه‌هایی با مأموریت آموزشی، پژوهشی، کارآفرینی و مبتنی بر فناوری نرم هستند (عالی‌پور و عنایتی، ۱۳۹۶). این دانشگاه روندها و سیاست‌های توسعه محلی و منطقه‌ای را رهبری می‌کند، سرمایه‌های فکری و تغییرهای محیطی را مدیریت می‌کند و آینده خود و جامعه خود را شکل می‌دهد. به‌سخن دیگر، دانشگاه نسل چهارم به مانند ذهن هدایت‌گر و سناریوساز جامعه آینده است و فراتر از رابطه متعارف سه‌گانه دانشگاه - دولت - صنعت به نوعی دانشگاه «جامعه‌ساز» است (خورسندی‌طاسکوه و پناهی، ۱۳۹۶). بررسی پژوهش‌های پیشین در داخل کشور نشان داد که چارچوبی فراگیر برای شاخص‌هایی که باید یک دانشگاه نسل چهارم داشته باشد تبیین نشده است تا بتوان بر اساس آنها وضعیت دانشگاه‌ها و نقاط قوت و ضعف آنها را شناسایی و برای تقویت و رفع آنها برنامه‌ریزی نمود. این پژوهش قصد دارد بر این موضوع تمرکز کرده و چارچوبی شامل شاخص‌های دانشگاه نسل چهارم را تدوین و آنگاه بر اساس آن وضعیت فعلی یکی از دانشگاه‌های کشور را به‌عنوان نمونه مورد مطالعه و ارزیابی قرار

دهد (Gioustin et al., 2017). بر اساس تعریف یونسکو از چشم‌انداز جهانی آموزش عالی در قرن ۲۱، دانشگاه نوین مکانی است که در آن مهارت‌های نوآوری و کارآفرینی در آموزش عالی به‌منظور تسهیل قابلیت‌های فارغ‌التحصیلان و جهت تبدیل شدن به ایجادکنندگان کار، توسعه می‌یابد. با این تعریف، دانشگاه صرفاً مکانی برای یادگیری علوم صرف و همچنین انجام پژوهش‌های بنیادی نیست، بلکه علاوه بر موارد مذکور، وظیفه بسیار خطیری را بر دوش دارد که همانا تربیت افراد و بنگاه‌های ایجادکننده کسب‌وکار می‌باشد (فاتح‌راد و تقی‌یاری، ۱۳۹۴). با توجه به آنچه بیان شد، پژوهش حاضر با هدف شناسایی شاخص‌های دانشگاه نسل چهارم و تعیین میزان تأثیرگذاری هر یک از آنها بر نسل چهارم شدن دانشگاه، با تأکید بر دانشگاه پیام‌نور تهران در کلیه رشته‌ها مورد مطالعه انجام گرفت. چه‌بسا دانشگاه پیام‌نور با توجه به مأموریت خود، به‌خصوص در فناوری‌های سطح پایین و علوم انسانی لازم است نوآور باشد و حل مشکلات جامعه را جامع عمل بپوشاند. برای این منظور، ضمن مرور ادبیات و پژوهش‌های انجام شده، شاخص‌های تبدیل شدن به یک دانشگاه نسل چهارم، شناسایی و طبق نظریه‌های خبرگان رتبه‌بندی شد. در انتها، بر اساس شاخص‌های شناسایی و وزن‌دهی شده، وضعیت فعلی دانشگاه نمونه (پیام‌نور تهران) برای ورود به نسل چهارم، سنجیده شد.

۱. اهداف و سؤال‌های پژوهش

۱-۱. اهداف

- شناسایی شاخص‌های اصلی بر تبدیل شدن دانشگاه‌ها به دانشگاه نسل چهارم و تجاری‌سازی نتایج پژوهش‌های دانشگاهی؛
- شناسایی عوامل تأثیرگذار بر هر یک از این شاخص‌های اصلی؛
- تعیین میزان تأثیرگذاری هر یک از این شاخص‌ها و زیرشاخص‌ها مطابق تحلیل سلسله مراتبی برای ارزیابی وضعیت فعلی دانشگاه پیام‌نور تهران به‌عنوان دانشگاه نسل چهارم.

۱-۲. سؤال‌ها

- شاخص‌های لازم یک دانشگاه جهت تبدیل شدن به دانشگاه نسل چهارم چیست و وضعیت دانشگاه پیام‌نور تهران در هر یک از این شاخص‌ها چگونه است؟
- عوامل تأثیرگذار بر هر یک از شاخص‌های مؤثر بر تبدیل شده به دانشگاه نسل

چهارم کدام است؟

• میزان تأثیرگذاری هر کدام از شاخص‌ها و زیرشاخص‌ها جهت ارزیابی وضعیت فعلی دانشگاه پیام نور به‌عنوان دانشگاه نسل چهارم چگونه است؟

۲. پیشینه پژوهش

مطالعات و پژوهش‌های صورت گرفته این واقعیت را نشان می‌دهد که به دلیل نبودن پژوهش‌های کارآفرینی دانشگاهی، این پژوهش‌ها غیرمتمرکز بوده و هر یک زمینه خاص خود را دارند. در ایران، پژوهش‌های صورت گرفته بیشتر بر شناسایی موانع و چالش‌های کارآفرینی دانشگاه‌ها، تأکید دارد. پژوهشی که با عنوان بررسی ابعاد رویکرد مجازی در راستای توسعه دانشگاه نسل چهارم در ایران انجام شد، نشان داد که وضعیت سه بُعد (انسانی، پداگوژی و فرهنگی اجتماعی) مطلوب و وضعیت چهار بُعد (فناوری، اقتصادی، مدیریت، رهبری، اداری و نظام پشتیبانی) نامطلوب است (عسکری و دیگران، ۱۳۹۹). با وجود این هنوز پژوهشی جامع با روش نقشه نظام‌مند (Heidari, et al., 2018) که ابعاد مختلف کار را دربرگیرد در این زمینه انجام نشده است. در مقاله‌ای که با عنوان استقرار ناحیه نوآوری با هدف توسعه منطقه‌ای در رهیافت لنگرگاهی دانشگاه نسل چهارم، محققین دریافتند که به‌منظور استقرار ناحیه نوآوری با هدف توسعه منطقه‌ای در رهیافت مدل لنگرگاهی دانشگاه نسل چهارم، ۵ لایه: ۱- لایه نهادی، ۲- لایه اجتماعی، ۳- لایه زیرساختی و شهری، ۴- لایه جغرافیایی ناحیه نوآوری و ۵- لایه مؤسسه لنگرگاهی متصور است (عسکری و دیگران، ۱۳۹۹). پژوهشی با عنوان طراحی مدل نقش دانشگاه نسل چهارم در جهت ارتقای کیفیت آموزشی و پژوهشی در آموزش عالی نشان داد که مدل دانشگاه تعالی‌گرا (دانشگاه نسل چهارم) در جهت ارتقای کیفیت آموزشی و پژوهشی دارای ۱۵ بُعد شامل مسئولیت علمی - اجتماعی، پویایی محیط، مأموریت سازمانی (شرایط زمینه‌ای)، ساختار و ارزش‌های سازمانی و... است (احمدیان‌چاشمی و دیگران، ۱۳۹۹). در مقاله‌ای با عنوان نقش مرجعیت علمی و آینده‌نگری در توسعه دانشگاه‌های نسل چهارم به منظور ارایه مدل (مطالعه موردی: دانشگاه‌های علوم پزشکی مازندران) نشان دادند که نقش مرجعیت علمی و آینده‌نگری در توسعه دانشگاه‌های نسل چهارم در دانشگاه علوم پزشکی مازندران مثبت و معنادار است. هر چند در این مقاله نیز از پیش‌نگری به‌جای پس‌نگری (Saghafi, et al., 2013) استفاده کرده است (بک‌زاده درونکالی و دیگران، ۱۳۹۹). پژوهش دیگری نشان داد

که فرایند کارآفرینی دانشگاهی نه تنها انتقال فناوری یا دانش به صنعت را شامل می‌شود که از دیدگاه وسیع‌تر بازسازی راهبرد و تحول نظام دانشگاهی، توسعه فرهنگ کارآفرینی در همه سطوح، ایجاد یک فرمت آموزش تعاملی تجربی، ایجاد ارزش‌هایی نظیر استقلال، باور به اهمیت شبکه و مسئولیت در افراد را نیز دربرمی‌گیرد و بیشتر با تولید دانش همراه است (Moussa, et al., 2018). مقاله‌ای تحت عنوان نسل جدید دانشگاه‌ها: دانشگاه نسل چهارم، چهار نسل دانشگاه مربوط به مراحل قبل از صنعتی، صنعتی، پس از صنعتی و شناختی را بررسی کردند (Lapteva & Efimov, 2016).

عنوان پژوهش (Lukovics & Zuti, 2017) دانشگاه‌های نسل چهارم به عنوان دانشگاه‌های موفق در بهبود رقابت منطقه‌ای است. آنها در پژوهش خود مدل‌های دانشگاهی پورتر^۱ و مدل دانشگاه‌های نسل چهارم را به عنوان برآورده‌کننده نیازها و خواسته‌های جامعه مبتنی بر دانش معرفی کردند.

در پژوهشی با عنوان یک چارچوب ارزیابی برای تأثیر دانشگاه‌ها در نوآوری منطقه‌ای (Jonkers, et al., 2018) نشان دادند که نقش دانشگاه‌های نسل چهارم در مشارکت سیستم نوآوری، فراتر از مأموریت‌های اصلی آنها است. به اعتقاد آنها، دانشگاه‌های نسل چهارم با استفاده از خروجی‌ها و محصولات باارزش (منابع انسانی، دانش، مهارت و فناوری) به طور فزاینده‌ای نقش اساسی در هماهنگ کردن نقش آفرینان دولتی و خصوصی بازی می‌کنند و یک چارچوب سازمانی مساعد برای فعالیت‌های نوآوری و توسعه راهبردهای منطقه‌ای ایجاد می‌نمایند. ازسوی دیگر (Meyer, et al., 2018) در پژوهش خود با عنوان زمینه‌سازی نقش دانشگاه‌ها در توسعه منطقه‌ای به این نتیجه رسیدند که دانشگاه‌های پیشرو از طریق مشارکت مهارت‌افزایی بازار کار، توسعه شبکه‌های نوآوری منطقه‌ای با استفاده از دانش به روز و جهانی، حمایت از مشارکت منطقه‌ای دانشگاهیان و بالا بردن کیفیت فرایندهای راهبرد نوآوری منطقه‌ای و دارایی‌های نوآوری جمعی می‌توانند در توسعه منطقه‌ای تأثیرگذار باشند.

(عالی‌پور و عنایتی، ۱۳۹۶) در تحقیقی با عنوان تجاری‌سازی تحقیقات دانشگاه‌های نسل چهارم مؤلفه‌های اصلی تجاری‌سازی پژوهش‌های دانشگاه‌های نسل چهارم را شامل: مدیریت آموزش عالی، منابع انسانی پژوهش‌محور، دانشگاه‌های فنی،

دانشگاه‌های غیرفنی) رشته‌های علوم انسانی (سیستم‌های اطلاعاتی، مراکز رشد، شرکت‌های زایشی پژوهشی، پارک‌های علم و فناوری، شرکت‌های دانش‌بنیان، مؤسسات پژوهش و فناوری، نیروهای دولتی، نیروهای اقتصادی و بازار، مشتریان و مشتری‌مداری، رقابت و رقابت‌پذیری، پیشرفت‌های فناورانه، قوانین و مقررات و صندوق‌های سرمایه‌گذاری) عنوان کردند.

(یداللهی‌ده‌چشمه و دیگران، ۱۴۰۰) در پژوهشی با عنوان تدوین الگوی دانشگاه نسل چهارم برای دانشگاه‌های ایران نشان دادند که مؤلفه دانشگاه مسئولیت‌گرای ارزش‌آفرین به‌عنوان پدیده محوری، مؤلفه تحول‌خواهی و سازگارشدگی به‌عنوان عوامل علی، رهبری مسئولانه، مؤلفه توسعه شایستگی حرفه‌ای سرمایه انسانی و برنامه آموزشی و درسی و توسعه‌دهنده به‌عنوان راهبردهای کنش، مؤلفه‌های خط‌مشی‌گذاری تخصصی و حرفه‌ای فرهنگ نوآوری مسئولانه و ساختار تحول‌آفرین به‌عنوان شرایط زمینه‌ای و استقلال دانشگاهی و مؤلفه مدل‌های مالی توسعه‌دهنده به‌عنوان مؤلفه‌های مداخله‌ای دانشگاه نسل چهارم مطرح هستند.

در پژوهشی با عنوان رویکردها و روش‌های یاددهی و یادگیری در دانشگاه‌های نسل چهارم از منظر اعضای هیئت علمی، نشان دادند که مؤسسات آموزش عالی کشور با تغییر رویکرد خود به نسل چهارم دانشگاه و با تربیت سرمایه انسانی اثربخش و کارآمد مبتنی بر نیازهای محلی و منطقه‌ای به ایجاد جامعه بهتر کمک شایانی خواهند کرد (سپهری و دیگران، ۱۳۹۹).

جدول (۱): پیشینه پژوهش‌های مرتبط با دانشگاه نسل چهارم

ردیف	محققان	پژوهش	نتایج پژوهش	شاخص و زیرشاخص
۱	(ثقفی و دیگران، ۱۳۹۷)	ارائه استعاره نوآورانه برای دانشگاه تهران متناسب با عصر جدید	دانشگاه تهران باید زیرساخت‌های خود را نوسازی کند و به سمت شهر دانش و استادهای جدید برود	استعاره‌های جدید مانند اکوسیستم شهر دانش و باغ ژاپنی
۲	(Lukovics & Zuti, 2017)	دانشگاه‌های نسل چهارم به‌عنوان دانشگاه‌های موفق در بهبود رقابت منطقه‌ای	معرفی مدل‌های دانشگاهی پورتر و مدل دانشگاه‌های نسل چهارم به‌عنوان برآورده‌کننده نیازها و خواسته‌های جامعه مبتنی بر دانش	آموزش‌های حرفه‌ای، نیروهای اقتصادی و بازار، نوآوری، ساختار رفایی و سیستم
۳	(عالی‌پور و عنایتی، ۱۳۹۶)	تجاری‌سازی تحقیقات دانشگاه‌های نسل چهارم	نتایج حاصل از مصاحبه با فعالان حوزه مراکز رشد، منابع انسانی پژوهش	مدیریت آموزش عالی،

ردیف	محققان	پژوهش	نتایج پژوهش	شاخص و زیرشاخص
			شرکت‌های دانش‌بنیان و همچنین تحلیل عاملی داده‌ها نشان داد که مؤلفه‌های اصلی تجاری‌سازی تحقیقات دانشگاه‌های نسل چهارم؛ عبارت بودند از: مدیریت آموزش عالی، منابع انسانی پژوهش‌محور، فناوری، شرکت‌های دانش‌گاه‌های فنی، دانشگاه‌های غیرفنی (سیستم‌های اطلاعاتی، مراکز رشد، شرکت‌های زایشی و پژوهشی، پارک‌های علم و فناوری، شرکت‌های دانش‌بنیان، مؤسسات پژوهش و فناوری، نیروهای دولتی، نیروهای (سیستم‌های اطلاعاتی، مراکز رشد، شرکت‌های زایشی و پژوهشی، پارک‌های علم و فناوری، شرکت‌های دانش‌بنیان، مؤسسات پژوهش و فناوری، نیروهای دولتی، نیروهای اقتصادی و مشتری‌مداری، رقابت و پذیرش، پیشرفت‌های فناورانه، قوانین و مقررات، صندوق‌های سرمایه‌گذاری	محور، دانشگاه‌های فنی، دانشگاه‌های غیرفنی (سیستم‌های اطلاعاتی، مراکز رشد، شرکت‌های زایشی و پژوهشی، پارک‌های علم و فناوری، شرکت‌های دانش‌بنیان، مؤسسات پژوهش و فناوری، نیروهای دولتی، نیروهای (سیستم‌های اطلاعاتی، مراکز رشد، شرکت‌های زایشی و پژوهشی، پارک‌های علم و فناوری، شرکت‌های دانش‌بنیان، مؤسسات پژوهش و فناوری، نیروهای دولتی، نیروهای اقتصادی و مشتری‌مداری، رقابت و پذیرش، پیشرفت‌های فناورانه، قوانین و مقررات، صندوق‌های سرمایه‌گذاری
۴	(سپهری و دیگران، ۱۳۹۹)	رویکردها و روش‌های یاددهی و یادگیری در دانشگاه‌های نسل چهارم از منظر اعضای هیئت علمی: مطالعه موردی کیفی	مؤسسات آموزش عالی کشور با تغییر رویکرد خود به نسل چهارم دانشگاه و با تربیت سرمایه انسانی اثربخش و کارآمد مبتنی بر نیازهای محلی و منطقه‌ای به ایجاد جامعه بهتر کمک شایانی خواهند نمود.	کاربست رویکرد آموزش مبتنی بر عمل، تسهیل فرصت‌های یادگیری شیه‌سازی شده، توجه به روش‌های یادگیری مشارکتی
۵	(صادقی و دیگران، ۱۳۹۸)	بررسی ابعاد رویکرد مجازی در راستای توسعه دانشگاه نسل چهارم	وضعیت سه بُعد (انسانی، پداگوژی و فرهنگی اجتماعی) مطلوب و وضعیت چهار بُعد (فناوری، اقتصادی، مدیریتی و رهبری و اداری و نظام پشتیبانی) نامطلوب است.	زیرساخت فناوری، زیرساخت انسانی، زیرساخت پداگوژی، زیرساخت فرهنگی، اجتماعی، ارزشی، زیرساخت اقتصادی، زیرساخت مدیریتی و رهبری و زیرساخت اداری

ردیف	محققان	پژوهش	نتایج پژوهش	شاخص و زیرشاخص
				و نظام پشتیبانی به عنوان ابعاد رویکرد مجازی
۶	(عسکری و دیگران، ۱۳۹۹)	استقرار ناحیه نوآوری با هدف توسعه منطقه‌ای در رهیافت لنگرگاهی دانشگاه نسل چهارم	به‌منظور استقرار ناحیه نوآوری با هدف توسعه منطقه‌ای در رهیافت مدل لنگرگاهی دانشگاه نسل چهارم، پنج‌لایه مختلف زیر متصور می‌شود نهادی، لایه اجتماعی، لایه زیرساختی و شهری، لایه جغرافیایی ناحیه نوآوری، مؤسسه لنگرگاهی	جامعه یادگیرنده، انباشت دانش و فناوری، سرمایه اجتماعی
۷	(گودرزوند چگینی، ۱۳۹۷)	رویکرد دانشگاه‌های نسل چهارم در کار و عمل	نتایج پژوهش کمک می‌کند تا دانشگاه‌های کشور رویکردهای خود را از آموزش و پژوهش به دانشگاه‌های با ارزش افزوده کار و عمل از طریق تأثیر در اقتصاد محلی و جهانی و با استفاده از منابع بالارزش سرمایه انسانی تغییر دهند.	مشارکت‌های بین‌المللی، مدیریت استعدادها، توجه و ارج‌گذاری دانشجویان کارآفرین و ایجاد فضای کارآفرینی مناسب
۸	(Lapteva & Efimov, 2016)	نسل جدید دانشگاه‌ها - دانشگاه نسل چهارم	این مقاله چهار نسل دانشگاه مربوط به مراحل قبل از صنعتی، صنعتی، پس از صنعتی و شناختی را مشخص می‌کند.	شبکه پژوهش و توسعه، بین‌المللی‌شدن دانشگاه، رضایت ذی‌نفعان و تجاری‌سازی دانش در قالب شرکت‌های دانش‌بنیان، پارک‌های علم و فناوری، مشارکت‌های بین‌المللی
۹	(احمدیان چاشمی و دیگران، ۱۳۹۹)	طراحی مدل نقش دانشگاه نسل چهارم در جهت ارتقای کیفیت آموزشی و پژوهشی در آموزش عالی	نتایج حاکی از آن بود که مدل دانشگاه تعالی‌گرا در جهت ارتقای کیفیت آموزشی و پژوهشی دارای ۱۵ بُعد به شرح مسئولیت علمی - اجتماعی، پویایی محیط، مأموریت سازمانی، شرایط زمینهای، ساختار و ارزش‌های سازمانی و... است	مدل دانشگاه تعالی‌گرا (دانشگاه نسل چهارم) در جهت ارتقای کیفیت آموزشی و پژوهشی دارای ۱۵ بُعد

ردیف	محققان	پژوهش	نتایج پژوهش	شاخص و زیرشاخص
۱۰	(بک‌زاده و درونکائی و دیگران، ۱۳۹۹)	نقش مرجعیت علمی و آینده‌نگری در توسعه دانشگاه‌های نسل چهارم به‌منظور ارائه مدل (مطالعه موردی: دانشگاه‌های علوم پزشکی مازندران)	نتایج این پژوهش نشان داد که نقش مرجعیت علمی و آینده‌نگری در توسعه دانشگاه‌های نسل چهارم در دانشگاه علوم پزشکی مازندران مثبت و معنادار می‌باشد و همچنین مدل ارائه‌شده دارای برآزش مناسب می‌باشد.	شناسایی و معرفی ظرفیت‌ها و توانمندی‌های خود و تقویت آن و استفاده صحیح از آن؛ ایجاد ظرفیت‌ها و توانمندی‌هایی با قابلیت مرجعیت در خود.
۱۱	(Claus, et al., 2018)	فرایند کارآفرینی دانشگاهی	فرایند کارآفرینی دانشگاهی نه تنها انتقال تکنولوژی یا دانش به صنعت را شامل می‌شود، که از دیدگاه وسیع‌تر بازسازی راهبرد و تحول نظام دانشگاهی، توسعه فرهنگ کارآفرینی در همه سطوح، ایجاد ارزش‌هایی نظیر استقلال، باور به اهمیت شبکه و مسئولیت در افراد را نیز دربرمی‌گیرد.	بازسازی راهبرد و تحول نظام دانشگاهی، توسعه فرهنگ کارآفرینی در همه سطوح، ایجاد یک فرمت آموزش تعاملی تجربی، ایجاد ارزش‌هایی نظیر استقلال، باور به اهمیت شبکه و مسئولیت در افراد
۱۲	(مهدی و شفیعی، ۱۳۹۶)	نقش‌آفرینی و ظرفیت‌سازی دانشگاه‌های نسل چهارم برای توسعه محلی و منطقه‌ای	دانشگاه‌های نسل چهارم فراتر از آموزش، پژوهش و کارآفرینی، به‌منابه ایجادکننده و فرصت‌ساز توسعه محلی و منطقه‌ای عمل می‌کنند.	شبکه نوآوری، انتقال فناوری، توسعه محلی و منطقه‌ای، همکاری‌های بین‌المللی، فرهنگ ذی‌نفوذ در کارآفرینی و نوآوری فردی و نهادی
۱۳	(الیاسی و دیگران، ۱۳۹۷)	شناسایی و تبیین ابعاد راهبردی دانشگاه کارآفرین	نتایج نشان می‌دهد که ابعاد راهبردی دانشگاه کارآفرین شامل پنج بُعد می‌باشد که عبارتند از ابعاد راهبردی: آموزشی و پژوهشی، ساختاری و تشکیلاتی، منابع انسانی، فرهنگی و اجتماعی، اقتصادی و مالی می‌باشد.	ابعاد راهبردی: آموزشی و پژوهشی، ساختاری و تشکیلاتی، منابع انسانی، فرهنگی و اجتماعی، اقتصادی و مالی
۱۴	(کیخا و دیگران، ۱۳۹۸)	طراحی الگوی دانشگاه کارآفرین: رویکرد کیفی (مورد پژوهی: دانشگاه تهران)	در مجموع، ۱۸۴ مفهوم استخراج شدند؛ در بخش مؤلفه‌های دانشگاه کارآفرین ۱۱ مقوله محوری، ۳۰ کارآفرینانه	ارتباط با صنعت، استقرار فرهنگ کارآفرینانه، مدیریت کارآفرینانه

ردیف	محققان	پژوهش	نتایج پژوهش	شاخص و زیرشاخص
			زیرمقوله و ۸۸ مفهوم، در بخش عوامل مؤثر بر دانشگاه کارآفرین ۴ مقوله محوری، ۱۲ زیرمقوله و ۳۱ مفهوم استخراج و دسته بندی و سپس، در قالب مدل شماتیک به تصویر کشیده شدند.	

منبع: (یافته های پژوهش حاضر)

در این مرحله شاخص های ورود به نسل چهارم از ادبیات استخراج شد و در مرحله دوم با دسته بندی و تعیین وزن هر دسته، اولویت ها استخراج و سپس وضعیت دانشگاه پیام نور در این شاخص ها تعیین شد.

۳. ملاحظات مفهومی و نظری

۳-۱. تعریف مفاهیم

- تجاری سازی: عبارت است از فرایند تبدیل علم، فناوری، پژوهش جدید یا یک اختراع به محصول یا فرایندهای صنعتی قابل عرضه در بازار (بندریان، ۱۳۹۲)
- دانشگاه های نسل چهارم: دانشگاه هایی با مأموریت آموزشی، پژوهشی، کارآفرینی و مبتنی بر فناوری نرم هستند (عالی پور و عنایتی، ۱۳۹۶)
- دانشگاه نوآور: دانشگاهی است که تمامی عوامل ایجادکننده آن نوآور بوده و منجر به ایجاد نوآوری می شود. زمانی که در یک دانشگاه، مجموع این عوامل با سطح کمی و کیفی بالا حضور داشته باشند، یک نظام نوآور دانشگاهی ترسیم می شود (جوانمردی و دیگران، ۱۳۹۷).

۴. روش پژوهش

پژوهش حاضر از نظر نوع، کاربردی - توسعه ای است، چراکه این پژوهش ابتدا دانش کاربردی موجود در زمینه شناسایی شاخص های یک دانشگاه نسل چهارم را جمع و سپس با یک دسته بندی جامع از آنها شاخص ها نسبت به هر یک از مطالعات موجود توسعه یافته تلقی می شوند. در ادامه نتایج آن در ارزیابی وضعیت آمادگی دانشگاه پیام نور برای ورود به نسل چهارم به کاررفته و نتایج آن می تواند در

برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری‌های مربوط به نسل چهارم دانشگاه و شناسایی نقاط قوت و ضعف آن مورد استفاده قرار گیرد لذا کاربردی تلقی می‌شود. این پژوهش از نظر روش توصیفی است، زیرا هدف اولیه آن توصیف عوامل مؤثر بر ورود به پدیده‌ای به نام دانشگاه نسل چهارم است. در گام اول شاخص‌های ارزیابی دانشگاه نسل چهارم از ادبیات استخراج شده و با استفاده از روش تحلیل شبکه‌ای ANP اولویت‌بندی می‌شود. در این گام جامعه پژوهش شامل ۱۵ نفر خبره از اساتید با تجربه مدیریتی و مدیران اجرایی در رشته‌های مختلف دانشگاه در سال ۱۴۰۰ می‌باشد که گروه تصمیم‌گیرنده دانشگاه را تشکیل می‌دهند و حداقل ۶ سال تجربه مدیریت ارشد دانشگاه را داشته‌اند. این خبرگان، ابتدا شاخص‌ها را ملاحظه و اهمیت آنها را تأیید کردند. در این مرحله شاخص جدیدی اضافه نشد. در مرحله بعد پرسشنامه ANP فازی، بین آنها توزیع شد و با انجام محاسبات مربوطه مقادیر وزن شاخص‌ها به‌دست آمد. اکنون در این مرحله شاخص‌ها برای ارزیابی وضعیت دانشگاه‌های آماده ورود به نسل چهارم آماده است. در گام سوم لازم بود وضعیت دانشگاه پیام‌نور و میزان آمادگی آن برای ورود به نسل چهارم بررسی شود. در این مرحله، از هر رشته تحصیلی دانشگاه پیام‌نور تهران ۱ نفر مطلع را یافته و پرسشنامه در اختیارش قرار گرفت. حدود ۱۲۰ پرسشنامه به رشته‌ها توزیع شد و ۹۲ پرسشنامه جمع‌آوری شد. سپس از آمار توصیفی میانگین و انحراف معیار برای تشریح نتایج استفاده و میزان موفقیت دانشگاه پیام‌نور در ورود به نسل چهارم، محاسبه شد.

۴-۱. پایایی و روایی پرسشنامه

در این مقاله شاخص‌های ارزیابی از ادبیات استخراج شدند. پس شاخص‌ها معتبر است. در گام دوم شاخص‌ها با نظر خبرگان در هیئتی مرکب از ۱۵ نفر از اساتید دانشگاه پیام‌نور که حداقل ۶ سال سابقه کار مدیریتی هم داشتند، از منظر تناسب با وضعیت دانشگاه‌های ایران بررسی و سپس دسته‌بندی شدند. از آنجاکه این افراد مدیران تصمیم‌گیرنده دانشگاه بودند، پس نظرشان معتبر است و از آنجاکه تعداد نظرات برای روش‌های تصمیم‌گیری دارای مقایسات زوجی بین ۱۲ تا ۱۸ نفر توصیه شده است و بیش از این باعث ناپایداری نظرات می‌شود. پس از این منظر هم دارای اعتبار است. شاخص بعدی در مقایسه‌های زوجی نرخ ناسازگاری است در صورتی که نرخ ناسازگاری، کوچک‌تر یا مساوی ۰,۱ باشد، سازگاری وجود دارد و می‌توان کار را ادامه داد. در غیراین صورت، باید در مقایسه‌های زوجی تجدیدنظر صورت گیرد که در

این مقاله نرخ ناسازگاری ۰,۰۸ مطابق با جدول (۳) به‌دست آمد که نشان‌دهنده سازگاری در نظریه‌ها می‌باشد. در بخش دوم جامعه پژوهش را مدیران مطلع در هر یک از رشته‌های مختلف نظیر مهندسی برق، رایانه، فناوری اطلاعات، صنایع، مدیریت، سیاست‌گذاری تشکیل دادند که در مجموع ۱۲۰ نفر بودند که پرسشنامه در اختیار آنها قرار گرفت تا پرسشنامه را با توجه به تجربه خود در دانشگاه تکمیل کنند. تعداد ۹۲ پاسخ بازگشت داده شد. تحلیل با استفاده از آمار توصیفی انجام و وضعیت نهایی توصیف شد، لذا این مورد نیز دارای اعتبار است.

۵. یافته‌های پژوهش

در این قسمت به این سؤال پژوهش پاسخ داده شد.
سؤال اول تحقیق: شاخص‌های لازم یک دانشگاه جهت تبدیل شدن به نسل چهارم دانشگاه‌ها چیست؟

۵-۱. روش ANP فازی

فرایند تحلیل سلسله مراتبی (AHP) یکی از معروفترین فنون تصمیم‌گیری چندمعیاره است، اما سطوح تصمیم همواره از یکدیگر مستقل نیستند و معمولاً با هم در تعاملند. با توجه به این مطلب، AHP ممکن است نتایج نامعتبری به‌دست دهد. به علت آنکه روش AHP جامعیت لازم را نداشت ساعتی در سال ۱۹۹۶، روش گسترش یافته‌ای تحت عنوان فرایند تحلیل شبکه‌ای (ANP) را ارائه نمود (Saaty, 1996). درواقع او ANP را به‌عنوان تعمیمی از AHP ارائه کرد. در دنیای واقعی، نمی‌توان بسیاری از مسائل تصمیم‌گیری چندمعیاره را به دلیل وابستگی‌های درونی و بیرونی و روابط و تعاملات میان عناصر خوشه‌ها در سطوح تصمیم‌گیری، به صورت ساختار سلسله مراتبی در نظر گرفت. بنابراین ANP با چارچوب جامع و فراگیر می‌تواند تمامی تعاملات و روابط میان سطوح تصمیم‌گیری را که تشکیل یک ساختار شبکه‌ای می‌دهد در نظر بگیرد. در روش ANP فازی برای محاسبه وزن مقایسه‌های زوجی از روش میانگین هندسی باکلی جهت محاسبه اوزان نسبی در مقایسه‌های زوجی فازی استفاده می‌گردد (Hsieh, et al., 2004). گام‌های این روش در زیر آورده شده است.

فرض کنید $\tilde{P}_{ij}$ مجموعه‌ای از ترجیح‌های تصمیم‌گیران در مورد یک شاخص نسبت به دیگر شاخص‌ها باشد. ماتریس مقایسه‌های زوجی به‌صورت زیر تشکیل

می‌شود:

$$\tilde{A} = \begin{bmatrix} 1 & \tilde{P}_{12} & \tilde{P}_{1n} \\ \tilde{P}_{21} & 1 & \tilde{P}_{2n} \\ \tilde{P}_{n1} & \tilde{P}_{n2} & 1 \end{bmatrix}$$

که n تعداد عناصر مرتبط در هر سطر است. اوزان فازی هر شاخص ماتریس مقایسه‌های زوجی به‌وسیله روش میانگین هندسی با کلی به‌دست می‌آید (Hsieh, et al., 2004). میانگین هندسی ارزش مقایسه‌های فازی شاخص i به هر شاخص از رابطه ۱۰ به‌دست می‌آید.

$$\tilde{r}_i = \left(\prod_{j=1}^n \tilde{P}_{ij} \right)^{1/n} \quad i = 1, 2, 3, \dots, n \quad (1)$$

سپس وزن فازی آمین شاخص به‌وسیله یک عدد فازی مثلثی بر اساس رابطه ۱۱ نشان داده می‌شود.

$$w_i = r_i \otimes (r_1 \oplus r_2 \oplus \dots \oplus r_m)^{-1} \quad (2)$$

بعد از محاسبه عامل‌های وزن فازی، به‌وسیله رابطه ۱۲ وزن‌ها را دیفازی کرده و سپس نرمال می‌کنیم.

$$w_{crisp} = \frac{l + 2m + u}{4} \quad (3)$$

در این پژوهش جهت محاسبه وزن در مقایسه‌های زوجی، از عبارات‌های کلامی و اعداد فازی مثلثی مندرج در جدول ۲ استفاده شده است.

جدول (۲): عبارات‌های کلامی و اعداد فازی جهت وزن‌دهی به معیارها

کد	اولویت‌ها	معادل فازی اولویت‌ها		
		حد پایین (L)	حد متوسط (m)	حد بالا (u)
۱	اهمیت یکسان	۱	۱	۱
۲	یکسان تا نسبتاً مهم‌تر	۱	۲	۳
۳	نسبتاً مهم‌تر	۲	۳	۴
۴	نسبتاً مهم‌تر تا اهمیت زیاد	۳	۴	۵

کد	اولویت‌ها	معادل فازی اولویت‌ها		
		حد پایین (L)	حد متوسط (m)	حد بالا (u)
۵	اهمیت زیاد	۴	۵	۶
۶	اهمیت زیاد تا بسیار زیاد	۵	۶	۷
۷	اهمیت بسیار زیاد	۶	۷	۸
۸	بسیار زیاد تا کاملاً مهم‌تر	۷	۸	۹
۹	کاملاً مهم‌تر	۸	۹	۱۰

۵-۲. نتایج روش ANP فازی

جهت پیاده‌سازی روش ANP فازی ابتدا توسط روش میانگین هندسی باکلی اوزان را در مقایسه‌های زوجی به‌دست می‌آوریم. سپس با قرار دادن این اوزان در سوپرماتریس اولیه ANP، سوپرماتریس موزون و حدی را محاسبه می‌کنیم تا اوزان نهایی ANP فازی حاصل شود (Mohanty, et al., 2005). به‌عنوان نمونه مقایسه‌های زوجی معیارهای اصلی آورده می‌شود. این مقایسه‌های زوجی بر اساس طیف ۱ تا ۹ فازی در جدول ۳ آورده شده که توسط خبرگان صورت گرفت و بعد توسط روش میانگین هندسی ادغام شدند که در جدول ۳ آورده شده است. سپس بر اساس رابطه ۱ و ۲ ابتدا میانگین هندسی اعداد فازی هر سطر جدول را محاسبه کرده و هر میانگین هندسی حاصل را بر مجموع میانگین‌های هندسی تقسیم کردیم تا وزن فازی حاصل شود، سپس هر وزن فازی را با استفاده از رابطه $\frac{l+2m+u}{4}$ غیرفازی کرده و برای نرمال‌سازی هر وزن غیرفازی وزن را بر مجموع وزن‌های غیرفازی تقسیم نمودیم. نتایج در جدول ۴ آورده شده است.

جدول (۳): مقایسه‌های زوجی شاخص‌ها (نرخ ناسازگاری: ۰,۰۸)

G	F	E	D	C	B	A	
(۰,۷۳۱,۰,۸۷۸,۱,۰,۴۷)	(۰,۸۷۴,۱,۰,۳۴۱,۱,۲۲۵)	(۱,۶۸۲,۲,۰,۴۵۲,۲,۴۲)	(۱,۸۱۳,۲,۰,۱۶۲,۲,۵۱۵)	(۱,۶۵۵,۲,۰,۳۵۲,۲,۴۳۲)	(۱,۶۰۷,۰,۱,۹۶۸,۰,۲,۳۴)	(۱,۱,۱,۱)	A

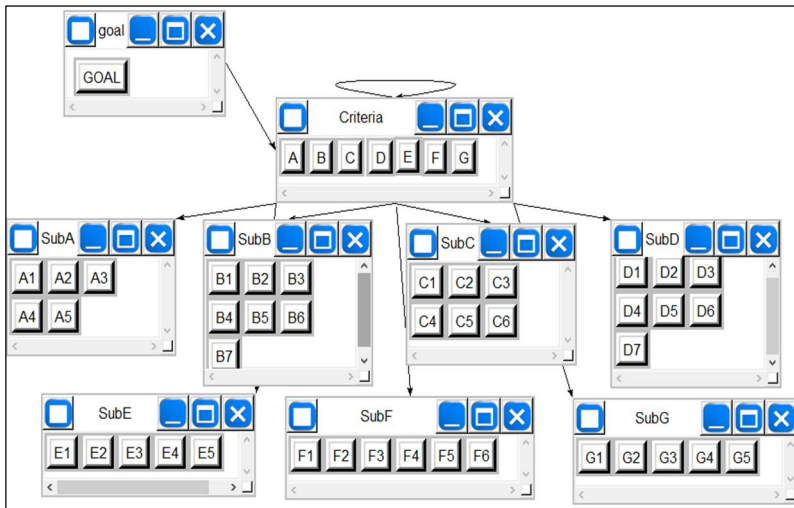
	A	B	C	D	E	F	G
B	(۰,۴۳۷۰,۵۰۸۰,۶۲۳)	(۰,۴۸۹۰,۸۱۶۰,۹۵۵)	(۰,۴۳۹۰,۱۳۶۰,۴۰۱)	(۰,۴۳۹۰,۱۳۶۰,۴۰۱)	(۰,۴۳۹۰,۱۳۶۰,۴۰۱)	(۰,۴۳۹۰,۱۳۶۰,۴۰۱)	(۰,۴۳۹۰,۱۳۶۰,۴۰۱)
C	(۰,۴۳۷۰,۵۰۸۰,۶۲۳)	(۰,۴۸۹۰,۸۱۶۰,۹۵۵)	(۰,۴۳۹۰,۱۳۶۰,۴۰۱)	(۰,۴۳۹۰,۱۳۶۰,۴۰۱)	(۰,۴۳۹۰,۱۳۶۰,۴۰۱)	(۰,۴۳۹۰,۱۳۶۰,۴۰۱)	(۰,۴۳۹۰,۱۳۶۰,۴۰۱)
D	(۰,۴۳۷۰,۵۰۸۰,۶۲۳)	(۰,۴۸۹۰,۸۱۶۰,۹۵۵)	(۰,۴۳۹۰,۱۳۶۰,۴۰۱)	(۰,۴۳۹۰,۱۳۶۰,۴۰۱)	(۰,۴۳۹۰,۱۳۶۰,۴۰۱)	(۰,۴۳۹۰,۱۳۶۰,۴۰۱)	(۰,۴۳۹۰,۱۳۶۰,۴۰۱)
E	(۰,۴۳۷۰,۵۰۸۰,۶۲۳)	(۰,۴۸۹۰,۸۱۶۰,۹۵۵)	(۰,۴۳۹۰,۱۳۶۰,۴۰۱)	(۰,۴۳۹۰,۱۳۶۰,۴۰۱)	(۰,۴۳۹۰,۱۳۶۰,۴۰۱)	(۰,۴۳۹۰,۱۳۶۰,۴۰۱)	(۰,۴۳۹۰,۱۳۶۰,۴۰۱)
F	(۰,۴۳۷۰,۵۰۸۰,۶۲۳)	(۰,۴۸۹۰,۸۱۶۰,۹۵۵)	(۰,۴۳۹۰,۱۳۶۰,۴۰۱)	(۰,۴۳۹۰,۱۳۶۰,۴۰۱)	(۰,۴۳۹۰,۱۳۶۰,۴۰۱)	(۰,۴۳۹۰,۱۳۶۰,۴۰۱)	(۰,۴۳۹۰,۱۳۶۰,۴۰۱)
G	(۰,۴۳۷۰,۵۰۸۰,۶۲۳)	(۰,۴۸۹۰,۸۱۶۰,۹۵۵)	(۰,۴۳۹۰,۱۳۶۰,۴۰۱)	(۰,۴۳۹۰,۱۳۶۰,۴۰۱)	(۰,۴۳۹۰,۱۳۶۰,۴۰۱)	(۰,۴۳۹۰,۱۳۶۰,۴۰۱)	(۰,۴۳۹۰,۱۳۶۰,۴۰۱)

A=راهبرد، رهبری و مدیریت، B = ظرفیت سازمانی، منابع انسانی و مالی، مشوق‌ها، C = توسعه کارآفرینی در سیستم آموزشی، D = حمایت از فرایند کارآفرین شدن، E = دانشگاه کارآفرین به‌عنوان یک دانشگاه بین‌المللی، F = ارتباط با کسب‌وکارهای بیرونی، G = ارزیابی میزان اثرگذاری دانشگاه کارآفرین.

جدول (۴): وزن فازی و غیرفازی شاخص‌ها اصلی

وزن نرمال	وزن غیرفازی	وزن فازی ($\tilde{W}$)	میانگین هندسی $((\prod_{j=1}^n \tilde{P}_{ij})^{1/n})$	نام شاخص
۰,۱۹۴	۰,۱۹۸	(۰,۱۴۳,۰,۱۹۴,۰,۲۶۱)	(۱,۲۶۵,۱,۴۸۷,۱,۷۱۹)	A
۰,۰۸۲	۰,۰۸۴	(۰,۰۶۱,۰,۰۸۲,۰,۱۱۳)	(۰,۵۳۸,۰,۶۲۹,۰,۷۳۸)	B
۰,۱۹۴	۰,۱۹۹	(۰,۱۴۳,۰,۱۹۴,۰,۲۶۳)	(۱,۲۶۸,۱,۴۸۸,۱,۷۳۳)	C
۰,۰۸۸	۰,۰۹۰	(۰,۰۶۵,۰,۰۸۸,۰,۱۱۸)	(۰,۵۷۸,۰,۶۷۰,۰,۷۸)	D
۰,۰۷۱	۰,۰۷۳	(۰,۰۵۳,۰,۰۷۱,۰,۰۹۶)	(۰,۴۷۱,۰,۵۴۳,۰,۶۳۵)	E
۰,۱۶۱	۰,۱۶۴	(۰,۱۲۲,۰,۱۶۱,۰,۲۱۳)	(۱,۰۸۵,۱,۲۳۱,۱,۴۰۳)	F
۰,۲۱۰	۰,۲۱۴	(۰,۱۵۶,۰,۲۱۰,۰,۲۸۳)	(۱,۳۸۲,۱,۶۰۴,۱,۸۶۳)	G
			$\sum \left(\prod_{j=1}^n \tilde{P}_{ij} \right)^{1/n}$	(۶,۵۸۶,۷,۶۵۲,۸,۸۷)

به‌طریق مشابه برای زیرشاخص‌ها نیز مقایسه‌های زوجی را تشکیل داده و اوزان نسبی را محاسبه کردیم. سپس با استفاده از نرم‌افزار سوپردسیژن سوپرماتریس اولیه، موزون و حدی روش ANP، اوزان نهایی تشکیل شد. نمایی از نرم‌افزار سوپردسیژن در نمودار ۱ آورده شده است.



منبع: (طراحی توسط نویسندگان)

نمودار (۱): مدل شبکه‌ای پژوهش در نرم‌افزار سوپردسیژن

با تکمیل سوپرماتریس حدی توسط نرم‌افزار سوپردسیژن وزن نهایی شاخص‌ها و زیرشاخص‌ها حاصل شد که در جدول ۵ آورده شده است. بر این اساس در بین

شاخص‌های اصلی، راهبرد، رهبری و مدیریت با وزن ۰,۲۶۱ رتبه اول را کسب کرده است.

جدول (۵): وزن نهایی شاخص‌ها

رتبه	وزن نهایی زیرشاخص	وزن نسبی زیرشاخص	زیرشاخص	وزن شاخص	شاخص
۱	۰,۱۱۷۰	۰,۴۴۹	تعهد قابل مشاهده دانشگاه و دانشگاهیان برای اجرای راهبرد کارآفرینی	۰,۲۶۱	راهبرد، رهبری و مدیریت
۹	۰,۰۳۱۸	۰,۱۲۲	ساختار سازمانی مناسب برای هماهنگی و یکپارچه‌سازی فعالیت‌های کارآفرینی		
۱۵	۰,۰۲۵۳	۰,۰۹۷	کارآفرینی، بخش مهم و غالب راهبرد دانشگاه		
۲	۰,۰۵۱۶	۰,۱۹۸	استقلال اجرایی بخش و گروه‌های علمی		
۵	۰,۰۳۴۹	۰,۱۳۴	دانشگاه نیروی محرکه توسعه کارآفرینی در سطح منطقه و جامعه		
۱۱	۰,۰۲۷۵	۰,۱۸۳	حمایت مالی از اهداف کارآفرینی توسط جذب منابع مالی ذی‌نفعان بیرونی	۰,۱۵۰	ظرفیت سازمانی، منابع انسانی و مالی، مشوق‌ها
۲۲	۰,۰۱۹۲	۰,۱۲۸	راهبرد مالی پایدار برای حمایت از فعالیت‌های کارآفرینی		
۳۶	۰,۰۱۳۷	۰,۰۹۱	وجود سازوکارهایی برای رفع موانع و اتخاذ شیوه‌های جدید برای یکپارچگی و ایجاد سینرژی بین ذی‌نفعان داخلی		
۲۲	۰,۰۱۹۲	۰,۱۲۸	جذب، استخدام و همکاری با افراد دارای تفکر، فرهنگ و تجارب کارآفرینی		
۱۳	۰,۰۲۶۷	۰,۱۷۸	سرمایه‌گذاری در بخش توسعه سرمایه انسانی برای حمایت از برنامه‌های کارآفرینی		
۱۲	۰,۰۲۶۹	۰,۱۷۹	وجود مشوق‌ها و نظام پاداش مشخص برای افراد حامی کارآفرینی		
۲۹	۰,۰۱۶۸	۰,۱۱۲	به رسمیت شناختن ذی‌نفعان بیرونی دخیل در برنامه کارآفرینی		
۲۵	۰,۰۱۷۸	۰,۱۴۴	ساختار سازمانی دانشگاه برای ایجاد انگیزه و حمایت از گسترش تفکرات، ایده‌ها و مهارت‌های کارآفرینی	۰,۱۲۴	توسعه کارآفرینی در نظام آموزشی
۴۰	۰,۰۱۰۹	۰,۰۸۸	حمایت از کارآفرینی از طریق تجارب دانشگاه در فرایند آگاهی‌سازی و برانگیختن ایده‌های کارآفرینی تا توسعه و اجرای آنها		
۸	۰,۰۳۱۹	۰,۲۵۸	رویکرد کارآفرینی نیروی انسانی در نظام‌های آموزشی در سرتاسر دانشگاه		

شاخص	وزن شاخص	زیر شاخص	وزن نسبی زیر شاخص	وزن نهایی زیر شاخص	رتبه
		اعتباردهی نتایج حاصله از آموزش کارآفرینی توسط دانشگاه	۰,۱۴۲	۰,۰۱۷۶	۲۷
		همکاری و به‌کارگیری ذی‌نفعان خارجی به‌عنوان عامل کلیدی گسترش و توسعه نظام آموزش و پرورش	۰,۱۶۲	۰,۰۲۰۰	۱۹
		تلفیق و ترکیب نتایج پژوهش‌های با آموزش و کارآموزی کارآفرینی	۰,۲۰۶	۰,۰۲۵۵	۱۴
حمایت از فرایند کارآفرین شدن	۰,۱۴۰	تسهیل دسترسی به منابع مالی بخش خصوصی برای کارآفرینان بالقوه	۰,۰۸۵	۰,۰۱۱۹	۳۸
		خلق فرصت برای تجربه کارآفرینی	۰,۱۰۴	۰,۰۱۴۶	۳۳
		تسهیل دسترسی به مشاوره‌های خبرگان صنعتی و دانشگاهی	۰,۱۳۳	۰,۰۱۸۷	۲۴
		افزایش آگاهی منابع انسانی در رابطه با اهمیت توسعه توانایی و مهارت‌های کارآفرینی	۰,۰۷۸	۰,۰۱۱۰	۳۹
		تشویق افراد برای کارآفرین شدن	۰,۱۹۸	۰,۰۲۷۸	۱۰
		حمایت دانشگاه از افراد و گروه‌ها برای عملی کردن ایده‌های کارآفرینی	۰,۲۲۹	۰,۰۳۲۲	۷
		تسهیل دسترسی به امکانات ابزار آزمایشگاهی	۰,۱۷۳	۰,۰۲۴۳	۱۶
دانشگاه کارآفرین به‌عنوان یک دانشگاه بین‌المللی	۰,۱۲۱	بین‌المللی بودن دانشگاه به‌عنوان جزء کلیدی راهبرد کارآفرینی	۰,۲۹۲	۰,۰۳۵۳	۴
		حمایت مشهود دانشگاه از تبادل دانشجو و اساتید در سطح بین‌المللی	۰,۱۲۴	۰,۰۱۵۰	۳۲
		جستجو و جذب دانشجو و اساتید کارآفرین در سطح بین‌المللی	۰,۲۷۴	۰,۰۳۳۱	۶
		بکارگیری شیوه‌های بین‌المللی آموزش	۰,۱۴۶	۰,۰۱۷۷	۲۶
		حضور فعال دانشگاه و زیرمجموعه‌های آن در سطح بین‌المللی	۰,۱۶۳	۰,۰۱۹۷	۲۰
ارتباط با کسب‌وکارهای بیرونی	۰,۱۲۶	ارتباط و همکاری فعال با طیف گسترده‌ای از ذی‌نفعان	۰,۳۵۳	۰,۰۴۴۴	۳
		تعهد به همکاری و تبادل دانش با صنعت و جامعه	۰,۱۲۹	۰,۰۱۶۲	۳۱
		ارتباط محکم و پایدار با ابزارهای آزمایشگاهی، پارک‌های علم و فناوری و سایر مؤسسه‌های بیرونی برای تبادل دانش پویا	۰,۱۱۳	۰,۰۱۴۲	۳۵
		خلق فرصت برای اساتید، دانشجویان و کارمندان برای مشارکت در فعالیت‌های کارآفرینی و	۰,۱۳۶	۰,۰۱۷۱	۲۸

شاخص	وزن شاخص	زیر شاخص	وزن نسبی زیر شاخص	وزن نهایی زیر شاخص	رتبه
ارزیابی میزان اثرگذاری دانشگاه کارآفرین	۰,۰۷۸	تأسیس کسب‌وکار			
		حمایت از تبادل اساتید و دانشجو با سایر مراکز آموزش عالی و محیط بیرونی	۰,۱۱۵	۰,۰۱۴۵	۳۴
		تأسیس شبکه ارتباطی مابین فعالیت‌های تحقیقاتی، آموزشی و صنعتی	۰,۱۵۵	۰,۰۱۹۵	۲۱
		ارزیابی تأثیر راهبرد کارآفرینی و واکنش راهبرد نسبت به تغییرات	۰,۰۹۲	۰,۰۰۷۲	۴۱
ارزیابی میزان اثرگذاری دانشگاه کارآفرین	۰,۰۷۸	ارزیابی منظم و دوره‌ای تأثیر فعالیت‌های آموزشی و پژوهشی کارآفرینی	۰,۲۰۷	۰,۰۱۶۲	۳۰
		ارزیابی منظم فعالیت‌های تبادل دانش با سایر مراکز آموزش عالی و محیط بیرونی	۰,۲۶۷	۰,۰۲۱۰	۱۸
		ارزیابی میزان فعالیت‌های آموزشی و پژوهشی کارآفرینی در سطح دانشگاه	۰,۱۶۳	۰,۰۱۲۸	۳۷
		رصد و ارزیابی منظم تأثیر حمایت‌های دانشگاه از کسب‌وکارهای جدید	۰,۲۷۱	۰,۰۲۱۳	۱۷

اطلاعات حاصله از محاسبه داده‌های حاصله از ماتریس مقایسه‌های زوجی، نشان داد که بر اساس نظر خبرگان، شاخص «راهبرد، رهبری و مدیریت» با تفاوت فاحش بالاترین وزن ۰/۲۶۱ و اولویت را در بین شاخص‌های شناسایی شده دارد. بعد از آن، شاخص ظرفیت سازمانی، منابع انسانی و مالی، مشوق‌ها با دارا بودن وزنی معادل ۰/۱۵۰، دارای اولویت دوم می‌باشد.

از نظر خبرگان، فعالیت‌های مرتبط با سیاست‌های حمایتی دانشگاه از فرایند کارآفرین شدن با وزنی ۰/۱۴۰ در اولویت سوم قرار دارد. چهار شاخص بعدی با اهمیت تقریباً نزدیکی به یکدیگر در رده‌های بعدی قرار دارند، به گونه‌ای که از نظر خبرگان شاخص ارتباط با کسب‌وکارهای بیرونی با وزنی معادل ۰/۱۲۶ در رتبه چهارم قرار دارد. توسعه کارآفرینی در نظام آموزشی با دارا بودن وزن نسبی معادل ۰/۱۲۴ از اولویت پنجم برخوردار است. شاخص دانشگاه کارآفرین به عنوان یک دانشگاه بین‌المللی، با وزنی برابر با ۰/۱۲۱ در رده پنجم اهمیت قرار دارد، در حالی که شاخص ارزیابی میزان اثرگذاری دانشگاه کارآفرین بر اساس نظر خبرگان در رده آخر اهمیت با وزنی برابر با ۰/۰۷۸ قرار دارد.

سؤال دوم پژوهش: وضعیت دانشگاه پیام‌نور تهران در هر یک از شاخص‌ها به چه

صورت است؟

به‌منظور پاسخ به این سؤال، فرضیه «دانشگاه پیام‌نور تهران شاخص‌های لازم برای تبدیل به نسل چهارم را دارد» مطرح می‌شود.

برای پاسخ به این فرضیه، هفت سؤال در ارتباط با هفت شاخص اصلی طراحی شد که بر اساس نتایج حاصله از پاسخ‌های داده شده به آنها، همان‌گونه که در جدول ۶ نشان داده شده است، میانگین عددی حاصله برای همه شاخص‌های اصلی کمتر از عدد ۵ می‌باشد. اگر چنانچه مبنای قضاوت برای آزمون فرضیه اصلی، میانگین وزنی شاخص‌ها در نظر گرفته شود، آمار جدول ۷ نشان می‌دهد که میانگین وزنی تمام شاخص‌ها از حداقل ۵۰ درصد حداکثر امتیاز موزن، کمتر می‌باشد و بنابراین می‌توان با اطمینان ۹۷/۵ درصد اعلام نمود که فرضیه اصلی پژوهش رد شده و دانشگاه پیام‌نور تهران شاخص‌های لازم برای نسل چهارم شدن را ندارد.

جدول (۶): آمار توصیفی شاخص‌های اصلی قبل از اعمال اوزان شاخص‌ها

شاخص	تعداد	امتیاز		انحراف معیار		چولگی		کشیدگی	
		حداکثر امتیاز	حداقل امتیاز	میانگین	انحراف استاندارد	واریانس	داده	خطای استاندارد	خطای استاندارد
Q1	92	10	0	3/45	2/735	7/481	0/849	0/251	-0/049
Q2	92	9	0	3/27	2/538	6/442	0/702	0/251	-0/205
Q3	92	7	0	2/95	2/051	4/206	0/356	0/251	-0/949
Q4	92	7	0	2/93	2/198	4/831	0/104	0/251	-1/080
Q5	92	9	0	3/36	2/275	5/178	0/454	0/251	-0/054
Q6	92	10	0	3/45	2/925	8/557	0/563	0/251	-0/510
Q7	92	7	0	2/08	1/929	3/719	1/121	0/251	0/341

همان‌گونه که آمار شاخص‌های اصلی نشان می‌دهد، چولگی زیاد پاسخ‌های دریافتی در مورد شاخص‌های اصلی به سمت امتیازهای پایین است که نشان از تمایل پاسخگویان به اختصاص امتیازهای کم به دانشگاه پیام‌نور تهران به‌عنوان مطالعه موردی این پژوهش در زمینه نسل چهارم بودن است. علاوه‌برآن، در نتایج ارائه شده وجود تعداد بسیار کمی امتیاز حداکثری ۱۰ و تعداد بسیار زیاد امتیاز حداقل، دلیل دیگری از تمایل پاسخگویان به ارزیابی کردن دانشگاه پیام‌نور تهران به‌عنوان یک دانشگاه نسل چهارم حکایت است. آمار مرتبط به شاخص‌های اصلی بعد

از اعمال اوزان شاخص‌ها در جدول ۷ آورده شده است.

جدول (۷): آمار توصیفی شاخص‌های اصلی بعد از اعمال اوزان شاخص‌ها

شاخص	وزن	امتیاز			میانگین کل	
		حداکثر	حداکثر موزون	حداقل قابل قبول*	میانگین وزنی	میانگین عددی
Q1	0/34577	10	3/4577	1/7289	1/155	3/341
Q2	0/26593	10	2/6593	1/3297	0/881	3/313
Q3	0/12582	10	1/2582	0/6291	0/364	2/896
Q4	0/07884	10	0/7884	0/3942	0/234	2/973
Q5	0/06399	10	0/6399	0/3199	0/209	3/272
Q6	0/05639	10	0/5639	0/2820	0/188	3/341
Q7	0/06326	10	0/6326	0/3163	0/120	1/902

*نصف حداکثر امتیاز موزون

عملکرد دانشگاه پیام نور تهران در ارتباط با شاخص‌های اصلی در نمودار ۲ نشان داده شده است.



منبع: (طراحی توسط نویسندگان)

نمودار (۲): نمودار تار عنکبوتی سنجش وضعیت دانشگاه پیام‌نور تهران در تبدیل شدن به نسل چهارم

همان‌طور که ملاحظه می‌شود مهم‌ترین شاخص ورود به نسل چهارم از منظر وزنی، داشتن راهبرد و برنامه یعنی شاخص اول است. به نظر می‌رسد با وجودی که



شواهد وضعیت نسبی بهتری در این شاخص را نشان می‌دهد ولی دانشگاه نتوانسته برنامه خود را عملیاتی کند. بیشترین ضعف دانشگاه پیام‌نور در شاخص چهارم یعنی بین‌المللی شدن و شاخص هفتم یعنی ارزیابی است. ورود به عرصه بین‌المللی و دانشگاه نسل چهارم یک‌شبه ممکن نیست و نیازمند نقشه راه ورود به دانشگاه نسل چهارم (Ghazinoory, et al., 2017)، برنامه‌گذار فناورانه (ثقفی و آزادگان‌مهر، ۱۳۹۸)، در اختیار داشتن فناوری نو مخصوصاً در حوزه‌های شبکه دانشی برای تسهیم دانش (Hoseini, et al., 2019) و برخورداری از امنیت به‌منظور جلوگیری از خروج دانش (NasserEslami & Saghafi, 2010) است.

نتیجه‌گیری

نتایج حاصل از این پژوهش نشان می‌دهد که خبرگان و صاحب‌نظران، ضمن تأیید جامعیت شاخص‌ها و زیرشاخص‌های شناسایی شده به‌منظور آمادگی برای ورود به دانشگاه نسل چهارم، برخی شاخص‌ها را از اولویت بالاتر شناسایی کردند. طبق نظر خبرگان، بیانیه مأموریت و راهبرد دانشگاه، رهبری قدرتمند و اداره عالی آن به‌منظور فراهم‌سازی بستر مناسب برای نسل چهارم از بالاترین اهمیت برخوردار است. بر اساس دیدگاه‌های دریافتی آنها، شاخص ظرفیت سازمانی، منابع انسانی، مالی و مشوق‌ها همچون حمایت مالی از اهداف کارآفرینی، راهبرد مالی پایدار برای حمایت از فعالیت‌های فناورانه و کارآفرینانه، وجود سازوکارهایی برای رفع موانع و اتخاذ شیوه‌های جدید برای یکپارچگی و سرمایه‌گذاری در بخش توسعه سرمایه انسانی برای حمایت از برنامه‌های کارآفرینی و وجود مشوق‌ها از لحاظ تأثیرگذاری در رتبه دوم قرار دارد. شاخص‌های سیاست‌های حمایتی دانشگاه در جهت ورود دانشگاه نسل چهارم، ارتباط با کسب‌وکارهای بیرونی، توسعه کارآفرینی در نظام آموزشی و دانشگاه کارآفرین به‌عنوان یک دانشگاه بین‌المللی بر اساس نظر خبرگان در رتبه‌های بعدی قرار دارند. در خصوص وضعیت فعلی دانشگاه پیام‌نور تهران در آمادگی برای نسل چهارم، بر اساس آمار توصیفی حاصله از داده‌های کسب شده، می‌توان گفت چولگی زیاد پاسخ‌های دریافتی در مورد شاخص‌ها و زیرشاخص‌ها به سمت امتیازهای پایین، از تمایل پاسخگویان به سمت ارائه امتیازهای کم به دانشگاه پیام‌نور تهران در زمینه آمادگی برای ورود به دانشگاه نسل چهارم بودن حکایت دارد. در خصوص وجوه افتراق و اشتراک پژوهش حاضر با دیگر پژوهش‌های صورت گرفته باید عنوان کرد که پژوهش حاضر با پژوهش (احمدیان‌چاشمی و دیگران، ۱۳۹۹) همخوانی دارد. نتایج پژوهش



آنها نشان داد که دانشگاه در جهت ارتقای کیفیت آموزشی و پژوهشی و تبدیل به نسل چهارم دانشگاه‌ها باید ۱۵ بُعد شامل مسئولیت علمی - اجتماعی، پویایی محیط، مأموریت سازمانی (شرایط زمینه‌ای)، ساختار و ارزش‌های سازمانی و... را مدنظر قرار دهد. همچنین با یافته‌های پژوهش (سپهری و دیگران، ۱۳۹۹) نیز همخوانی دارد. این پژوهشگران اذعان داشتند که مؤسسه‌های آموزش عالی کشور با تغییر رویکرد خود به نسل چهارم دانشگاه و با تربیت سرمایه انسانی اثربخش و کارآمد مبتنی بر نیازهای محلی و منطقه‌ای به ایجاد جامعه بهتر کمک شایانی خواهند نمود. نتایج پژوهش (یدالهی‌ده‌چشمه و دیگران، ۱۴۰۰) با پژوهش حاضر همپوشانی دارد. آنها بیان کردند که مؤلفه دانشگاه مسئولیت‌گرای ارزش‌آفرین، مؤلفه تحول‌خواهی و سازگارشدگی، رهبری مسئولانه، مؤلفه توسعه شایستگی حرفه‌ای سرمایه انسانی و برنامه آموزشی و درسی و توسعه‌دهنده، مؤلفه‌های خط‌مشی‌گذاری تخصصی و حرفه‌ای فرهنگ نوآوری مسئولانه و ساختار تحول‌آفرین و مؤلفه مدل‌های مالی توسعه‌دهنده نقش مؤثری در تبدیل به دانشگاه نسل چهارم دارند.

همچنین با نتایج پژوهش (عالی‌پور و عنایتی، ۱۳۹۶) همخوانی دارد. این محققان نشان دادند که مؤلفه‌های اصلی تجاری‌سازی پژوهش‌های دانشگاه‌های نسل چهارم شامل مدیریت آموزش عالی، منابع انسانی پژوهش‌محور، مراکز رشد، شرکت‌های زایشی پژوهشی، پارک‌های علم و فناوری، شرکت‌های دانش‌بنیان، مؤسسه‌های پژوهش و فناوری، نیروهای دولتی، نیروهای اقتصادی و بازار، مشتریان و مشتری‌مداری، رقابت و رقابت‌پذیری، پیشرفت‌های فناورانه، قوانین و مقررات و صندوق‌های سرمایه‌گذاری می‌باشد.

پژوهش حاضر تجمیع شاخص‌های پژوهش‌های فوق را مدنظر قرار داده و علاوه بر آن دسته‌بندی شاخص‌ها و ارائه مدلی برای تعیین وضعیت ورود به دانشگاه نسل چهارم را نیز مدنظر قرار داده است. این مدل شامل دسته‌ها و مؤلفه‌های مهم برای ورود به این عرصه و تعیین وزن هر دسته با روش ANP بوده است. بنابراین دانشگاه پیام‌نور در راستای سیاست‌های کلان علم و فناوری کشور برگرفته از اسناد بالادستی شورای عالی انقلاب فرهنگی و نقشه جامع علمی کشور لازم است با تبدیل به نسل جدید دانشگاه‌ها قدم مؤثر خود را بردارد. درنهایت در اساسنامه و چشم‌انداز این دانشگاه تلاش می‌شود که شاخص‌ها و الزام‌های ورود به نسل چهارم دانشگاه‌ها در نظر گرفته شود.

پیشنهادهای پژوهش

- با توجه به یافته‌های پژوهش می‌توان پیشنهادهای زیر را ارائه داد:
- سنجش آمادگی ورود سایر دانشگاه‌ها و مقایسه آن با دانشگاه پیام‌نور،
 - تدوین الزام‌های دانشگاه‌ها برای ورود به دانشگاه نسل چهارم،
 - سنجش و ارزیابی مدل با در نظر گرفتن نظر متخصصان و استفاده از شاخص‌ها و آمارهای رسمی،
 - تعیین چالش‌های دانشگاه‌ها برای ورود به نسل چهارم و تهیه بسته سیاستی برای رفع آن،
 - شناسایی زمینه‌هایی اولویت‌دار دانشگاه پیام‌نور تهران برای ورود به نسل چهارم و تهیه نقشه راه برنامه ورود با تأکید بر اولویت‌ها،
 - تعیین وضعیت دانشگاه پیام نور در سایر شهرهای ایران.

فهرست منابع

- احمدیان چاشمی، مینا؛ نیازآذری، کیومرث و صالحی، محمد (۱۳۹۹). طراحی مدل نقش دانشگاه نسل چهارم در جهت ارتقای کیفیت آموزشی و پژوهشی در آموزش عالی. *فصلنامه توسعه آموزش جندی شاپور*، ۱۱(۴)، ۲۰-۳۵.
- بیک‌زاده درونکالی، سمیه؛ یوسفی سعیدآبادی، رضا و صفاریان همدانی، سعید (۱۳۹۹). نقش مرجعیت علمی و آینده‌نگری در توسعه دانشگاه‌های نسل چهارم به‌منظور ارایه مدل (مطالعه موردی: دانشگاه‌های علوم پزشکی مازندران). *فصلنامه عملی پژوهشی طاب و تزکیه*، ۲۹(۲)، ۷۶-۸۷.
- بندریان، رضا (۱۳۹۲). راهبردهای اجرای طرح‌های توسعه و تجاریسازی فناوری در پژوهشگاه صنعت نفت. *فصلنامه مدیریت توسعه فناوری*، ۲(۲)، ۸۷-۱۱۰.
- پورجاوید، سهیلا؛ خسروی‌پور، بهمن و علی‌بیگی، امیرحسین (۱۳۹۹). مؤلفه‌های نهادینه‌سازی نسل چهارم دانشگاه‌ها در آموزش عالی کشاورزی ایران. *فصلنامه علمی پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی*، ۵۵(۵)، ۱۶۹-۱۸۶.
- ثقفی، فاطمه؛ محقر، علی؛ برادران قهفرخی، محمدعلی؛ اصلانی، علیرضا و ملکی، محمدحسین (۱۳۹۷). ارائه استعاره نوآورانه برای دانشگاه تهران متناسب با عصر

جدید با استفاده از پس‌زمینه فکری گروه‌های ذی‌نفع. سیاست‌گذاری عمومی، ۴(۳)، ۴۷-۶۵.

جوانمردی، شیوا؛ عباس‌پور، عباس؛ خورسندی طاسکوه، علی و غیائی ندوشن، سعید (۱۳۹۷). طراحی الگوی دانشگاه نوآور در چارچوب اکوسیستم نوآوری در ایران.

فصلنامه علمی پژوهشی آموزش عالی/ایران، سال دهم، (۴)، ۱۳۷-۱۷۰.

خورسندی طاسکوه، علی و پناهی، مریم (۱۳۹۶). تحلیل انتقادی نظام‌های رتبه‌بندی بین‌المللی دانشگاه‌ها؛ پیشنهادات سیاستی برای آموزش عالی ایران.

فصلنامه علمی پژوهشی آموزش عالی، (۸)، ۱۱۱-۱۳۶.

صادقی، منظر؛ نیازآذری، کیومرث و تقوایی یزدی، مریم (۱۳۹۸). بررسی ابعاد رویکرد مجازی در رایتای توسعه دانشگاه نسل چهارم. فصلنامه فناوری اطلاعات

و ارتباطات در علوم تربیتی، سال نهم، (۴)، ۲۵-۴۴.

عالی‌پور، علیرضا و عنایتی، ترانه (۱۳۹۶). تجاری‌سازی تحقیقات دانشگاه‌های نسل

چهارم. مطالعات بین رشته‌ای دانش راهبردی، (۲۶)۷، ۵۳-۶۷.

فاتح‌راد، مهدی و تقی‌یاری، حمیدرضا (۱۳۸۴). دانشگاه کارآفرین، نظام ملی نوآوری

و توسعه مبتنی بر دانایی. رشد فناوری، (۴)۱، ۱۹-۲۵.

فاضل، امیر؛ کمالیان، امین‌رضا و روشن، سید علیقلی (۱۳۹۶). شناسایی ابعاد و

مؤلفه‌های مؤثر بر توانمندسازی منابع انسانی دانشگاهی با تأکید بر دانشگاه‌های

نسل سوم و چهارم با استفاده از رویکرد دلفی فازی: ارائه یک الگوی مفهومی.

راهبردهای آموزش (راهبردهای آموزش در علوم پزشکی)، (۶)۱۰، ۴۵۵-۴۶۸.

کیخا، احمد؛ عزتی، میترا و صالحی، محمدجواد (۱۳۹۸). طراحی الگوی دانشگاه

کارآفرین: رویکرد کیفی (مورد پژوهی: دانشگاه تهران). فصلنامه آموزش مهندسی

/ایران، (۸۳)۲۱، ۵۵-۷۷.

گودرزوند چگینی، مهرداد (۱۳۹۷). رویکرد دانشگاه‌های نسل چهارم کار و عمل.

فصلنامه آمار مهندسی ایران، سال بیستم، (۸۷)، ۱-۱۶.

مهدی، رضا و شفیعی، مسعود (۱۳۹۶). نقش‌آفرینی و ظرفیت‌سازی دانشگاه‌های

نسل چهارم برای توسعه محلی و منطقه‌ای. نشریه صنعت و دانشگاه، سال دهم،

(۳۵ و ۳۶)، ۱-۲۲.

یدالهی ده‌چشمه، آرش، رجائی‌پور، سعدی و سیادت، سید علی (۱۴۰۰). تدوین

الگوی دانشگاه نسل چهارم برای دانشگاه‌های ایران. فصلنامه مطالعات

میان‌رشته‌ای در علوم انسانی، (۴)۱۳، ۳۱-۵۷.

یدالهی ده چشمه، آرش، رجائی پور، سعدی و سیادت، سید علی (۱۴۰۰). واکاوی نقش دانشگاه نسل چهارم (دانشگاه اجتماعی) در توسعه منطقه‌ای. فصلنامه توسعه محلی (روستایی - شهری)، ۱۳(۱)، ۱-۳۵.

Clauss, T., Moussa, A. & Kesting, T. (2018). Entrepreneurial university: a stakeholder-based conceptualisation of the current state and an agenda for future research. 77(1-3), 109-144.

Ghazinoory, S., Dastranj, N., Saghafi, F., Kulshreshtha, A., & Hasanzadeh, A. (2017). Technology roadmapping architecture based on technological learning: Case study of social banking in Iran. Technological Forecasting and Social Change, 122, 231-242.

Hoseini, M., Saghafi, F. and Aghayi, E. (2019), A multidimensional model of knowledge sharing behavior in mobile social networks, Kybernetes, 48(5), 906-929. <https://doi.org/10.1108/K-07-2017-0249>

Heidari, A., Yazdani, H.R., Saghafi, F. and Jalilvand, M.R. (2018), "The perspective of religious and spiritual tourism research: a systematic mapping study", Journal of Islamic Marketing, 9(4), 747-798. <https://doi.org/10.1108/JIMA-02-2017-0015>.

Hsieh, T. Y., Lu, S. T. & Tzeng, G. H. (2004). Fuzzy MCDM Approach for Planning and Design Tenders Selection in Public Office Buildings, International Journal of Project Management, 22(7), 573-584. doi:10.1016/j.ijproman.2004.01.002.

Jonkers, K., Tijssen, R. J. W., Karvounaraki, A., & Goenaga, X. (2018). A regional innovation impact assessment framework for universities. JRC Discussion Paper. Joint Research Center, Brussels, 44.

Lapteva, A. & Efimov, V. (2016). New Generation of Universities. University 4.0, Journal of Siberian Federal University. Humanities & Social Sciences 11.

Meyer, J., Pillei, M., Zimmermann, F., & Stoglehner, G. (2018). Customized Education as a Framework for Strengthening Collaboration between Higher Education Institutions and Regional Actors in Sustainable Development-Lessons from Albania and Kosovo. Sustainability, 10(11), 3941.

Mohanty, R. P., Agarwal, R., Choudhury, A. K., & Tiwari, M. K. (2005). A fuzzy ANP-based approach to R&D project selection: a case study. International Journal of Production Research, 43(24), 5199-5216.

NasserEslami, F., & Saghafi, F. (2010). Safety technologies impacts survey in M-services security provision. J. Digit. Content Technol. its Appl., 4(4), 207-214.

Pawlowski, K. (2012). The 'Fourth Generation University' as a Creator of the Local and Regional Development, Higher Education in Europe, 34(1).

Saaty, T.L. (1996). The analytic network process-decision making with dependence and feedback, Pittsburgh, PA: RWS Publication.

Saghafi, F., Aliahmadi, A., Ghazinoory, S., & Hourali, M. (2013). Offering the reference model of backcasting approach for achieving sustainable development. *Journal of Futures Studies*, 18(1), 63-84.

References

- Ahmadian Chashmi, M., Niaz Azari, K. & Salehi, M. (2020). Designing the role model of the fourth generation university in order to improve the quality of education and research in higher education, *Jundia Shapour Education Development Quarterly*, 11(4), 20-35. [in persian]
- Ali pour, AS; Enayati, T. (1396). Commercialization of Research in 4th Generation Universities, *Interdisciplinary Studies in Strategic Knowledge*, 7(26), 67-53. (In persian)
- Asgari, A., Khorsandi Taskoh, S. & Ghiasi, N. (2021). The required specifications of a fourth-generation university to shape innovation district under anchor approach: a meta-synthesis analysis using text mining, *International Journal of Innovation Science*, *Journal of Science and Technology Policy*, (47), 8-67.
- Bandarian, A. (2012). Strategies for the implementation of technology development and commercialization plans in the Oil Industry Research Institute, *Technology Development Management Quarterly*, (2), 87-110. (In persian)
- Beik zade dromkolayee, S., Yousefi Saeedabadi, R. & Saffarian Hamedani, S. (2020). The role of scientific authority and foresight in the development of fourth generation universities in order to present a model (Case study: Mazandaran University of Medical Sciences). *Practical Research Quarterly of Tab and Cultivation*, 29(2), 87-76. (In persian)
- Clauss, T., Moussa, A. & Kesting, T. (2018). Entrepreneurial university: a stakeholder-based conceptualisation of the current state and an agenda for future research. 77(1-3) 109-144.
- Eliassy, A.A., Salehi, M., & Yousefi Saeedabadi, R. (2018). Identifying and Explaining the Strategic Dimensions of Entrepreneurial University, *Scientific Quarterly of Interdisciplinary Knowledge Studies*, (35), 286-265. (In persian)
- Fateh Rad, M., and Taghi Yari, H. (2005). Entrepreneur University, *National Knowledge-Based Innovation and Development System. Technology Growth* 1 (4), 19-25. (In persian)
- Fazel, A., Kamalian, A, R. & Roshan, S.A.Q. (2017). Identifying Dimensions and Components Affecting the Empowerment of Academic Human Resources with Emphasis on Third and Fourth Generation Universities Using the Fuzzy Delphi Approach: Presenting a Conceptual Model, *Education Strategies (Education Strategies in Medical Sciences)*, 10(6), 455-468. (In persian)
- Gioustina, S., Susana, E., Zilvinas, M., & KarI, H. (2017). An Intellectual Capital framework to measure universitiesthird mission

- activities. Technological forecasting and Social Change, (123), 229-239.
- Ghazinoory, S., Dastranj, N., Saghafi, F., Kulshreshtha, A., & Hasanzadeh, A. (2017). Technology roadmapping architecture based on technological learning: Case study of social banking in Iran. Technological Forecasting and Social Change, (122), 231-242.
- Hoseini, M., Saghafi, F. & Aghayi, E. (2019), A multidimensional model of knowledge sharing behavior in mobile social networks, Kybernetes, 48(5), 906-929. <https://doi.org/10.1108/K-07-2017-0249>.
- Heidari, A., Yazdani, H.R., Saghafi, F. & Jalilvand, M.R. (2018), "The perspective of religious and spiritual tourism research: a systematic mapping study", Journal of Islamic Marketing, 9(4), 747-798. <https://doi.org/10.1108/JIMA-02-2017-0015>.
- Hsieh, T. Y., Lu, S. T. & Tzeng, G. H. (2004). Fuzzy MCDM Approach for Planning and Design Tenders Selection in Public Office Buildings, International Journal of Project Management, 22(7), 573-584. doi:10.1016/j.ijproman.2004.01.002.
- Jawanmardi, Sh. Abbaspour, A; Khorsandi Taskoh, A. and Ghiashi Nadoshan, S. (2017). Designing the innovative university model in the framework of the innovation ecosystem in Iran, Iran Higher Education Scientific Research Quarterly, Year 10, (4), 137-170. (In persian)
- Jonkers, K., Tijssen, R. J. W., Karvounaraki, A., & Goenaga, X. (2018). A regional innovation impact assessment framework for universities. JRC Discussion Paper. Joint Research Center, Brussels, 44.
- Khorsandi Taskooh, A & Panahi, M. (2017). Critical analysis of international ranking systems of universities; Policy suggestions for higher education in Iran. Journal of Higher Education, (8), 136-111. (In persian)
- Kaykha, A. Ezzati, M. & Salehi, M.J. (1398). Entrepreneur University Model Design: A Qualitative Approach (Case Study: University of Tehran), Iranian Journal of Engineering Education, 21(83), 55-7. (In persian)
- Lapteva, A. & Efimov, V. (2016). New Generation of Universities. University 4.0, Journal of Siberian Federal University. Humanities & Social Sciences 11.
- Markuerkiaga, L., Errasti, N., Ochoa, C. & Arcelus, M. (2017). UNEK, an academic entrepreneurship maturity model for technological faculties. (61), 12-18.
- Meyer, J., Pillei, M., Zimmermann, F., & Stoglehner, G. (2018). Customized Education as a Framework for Strengthening Collaboration between Higher Education Institutions and Regional Actors in Sustainable Development-Lessons from Albania and Kosovo. Sustainability, 10(11), 3941.
- Mehdi, R. & Shafiee, M. (2017). Mapping and capacity building of fourth generation universities for local and regional development, Journal of Industry and University, 10th year, (35 and 36), 1-22. (In persian)
- Mohanty, R. P., Agarwal, R., Choudhury, A. K., & Tiwari, M. K. (2005).

- A fuzzy ANP-based approach to R&D project selection: a case study. *International Journal of Production Research*, 43(24), 5199-5216.
- NasserEslami, F., & Saghafi, F. (2010). Safety technologies impacts survey in M-services security provision. *J. Digit. Content Technol. its Appl.*, 4(4), 207-214. (In persian)
- Pawlowski, K. (2012). The 'Fourth Generation University' as a Creator of the Local and Regional Development, *Higher Education in Europe*, 34(1).
- Sadeghi, M., Niaz Azari, K. & Taqvaei Yazdi, M. (2019). Investigating the Dimensions of the Virtual Approach in the Development of the Fourth Generation University, *Quarterly Journal of Information and Communication Technology in Educational Sciences*, Ninth Year, Fourth Issue, 25-44. (In persian)
- Sepehri, Y., Liaqtdar, M. J. & Esfijani, A. (2020). Approaches and methods of teaching and learning in fourth generation universities from the perspective of faculty members: a qualitative case study, *Journal of Education and Learning Studies of the twelfth period*, second issue, (79), 137-161. (In persian)
- Saaty, T. L. (1996). *The analytic network process-decision making with dependence and feedback*, Pittsburgh, PA: RWS Publication.
- Saghafi, F., Mohaghar, A., Baradaran, M., Aslani, A., & Maleki, M. H. (2018). Innovative Metaphor for the University of Tehran to Fit the New Age Using the Background of Stackholder Groups. *Public Policy*, 4(3), 47-65. (In persian)
- Saghafi, F. & Azadegan-Mehr, M. (2019). Policy Making for Governance of Technology Transitions: Basics and Theories. *Journal of Science and Technology Policy*, 12(2), 221-237. (In persian)
- Saghafi, F., Aliahmadi, A., Ghazinoory, S., & Hourali, M. (2013). Offering the reference model of backcasting approach for achieving sustainable development. *Journal of Futures Studies*, 18(1), 63-84.
- Yadali Deh Cheshmeh, A., Rajaipour, S., and Siadat, S.A. (1400). Developing a fourth generation university model for Iranian universities, *Quarterly Journal of Interdisciplinary Studies in Humanities*, 13(4), 31-57. (In persian)
- Yadali Deh Cheshmeh, A., Rajaipour, S., and Siadat, S.A. (1400). Analysis of the Role of the Fourth Generation University (Social University) in Regional Development, *Quarterly Journal of Local Development (Rural-Urban)*, 13(1). (In persian)

عوامل مؤثر بر نشاط اجتماعی: فراتحلیل پژوهش‌ها

طاها عشایری

عضو هیئت علمی گروه تاریخ و جامعه‌شناسی دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران (نویسنده مسئول).

t.ashayeri@uma.ac.ir

طاهره جهان‌پرور

دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی دانشکده علوم اجتماعی ارتباطات و رسانه دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی، تهران، ایران.

jparvar@yahoo.com

چکیده

نشاط اجتماعی یکی از مسائل مهم جامعه امروزی بوده و بخشی از مسائل اجتماعی - فرهنگی (آسیب‌ها) وابسته به میزان نشاط اجتماعی است. این مسئله تحت‌تأثیر عوامل مختلف اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و روانی است. هدف اصلی پژوهش مطالعه عوامل مؤثر بر نشاط اجتماعی به روش فراتحلیل در بازه زمانی ۱۳۸۶ الی ۱۴۰۰ است. روش پژوهش از نوع فراتحلیل (کمی)، ابزار آن پرسشنامه معکوس، آماره تحلیل کوهن و فیشر؛ روش نمونه‌گیری تصدیقی - غیراحتمالی، از جامعه آماری ۵۵ پژوهش، ۴۳ سند به‌عنوان حجم نمونه با رعایت ملاک ورود (اعتبار و روایی) انتخاب شده است. نتایج نشان می‌دهد که بین سرمایه اجتماعی (اعتماد اجتماعی، انسجام اجتماعی، مشارکت اجتماعی، مقبولیت اجتماعی، شبکه‌های خویشاوندی و تعاملات اجتماعی، بی‌تفاوتی اجتماعی)؛ سبک زندگی (سبک زندگی ورزشی، سبک زندگی دینی، سبک فراغت سالم و سبک زندگی مصرفی)؛ سرمایه فرهنگی (نهادینه‌شده و تجسم‌یافته)؛ عوامل رسانه‌ای (شبکه‌های اجتماعی، رسانه‌های داخلی و رسانه‌های محلی)؛ عوامل اجتماعی (محرومیت نسبی، ناکامی اجتماعی، بی‌سازمانی اجتماعی و انمی اجتماعی، احساس بی‌عدالتی)؛ عوامل روانی (عزت‌نفس، رضایت از زندگی، شخصیت پنهان و احساس هویت) و عوامل زمینه‌ای (طبقه اجتماعی، سطح تحصیلات، سن و درآمد) میزان نشاط اجتماعی رابطه معنی‌داری وجود دارد.

کلیدواژه‌ها: سبک زندگی، سرمایه فرهنگی، سرمایه اجتماعی، نشاط اجتماعی.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱۲/۱۷ تاریخ بازبینی: ۱۴۰۱/۰۶/۰۵ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۶/۰۸

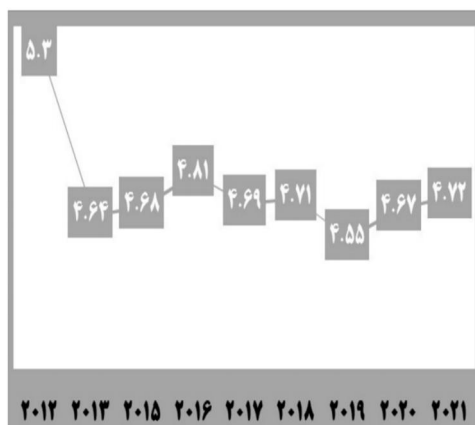
فصلنامه راهبرد اجتماعی فرهنگی، سال ۱۲، شماره ۱، پیاپی ۴۶، بهار ۱۴۰۲، صص ۳۱-۶۶

مقدمه و بیان مسئله

موضوع شادزیستی، عیان‌ترین لباس هر فرهنگی است (عنبری، ۱۳۹۲، ص. ۱۰۱). خرسندی و نشاط، امری اجتماعی - فرهنگی و در بستر جامعه انسانی تجلی می‌یابد و حاصل کنش متقابل اجتماعی است (آرگایل، ۱۳۸۸، ص. ۱۲۷). شادی کردن، از زیباترین و متعالی‌ترین احساسات و نیازهای روانی انسانی است که ارتباطی عمیق رشد، شکوفایی و خلاقیت آنها دارد (افشانی، ۱۳۹۲، ص. ۱). این احساس و کنش اجتماعی - فرهنگی، به انتخاب فرد در اهداف زندگی، فعالیت‌های روزانه کمک شایانی می‌کند. در جهان معاصر؛ گمشده جامعه انسانی است و یکی از دلایل بی‌سازمانی اجتماعی و از خودبیگانگی و بی‌هنجاری، کاهش شادی در جامعه است (مظاهری، ۱۳۸۶). شادی؛ کیفیت زندگی و سلامت اجتماعی را تضمین می‌کند (آل یاسین، ۱۳۸۰ و رحیمی یگانه، ۱۳۸۶). محرک بشری برای اهداف و آرزوهای اجتماعی است (Street, et al., 2004). از نگاه دورکیم گذر از جامعه سنتی به مدرن همراه با آشفتگی‌های اجتماعی و تضعیف سرمایه اجتماعی سنتی و پایین آمدن نشاط اجتماعی است (ریترز، ۱۳۹۰، ص. ۷۸). از آثار نشاط اجتماعی، می‌توان به گسترش و توسعه مشارکت مدنی؛ تحرک اجتماعی - فیزیکی؛ شکوفایی ظرفیت اجتماعی؛ هدفمندی زندگی و کاهش احساس آنومی؛ افزایش تعاملات اجتماعی و تقویت سرمایه اجتماعی؛ تعلق اجتماعی، همبستگی اجتماعی، مسئولیت‌پذیری اجتماعی، افزایش رضایت از زندگی یا رضایت شغلی - کاری، ارتقای کیفیت زیست‌جمعی و امید اجتماعی، پویایی فرهنگی - اجتماعی؛ از آثار نشاط اجتماعی در جامعه است. جامعه بانشاط، خرسند و شاد، دارای توسعه اجتماعی - اقتصادی بهتری خواهد بود و به‌راحتی ضمن احساس امنیت اجتماعی فراگیر، در برابر بحران‌های اجتماعی (انسانی) و غیراجتماعی (طبیعی) توان مدیریت، بردباری و تحمل را خواهد داشت. نشاط اجتماعی؛ کنشی اجتماعی - فرهنگی است که با فرهنگ، ساختار قومی، سرمایه اجتماعی، فضای اجتماعی، سطح توسعه و هنجارهای اجتماعی - قومی ارتباط دارد.

نشاط اجتماعی، حالتی از نگرش مثبت درباره جهان و محیط اجتماعی است. هر چه میزان امیدواری اجتماعی بالاتر بود، توانایی جامعه برای مقابله با بحران‌های

اجتماعی، آنومی و بلایای اجتماعی - طبیعی نیز بیشتر شده و دلیل این، میزانی از نشاط جمعی است (Diener & Schwarz, 2004, p. 81). شادی دارای ابعاد اقتصادی، فرهنگی، سیاسی، روانی و اجتماعی است که باعث نوآوری اجتماعی می‌شود (حسابی و دیگران، ۱۳۹۷). سعادتمندی، خوش‌بختی و موفقیت را معادل نشاط اجتماعی تصور می‌کنند (Seligman, 2003). مسائل اجتماعی - فرهنگی، از جمله بزهکاری، اختلال رفتاری - شخصیتی، خودکشی و قتل در میان افراد بی‌نشاط بیشتر از افراد بانشاط است (Furnham, Cheng, 1999, p. 21). ایران به لحاظ تاریخی، منشأ شادزیستی و فعالیت‌های نشاط‌آور در سه محور فلسفه خلقت، فلسفه طبیعت، آیین‌های نیایش و نحوه معیشت جستجو کرد. درواقع سه مؤلفه‌های سبک‌های ستایش، فرهنگ کار و آیین‌های گذار، ارتباط تنگاتنگی با نشاط مردمی در ایران داشته است (عنبری، ۱۳۹۲، ص. ۱۰۲). جامعه ایرانی، به دلیل گذار اجتماعی از سنت به نوسازی، با مسائل اجتماعی متعددی مواجه است که نشاط را تحت تأثیر خود قرار داده است (افشانی، ۱۳۹۲، ص. ۳). امروزه سطح توسعه جامعه و میزان مسائل اجتماعی آن ارتباطی با سطح نشاط اجتماعی جامعه دارد (محمدی‌راد، ۱۳۹۱، ص. ۳؛ امیرمظاهری و فخاریان، ۱۳۹۵، ص. ۸). رتبه جوامع دنیا نشان می‌دهد که در ۲۰۲۲، فنلاند شادترین کشور جهان و بعد از آن دانمارک، ایسلند، سوئیس، هلند و لوکزامبورگ؛ وضعیت نشاط خوبی دارند. کشور ایران، از بین ۱۴۶ کشور دنیا، رتبه ۱۱۰ را در نشاط اجتماعی کسب کرده است (Jan-Emmanuel & et al., 2022). گزارش جهانی طی ۹ دوره ۲۰۱۲-۲۰۲۱ نشان می‌دهد که میزان نشاط و شادی در جامعه ایرانی طی سال‌های اخیر روندی کاهشی را تجربه کرده و اما همواره مقدار آن در حدود متوسط مانده است (حسینی‌زاده، ۱۴۰۰، ص. ۲۶).



منبع: (حسینی‌زاده، ۱۴۰۰، ص. ۲۶)

نمودار (۱): روند تغییرات میانگین نمره نشاط اجتماعی ایران در ۹ گزارش جهانی (۲۰۲۱-۲۰۱۲)

وضعیت نشاط اجتماعی ایرانیان مطابق آخرین گزارش ایسپا (مهرماه ۱۳۹۹)، نشان می‌دهد که ۴۰ درصد مردم خود را فردی بانشاط می‌دانند. ازسوی دیگر ۲۲ درصد افراد وضعیت نشاطشان را در سطح کم ارزیابی کرده‌اند. ۳۸ درصد پاسخگویان نیز تا حدودی خود را فردی بانشاط می‌دانند. براین اساس، مردان در قیاس با زنان بیشتر خود را فردی بانشاط ارزیابی کرده‌اند. همچنین افراد ساکن روستاها نسبت به شهرنشین‌ها، بیشتر خود را فردی شاد می‌دانند (ایسپا، ۱۳۹۹). براین اساس مطابق نتایج جهانی (۲۰۱۹-۲۰۰۶) و مطالعات داخلی (۱۳۸۶ الی ۱۳۹۹)، وضعیت نشاط اجتماعی ایران تغییرهای محسوسی را تجربه نکرده و در سال‌های ۲۰۱۷، ۲۰۱۸ و ۲۰۱۹ و ۲۰۲۰، رتبه آن در منطقه و جهان اندکی با کاهش مواجه شده است. نظر پاسخگویان درباره نشاط جامعه ایرانی نشان می‌دهد که ۷۹ درصد معتقدند که جامعه ایرانی، جامعه بانشاطی نیست، تنها ۴ درصد، جامعه را شاداب می‌دانند. ۱۵.۵ درصد افراد نیز نشاط اجتماعی ایرانیان در شرایط کنونی را بینابین ارزیابی کرده‌اند (ایسپا، ۱۳۹۹، صص. ۶۱-۸۹). در ایران، آداب و رسوم و سنت‌های مختلفی وجود دارد که با محوریت نشاط دارد و جامعه ایرانی را می‌توان در آیین سنتی و دینی، بانشاط عجبین داشته است. درباره عوامل مؤثر بر نشاط اجتماعی؛ پژوهش‌های مختلفی صورت گرفته است، پژوهش حاضر سعی دارد با مراجعه به مطالعات پیمایشی صورت گرفته درباره زمانی ۱۳۸۶ الی ۱۴۰۱؛ با روش فراتحلیل؛ اندازه اثر متغیرهای مؤثر بر

نشاط اجتماعی و همچنین تأثیر متغیرهای زمینه‌ای-تعدیل‌گر را برآورد نماید.

۱. هدف پژوهش

نشاط اجتماعی و عوامل مؤثر بر آن، مسئله مهم اجتماعی جامعه ایرانی است. این موضوع از محورهای مورد مطالعه پرتکرار در بین رشته‌های علوم اجتماعی، روان‌شناسی بوده است. پژوهش‌های مختلفی درباره نشاط اجتماعی صورت گرفته است. براین اساس هدف اصلی پژوهش عبارت است از:

- برآورد اندازه اثر عوامل مؤثر بر نشاط اجتماعی بازه زمانی ۱۳۸۶ الی ۱۴۰۰؛
- برآورد میزان اثر متغیرهای میانجی بر نشاط اجتماعی در بازه زمانی ۱۳۸۶ الی ۱۴۰۰.

۲. پرسش‌های پژوهش

- چه عواملی بر نشاط اجتماعی تأثیرگذار است؟
- نقش متغیرهای زمینه‌ای (تعدیل‌گر) در تبیین نشاط اجتماعی چگونه هست؟
- مهم‌ترین راهکارهای تقویت نشاط اجتماعی در جامعه چیست؟

۳. پیشینه پژوهش

نشاط اجتماعی مورد استقبال پژوهشگران سازمانی و اعضای دانشگاهیان در طی سال‌های گذشته بوده است، با مروری بر پایگاه‌های علمی، نورمگز، مگایران، ایران داک و علم نت با جستجوی کلیدواژه «نشاط، شادی، نشاط اجتماعی» نزدیک به ۵۵ سند پژوهشی شناسایی شده است که مقالات پیمایشی دارای ملاک ورود (ضریب همبستگی، حجم نمونه، تعاریف عملی و نظری متغیر، سال انجام پژوهش، اعتبار و روایی) پژوهش در بازه زمانی ۱۳۸۶ الی ۱۴۰۰ انتخاب شدند. براین اساس پیشینه پژوهش به دو دسته تقسیم می‌شوند:

۳-۱. مطالعات مربوط به فراتحلیل پژوهش حاضر

جدول (۱): خلاصه پیشینه مطالعات

نویسنده/سال	عنوان پژوهش	شیوه نمونه‌گیری	ابزار	حجم نمونه
طالب‌زاده و شوشتری و	مقاله بررسی نشاط اجتماعی و عوامل مؤثر بر آن (مورد مطالعه: شهر	خوشه‌ای	پیمایش + پرسشنامه	۴۰۰

نویسنده/سال	عنوان پژوهش	شیوه نمونه‌گیری	ابزار	حجم نمونه
مزگی‌نژاد (۱۴۰۰)	بیرجند)			
جانعلی‌زاده چوبستی و غلامی (۱۳۹۸)	بررسی رابطه نشاط اجتماعی با بهره‌وری علمی اعضای هیئت علمی (مورد مطالعه: دانشگاه مازندران)	تصادفی	پیمایش+پرسشنامه	۳۰۶
حدادپور و دیگران (۱۳۹۸)	تأثیر آلودگی بصری شهری بر نشاط اجتماعی و سرزندگی مردم شهرستان نطنز در سال ۱۳۹۷	تصادفی	پیمایش+پرسشنامه	۴۰۰
فرزعلیان و دیگران (۱۳۹۸)	بررسی نقش سرمایه‌های اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی در گرایش شهروندان به سبک زندگی نشاط محور	تصادفی	پیمایش+پرسشنامه	۲۶۲
رادان (۱۳۹۸)	پیش‌بینی نشاط اجتماعی بر اساس سرمایه اجتماعی دانشجویان زن	چندمرحله‌ای	پیمایش+پرسشنامه	۷۵۰
صفاریان و دیگران (۱۳۹۸)	شناخت رابطه بین سلامت و نشاط اجتماعی با بی‌تفاوتی اجتماعی جوانان: مورد مطالعه شهر کرمانشاه	تصادفی	پیمایش+پرسشنامه	۳۷۳
عباسی و کاظمی‌پور (۱۳۹۸)	شناخت عوامل اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی مؤثر بر نشاط اجتماعی	تصادفی	پیمایش+پرسشنامه	۱۰۰
حکیم خانی و فخمی‌آذر (۱۳۹۷)	بررسی رابطه نشاط اجتماعی با مسئولیت‌پذیری اجتماعی کارکنان آتش‌نشانی کلان‌شهر تبریز	تصادفی	پیمایش+پرسشنامه	۳۸۴
سیاهپوش و دیگران (۱۳۹۷)	بررسی میزان نشاط اجتماعی نوجوانان تحت پوشش کمیته امداد امام خمینی (ره) شهر پلدختر و عوامل اجتماعی مؤثر بر آن	طبقه‌ای	پیمایش+پرسشنامه	۱۶۴
منصوری مرادیان و ملک حسینی (۱۳۹۷)	تبیین شاخص‌های سرمایه اجتماعی در راستای ارتقاء نشاط اجتماعی و سلامت روان شهروندان (مطالعه موردی: شهر همدان)	تصادفی	پیمایش+پرسشنامه	۲۳۴
کارگر و دیگران (۱۳۹۶)	تبیین جامعه‌شناختی رابطه سبک زندگی و شادمانی اجتماعی	خوشه‌ای	پیمایش+پرسشنامه	۳۸۴

نویسنده/سال	عنوان پژوهش	شیوه نمونه‌گیری	ابزار	حجم نمونه
الماسی (۱۳۹۵)	عوامل مرتبط با احساس شادکامی سالمندان	خوشه‌ای	پیمایش+پرسشنامه	۲۰۰۰
رادان (۱۳۹۵)	مقایسه میزان نشاط اجتماعی دانشجویان زن دانشگاه پیام‌نور و آزاد اسلامی شهر ساوه بر اساس برخی از متغیرهای اجتماعی	تصادفی	پیمایش+پرسشنامه	۱۰۵
بخارایی و دیگران (۱۳۹۵)	مطالعه میزان نشاط اجتماعی در شهر بوشهر و عوامل اجتماعی مؤثر بر آن	سهمیه‌ای متناسب	پیمایش+پرسشنامه	۱۷۰
سلامتی و ابراهیمی‌پور (۱۳۹۵)	بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و فرهنگی با میزان نشاط اجتماعی در بین کودکان و نوجوانان ۱۲-۱۸ سال مقیم مراکز تحت حضانت بهزیستی و کودکان و نوجوانان تحت حضانت اقوام	خوشه‌ای	پیمایش+پرسشنامه	۳۵۰
عباس‌زاده و دیگران (۱۳۹۵)	بررسی ارتباط بین اشکال سرمایه و شادی در بین حاشیه‌نشینان و غیرحاشیه‌نشینان (مورد مطالعه: شهر تبریز)	تصادفی	پیمایش+پرسشنامه	۴۵۳
کاظمیان‌پور و شهریاری (۱۳۹۵)	تأثیر فرهنگ بر متغیرهای اجتماعی؛ مقایسه مفهوم شادمانی در شهر تهران و روستای ارزنه	تصادفی	پیمایش+پرسشنامه	۳۷۵
تمیزی‌فر و عزیزی مهر (۱۳۹۴)	بررسی رابطه بین اوقات فراغت و نشاط اجتماعی در شهر اصفهان	تصادفی	پیمایش+پرسشنامه	۱۰۰
جعفروند و فتحی (۱۳۹۴)	تحلیلی بر رابطه سرمایه اجتماعی و شادی در زندگی دانشجویی (مورد مطالعه: دانشجویان واحد علوم و تحقیقات تهران)	خوشه‌ای	پیمایش+پرسشنامه	۳۰۰
حاجی‌زاده و ترکان (۱۳۹۴)	بررسی میزان و عوامل فرهنگی - اجتماعی مرتبط با نشاط اجتماعی	تصادفی	پیمایش+پرسشنامه	۳۷۵
حقیقتیان (۱۳۹۴)	عوامل اجتماعی مؤثر بر شادمانی اجتماعی معلمان شهر اصفهان	خوشه‌ای	پیمایش+پرسشنامه	۳۸۴

نویسنده/سال	عنوان پژوهش	شیوه نمونه‌گیری	ابزار	حجم نمونه
ذهبی (۱۳۹۴)	بررسی تأثیر رابطه میان دینداری و سرمایه اجتماعی بر میزان نشاط اجتماعی در میان گردشگران مذهبی ایرانی (مورد مطالعه: شهر مشهد)	خوشه‌ای	پیمایش+پرسشنامه	۳۸۲
سرخوش (۱۳۹۴)	حضور افراد در هیئت‌های مذهبی و نشاط اجتماعی (مطالعه موردی شهر همدان در سال ۱۳۹۳)	تصادفی	پیمایش+پرسشنامه	۳۰۶
نبوی و دیگران (۱۳۹۴)	بررسی تأثیر عوامل اجتماعی و روانی بر احساس نشاط	تصادفی	پیمایش+پرسشنامه	۳۷۰
نصرتی‌نژاد و دیگران (۱۳۹۴)	مطالعه رابطه بین سرمایه اجتماعی جوانان و میزان شادکامی آنان	طبقه‌ای	پیمایش+پرسشنامه	۳۰۷
الماسی و دیگران (۱۳۹۳)	احساس شادکامی دختران شهر ایلام و عوامل مرتبط با آن	در دسترس	پیمایش+پرسشنامه	۳۷۳
رضادوست و دیگران (۱۳۹۳)	بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر میزان نشاط در استان خوزستان	در دسترس	پیمایش+پرسشنامه	۱۱۶
هزارجریبی و مرادی (۱۳۹۳)	نشاط اجتماعی و عوامل مرتبط با آن (مطالعه‌ای در بین دانشجویان دانشگاه علامه طباطبائی)	اتفاقی	پیمایش+پرسشنامه	۳۴۵
افشانی (۱۳۹۲)	بررسی میزان نشاط اجتماعی در بین جوانان یزدی و عوامل مرتبط با آن	تصادفی	پیمایش+پرسشنامه	۳۰۰
انصاری و دیگران (۱۳۹۲)	بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر شادی در محیط کار شرکت ملی حفاری ایران	خوشه‌ای	پیمایش+پرسشنامه	۴۵۰
خوشفر و دیگران (۱۳۹۲)	بررسی تأثیر سه نوع سرمایه اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی بر شادی جوانان	طبقه‌ای	پیمایش+پرسشنامه	۳۳۳
زارع و دیگران (۱۳۹۱)	بررسی رابطه بین رضایت شغلی و نشاط اجتماعی در دبیران مقطع متوسطه شهر جیرفت	خوشه‌ای	پیمایش+پرسشنامه	۳۸۰
خادمیان و فرجی (۱۳۹۱)	عوامل اجتماعی مؤثر در نشاط اجتماعی دانشجویان	خوشه‌ای	پیمایش+پرسشنامه	۹۸۷

نویسنده/سال	عنوان پژوهش	شیوه نمونه‌گیری	ابزار	حجم نمونه
عباس‌زاده و دیگران (۱۳۹۱)	انواع سرمایه‌ها و نقش آنها در تبیین شادکامی دانشجویان	تصادفی	پیمایش+پرسشنامه	۱۲۰۰
گلایی و اخشی (۱۳۹۱)	مشارکت اجتماعی و نشاط اجتماعی	تصادفی	پیمایش+پرسشنامه	۴۰۰
ابراهیم‌زاده و دیگران (۱۳۸۹)	بررسی نشاط اجتماعی و عوامل مؤثر بر آن در بین دانشجویان دانشگاه آزاد واحد پارس‌آباد مغان سال تحصیلی ۸۹-۹۰	طبقه‌ای متناسب	پیمایش+پرسشنامه	۲۷۷
ربانی و دیگران (۱۳۸۸)	تبیین نشاط اجتماعی در بین اقوام و رابطه آن با هویت جمعی	طبقه‌ای تصادفی	پیمایش+پرسشنامه	۳۷۸
هزارجریبی و آستین افشان (۱۳۸۸)	بررسی عوامل مؤثر بر نشاط اجتماعی (با تأکید بر استان تهران)	تصادفی	پیمایش+پرسشنامه	۳۸۰
کشاوری و وفاییان (۱۳۸۶)	بررسی عوامل تأثیرگذار بر میزان شادکامی	تصادفی	پیمایش+پرسشنامه	۷۰۰

۲-۳. مطالعات قبلی صورت گرفته به صورت فراتحلیل درباره موضوع

نشاط اجتماعی؛ به صورت فراتحلیل و فراترکیب در سال‌های ۱۳۹۹ (زکی)؛ ۱۳۹۶ (شریف‌زاده و دیگران) و ۱۳۹۲ (عنبری) صورت گرفته است که در ادامه به آنها اشاره می‌شود:

– زکی (۱۳۹۹) در مقاله‌ای با عنوان «فراترکیب پژوهش نشاط اجتماعی در ایران: ارائه چارچوب و الگویی جامع و یکپارچه» نشان می‌دهد که یافته‌های پژوهش روندی افزایشی و همچنین سریع و شتابان (خصوصاً در دهه دوم پژوهش) در تولید دانش و پژوهش نشاط اجتماعی در ایران طی ۲۰ سال (سال‌های ۱۳۷۸ تا بهمن‌ماه ۱۳۹۸) داشته است. نتایج استفاده از روش «فراترکیب» پژوهش را قادر به «ارائه چارچوب و الگویی جامع و یکپارچه تبیین نشاط اجتماعی در ایران» نموده است. بر اساس مدل پیشنهادی نشاط اجتماعی قابل تفکیک در پنج بخش به ترتیب فراوانی شامل پیشایندها (۶۳ درصد)، وضعیت (۱۴ درصد)، پسایندها (۱۳ درصد)، کلیات (۸ درصد) و همبسته‌ها (۲ درصد) گزارش و طبقه‌بندی

شده‌اند. شرایط و عوامل مؤثر بر نشاط اجتماعی در ایران در هفت دسته اصلی شمارش شده‌اند. بیشترین فراوانی عوامل مؤثر فرعی بر نشاط اجتماعی شامل دینداری (۲۹ مقاله)، سرمایه اجتماعی (۲۴ مقاله)، اعتماد اجتماعی (۱۱ مقاله)، امنیت اجتماعی (۱۰ مقاله)، سرمایه فرهنگی (۹ مقاله)، احساس محرومیت نسبی و طبقه اجتماعی (۸ مقاله)، احساس مقبولیت اجتماعی، آنومی، هوش معنوی و عزت نفس (هر کدام ۷ مقاله) هستند. کارکردهای نشاط اجتماعی در ایران در شش دسته اصلی طبقه‌بندی شده‌اند. بیشترین فراوانی اثرات فرعی نشاط اجتماعی شامل سلامت عمومی (۷ مقاله)، رضایت زناشویی (۴ مقاله)، موفقیت تحصیلی (۸ مقاله) و رضایت شغلی (۳ مقاله) هستند.

- شریف‌زاده و دیگران (۱۳۹۶)، در پژوهشی با عنوان «بررسی عوامل مؤثر بر نشاط اجتماعی در ایران؛ فراتحلیلی از تحقیقات موجود» بر این نکته تأکید دارند که در سال‌های اخیر، با توجه به اهمیت نشاط اجتماعی در ایران، پژوهش‌های متعددی در این حوزه انجام شده و با در نظر گرفتن فراوانی و تنوع پژوهش‌های انجام‌شده در زمینه نشاط اجتماعی، نیاز به انجام پژوهش‌های ترکیبی مثل فراتحلیل در این حوزه احساس می‌شود. اصلی‌ترین سؤال پژوهش حاضر این است که مهم‌ترین عوامل مؤثر بر نشاط اجتماعی در پژوهش‌های انجام‌شده در ایران کدامند؟ جامعه آماری پژوهش همه مقالات معتبر علمی است که طی سال‌های ۱۳۸۴ تا ۱۳۹۴ با موضوع نشاط اجتماعی منتشر شده است. درنهایت ۲۴ پژوهش انتخاب و با نرم‌افزار جامع فراتحلیل (CMA2)، تحلیل شدند. یافته‌های پژوهش نشان داد که متغیرهای رضایت از زندگی، عزت‌نفس، دینداری و ارتباط اجتماعی، به نسبت سایر متغیرها، تأثیر زیادی بر نشاط اجتماعی در ایران دارند. نتایج اندازه اثرات نشان می‌دهد که رابطه رضایت از زندگی و نشاط اجتماعی، معادل ۶۱/۰ و در حد زیاد می‌باشد. رابطه عزت‌نفس و نشاط اجتماعی در پژوهش‌های مرور شده حدود ۵۸/۰ و در حد زیاد قرار دارد. نتایج اثرات ترکیبی تصادفی نشان می‌دهد که رابطه دینداری و نشاط اجتماعی معادل ۳۹/۰ و رابطه ارتباط اجتماعی و نشاط اجتماعی، حدود ۳۷/۰ و هر دو در حد متوسط است.

- عنبری (۱۳۹۲)، در پژوهشی با عنوان «ستایش‌های شادمانه الگوی مؤثر شادزیستی مردمی در ایران» نشان می‌دهد که موضوع نشاط یا شادزیستی، عیان‌ترین جلوه و لباس هر فرهنگ است. به همین دلیل، چند سالی است که برخی از اجزاء این شاخص کلیدی در گزارش‌های جهانی فرهنگ و پژوهش‌های

نهادهای فرهنگی کشورها موردتوجه قرار گرفته است. حضور این شاخص در گزارش‌های مربوط به کیفیت زندگی و توسعه انسانی نیز سبب شده است تحلیل موضوع از ادبیات روان‌شناختی و مردم‌شناختی به گفتمان جامعه‌شناختی و توسعه اشاعه یابد. این مقاله با رویکردی اسنادی، زمینه‌ها و عوامل شادزیستی در ایران را به‌منظور تبیین مسئله و تمرکز بر مقولات الگوساز در کشور بررسی می‌کند و به‌منظور فهم نسبت بین شاخص‌های موجود و بسترهای تاریخی، پیمایش‌ها و تحلیل‌های موجود در مورد نشاط اجتماعی در ایران را تا پایان دهه ۱۳۸۰ واکاوی نموده است. از مجموع داده‌های پیمایشی متعدد در کشور چنین برمی‌آید که سطح شادکامی و رضایت از زندگی در سال‌های مختلف در دهه‌های ۱۳۷۰ و ۱۳۸۰ «متوسط» بوده است. مهم‌ترین عواملی که به شهادت پژوهش‌ها، در سال‌های مختلف بیشترین بار تبیینی شادزیستی در کشور را بر دوش کشیده‌اند به ترتیب اهمیت عبارت‌اند از: اشتغال، درآمد (تورم)، احساس امنیت، احساس برابری و گسترش تفریحات و سرگرمی‌ها. اگرچه در ادبیات جدید شادزیستی، راهکارهای روان‌شناختی و اقتصاد شادکامی را اولی و درمانگر ذکر کرده‌اند، احترام به هویت‌گرایی فرهنگی و آئین‌های جمعی هویت‌بخش و مردمی، مؤثرترین عامل تحول در سطوح شادزیستی مردمی است. درواقع این مقاله، مدعی است که در ایران تاریخی، منشأ شادزیستی و فعالیت‌های نشاط‌آور را باید در سایه مقولاتی مانند فلسفه خلقت، فلسفه طبیعت، آئین‌های نیایش و نحوه معیشت جستجو و تحلیل کرد. درواقع سه مؤلفه «سبک‌های ستایش»، «فرهنگ کار» و «آئین‌های گذار» ارتباط تنگاتنگی بانشاط مردمی در ایران داشته و دارند.

۳-۳. نقد پیشینه و نوآوری پژوهش

نشاط اجتماعی به دلیل اهمیت موضوع در ایران توسط پژوهشگران (۳) محقق دانشگاهی) در سال‌های ۱۳۹۲، ۱۳۹۶ و ۱۳۹۹ فراترکیب و فراتحلیل شده است، هر کدام از آنها جنبه‌های نوآورانه جالب و درخور توجهی برای سیاست‌گذاری و امر پژوهشی دارند؛ مثلاً مطالعه عنبری با ترکیبی از نتایج توصیفی و کیفی (تاریخی)، یک گزارش جامع و قابل‌تأملی را ارائه داده است، با مطالعه تاریخی درباره شادزیستی و نشاط اجتماعی؛ توانسته ضمن انجام یک مفهوم‌شناسی مبتنی بر مطالعات توسعه و تاریخ؛ به مسئله نشاط پردازند، ازجمله نقاط قوت آن، کشف بستر و زمینه‌های تاریخی الگوهای شادزیستی و ضعفان عدم تبیین آماری و استنباطی از داده‌های

جدید (عوامل مؤثر بر نشاط اجتماعی در ایران در این بازه زمانی) است. همچنین پژوهش زکی (۱۳۹۹)، با رویکرد فراترکیب به مسئله نشاط پرداخته است، این فراترکیب دارای یافته‌های علمی ارزشمند در امر نشاط است، اما با تکیه بر فراوانی شماری؛ مهم‌ترین مؤلفه‌های مؤثر بر نشاط را شناسایی کرده است، یعنی با تکیه بر متغیرهای معنادار، بدون برآورد اندازه اثر آنها، به شاخص‌های مؤثر بر نشاط را تحلیل و تبیین نموده است، نقطه‌ضعف آن، عدم برآورد اندازه اثر تک‌تک متغیرها و اثر کلی شاخص بوده است. درنهایت در کنار پژوهش فعلی نگارندگان؛ تنها فراتحلیل با هدف برآورد اندازه اثر به روش فیشر و کوهن (ابزار تحلیل آماری)؛ پژوهش شریف‌زاده و همکاران (۱۳۹۶) بوده که سعی کرده با نرم‌افزار فراتحلیل، اثر متغیرهای مستقل بر وابسته را برآورد نموده و در این پژوهش فقط اثر نهایی سه متغیر رضایت از زندگی، دینداری و عزت‌نفس برآورد شده و درحالی‌که مطابق بررسی پژوهش فعلی؛ ۴۳ تحقیق پیمایشی در ایران تا ۱۴۰۱ صورت گرفته است. متغیرهای مهم و کلان اثرگذاری بر نشاط اجتماعی هستند که به آنها اشاره نشده و پژوهش حاضر با انجام پژوهش در یک بازه زمانی طولانی، سعی کرده، نقش متغیرها و شاخص را به‌طور جامع در این دوره زمانی برآورد کرده و ضمن بررسی همگنی و ناهمگنی پژوهش، اثر متغیرهای تعدیل‌گر را نیز نشان دهد که در کنار مطالعات فوق، می‌تواند نقش تکمیلی و مؤثری در امر سیاست‌گذاری فرهنگی، اجتماعی و رویکردهای پژوهشی تلقی شود.

۴-۳. ملاحظات نظری

۳-۴-۱. تعریف مفهوم نشاط

واژه شادی در زبان پهلوی به «شاد» و در اوستا و سانسکریت «شات» به معنی خوشحال شدن و در زبان فارسی با واژه‌های سرور، نشاط، تفریح و خوشی معادل بوده است. در قرآن کریم، الفاظ فرح، سرور و نضرة معادل نشاط در زبان روزمره ایرانیان است (عنبری، ۱۳۹۲، ص. ۱۰۴). شاد به معنای خشنودی، خوش بودن، بی‌غمی، احساس خرسندی و آرامش و خنده (دهخدا، ۱۳۹۰، ص. ۱۲۳۴)، نداشتن افکار مایوسانه و ناامید و داشتن طراوت و لذت خوب معادل خوشبختی، خوش‌یمنی، رضایت اجتماعی آمده است (داینر^۱ و دیگران، ۲۰۰۴). افلاطون، شادی را نوعی از

1. Diener

تعداد روانی و هماهنگی میان سه قوه تعلق، احساسات و امیال در ساحت وجودی انسان می‌داند (دیکی^۱، ۱۹۹۹). شادمانی در ادبیات علمی، سه جزء مهمی خوشی، رضایت اجتماعی از زندگی و فقدان عواطف منفی درباره خود و دیگران است (بختیار نصرآبادی و پهلوان صادق، ۱۳۹۱، ص. ۲۴). این شادی سه‌بعدی مهم یعنی: ۱- جزء هیجانی (احساسی) که فرد شادکام از نظر خلقی، شاد و خوش حال است (گلزاری، ۱۳۸۷)؛ ۲- جزء شناختی که باعث می‌شود فرد شادکام اطلاعات را به روش خاصی پردازش و تعبیر و تفسیر کند که درنهایت، باعث احساس شادی و خوش بینی در وی می‌شود، ۳- جزء اجتماعی که فرد شادکام، دارای روابط اجتماعی مناسبی با دیگران است (Argyle & Lu, 1990). شادی مترادف با بشاش و مسرور بودن است که در رفتار اجتماعی خود را نمایان می‌سازد (Seligman & Danner, 2002, p. 80) و حالتی مثبت که تعادل عاطفی و رضایت از زندگی را در افراد ایجاد می‌کند (Carr, 2004, p.79).

۳-۵. مبانی نظری

۳-۵-۱. سلینگمن

وی، نظریه لذت را مطرح و بر این تأکید دارد که نشاط؛ یک نوع احساس خوشبختی در فرد است که همراه با کاهش غم و اندوه و افزایش شادی و رضایت است (Seligman, 2003, p. 1). خوشبختی در این مفهوم لذت، معادل دستیابی به اهداف اجتماعی (عدم ناکامی و محرومیت اجتماعی) است (Darling & Steinberg, 1993, p. 113). وی به تأسی از ارسطو که شادی را در خوب بودن، نیکی کردن و زیستن در پرتو نیکوکاری می‌دانست؛ شادی را شامل سه مسیر: الف. مسیر دلپذیر (تجربه هیجان مثبت نسبت به گذشته از جمله بخشش، قناعت و هدیه دادن)؛ ب. گرمی، نشاط و لذت در حال حاضر و ج. خوش‌بینی و امید نسبت به آینده می‌داند (Lopez, 2009). تلاش و کوشش انسان و کنجکاوی بر حل موانع اجتماعی و دست یافتن به ارزش‌های اجتماعی، به تقویت نشاط کمک می‌کند (Seligman, 2003, p. 3). سرمایه اجتماعی در جامعه؛ حمایت اجتماعی و وجود شبکه‌های اجتماعی قوی، نشاط اجتماعی را پایدار می‌سازند. همچنین نشاط در جامعه تابعی از نوع سبک زندگی و باورهای مذهبی است (هزارجریبی و آستین افشان، ۱۳۸۸، ص. ۱۲۵).

شرایط محیطی و وجود سبک فراغتی سالم، میزان اندوه را کاهش و به خوش‌بینی اجتماعی منجر می‌شود (Christoph, 2010).

۳-۵-۲. پاتنام

وی، سرمایه اجتماعی را به معنای حضور فرد در شبکه‌ای جمعی می‌داند که با میزان ارتباط اجتماعی، مشارکت و انسجام و میزان تعلق اجتماعی قابل ارزیابی است. در این مسیر، کنش‌های جمعی تسهیل می‌شود و کارایی جمعی نیز بیشتر می‌شود (پاتنام، ۱۳۸۰، ص. ۲۸۵). سرمایه اجتماعی، از مؤلفه‌های کیفیت زندگی، ارتباطی عمیق با مسئله نشاط اجتماعی دارد. گونه‌های سرمایه اجتماعی شامل: ۱- سرمایه درون‌گروهی ساختاری (مدرت زمان و تکرار روابط صمیمانه)؛ ۲- سرمایه برون‌گروهی ساختاری (میزان و کیفیت روابط با خویشاوندان و دوستان نزدیک)؛ ۳- سرمایه نهادی ساختاری (میزان داشتن عضویت در انجمن داوطلبانه)؛ سرمایه درون‌گروهی شناختی (اعتماد، تعهد و مسئولیت اجتماعی فرد در برابر هم‌گروهی)؛ ۴- سرمایه برون‌گروهی شناختی (میزان حمایت اجتماعی از طرف دوستان و خویشاوندان)، سرمایه نهادی شناختی (اعتماد اجتماعی نسبت به نهادهای دولتی) می‌باشد که در تولید و تقویت نشاط اجتماعی در سطح کلان - میانه و خرد مؤثر است (رادان، ۱۳۹۸، ص. ۲۲۴). سرمایه اجتماعی به‌عنوان غنی از نیروهای جمعی است که به دلیل پیوندها، مسئولیت‌های و شبکه‌های جمعی؛ مشکلات اجتماعی را حل کرده و توانایی گروهی را افزایش می‌دهد (سعادت، ۱۳۸۹، ص. ۲۳). وجود شبکه‌های پیوندی؛ امنیت اجتماعی؛ کاهش مسائل و آسیب‌های اجتماعی؛ نشاط اجتماعی را افزایش می‌دهد (فیلد، ۱۳۸۵، ص. ۱۴۷). این نشاط، حاصل همکاری و تعاونی است که غیررسمی و تابع هنجارهای اجتماعی است (فوکویاما، ۱۳۸۴، ص. ۱۷۰). در ساختار همین سرمایه اجتماعی؛ نیازهای زیستی؛ نیازهای امنیتی، اجتماعی به‌واسطه اعتماد، انسجام و مشارکت، حل می‌شود (کلانتری و دیگران، ۱۳۹۷).

۴. روش پژوهش

روش پژوهش از نوع فراتحلیل کمی (CMA2) است. هدف این فراتحلیل، برآورد اندازه اثر (متغیرهای مستقل بر وابسته) است. جامعه آماری آن ۵۵ سند تحقیقی که به روش نمونه‌گیری غیراحتمالی (تعمدی) ۴۳ مورد پژوهش پیمایش درباره زمانی ۱۳۸۶ الی ۱۴۰۰ انتخاب شدند. مقالات فراتحلیل از پایگاه‌های اطلاعات علمی جهاد

دانشگاهی، بانک اطلاعات نشریات کشور، پایگاه مجلات تخصصی نورمگز و مگیران؛ اخذ شده است. ملاک ورود در این پژوهش وجود ضرایب همبستگی؛ حجم نمونه؛ سطح معنی‌داری پژوهش‌ها و ملاک خروج (کیفی بودن و اسنادی بودن مقاله؛ فقدان اطلاعات آماری الزامی مانند ضریب همبستگی، سال پژوهش، حجم نمونه و همچنین تردید در روایی و پایایی) بوده است، بعد از تهیه ملاک‌های ورود؛ آنها وارد نرم‌افزار شده و اندازه اثر نهایی هر پژوهش و اثر نهایی کل به‌وسیله فرمول فیشر و کوهن برآورد شده است. برای تشخیص همگنی یا ناهمگنی پژوهش‌های فوق، از نمودار کیفی، آزمون Q استفاده‌شده و بعد از اثبات فرض ناهمگونی بین مطالعات از متغیر تعدیلگر (زمینه‌ای) برای سنجش میزان اثر آن بر نشاط اجتماعی استفاده شده است.

جدول (۲): خلاصه روش فراتحلیل

نویسنده/سال	شهر/استان	جامعه آماری	هویت قومی
طالب‌زاده شوشتری و مزگی‌نژاد (۱۴۰۰)	بیرجند	شهروندان	فارس
جانعلی‌زاده چوبستی و غلامی (۱۳۹۸)	مازندران	استادان	مازنی
حدادپور و دیگران (۱۳۹۸)	نطنز	شهروندان	فارس
فرزعلیان و دیگران (۱۳۹۸)	تهران	شهروندان	فارس
رادان (۱۳۹۸)	اسلامشهر	دانشجویان زن	فارس
صفاریان و دیگران (۱۳۹۸)	کرمانشاه	جوانان	کرد
عباسی و کاظمی‌پور (۱۳۹۸)	تهران	کارکنان	فارس
مرادی و صفاریان (۱۳۹۸)	کرمانشاه	شهروندان	کرد
حکیم‌خانی و فحیمی‌آذر (۱۳۹۷)	تبریز	کارکنان	ترک
سیاهپوش و دیگران (۱۳۹۷)	پلدختر	نوجوانان	لر
منصوری مرادیان و ملک‌حسینی (۱۳۹۷)	همدان	شهروندان	فارس
کارگر و دیگران (۱۳۹۶)	چهرم	دانش‌آموزان	فارس
الماسی (۱۳۹۵)	ایلام	زنان	کرد
رادان (۱۳۹۵)	ساوه	دانشجویان	ترک
بخارایی و دیگران (۱۳۹۵)	بوشهر	جوانان	فارس
سلامتی و ابراهیمی‌پور (۱۳۹۵)	تبریز	جوانان	ترک
عباس‌زاده و دیگران (۱۳۹۵)	تبریز	شهروندان	ترک
کاظمیان‌پور و شهریاری (۱۳۹۵)	تهران	شهروندان	فارس
تمیزی‌فر و عزیزی‌مهر (۱۳۹۴)	اصفهان	شهروندان	فارس

نویسنده/سال	شهر/استان	جامعه آماری	هویت قومی
جعفروند و فتحی (۱۳۹۴)	تهران	دانشجویان	فارس
حاجی‌زاده و ترکان (۱۳۹۴)	یزد	دانشجویان	فارس
حقیقتیان (۱۳۹۴)	اصفهان	معلمان	فارس
ذهبی (۱۳۹۴)	مشهد	گردشگران	فارس
سرخوش (۱۳۹۴)	همدان	شهروندان	فارس
نبوی و دیگران (۱۳۹۴)	خوزستان	دانش‌آموزان	عرب
نصرتی‌نژاد و دیگران (۱۳۹۴)	تهران	جوانان	فارس
الماسی و دیگران (۱۳۹۳)	اهواز	سالمندان	عرب
رضادوست و دیگران (۱۳۹۳)	خوزستان	دانش‌آموزان	عرب
هزارجریبی و مرادی (۱۳۹۳)	تهران	دانشجویان	فارس
افشانی (۱۳۹۲)	یزد	جوانان	فارس
انصاری و دیگران (۱۳۹۲)	ایران	کارکنان	فارس
خوشفر و دیگران (۱۳۹۲)	بابلسر	جوانان	مازنی
زارع و دیگران (۱۳۹۱)	جیرفت	معلمان	فارس
خادمیان و فرجی (۱۳۹۱)	تهران	جوانان	فارس
عباس‌زاده و دیگران (۱۳۹۱)	تبریز	دانشجویان	ترک
گلایی و اخشی (۱۳۹۱)	اردبیل	دانشجویان	ترک
ابراهیم‌زاده و دیگران (۱۳۸۹)	پارس‌آباد	دانشجویان	ترک
ربانی و دیگران (۱۳۸۸)	تبریز نقده شهرکرد	دانشجویان	کرد
هزارجریبی و آستین افشان (۱۳۸۸)	تهران	شهروندان	فارس
کشاورز و وفاپیان (۱۳۸۶)	یاسوج	شهروندان	لر

۵. یافته‌های پژوهش

۵-۱. توصیفی

به‌لحاظ رشته تحصیلی نویسندگان، ۳۲/۵ (۱۴ مورد) جامعه‌شناسی - مسائل اجتماعی؛ ۲۷/۹ (۱۲ مورد) جامعه‌شناسی فرهنگی، ۶/۸ (۳ مورد) جامعه‌شناسی - برنامه‌ریزی و رفاه اجتماعی؛ ۲/۳ (۱ مورد) از رشته‌های جامعه‌شناسی اقتصادی، سیاسی، مدیریت بازرگانی، مدیریت اجرایی، فیزیولوژی ورزشی و رشته جغرافیای شهری؛ ۹/۳ (۴ مورد) روان‌شناسی و مردم‌شناسی بوده است.

از نظر روش نمونه‌گیری؛ ۵۳/۴ (۲۳ مورد) به روش تصادفی ساده؛ ۲۷/۹ (۱۲ مورد) روش خوشه‌ای تصادفی؛ ۱۷/۳ (۴ مورد) طبقه‌ای؛ ۴/۶ (۳ مورد) هدفمند و ۲/۳ (۱ مورد) از نوع روش دسترس بوده است.

از نظر گروه قومی؛ ۶۰/۴ (۲۶ مورد) فارس؛ ۱۳/۹ (۶ مورد) ترک؛ ۶/۹ (۳ مورد) کرد؛ ۶/۲ (۳ مورد) عرب؛ ۴/۶ (۲ مورد) از قوم لر و مازنی بوده است.

به لحاظ سطح توسعه؛ ۴۸/۸ (۲۱ مورد) در مناطق کم‌توسعه؛ ۳۰/۲ (۱۳ مورد) در حال توسعه و ۲۰/۹ (۹ مورد) توسعه‌یافته صورت گرفته است.

از بعد جامعه مورد بررسی؛ ۳۴/۸ (۱۵ مورد) شهروندان عمومی؛ ۱۸/۶ (۸ مورد) دانشجویان و جوانان و نوجوانان؛ ۶/۹ (۳ مورد) دانش‌آموزان و دبیران؛ ۴/۶ (۲ مورد) زنان و کارکنان؛ ۲/۳ (۱ مورد) را اساتید دانشگاه و سالمندان تشکیل می‌دهند.

۵-۲. استنباطی

۵-۲-۱. اندازه اثر پژوهش

جدول (۳): اندازه اثر پژوهش

گزارش آماری					متغیر	
Sig	z	upper	lower	Effect size		
۰,۰۰۰	۳,۹۵۸	۰,۸۶۹	۰,۲۲۲	۰,۳۲۷	اعتماد اجتماعی	سرمایه اجتماعی
۰,۰۰۰	۴,۹۳۶	۰,۶۶۷	۰,۳۴۱	۰,۵۳۰	انسجام اجتماعی	
۰,۰۰۲	۹,۸۶۰	۰,۵۰۳	۰,۴۱۳	۰,۲۶۴	مشارکت اجتماعی	
۰,۰۰۰	۱۱,۰۳۱	۰,۲۱۲	۰,۱۰۰	۰,۲۹۱	شبکه‌های خویشاوندی	
۰,۰۰۰	۲۱,۶۹۶	۰,۵۶۷	۰,۳۴۶	۰,۴۳۰	تعاملات اجتماعی	
۰,۰۰۰	۷,۰۲۷	۰,۳۸۶	۰,۲۱۱	۰,۱۶۹	بی‌تفاوتی اجتماعی	
۰,۰۰۰	۱۳,۶۰۹	۰,۵۷۱	۰,۱۷۱	۰,۱۳۲	مقبولیت اجتماعی	
۰,۰۰۰	۴,۱۱۵	۰,۳۶۶	۰,۲۴۰	۰,۱۰۰	سبک زندگی ورزشی	سبک زندگی
۰,۰۰۰	۹,۶۰۰	۰,۴۸۹	۰,۱۰۱	۰,۲۸۷	سبک زندگی مصرفی	
۰,۰۰۰	۸,۱۱۳	۰,۳۸۵	۰,۲۱۳	۰,۲۱۴	سبک زندگی دینی	
۰,۰۰۰	۴,۸۰۲	۰,۲۶۴	۰,۱۲۶	۰,۳۸۷	سبک فراغت‌ی سالم	
۰,۰۰۰	۵,۷۲۹	۰,۵۷۲	۰,۶۰۶	۰,۲۴۸	سرمایه فرهنگی نهادینه‌شده	سرمایه فرهنگی
۰,۰۰۰	۴,۳۵۹	۰,۶۸۵	۰,۱۴۴	۰,۲۲۰	سرمایه فرهنگی	

گزارش آماری					متغیر	
Sig	z	upper	lower	Effect size		
					تجسم یافته	
۰,۰۰۰	۱۹,۳۴۳	۰,۴۵۷	۰,۱۷۹	۰,۱۱۹	شبکه‌های اجتماعی	عوامل رسانه‌ای
۰,۰۰۲	۱۳,۷۶۱	۰,۶۳۵	۰,۲۷۸	۰,۱۸۶	رسانه‌های داخلی	
۰,۰۰۲	۵,۱۰۲	۰,۸۳۷	۰,۴۹۸	۰,۲۰۰	رسانه‌های محلی	
۰,۰۰۰	۱,۲۷۶	۰,۸۲۶	-۰,۲۶۵	۰,۳۲۵	محرومیت نسبی	عوامل اجتماعی
۰,۰۰۰	۴,۶۵۹	۰,۴۴۹	-۰,۲۴۴	۰,۲۳۳	ناکامی اجتماعی	
۰,۰۰۴	۶,۳۴۷	۰,۸۲۴	۰,۰۵۹	۰,۱۱۷	احساس بی‌عدالتی	
۰,۰۰۴	۲,۱۷۷	۰,۵۳۷	۰,۴۵۱	۰,۲۱۳	بی‌سازمانی اجتماعی	
۰,۰۰۰	۶,۱۹۶	۰,۶۲۴	۰,۳۶۳	۰,۱۰۹	آنومی اجتماعی	
۰,۰۰۵	۲,۸۰۲	۰,۵۱۸	-۰,۰۴۳	۰,۲۴۴	عزت نفس	عوامل روانی
۰,۰۰۰	۲۲,۰۸۳	۰,۶۸۶	۰,۲۵۷	۰,۳۷۹	رضایت از زندگی	
۰,۰۰۱	۳,۲۹۱	۰,۷۳۷	۰,۴۱۶	۰,۲۴۱	شخصیت بهنجار	
۰,۰۰۰	۹,۴۷۸	۰,۵۷۳	۰,۴۰۴	۰,۳۳۱	احساس هویت	
۰,۰۰۰	۵,۴۸۶	۰,۵۷۵	۰,۲۸۲	۰,۲۲۰	طبقه اجتماعی	عوامل زمینه‌ای
۰,۰۰۰	۵,۶۱۳	۰,۴۲۵	۰,۲۱۵	۰,۱۲۴	سطح تحصیلات	
۰,۰۰۰	۱۸,۶۱۶	۰,۶۱۶	۰,۵۲۴	۰,۲۳۱	سن	
۰,۰۰۰	۹,۷۳۲	۰,۷۵۳	۰,۲۱۴	۰,۲۳۷	درآمد	

سؤال ۱: چه عواملی بر نشاط اجتماعی مؤثر هستند و مقدار اندازه اثر آنها چقدر است؟

یافته‌ها نشان می‌دهد که:

- ۱- بین سرمایه اجتماعی و نشاط اجتماعی رابطه معنی‌داری وجود دارد: هر چه سطح اعتماد اجتماعی (۰,۲۳۷)، انسجام اجتماعی (۰,۵۳۰)، مشارکت اجتماعی (۰,۲۶۴)، مقبولیت اجتماعی (۰,۱۳۲)، شبکه‌های خویشاوندی (۰,۲۹۱) و تعاملات اجتماعی (۰,۴۳۰) افزایش یابد، میزان نشاط اجتماعی افزایش می‌یابد و با افزایش بی‌تفاوتی اجتماعی (۰,۱۶۹)؛ میزان نشاط اجتماعی نیز کاهش می‌یابد.
- ۲- بین نوع سبک زندگی و میزان نشاط اجتماعی رابطه وجود دارد: هر چه میزان علاقه فرد به سبک زندگی ورزشی (۰,۱۰۰)، سبک زندگی دینی (۰,۲۱۴) و سبک فراغت‌ی سالم (۰,۳۸۷) افزایش یابد، به همان میزان نشاط

اجتماعی افزایش خواهد یافت و برعکس با افزایش تمایل به سمت سبک زندگی مصرفی (۰,۲۸۷)؛ از میزان نشاط اجتماعی کاسته می‌شود.

۳- بین سرمایه فرهنگی و نشاط اجتماعی رابطه معنی‌داری وجود دارد: هر چه سطح سرمایه فرهنگی نهاده‌شده (۰,۲۴۸) و تجسم‌یافته (۰,۲۲۰)، افزایش یابد، میزان نشاط اجتماعی افزایش می‌یابد.

۴- بین عوامل رسانه‌ای و نشاط اجتماعی رابطه معنی‌داری وجود دارد: هر چه میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی (۰,۱۱۹) بیشتر، سطح نشاط اجتماعی کاهش‌یافته و با افزایش میزان استفاده از رسانه‌های داخلی (۰,۱۸۶) و رسانه‌های محلی (۰,۲۰۰) نشاط اجتماعی بهتر می‌شود.

۵- بین عوامل اجتماعی و نشاط اجتماعی رابطه معنی‌داری وجود دارد. هر چه سطح محرومیت نسبی (۰,۳۲۵)، ناکامی اجتماعی (۰,۲۳۳)، بی‌سازمانی اجتماعی (۰,۲۱۳) آثومی اجتماعی (۰,۱۰۹) احساس بی‌عدالتی (۰,۱۱۷)، بیشتر شود، میزان نشاط اجتماعی کاهش می‌یابد.

۶- بین عوامل روانی و نشاط اجتماعی رابطه معنی‌داری وجود دارد: با افزایش عزت‌نفس (۰,۲۴۴) و رضایت از زندگی (۰,۳۷۹) نشاط اجتماعی افزایش می‌یابد. هر چه افراد دارای شخصیت بهنجار (۰,۲۴۱) باشند و احساس هویت (۰,۳۳۱) کنند به همان میزان نشاط اجتماعی بیشتری خواهند داشت.

۷- بین عوامل زمینه‌ای و نشاط اجتماعی رابطه معنی‌داری وجود دارد: هر چه طبقه اجتماعی (۰,۲۲۰) افراد بهتر شود به همان میزان نشاط اجتماعی بیشتر می‌شود، با افزایش سطح تحصیلات (۰,۱۲۴) سن (۰,۲۳۱) درآمد (۰,۲۳۷) میزان نشاط اجتماعی نیز بهتر می‌شود.

۵-۲-۲. تأثیر کلی شاخص‌ها بر نشاط اجتماعی

جدول (۵): اثر کل شاخص‌ها بر نشاط اجتماعی

شاخص کلی	گزارش آماری		
	sig	Z	Effect size
سرمایه اجتماعی	۰,۰۰۰	۳,۹۸۱	۰,۳۲۱
سرمایه فرهنگی	۰,۰۰۰	۵,۰۰۲	۰,۳۰۲
عوامل رسانه‌ای	۰,۰۰۰	۱۲,۶۴۱	۰,۲۴۷
عوامل روانی	۰,۰۰۰	۱۰,۵۳۸	۰,۲۸۸

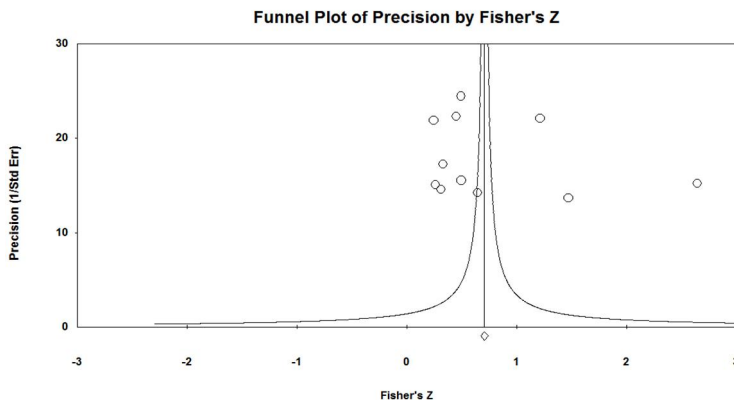
گزارش آماری			شاخص کلی
sig	Z	Effect size	
۰,۰۰۰	۸,۷۸۴	۰,۱۸۹	عوامل زمینه‌ای
۰,۰۰۰	۶,۰۹۳	۰,۳۳۰	سبک زندگی
۰,۰۰۰	۱۲,۰۰۱	۰,۲۸۱	عوامل اجتماعی

نتایج نشان می‌دهد که سرمایه اجتماعی (۳۲ درصد)؛ سرمایه فرهنگی (۳۰ درصد) و سبک زندگی (۳۳ درصد) دارای تأثیر بیشتر؛ عوامل رسانه‌ای (۲۴ درصد)؛ عوامل روانی و اجتماعی (۲۸ درصد) اثری متوسط و عوامل زمینه‌ای (۱۸ درصد) اثر کمتری بر نشاط اجتماعی داشته است.

سؤال دوم: آیا بین متغیرهای مستقل با وابسته ناهمگنی وجود دارد؟
برای پاسخ به این سؤال از نمودار کیفی و آزمون Q استفاده شده است.

۵-۲-۳. نمودار کیفی (بررسی میزان همگنی و ناهمگنی پژوهش)

در رگرسیون اگر مقدار فیشر و نحوه پراکندگی اطراف خط نشان می‌دهد که مطالعات تا چه اندازه همگن هستند، مطابق پراکندگی نقاط اطراف خط شیب، مطالعات فوق همگن نیستند، به دلیل تفاوت‌های جغرافیایی، زمان اجرا، نویسندگان یا نوع جامعه آماری موردتحقیق دارای اختلاف و واریانس هستند. در این نمودار، در صورت عدم وجود سوگیری انتشار، مطالعات انجام‌شده به‌صورت متقارن در اطراف اندازه اثر ترکیبی توزیع می‌شوند.



نمودار (۱): رگرسیون اگر برای میزان همگنی و ناهمگنی پژوهش

۵-۲-۴. آزمون Q

این آزمون برای همگنی و ناهمگنی مطالعات به کار می‌برود. دو فرض اساسی مطرح می‌کند:

- ۱- فرض صفر: بین مطالعات تحت بررسی تفاوت معنی‌داری وجود ندارد.
 - ۲- فرض خلاف: بین مطالعات تحت بررسی تفاوت معنی‌داری وجود دارد.
- در صورتی همگنی مطالعات، از اندازه ثابت و استفاده می‌شود، نتایج حاصل از تصادفی در شرایط ناهمگنی، قابلیت تعمیم بیشتری نسبت به مدل ثابت دارد.

جدول (۶): آزمون Q

وضعیت همگنی مطالعات			
Q-value	df	p-value	i-squared
۸۳۱,۳۴۱	۴۲	۰۰۲۰	۹۵,۱۱۲

با توجه به نتایج مدل با اطمینان با ۹۹ درصد می‌توان گفت که فرض صفر مبتنی بر همگن بودن مطالعات رد شده و فرض ناهمگونی (عدم همگنی) پژوهش‌ها تأیید شده است. معنادار بودن $Q=۸۳۱$ نشان از وجود ناهمگنی است. مقدار مجذور i دارای مقداری بین ۱۰۰-۰ است و ناهمگنی را به صورت درصدی نشان می‌دهد. هر چه به ۱۰۰ نزدیک‌تر، نشان‌دهنده ناهمگنی بیشتر اندازه‌های اثر پژوهش اولیه است. مقدار (۹۵) درصد مؤید این است که ۹۵ درصد تغییرات کل مطالعات به ناهمگنی بین پژوهش مربوط است. بر این مبنا باید از اثر تصادفی برای تحلیل استفاده کرد؛ یعنی این وضعیت می‌گوید که بررسی بین عوامل مؤثر بر نشاط اجتماعی، به لحاظ ویژگی تحقیقات از هم متفاوت هستند، بایستی برای مشخص کردن محل این تفاوت‌ها و واریانس از متغیر تعدیلگر استفاده کرد. نامتجانس بودن، نشانگر وجود اثر تعدیل در اندازه اثر مطالعات است. پس علاوه بر اندازه اثر، باید اثر تعدیل متغیرهای دیگر را نیز بررسی کرد.

۳- آیا متغیرهای زمینه‌ای با نشاط اجتماعی رابطه معنی‌داری دارند و مقدار اثر آنها به چه میزان است؟

برای پاسخ به این پرسش، رابطه متغیرهای زمینه‌ای (تعدیلگر) در ادامه مورد بررسی قرار گرفته‌اند.

۵-۲-۵. تأثیر نوع جامعه آماری در نشاط اجتماعی

جدول ۶: تأثیر نوع جامعه آماری در نشاط اجتماعی

گروه	تصادفی		
	اندازه ترکیبی	z-value	sig
شهروندان عمومی	۰,۲۸۹	۶,۳۹۱	۰,۰۰۰
گروه دانشگاهیان	۰,۲۷۴	۳,۵۹۸	۰,۰۰۰
جوانان و نوجوانان	۰,۱۸۲	۵,۷۰۰	۰,۰۰۰
کارکنان دولت	۰,۱۰۱	۴,۰۹۱	۰,۰۰۰
گروه آموزش پرورش	۰,۱۲۱	۳,۶۳۱	۰,۰۰۰
سالمندان	۰,۱۰۲	۱۲,۰۹۱	۰,۰۰۰
اثر کل	۰,۲۷۸	۴,۰۱۲	۰,۰۰۰

نتایج نشان می‌دهد که بین گروه موردبررسی و میزان نشاط اجتماعی رابطه معنی‌داری وجود دارد و میزان آن برابر با ۲۷ درصد است. در این میان؛ میزان نشاط اجتماعی در بین گروه دانشگاهیان (۲۷ درصد) و شهروندان عمومی (۲۸ درصد) بیشتر؛ در میان جوانان و نوجوانان (۱۸ درصد)؛ گروه کارکنان دولتی (۱۰ درصد) و اعضای آموزش‌وپرورش (۱۲ درصد) و سالمندان (۱۰ درصد) کمتر است.

۵-۲-۶. تأثیر متغیر جنسیت در نشاط اجتماعی

جدول (۷): تأثیر متغیر جنسیت در نشاط اجتماعی

جنسیت	تصادفی		
	اندازه ترکیبی	z-value	sig
زنان	۰,۲۸۹	۶,۳۹۱	۰,۰۰۰
مردان	۰,۲۱۴	۳,۵۹۸	۰,۰۰۰
اثر کل	۰,۱۸۲	۵,۷۰۰	۰,۰۰۰

نتایج نشان می‌دهد که جنسیت بانشاط اجتماعی رابطه معنی‌داری داشته و مقدار آن ۰,۱۸ است؛ در این میان میزان نشاط اجتماعی زنان (۰,۲۸) بیشتر از

مردان (۰,۲۱) است.

۵-۲-۷. تأثیر متغیر هویت قومی بر نشاط اجتماعی

جدول (۸): تأثیر هویت قومی در نشاط اجتماعی

هویت قومی	تصادفی		
	اندازه ترکیبی	z-value	sig
کرد	۰,۴۹۱	۱۰,۰۳۱	۰,۰۰۰
لر	۰,۳۷۶	۸,۵۶۱	۰,۰۰۰
عرب	۰,۳۳۱	۷,۳۰۲	۰,۰۰۰
ترک	۰,۳۰۵	۱۳,۸۷۱	۰,۰۰۰
فارس	۰,۳۰۰	۴,۱۲۱	۰,۰۰۰
مازنی	۰,۳۵۸	۵,۲۲۱	۰,۰۰۰
اثر کل	۰,۴۲۲	۸,۳۰۱	۰,۰۰۰

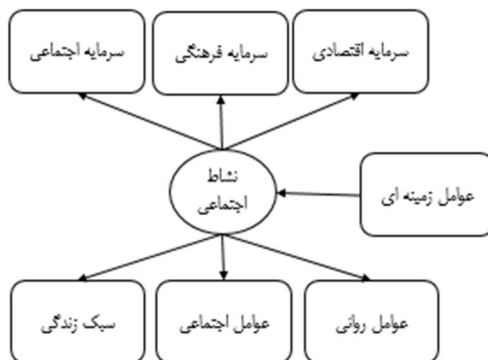
نتایج نشان می‌دهد که بین هویت قومی و نشاط اجتماعی رابطه معنی‌داری وجود دارد و مقدار اثر کلی آن ۰,۴۲ درصد است. به لحاظ گروهی قومی، میزان نشاط اجتماعی در میان گروه قومی کرد (۰,۴۹ درصد) بیشتر؛ در میان گروه قومی لر (۰,۳۷) مازنی (۰,۳۵)، عرب (۰,۳۳) و ترک و فارس (۳۰ درصد) نسبتاً متوسط است.

۵-۲-۸. تأثیر متغیر سطح توسعه استان بر نشاط اجتماعی

جدول (۹): تأثیر سطح توسعه استان بر نشاط اجتماعی

سطح توسعه استان	تصادفی		
	اندازه ترکیبی	z-value	sig
توسعه یافته	۰,۲۰۰	۶,۰۵۱	۰,۰۰۰
در حال توسعه	۰,۲۷۱	۴,۲۷۱	۰,۰۰۰
کم توسعه	۰,۳۴۲	۱۱,۰۰۱	۰,۰۰۰
اثر کل	۰,۳۰۱	۱۲,۶۵۱	۰,۰۰۰

با نشاط اجتماعی رابطه معنی‌داری داشته و مقدار آن برابر با ۰,۳۰ درصد است؛ در این میان میزان نشاط اجتماعی در مناطق توسعه‌یافته (۰,۲۰ درصد) کمتر؛ در حال توسعه (۰,۲۷ درصد) متوسط و در مناطق کم توسعه (۰,۳۴ درصد) بیشتر است. در نهایت عوامل مؤثر بر نشاط اجتماعی حاصل از پژوهش در مدل زیر ترسیم شده است:



منبع: (یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۱)

شکل (۱): عوامل مؤثر بر نشاط اجتماعی (نتایج فراتحلیل)

نتیجه‌گیری

نشاط اجتماعی؛ از مناسب‌ترین روش‌ها برای کاهش مسائل اجتماعی (بزهکاری، آسیب‌ها و انحرافات اجتماعی) است. جامعه ایرانی؛ مطابق داده‌های جهانی (۲۰۲۱) و نتایج (۴۳ سند پیمایشی)؛ سطح نشاط اجتماعی در برخی موارد پایین و متوسط بوده است، درباره پژوهش‌های مختلفی صورت گرفته و در این پژوهش با استفاده از فراتحلیل سعی بر آن شد تا اندازه اثر نهایی و متغیرهای تعدیلگر بر نشاط اجتماعی در بازه زمانی ۱۳۸۶-۱۴۰۱ برآورد شود. براین اساس نتایج نشان می‌دهد که:

- ۱- هر چه میزان سرمایه اجتماعی در جامعه ایرانی/افزایش یابد، وضعیت نشاط اجتماعی نیز بهتر خواهد شد:
- اعتماد اجتماعی و وجود اعتماد عمیق بین مردم، بین جامعه مدنی با نهادهای دولتی؛ به بهتر شدن نشاط اجتماعی کمک می‌کند.
- هر چه میزان انسجام اجتماعی در جامعه بالاتر باشد، به همان میزان نشاط اجتماعی بیشتر خواهد شد.

- هر چه مشارکت اجتماعی بین مردم؛ بیشتر شود، وضعیت نشاط اجتماعی بهتر خواهد شد.

- وجود مقبولیت اجتماعی؛ باعث پذیرش اجتماعی و جذب درگروه‌های اجتماعی شده و درنتیجه ضمن بخشیدن منزلت اجتماعی، به ارتقای نشاط اجتماعی کمک می‌کند.

- شبکه‌های خویشاوندی، به‌عنوان الگوهای محلی - بومی و سنتی؛ حلقه‌های عاطفی و پشتوانه صمیمانه؛ به تقویت و افزایش نشاط اجتماعی کمک می‌کند.

- با افزایش شدت تعاملات اجتماعی بین مردم، رفت‌وآمدهای عمومی و نشست و برخاست‌ها؛ نشاط اجتماعی بهتر می‌شود.

۲- نوع سبک زندگی در میزان و وضعیت نشاط اجتماعی اثرگذار است:

- افرادی که دارای سبک زندگی ورزشی هستند، ورزش با ایجاد نشاط و روحیه و سلامت اجتماعی ضمن پیوند دادن فرد به گروه‌های ورزشی؛ مانع افسردگی و رفتارهای پرخطر شده و به ارتقای نشاط اجتماعی کمک می‌کند.

- سبک زندگی دینی، از طریق امیدآفرینی و ایمان و آرامش روانی؛ فرد را از بیگانگی، انومی و احساس پویایی نجات داده و در کنار سرمایه اجتماعی مذهبی؛ میزان نشاط اجتماعی را افزایش می‌دهد.

- وجود سبک فراغتی سالم؛ ضمن ایجاد آرامش اجتماعی و کاهش خطرات اجتماعی؛ میزان نشاط اجتماعی را تقویت می‌کند.

- مصرف‌گرایی و وابستگی به زندگی متظاهرانه مصرفی؛ باعث کاهش نشاط اجتماعی می‌شود.

۳- سرمایه فرهنگی در میزان نشاط اجتماعی تأثیرگذار است:

- افرادی که از سرمایه فرهنگی نهاده‌شده و تجسم‌یافته بیشتری برخوردار هستند، به دلیل احساس منزلت فرهنگی و داشتن پایگاه فرهنگی - اجتماعی، نشاط بیشتری را تجربه خواهند کرد.

۴- عوامل رسانه‌ای در میزان نشاط اجتماعی تأثیرگذار است:

- استفاده بیشتر از شبکه‌های اجتماعی و اختصاص زمان افراطی به آن، باعث انزوا، تنهایی و اضطراب و دلهره شده و میزان نشاط اجتماعی را کاهش می‌دهد.

- هر چه عملکرد رسانه‌ای داخلی بهتر و در جهت پاسخ به نیازهای اجتماعی شهروندان باشد، به همان اندازه نشاط اجتماعی آنها را تقویت می‌کند.

- هر چه رسانه‌های محلی، فعالیت مفید، مؤثر و بهتری در جامعه داشته باشند، نشاط اجتماعی را تقویت می‌کند.

- ۵- عوامل اجتماعی در میزان نشاط اجتماعی تأثیرگذار است:
- افزایش احساس محرومیت نسبی و وجود حس منفی در افراد در اثر مقایسه رفاهی؛ باعث کاهش نشاط اجتماعی و افزایش غم، استرس و نگرانی اجتماعی خواهد شد.
 - هر چه ناکامی اجتماعی در جامعه بیشتر شود؛ به همان میزان از نشاط اجتماعی کاسته شده و بر شدت غم و اندوه و ناامیدی افزوده خواهد شد.
 - هر چه شدت بی‌سازمانی اجتماعی در جامعه بیشتر، به همان میزان از نشاط اجتماعی کاسته می‌شود.
 - هر چه آنومی اجتماعی رواج بیشتری داشته باشد، به همان میزان از شدت نشاط اجتماعی کاسته می‌شود.
 - وقتی بی‌عدالتی اجتماعی در جامعه افزایش یابد، به دلیل احساس تبعیض، بی‌قانونی و نارضایتی اجتماعی، از شدت نشاط اجتماعی کاسته می‌شود.
- ۶- عوامل روانی در میزان نشاط اجتماعی تأثیرگذار است:
- افرادی که دارای عزت نفس بیشتری هستند، به دلیل احساس منزلت، احساس ارزشمندی و مفید بودن، نشاط اجتماعی بیشتری خواهند داشت.
 - وجود رضایت از زندگی و پنداشت مثبت نسبت به آن، باعث افزایش نشاط اجتماعی می‌شود.
 - افرادی که دارای شخصیت هنجار و مثبت نسبت به جامعه هستند، نسبت به افراد نابهنجار شخصیتی، نشاط اجتماعی بیشتری خواهند داشت.
 - افرادی که احساس هویت اجتماعی نمایند، به دلیل خودشناسی و اعتماد به نفس، نشاط اجتماعی بیشتری خواهند داشت.
- ۷- عوامل زمینه‌ای در نشاط اجتماعی تأثیرگذار است:
- با افزایش سطح طبقه اجتماعی از پایین به متوسط و بالا، میزان نشاط اجتماعی افزایش می‌یابد.
 - با افزایش سطح تحصیلات و افزایش آگاهی اجتماعی؛ میزان نشاط اجتماعی بهتر می‌شود.
 - هر چه سن بیشتر شود، نشاط اجتماعی نیز بیشتر می‌شود.
 - با افزایش درآمد، به عنوان یکی از منابع تأمین امنیت فکری؛ نشاط اجتماعی نیز بهتر می‌شود.
- براین اساس با توجه به نتایج پژوهش؛ پیشنهادهای زیر ارائه شده است:

- بهبود سرمایه اجتماعی محلی، فرامحلی و سرمایه اجتماعی مبتنی بر حکمرانی اجتماعی؛
- تشویق سبک زندگی اسلامی - ایرانی (ورزشی، دینی و سالم) جهت حفظ شادزیستی؛
- احیای آیین، سنت‌ها و مراسم جمعی سنتی مرتبط با فرهنگ شادی و نشاط؛
- ایجاد امید اجتماعی و خوش‌بینی در جامعه از طریق کاهش فضای آنومیک؛
- تقویت فضای کسب‌وکار که زمینه‌های مشارکت شغلی، سرگرمی و اوقات فراغت سالم را ترویج می‌دهد.
- ایجاد نشاط اجتماعی از طریق کاهش فشارها و مشکلات اقتصادی (کنترل تورم، گرانی و بی‌ثباتی قیمت).

فهرست منابع

- آرگایل، مایکل (۱۳۸۸). *روانشناسی شادی*. ترجمه مسعود نشاط دوست، تهران: انتشارات اصفهان.
- آل یاسین، م. (۱۳۸۰). شادی و نشاط در محیط مدرسه. تربیت، (۱).
- ابراهیم‌زاده، بیت‌اله؛ آرام، هاشم و پناهی، بهنام (۱۳۸۹). بررسی نشاط اجتماعی و عوامل مؤثر بر آن در بین دانشجویان دانشگاه آزاد واحد پارس‌آباد مغان. *مجله جامعه‌شناسی معاصر*، سال دوم، (۴)، ۱۲۱-۱۴۴.
- افشانی، سید علیرضا (۱۳۹۲). بررسی میزان نشاط اجتماعی در بین جوانان یزدی و عوامل مرتبط با آن. *مجله تحلیل اجتماعی*، (۴)، ۱-۲۷.
- اکبرزاده، فاطمه؛ دهقانی، حمید؛ خوشفر، غلامرضا و جانعلی‌زاده چوب‌دستی، حیدر (۱۳۹۲). بررسی تأثیر سه نوع سرمایه اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی بر شادی جوانان. *جامعه‌شناسی کاربردی*، (۱)، ۲۴-۶۷، ۸۸.
- الماسی، مسعود (۱۳۹۵). عوامل مرتبط با احساس شادکامی زنان نابارور شهر ایلام. *فصلنامه نسیم تندرستی*، (۱)، ۵-۱۸.
- الماسی، مسعود؛ محمودیانی، سراج‌الدین و جعفری، مرتضی (۱۳۹۳). عوامل مرتبط با احساس شادکامی سالمندان. *نشریه پرستاری/ایران*، ۲۷(۹۲)، ۲۳-۳۲.
- امیرمظاهری، امیرمسعود و فخاریان، منا (۱۳۹۵). نقش سرمایه اجتماعی در شادی جوانان (مورد مطالعه: دانشجویان دانشکده روان‌شناسی و علوم اجتماعی تهران)

- مرکز). *مطالعات جامعه‌شناسی*، سال نهم، (۳۳)، ۷-۲۴.
- انصاری، ابراهیم؛ غضنفری، احمد؛ فرهمندیان، مینا و مکوندی، آریتا (۱۳۹۲). بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر شادی در محیط کار شرکت ملی حفاری ایران. *فصلنامه تخصصی علوم اجتماعی واحد شوشتر*، سال هفتم، (۲۰)، ۱۶۹-۱۹۶.
- ایسپا (۱۳۹۹). *گزارش نظرسنجی دیدگاه مردم در خصوص کرونا (مطالعه کشوری)*، موج سوم، تهران: دفتر طرح‌های ملی پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
- بخارایی، احمد؛ طالبی، محمدعلی و محتشم، صدراالله (۱۳۹۵). *مطالعه میزان نشاط اجتماعی در شهر بوشهر و عوامل اجتماعی مؤثر بر آن*، مؤلفه‌های موردبررسی اعتماد اجتماعی و دینداری. *مطالعات علوم اجتماعی ایران*، سال سیزدهم، (۴۸)، ۱۷-۳۶.
- بختیار نصرآبادی، حسنعلی و پهلوان‌صادق، اعظم (۱۳۹۱). تأثیر سطح تحصیلات آموزش برنامه شادی فوردایس بر افزایش نشاط. *مطالعات روانشناسی تربیتی*، (۱۵)۹، ۲۱-۴۰.
- پاتنام، رابرت (۱۳۸۰). *دموکراسی و سنت‌های مدنی: تجربه ایتالیا و درس‌های برای کشورهای در حال گذار*، ترجمه محمدتقی دلفروز، تهران: نشر روزنامه اسلام.
- تمیزی‌فر، ریحانه و عزیزی‌مهر، خیام (۱۳۹۴). بررسی رابطه بین اوقات فراغت و نشاط اجتماعی اصفهان. *پژوهشنامه مددکاری اجتماعی*، سال دوم، (۶)، ۲۰۹-۲۳۱.
- جانعلی‌زاده چوبستی، حیدر و غلامی، علی‌اصغر (۱۳۹۸). بررسی رابطه نشاط اجتماعی با بهره‌وری علمی اعضای هیأت علمی (مورد مطالعه: دانشگاه مازندران). *توسعه اجتماعی*، بهار، ۱۳(۳)، ۵۷-۸۰.
- جعفروند، فرشاد و فتحی، سروش (۱۳۹۴). *تحلیلی بر رابطه سرمایه اجتماعی و شادی در زندگی دانشجویی (مورد مطالعه: دانشجویان واحد علوم تحقیقات تهران)*. *مجله مطالعات توسعه اجتماعی ایران*، سال هفتم، (۳)، ۸۱-۹۵.
- حاجی‌زاده میمندهی، مسعود و ترکان، رحمت‌الله (۱۳۹۴). بررسی میزان و عوامل فرهنگی و اجتماعی مرتبط با نشاط اجتماعی. *مطالعات جامعه‌شناختی شهری*، سال پنجم، (۱۶)، ۵۹-۸۶.
- حدادپور، عباس؛ آقابابایی، محمد؛ ماهیان، ابراهیم؛ گودرزی، آسیه و حدادپور، آصفه (۱۳۹۸). تأثیر آلودگی بصری شهری بر نشاط اجتماعی و سرزندگی مردم شهرستان نطنز در سال ۱۳۹۷. *معماری‌شناسی*، تابستان، (۱۱)، ۷-۱۱.
- حسابی، حدیث؛ خرسندی، مرتضی؛ عباسی‌نژاد، حسین و دهقان شورکند، خست

(۱۳۹۷). اثر عملکرد محیط‌زیست بر شادی: تحلیل بین‌کشوری. فصلنامه مدل‌سازی اقتصادی، ۱۲(۲)، ۴۹-۷۲.

حسینی‌زاده، س. س. (۱۴۰۰). وضعیت نشاط اجتماعی در ایران. تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، مرکز رصد فرهنگی کشور.

حقیقتیان، منصور (۱۳۹۴). عوامل اجتماعی مؤثر بر شادمانی اجتماعی معلمان شهر اصفهان. فصلنامه راهبرد اجتماعی - فرهنگی، سال چهارم، (۱۶)، ۲۳۹-۲۵۶.

حکیم‌خانی، محمدتقی و فخری‌آذر، سیروس (۱۳۹۷). بررسی رابطه نشاط اجتماعی با مسئولیت‌پذیری اجتماعی کارکنان آتش‌نشانی کلان‌شهر تبریز. مطالعات علوم اجتماعی ایران، تابستان، سال پانزدهم، (۵۷)، ۱۲۰-۱۴۱.

خادمیان، طلیعه و فرجی، طوبی (۱۳۹۱). عوامل اجتماعی مؤثر در نشاط اجتماعی جوانان. مطالعات جامعه‌شناختی ایران، ۲(۵)، ۱۹-۳۸.

خوش‌فر، غلامرضا؛ جانعلی‌زاده، حیدر؛ اکبرزاده، فاطمه و دهقانی، حمید (۱۳۹۲). بررسی تأثیر سه نوع سرمایه اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی بر شادی جوانان. فصلنامه علمی - پژوهشی رفاه اجتماعی، سال سیزدهم، (۵۱)، ۲۸۳-۳۱۴.

دهخدا، علی‌اکبر (۱۳۹۰). لغت‌نامه، تهران: مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران.

ذهبی، عاطفه (۱۳۹۴). بررسی تأثیر رابطه میان دینداری و سرمایه اجتماعی بر میزان نشاط اجتماعی در میان گردشگران مذهبی ایرانی (مورد مطالعه شهر مشهد). دو فصلنامه علمی - پژوهشی اسلام و علوم اجتماعی، سال هفتم، (۱۴)، ۷۷-۹۱.

رادان، فاطمه (۱۳۹۵). مقایسه میزان نشاط اجتماعی دانشجویان زن دانشگاه پیام نور و آزاد اسلامی شهر ساوه بر اساس برخی از متغیرهای اجتماعی. مجله مدیریت فرهنگی، سال دهم، (۳۱)، ۱-۱۴.

رادان، فاطمه (۱۳۹۸). پیش‌بینی نشاط اجتماعی بر اساس سرمایه اجتماعی دانشجویان زن. مدیریت سرمایه اجتماعی، ۶(۲)، ۲۱۹-۲۳۶.

ربانی، رسول؛ کریمی‌زاده اردکانی، سمیه؛ نظری، جواد و رضایی امینلویی، حسین (۱۳۸۸). تبیین نشاط اجتماعی در بین اقوام و رابطه آن با هویت جمعی (مطالعه موردی اقوام آذری، کرد و لر). فصلنامه جامعه‌شناسی، سال اول، (۴)، ۹۵-۱۱۵.

رحیمی یگانه، زهرا (۱۳۸۶). خانواده شاد و بانشاط، خانواده موفق. تهران: سازمان ملی جوانان.

رضادوست، کریم؛ فاضلی، عبدالله و مقتدایی، فاطمه (۱۳۹۳). بررسی عوامل

اجتماعی مؤثر بر میزان نشاط در استان خوزستان. فصلنامه توسعه اجتماعی، (۴)، ۲۹-۴۶.

ریتزر، جورج (۱۳۹۰). نظریه جامعه‌شناسی معاصر. ترجمه محسن ثلاثی، تهران: سمت.

زارع شاه‌آبادی، اکبر؛ ترکان، رحمت‌اله و حیدری، محمود (۱۳۹۱). بررسی رابطه بین رضایت شغلی و نشاط اجتماعی در بین دبیران مقطع متوسطه شهر جیرفت. جامعه‌شناسی کاربردی، سال بیست و سوم، (۴۸)، ۱۶۵-۱۸۸.

زکی، محمدعلی (۱۳۹۹). فراترکیب پژوهش نشاط اجتماعی در ایران: ارائه چارچوب و الگویی جامع و یکپارچه (بررسی کلیه مقالات ۲۰ ساله علمی پژوهشی سال‌های ۹۸-۱۳۷۸). مجله مطالعات کاربردی در علوم اجتماعی و جامعه‌شناسی، سال سوم، (۳)، ۱-۲۳.

سرخوش، سعداله (۱۳۹۴). حضور افراد در هیئت‌های مذهبی و نشاط اجتماعی (مطالعه موردی شهر همدان در سال ۱۳۹۳). دو فصلنامه مطالعات قدرت نرم، سال پنجم، (۱۲)، ۹۹-۱۱۰.

سعادت، م. (۱۳۸۹). بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی، همسر آزاری و سلامت روانی در بین زنان متأهل شهر تبریز. (پایان‌نامه کارشناسی ارشد). دانشگاه تبریز، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، تبریز، ایران.

سلامتی، رقیه و ابراهیم‌پور، داود (۱۳۹۵). بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و فرهنگی با میزان نشاط اجتماعی در بین کودکان و نوجوانان ۱۸-۱۲ سال مقیم مراکز تحت حضانت. مطالعات جامعه‌شناسی، سال هشتم، (۳۲)، ۷۳-۹۶.

سیاهپوش، اسحق؛ رضاپور، داریوش و حسن‌پور افرینه، خدیجه (۱۳۹۷). بررسی میزان نشاط اجتماعی نوجوانان تحت پوشش کمیته امداد امام خمینی شهر پلدختر و عوامل اجتماعی مؤثر بر آن. توسعه اجتماعی، (۲)، ۱۳۱-۱۷۲.

شریف‌زاده، حکیمه‌السادات؛ میرمحمدتبار، سید احمد و عدلی‌پور، صمد (۱۳۹۶). بررسی عوامل مؤثر بر نشاط اجتماعی در ایران. نشریه راهبرد فرهنگ، ۱۰ (۱۷)، ۱۵۹-۱۸۰.

صفاریان، محسن؛ ادهمی، عبدالرضا و مرادی، علی (۱۳۹۸). شناخت رابطه بین سلامت و نشاط اجتماعی با بی‌تفاوتی اجتماعی جوانان (مورد مطالعه: شهر کرمانشاه). مطالعات جامعه‌شناختی شهری، (۳۱)، ۱۷۵-۲۰۸.

طالب‌زاده شوشتری، لیلا و مزگی نژاد، سمیه (۱۴۰۰). بررسی نشاط اجتماعی و

عوامل مؤثر بر آن (مورد مطالعه: شهر بیرجند). *مجله مطالعات فرهنگی خراسان*، ۱۱۶(۱)، ۳۳-۶۰.

عباس‌زاده، محمد؛ عزیززاده اقدم، محمدباقر؛ کوهی، کمال و علی‌پور، پروین (۱۳۹۱). انواع سرمایه‌ها، حلقه مفقوده در تبیین شادکامی دانشجویان (دانشجویان دانشگاه تبریز). *فصلنامه علمی - پژوهشی رفاه اجتماعی*، سال سیزدهم، (۵۱)، ۲۱۵-۲۴۴.

عباس‌زاده، محمد؛ قاسم‌زاده، داود و صالح، نوشین (۱۳۹۵). بررسی ارتباط بین اشکال سرمایه و شادی در بین حاشیه‌نشینان و غیر حاشیه‌نشینان (مورد مطالعه: شهر تبریز). *فصلنامه برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی*، سال هفتم، (۲۹)، ۱۵۷-۱۸۴.

عباسی، شهلا؛ خیلی، قاسم و کاظمی‌پور، شهلا (۱۳۹۸). شناخت عوامل اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی مؤثر بر نشاط اجتماعی. *فصلنامه کار و جامعه*، (۲۳۲)، ۴-۳۲. عنبری، موسی (۱۳۹۲). ستایش شادمانه: الگوی مؤثر شادزیستی مردمی در ایران. *مجله انسان‌شناسی*، سال یازدهم، (۱۸)، ۱۰۱-۱۲۹.

فرزعلیان، الهه؛ گنجی، محمد و نیازی، محسن (۱۳۹۸). بررسی نقش سرمایه‌های اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی در گرایش شهروندان به سبک زندگی نشاط محور. *فصلنامه مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران*، سال هشتم، (۲)، ۳۷۹-۴۱۰.

فوکویاما، فرانسیس (۱۳۸۴). *سرمایه اجتماعی و جامعه مدنی*. ترجمه افشین خاکباز و حسن پویان، تهران: نشر شیرازه.

فیلد، جان (۱۳۸۵). *سرمایه اجتماعی*. ترجمه جلال متقی، تهران: مؤسسه عالی پژوهش تأمین اجتماعی.

کارگر، سعید؛ ایمان، محمدتقی و عباسی شوازی، محمدتقی (۱۳۹۶). تبیین جامعه شناختی رابطه سبک زندگی و شادمانی اجتماعی (مورد مطالعه: دانش‌آموزان دبیرستانی شهر جهرم). *فصلنامه علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد شوشتر*، سال یازدهم، (۲)، پیاپی (۳۷)، ۱۲۹-۱۶۴.

کاظمیان‌پور، زهره و شهریاری، ابوالقاسم (۱۳۹۵). تأثیر فرهنگ بر متغیرهای اجتماعی، مقایسه مفهوم شادمانی در شهر تهران و روستای ارزنه. *فصلنامه مطالعات میان فرهنگی*، سال دوازدهم، (۳۳)، ۷۳-۹۹.

کشاورز، امیر و وفاپیان، محبوبه (۱۳۸۶). بررسی عوامل تأثیرگذار بر میزان شادکامی.

روان‌شناسی کاربردی، ۲(۵)، ۵۱-۶۲.

کلانتری، عبدالحسین؛ کشاورز، امراه و مؤمنی، حسن (۱۳۹۷). رابطه بین سرمایه اجتماعی و نشاط اجتماعی جوانان شهر دهلران. *پژوهشنامه مددکاری اجتماعی*،

سال سوم، (۱۰)، ۷۲-۴۱

گلای، فاطمه و اخشی، نازیلا (۱۳۹۱). مشارکت اجتماعی و نشاط اجتماعی. *جامعه‌شناسی کاربردی*، سال بیست و ششم، (۳)، پیاپی (۵۹)، ۱۳۹-۱۶۰.

گلزاری، م. (۱۳۸۷). روان‌شناسی مثبت‌گرا، رویکرد هزاره سوم. *ماهنامه حدیث زندگی*، سال ۸، ۲(۴۱).

محمدی‌راد، م. (۱۳۹۱). *بررسی عوامل اقتصادی اجتماعی مؤثر بر شادی و ارتباط آن با بهره‌وری نیروی کار*. (پایان‌نامه کارشناسی ارشد علوم اقتصادی). دانشگاه رازی کرمانشاه، کرمانشاه، ایران.

مرادی، علی و صفاریان، مسحن (۱۳۹۸). بررسی عوامل اجتماعی مرتبط با بی‌تفاوتی: مورد مطالعه شهر کرمانشاه. *جامعه‌شناسی اقتصادی و توسعه*، سال هشتم، (۱)، ۱۵۹-۱۸۹.

مظاهری، ن. (۱۳۸۶). *بررسی رابطه بین نگرش دینی، سبک‌های مقابله‌ای و شادکامی دانش‌آموزان دوره پیش‌دانشگاهی منطقه ۹ تهران*. (رساله کارشناسی ارشد). دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی دانشگاه الزهرا (سلام‌الله‌علیه)، تهران، ایران

منصوری مرادیان، سمیه و ملک حسینی، عباس (۱۳۹۷). تبیین شاخص‌های سرمایه اجتماعی در راستای ارتقاء نشاط اجتماعی و سلامت روان شهروندان (مطالعه موردی: شهر همدان). *نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی*، زمستان، (۴۱)، ۲۸۳-۲۹۹.

نبوی، عبدالحسین؛ رضادوست، کریم و صالحی، نجمه (۱۳۹۴). بررسی تأثیر عوامل اجتماعی و روانی بر احساس نشاط (مورد مطالعه: دانش‌آموزان ۱۶-۱۸ ساله شهر اهواز). *جامعه‌شناسی کاربردی*، سال بیست و ششم، (۳)، پیاپی (۵۹)، ۱-۲۲.

نصرتی‌نژاد، فرهاد؛ سخایی، ایوب و شریفی، حجت (۱۳۹۴). مطالعه رابطه بین سرمایه اجتماعی جوانان میزان شادکامی آنان. *فصلنامه مطالعات توسعه اجتماعی-فرهنگی*، ۴(۲)، ۱۴۳-۱۶۷.

هزارجریبی، جعفر و آستین افشان، پروانه (۱۳۸۸). بررسی عوامل مؤثر بر نشاط اجتماعی (با تأکید بر استان اصفهان). *جامعه‌شناسی کاربردی*، سال بیستم،

۲۰(۱)، ۱۱۹-۱۴۶.

هزارجریبی، جعفر و مرادی، سجاد (۱۳۹۳). نشاط اجتماعی و عوامل مرتبط با آن (مطالعه‌ای در بین دانشجویان دانشگاه طباطبائی). فصلنامه مطالعات ملی، سال پانزدهم، (۶۰)، ۳-۲۶.

Argyle, M. & Lu, L. (1990). The happiness of extraverts, personality and Individual Difference. to evaluative threat. *Journal of Personality and Social Psychology*, (56), 257-266.

Diener & N. Schwarz (2004). Understanding Quality of life. Russell sage, pp. 230-243. *Economica*, 65(257), 1-15.

Carr, A. (2004). Positive Psychology, Hove and New York: Brunner-Routledge, China. *Social Science & Medicine*, (64), 35-49

Christoph, Bernhard (2010). "The Relation Between Life Satisfaction and the Material Situation: A Re-Evaluation Using Alternative Measures. *Social Indicators Research*, 98(3): 475-499.

Darling, N. & Steinberg, L. (1993). Parenting style as context: an integrative model.

Diener & N. Schwarz (2004). Understanding Quality of life. *Russell sage*, 230-243. *Economica*, 65(257), 1-15.

Furnham, A. & Cheng, H. (1999). "Personality as Predictor of Mental Health and Happiness in the East & West". *Personality and Individual Differences*, 27(3), 395-403.

Jan-Emmanuel De Neve, Lara B. Aknin & Shun Wang (2022). World Happiness Report, <http://worldhappiness.report/>

Lopez, S. J. (2009). Encyclopedia of positive psychology, Wiley-Blackwell Publication. ISBN 978-1-4051-6125-1

Seligman and Danner, E. M. (2002). "Very Happy People". *Psychological Science* (13), 4-81.

Seligman E. p. (2003). *Happiness: The three traditional theories social Behavior*. (32), 80-99.

Street H. Nathan P., Durkin K., Morling J., Dzahari MA., Carson J., et al. (2004). Understanding the relationships between wellbeing, goal-setting and depression in children. *Aust N Z J Psychiatry*, 38(3), 155.

Reference

Afshani, S. A. (2012). Investigating the level of social vitality among Yazdi youth and factors related to it, *Journal of Social Analysis*, (4), 1-27. (In Persian)

Akbarzadeh, F. Dehghani, H. Khoshfar, G. and Janalizade Chobdasti, h. (2012). Investigating the effect of three types of economic, cultural and social capital on youth happiness, *Applied Sociology*, 24(1), 67-88. (In Persian)

Al Yassin, M. (2001). Joy and vitality in the school environment, *Tarbiat*,

No. 1. (In Persian)

- Almasi, M. (2015). Factors related to the feeling of happiness of infertile women in Ilam city, Nasim Tossansi Quarterly, 5(1), 10-18. (In Persian)
- Almasi, M. Mahmoudiani, S. and Jafari, M. (2013). Factors related to the feeling of happiness of the elderly, Iranian Nursing Journal, 27(92), 23-32. (In Persian)
- Amir Mozaheri, A. and Fakharian, M. (2015). The role of social capital in the happiness of youth (case study: students of the Faculty of Psychology and Social Sciences, Tehran Center), Sociological Studies, Year 9, (33), 7-24. (In Persian)
- Ansari, A. Ghazanfari, A. Farhamandian, M. and Makund, A. (2012). Investigating the social factors affecting happiness in the work environment of Iran's National Drilling Company, Social Sciences Quarterly of Shoshtar Branch, Year 7, (20), 169-196. (In Persian)
- Argyle, M. (2008). Psychology of happiness, translated by Masoud Neshat Dost, Tehran: Isfahan Publications. (In Persian)
- Argyle, M. And Lu, L. (1990). The happiness of extraverts, personality and Individual Difference. to evaluative threat, Journal of Personality and Social Psychology, 56, 257-266.
- Bakhtiar Nasrabadi, h. and Pahlvansadegh, A. (2011). The effect of education level of the Fordyce Happiness Program on increasing vitality, Educational Psychology Studies, 9(15). (In Persian)
- Bukharai, A. Talebi, M.A. and Mohtsham, p. (2015). A study of the level of social vitality in Bushehr city and the social factors affecting it, the investigated components of social trust and religiosity, Iran Social Science Studies, year 13, (48), 17-36. (In Persian)
- Carr, A. (2004). Positive Psychology, Hove and New York: Brunner-Routledge, China. Social Science & Medicine, (64), 35-49.
- Christoph, Bernhard (2010). "The Relation Between Life Satisfaction and the Material Situation: A Re-Evaluation Using Alternative Measures. Social Indicators Research 98(3), 475-499.
- Darling, N. and Steinberg, L).1993). Parenting style as context: an integrative model.
- Dehkhoda, A. (2011). Dictionary, Tehran: University of Tehran Publishing Institute. (In Persian)
- Dhahabi, A. (2014). Investigating the effect of the relationship between religiosity and social capital on the level of social vitality among Iranian religious tourists (Mashhad city case study), two scientific-research quarterly journals of Islam and Social Sciences, year 7, (14), 77-91. (In Persian)
- Dickey, M. T. (1999). The persuit of Happiness. (2008/01/10). <http://www.Dikey.Org/happy.Htm>.
- Diener, & N. Schwarz (2004). Understanding Quality of life, Russell sage, 230-243. Economica, 65(257), 1-15.
- Durkheim, A. (2012). About social division, translated by Baqer Parham,

Tehran: Nahr-e-Karzan. (In Persian)

Ebrahimzadeh, b. Aram, H. and Panahi, B. (2010). Investigating social vitality and factors affecting it among Azad University students, Parsabad branch of Moghan, Journal of Contemporary Sociology, Year 2, (4), 121-144. (In Persian)

Furnham, A. & Cheng, H. (1999). "Personality as Predictor of Mental Health and Happiness in the East & West", Personality and Individual Differences, 27(3), 395-403.

Hachitani, M. (2014). Social factors affecting the social happiness of teachers in Isfahan city, Socio-Cultural Strategy Quarterly, Year 4, (16), 239-256. (In Persian)

Haddadpour, A. Agha Babaei, M. Mahian, A. Gooderzi, A. and Haddadpour, A. (2018). The effect of urban visual pollution on the social vitality and vitality of the people of Natanz city in 2017, Architecture, Summer, (11), 7-11. (In Persian)

Hajizadeh Meimandi, M. and Turkan, R. (2014). Investigating the amount and cultural and social factors related to social vitality, urban sociological studies, year 5, (16), 59-86. (In Persian)

Hakimkhani, M.T. and Fakhimiazar, S. (2017). Investigating the relationship between social vitality and social responsibility of fire department workers in Tabriz metropolis, Iran Social Science Studies, Summer, Year 15, (57), 120-141. (In Persian)

Hasabi, H. Khorsandi, M. Abbasi Nejad, H. and Dehghan Shorkand, H. (2017). The effect of environmental performance on happiness: a cross-country analysis, Economic Modeling Quarterly, 12(2), 49-72. (In Persian)

Hosseinizadeh, S.(2021). The state of social vitality in Iran, Tehran: Research Institute of Culture, Art and Communication, Cultural Observation Center of the country. (In Persian)

ISPA (2019). Survey report of people's opinion about Corona (national study), second wave, Tehran: Office of National Projects of Culture, Art and Communication Research Institute. (In Persian)

Jafarvand, F. and Fathi, S. (2014). An analysis of the relationship between social capital and happiness in student life (case study: students of Tehran Research Science Unit), Iranian Journal of Social Development Studies, year 7, (3), 81-95. (In Persian)

Janalizadeh Chobusti, h. and Gholami, A. A. (2018). Examining the relationship between social vitality and academic productivity of faculty members (case study: Mazandaran University, Social Development, Spring, 13(3), 57-80. (In Persian)

Jan-Emmanuel De Neve, Lara B. Akinin, and Shun Wang (2022), World Happiness Report, <http://worldhappiness.report/>

Lopez, S.J (2009). Encyclopedia of positive psychology, Wiley-Blackwell Publication. ISBN 978-1-4051-6125-1

Khademian, T. and Faraji, T. (2011). Social factors affecting the social vitality of young people, Sociological Studies of Iran, 2(5), 19-38. (In

- Persian)
- Khoshfar, G.R.; Janalizadeh, H. Akbarzadeh, F. and Dehghani, H. (2012). Investigating the effect of three types of economic, cultural and social capital on the happiness of young people, social welfare scientific-research quarterly, year 13, (51), 283-314. (In Persian)
- Putnam, R. (2001). Democracy and Civil Traditions: Italy's Experience and Lessons for Countries in Transition, Translation: Mohammad Taghi Delfrooz, Tehran: Islam Newspaper Publishing. (In Persian)
- Rabbani, R. Karimizade Ardakani, S.; Nazari, J. and Rezaei Aminloui, H. (2009). Explanation of social vitality among ethnic groups and its relationship with collective identity (a case study of Azeri, Kurdish and Ler ethnic groups), Sociology Quarterly, Year 1, (4), 95-115. (In Persian)
- Radan, F. (2015). Comparing the level of social vitality of female students of Payam Noor and Islamic Azad University of Saveh based on some social variables, Journal of Cultural Management, year 10, (31), 1-14. (In Persian)
- Radan, F. (2018). Prediction of social vitality based on the social capital of female students, Social Capital Management, 6(2), 219-236. (In Persian)
- Rahimi Yeganeh, b. (1386). Happy and cheerful family, successful family, Tehran: National Youth Organization. (In Persian)
- Rezadost, K. Fazli, A. and Moqtadaei, F. (2013). Investigating social factors affecting the level of vitality in Khuzestan province, Social Development Quarterly, 8(4), 29-46. (In Persian)
- Ritzer, J. (2011). Contemporary Sociological Theory, translated by: Mohsen Salasi, Tehran: Samt. (In Persian)
- Seligman and Danner, E. M. (2002). "Very Happy People". Psychological Science (13), 4-81.
- Seligman E. p. (2003). Happiness: The three traditional theories social Behavior, (32), 80-99.
- Southwell, P. L.(2003). The politics of alienation: novoting and support for third - party candidates among 18-30 year - old, Social science Journal, (40), 99-107.
- Street H Nathan P, Durkin K, Morling J, Dzahari MA, Carson J, et al. (2004). Understanding the relationships between wellbeing, goal-setting and depression in children, Aust N Z J Psychiatry, 38(3), p. 155.
- Tamizhifar, R. and Azizimehr, Kh. (2014). Investigating the relationship between leisure time and social vitality, social work research journal, year 2, (6), 209-231. (In Persian)
- Zare Shahabadi, A. Turkan, R. and Heydari, M. (2011). Investigating the relationship between job satisfaction and social vitality among secondary school teachers in Jiroft, Applied Sociology, year 2023. (In Persian)

بررسی شأنت اجتماعی در تفکیک مکاتب توسعه و سیاست‌های کلی برنامه‌های شش‌گانه توسعه ج.ا.ایران

علیرضا حدادی

دکتری جامعه‌شناسی اقتصادی و توسعه - دانشگاه تهران، تهران، ایران (نویسنده مسئول).
alihaddadi@ut.ac.ir

محمد رضا دادگستر

دانشجوی کارشناسی ارشد سیاست‌گذاری عمومی دانشگاه تهران، تهران، ایران.
smrddadgostar@ut.ac.ir

چکیده

برنامه‌های توسعه‌محور ریل‌گذاری مسیر حرکت کشورها است. این برنامه‌ها در حکم پیش‌نیاز شکل‌گیری پارادایم دولت و جامعه قوی دانسته می‌شود. توجه به میانی برنامه‌های توسعه، ضرورتی برای نهاد علم و سیاست است. نظریات مختلف توسعه از رویکردهای مختلف اقتصادی، سیاسی و فرهنگی به تحلیل ریشه‌ای سیاست‌های توسعه پرداخته‌اند. هدف مقاله حاضر دستیابی به الگویی نظری است که از طریق آن بتوان توجه بیشتری به شأن اجتماعی‌بودگی توسعه داشت. روش مقاله تحلیل محتوای کیفی و نقد و بررسی انواع دسته‌بندی مکاتب توسعه است. یافته‌ها حاکی از غفلت از ابعاد اجتماعی به عنوان معیار تفکیک مکاتب توسعه از یکدیگر و همچنین سیاست‌های برنامه‌های توسعه ایران است. الگوی تبیین‌شده، با محوریت تأکید بر بعد اجتماعی و الزام‌های همبستگی جامعه برای شرایط امروز ایران طراحی شده و ضمن توجه به ابعاد گوناگون مفهوم توسعه، نسبت دو بعد دولت - جامعه با ساختار-عاملیت را سنجیده و نظریه‌های مشهور توسعه را در این میانه جایابی نموده است. در انتها میانی و سیاست‌های برنامه‌های توسعه جمهوری اسلامی با مدل پیشنهادی مقاله، تطبیق داده شده و از حیث اجتماعی و پارادایم مشارکت‌محور بررسی می‌شود.

کلیدواژه‌ها: فرهنگ بومی، توسعه، دولت، جامعه، عاملیت، ساختار، برنامه‌های توسعه، ج.ا.ایران.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۴/۲۷ تاریخ بازبینی: ۱۴۰۱/۰۶/۱۲ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۶/۱۳
فصلنامه راهبرد اجتماعی فرهنگی، سال ۱۲، شماره ۱، پیاپی ۴۶، بهار ۱۴۰۲، صص ۶۷-۱۱۲

مقدمه و بیان مسئله

متفکران مختلفی در طول تاریخ درباره پیشرفت حکمرانی سخن گفته‌اند. بررسی مفهوم توسعه، معنای عقلانیت حکومت برای سامان مسیری را روشن می‌سازد که طی آن، جامعه از وضع موجود به سمت وضع برتر مادی و معنوی در نسبت با اهداف مشخص پیشرفت کند؛ چراکه توسعه، حرکت به سمت تحقق و آبادانی عمومی جامعه‌ای مبتنی بر حق و عدل بوده که ادعای آن در میان همه ایدئولوژی‌ها مشترک است (داوری اردکانی، ۱۳۹۶). اما طبیعتاً امکان این پیشرفت، پارادایمیک فرض شده و ممکن است از یک ایدئولوژی به دیگری، تغییر ماهوی در برنامه‌ریزی را به همراه داشته باشد. از دیگرسو، معنای خاص توسعه را می‌توان اشاره‌ای به انقلاب علمی و صنعتی جوامع اروپایی و تحقق تجدد در تمدن غرب و تغییر سبک زندگی ایشان در بازگشتی نو به میراث یونان باستان دانست. جهان جدید راه خود را با یافتن خردی آغاز کرد که دیگر نه صرفاً شناسنده جهان، بلکه تأملاتی بود درباره علم قدیم که تصور شیء و جهان بود و از این‌رو شناختش با تغییر و تصرف قرین بود. این بار چیزی بیرون از عقل نبود که برای شناختش اقدام شود و آغاز شناخت، از ایده‌های حسی و عقلی است؛ چنان‌که گویی انسانیت، تنها با اعمال اراده و از طریق قهر جهان، امکان تحقق خواهد داشت. این در حالی است که دیگر از آن علم که در حاق خود با حقیقت سروکار داشت، خبری نبود و این بار علم درهم‌تنیدگی ذاتی با اراده به میدان آمده بود. درحقیقت «مدرنیسم پدید آمدن شرایط و امکان کوشش و تدبیری است که بشر با غفلت از هر قدرتی ورای قدرت بشری و مرجعی غیر از خود، برای تحکیم موقعیت خویش در عالم و تصرف در طبیعت و سامان دادن به امور زندگی مادی به خرج داده است. مدرنیسم نگاه تازه بشر به خود و به عالم و یافتن امکان‌های تازه‌ای در وجود خود و عالم است. با این نگاه، بشر در خود، قدرت و اراده تصرف و تغییر در همه‌چیز را دیده و عالم متجدد، با این اراده بنیان نهاده شده است» (داوری اردکانی، ۱۳۸۴، ص. ۳). در نهایت توسعه در معنای اخص آن، تاریخی بیش از جنگ جهانی دوم و معنایی جز تشبه همه‌جانبه جوامع گوناگون به الگوی آمریکا ندارد. در این معنا، سردمداری اقتصادی آمریکا و ترس از اشاعه ایدئولوژی رقیب بلوک شرقی آن سبب شد علم و سیاست بیش‌ازپیش به یکدیگر

نزدیک شوند و رؤیای آمریکایی شدن را به فنی ترین صورت آن، در سر تمام کشورهای جهان بگسترانند.^۱

نظریه های توسعه را می توان ابتدا به دو گفتمان کلان «پیشرفت: قانون و اقتصاد» و «گفتمان بازانیدیشی: انسان و فرهنگ» تقسیم کرد. هر دو پارادایم توسعه و ضد توسعه ذیل گفتمان اول و پارادایم پساتوسعه ذیل گفتمان دوم می گنجد. در پارادایم توسعه که با عنوان مکتب ارتدوکس توسعه از آن یاد می شود، رویکردهای رشد، نگرشی و نهادین تبیین می شود؛ برای نمونه، مکتب نوسازی که نگاهی تک خطی به توسعه دارد، به دنبال کمی سازی امور و در نتیجه نزدیک به مفهوم «رشد» است و جهان غرب مدرن را سنخ آرمانی توسعه معرفی می کند. لئویس، هیگینز، روستو، هیگن، مک کلند، اینکلس، لرنر، وینر، هانتینگتون، نورث، وبلن و... از متفکران بررسی شده در این بخش هستند. در ادامه، در پارادایم ضد توسعه، از رویکردهای ساختارگرایی توسعه، امپریالیسم و وابستگی یاد می شود. پارادایم ضد توسعه با محوریت مکتب وابستگی، به رابطه نابرابر کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه می پردازد و توسعه را مفهومی می بیند که بر اثر توسعه نیافتگی کشورهای دیگر بر پایه رابطه ای نابرابر شکل گرفته است. اکلا، پربیش، لنین، باران، سوئیزی، فرانک و... از متفکران این پارادایم محسوب شده اند. در پارادایم پساتوسعه نیز نظریه های مکاتب توسعه انتقادی، توسعه وابسته، نوگرایی بازانیدیشانه، تنظیم و مقررات توسعه، توسعه مشارکتی، کیفیت زندگی و توسعه انسانی و توسعه پایدار مرور می شود. نظریه های توسعه هابرماس، لیوتار، والرشاتین، کاردوسو، اولریش بک، اسکات لش، آلتوسر، اگلی آتا، بوردیو، کلمن و... در این بخش بررسی شده است (عنبری، ۱۳۹۰).

به تعبیر دیگر تدوین نظریه های دمکراتیزاسیون در سه مرحله صورت گرفت که البته نظریه های ارائه شده در مراحل پیشین، در مراحل بعدی بازنگری و نقد شدند و صورت کامل تری از آنها ارائه شد:

- ۱- نظریه های ساختاری در دهه های پنجاه و شصت میلادی که در دهه های هشتاد و نود تحول یافتند؛
- ۲- نظریه های با محوریت عوامل سیاسی در دهه هفتاد که در دهه های هشتاد و نود تحول یافتند؛

۱. این زبان البته نباید به معنای برتری دادن تفکر توسعه به مفهوم اروپایی و سخیف پنداری توسعه به معنای آمریکایی درک شود، که حتماً مراد نیست و بحث درباره آن مجال مستوفایی می طلبد.

۳- نظریه‌های جامع با محوریت بررسی متقابل ساختار و عاملیت که از دهه نود به بعد مطرح شدند (قاضی‌مرادی، ۱۳۹۷).

نظریه‌های نسل اول دانشمندان توسعه، بیشتر به مفاهیمی چون افزایش درآمد سرانه و تولید ناخالص ملی مربوط می‌پردازند اما به سبب عدم توفیق مدل‌های اولیه توسعه در کشورهای جهان سوم، تجدید نظرهایی درخصوص معیارهای توسعه توسط نسل دوم این دانشمندان انجام گرفت و به تبع آن مکاتب توسعه با فاصله گرفتن از الگوهای کلان و رؤیاپردازی‌های اولیه، شکل نوینی از توسعه را با توجه به اقتضائات گوناگون جوامع پدید آوردند. در این دوره و ذیل مکاتبی مانند «توسعه انسانی» بود که میزان تولید ناخالص ملی، در کنار عوامل دیگری مانند توانایی‌های فردی، شخصیت، بهداشت و آموزش مطرح شد (Meier, 2001, p. 24). به موازات این تحولات ورود مفاهیم تازه به مباحث دانشگاهی مربوط به توسعه، رفته‌رفته غایت و هدف نهایی آن نیز از افزایش درآمد سرانه و تولید ناخالص ملی به رشد کیفی، کاهش فقر، عدالت توزیعی و مواردی از این قبیل تغییر یافت. همین ناکامی‌ها و تغییر مسیرها در توسعه کشورها (به‌ویژه کشورهای پیرامونی) سبب شد تا گفتمان سترگ توسعه با ریشه‌های غربی خود به‌صورت جدی مورد تردید قرار گیرد. این «ضدجریان»^۱ از انتقادهای عملکردی و جزئی تا مبانی نظری و فلسفی توسعه را دربرمی‌گرفت و این‌گونه پس از نقد چارچوب‌های پذیرفته شده توسعه، درصدد تبیین نقاط ضعف مدل‌های توسعه و ارائه راهکارهای نوین برای توسعه در کشورهای توسعه نیافته یا درحال توسعه بود. در این بین، روند «نوگرایی»^۲ صرفاً به‌مثابه یک فرایند طبیعی در نظر گرفته نمی‌شد، بلکه منتقدان توسعه، نوگرایی را در قامت یک طرح، به‌عنوان مبنای اصلی و ریشه تنومد توسعه غربی مورد نقد قرار می‌دادند. این انتقادات ساختاری و مبنایی، عموماً تحت عناوینی چون «ضدتوسعه»^۳، «پایان توسعه»^۴ و «پساتوسعه»^۵ بیان شده و به رد مفروض‌های نظریه توسعه و نوسازی همت گماشته است. بر همین اساس، الگوها و مبنای توسعه بر اساس نوگرایی نیز به باد انتقاد گرفته شد و پساتوسعه‌گرایی را مبتنی بر جلوه‌هایی از پست مدرنیسم، مدرنیسم انتقادی، توسعه بدیل، توسعه دیگر و توسعه پایدار پدید آورد (احمدی و بیدالله خانی، ۱۳۹۲).

1. Counter-flow
2. Modernization
3. Anti-development
4. The End of Development
5. Post-development

توسعه مفهومی میان‌رشته‌ای و از همین‌رو دارای سرچشمه‌های نظری متنوعی است. با مروری بر دسته‌بندی نظریات توسعه به‌نظر می‌رسد علاوه بر ابهام منطقی در تقسیم، ابتدای هر یک بر گرایشی استوار شده که بهره‌گیری از دستاوردهای توسعه برای مدل‌های حکمرانی کشور را با موانعی اساسی روبرو می‌سازد. نگارش برنامه‌های توسعه از جمله مسائلی است که چند سال یک بار قوای مختلف بالادستی کشور را بر آن می‌دارد تا روند کلی کشور را ارزیابی و برای ادامه مسیر برنامه‌ریزی کنند؛ اما توجه به مبانی و ریشه‌های نگارش برنامه توسعه از امور فراموش‌شده‌ای است که ردپای خود را به‌طور ویژه در غفلت از ابعاد اجتماعی در برنامه‌های مختلف توسعه، قبل و بعد از انقلاب اسلامی، نشان می‌دهد. بررسی سیر تطورات و زمینه‌های تاریخی نظریه‌های توسعه بیانگر این است که در هر برنامه، نقطه تمرکز ویژه‌ای در نظر گرفته شده و مسیر کشور را به سمت‌وسوی آن پیش برده است. اما این تمرکز به پیروی از مدل‌های جهانی، غالباً اقتصادی بوده و با شاخص‌های متناسب هم ارزیابی شده است. این درحالیست که الگوی نهادسازی انقلاب اسلامی، مبتنی بر ارزش‌های فرهنگی و مردمی بوده و تغییر نقاط تمرکز به مباحث اقتصادی، گسستی در تبار و گفتمان انقلاب اسلامی محسوب می‌شود. این متناقض‌نمای محمل تولد مسئله دسته‌بندی نظریه‌های توسعه با نگاه به مبانی اجتماعی است. در مقاله حاضر کوشش می‌شود با بررسی انواع دسته‌بندی مکاتب توسعه، الگویی یافت شود که از طریق آن بتوان این خلأ را پوشش داد. نویسندگان تلاش دارد با ارائه معیاری اجتماعی، ادبیات توسعه را در الگویی منسجم از تنوع نظریات برای پژوهشگران و کارآمد برای بهره‌گیری در سیاست‌گذاری کلان کشور، سامان داده و از نو ارائه دهد. تأکید مقاله بر ارزش‌مندی فرهنگ‌های بومی بوده و ضمن تفتن به منشأ ارزشی امور، منشأ توسعه را فرهنگ بومی می‌داند که توسط فرهنگ برانگیخته و به وسیله معیارهای اجتماعی هدایت می‌شود. در ادامه ابتدا چارچوب مفهومی مدنظر ایضاح شده و سپس با استفاده از این ابزار نظری و تمرکز بر بعد اجتماعی، وارد طرح نظریه‌های شده و دوباره در مدل مفهومی مختار تبیین خواهد شد. در انتها مبانی برنامه‌های توسعه جمهوری اسلامی با مدل پیشنهادی مقاله، تطبیق داده شده و از حیث اجتماعی بررسی می‌شود.

۱. هدف و سؤال پژوهش

هدف این مقاله پاسخ به پرسش‌های زیر درباره الگوی اجتماعی تفکیک مکاتب توسعه است.

پرسش اول: انواع دسته‌بندی نظریه‌های توسعه چیست و از منظر توجه به ابعاد اجتماعی چگونه تحلیل می‌شوند؟

پرسش دوم: الگوی مطلوب دسته‌بندی مکاتب و نظریه‌های توسعه، از منظر اجتماعی چیست؟

پرسش سوم: سیاست‌های کلی برنامه‌های توسعه جمهوری اسلامی ایران، از منظر توجه به ابعاد اجتماعی، چگونه تحلیل می‌شوند؟

۲. پیشینه پژوهش

توسعه، مفهومی ذاتاً میان‌رشته‌ای است. در ایران نیز پایگاه‌های دانشی متفاوتی (اعم از مدیریت، اقتصاد، جامعه‌شناسی تاریخ و علوم سیاسی) علل عدم توسعه‌یافتگی ایران را به‌عنوان مهم‌ترین مسئله محور مطالعات توسعه پی‌جویی نموده‌اند. الف) برخی پژوهش‌ها برای این پی‌جویی، آشنایی با پارادایم‌های جهان‌شمول توسعه را ضروری دانسته و به تقریر نظریه‌ها و الگوهای توسعه پرداخته‌اند و از همین رو به متن درسی رشته‌های دانشگاهی بدل شده‌اند (نک. عنبری، ۱۳۹۰). ب) آثار دیگری نیز اقدام‌ها و تصمیم‌های سیاسی دولت‌ها در ایران و کشورهای مختلف (به‌جای الگوهای توسعه) را بررسی کرده‌اند و در این راستا برخی ویژگی‌های نهادی مانند ساختار حکمرانی، احزاب، دین، ظرفیت‌های قانونی و نهادهای تصمیم‌سازی و تصمیم‌گیری را مورد نقد و ارزیابی قرار داده‌اند (نک. چانگ، ۱۳۹۸)؛ همچنین برخی نظریه‌های به دنبال طرح ضروری‌های توسعه، برخی مقدمه‌های توسعه، برخی موانع توسعه، برخی فرایند توسعه و برخی دیگر نتایج و پیامدهای توسعه را مورد مطالعه قرار داده‌اند (دبیری‌مهر، ۱۳۹۳، ص. ۱۸۴). لازم به ذکر است در پژوهش‌های انجام شده، پژوهشی به‌صورت مستقیم به طرح مسئله، بازبینی، نقد و بررسی دسته‌بندی‌های انجام شده در حوزه مکاتب توسعه از منظر ابعاد اجتماعی نپرداخته است.

۳. تعریف مفاهیم

۳-۱. شائیت اجتماعی

توسعه در معنای پیشرفت همه‌جانبه باید مؤلفه‌های مختلف از جمله ابعاد اجتماعی را نیز در نظر بگیرد. شأن اجتماعی به معنای توجه به نقش‌ها، موقعیت‌ها، نهادها، زمینه‌ها، ارزش‌ها، نگرش‌ها، روابط، پیوندها و کنشگری متقابل دولت‌ملت است که با

محوریت حوزه عمومی یا غیررسمی، گروه، طبقات و مشارکت جمعی معنادار می‌شود. در نظر گرفتن این حیثیت مستلزم توجه به مفاهیم کاملاً اجتماعی است و اثرسنجی آن از طریق پیمایش مداوم پنداشت مردم از وضعیت حکمرانی، اعتماد و سرمایه اجتماعی ممکن می‌شود. جهت توسعه در این مدل پایین به بالا و مردمی است. حتی برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری کلان حوزه‌های اقتصادی یا سیاسی، نیازمند توجه به حیطه اجتماعی مانند تاریخ‌مندی، فرهنگ بومی، قومیت، جنسیت، سبک زندگی، مقاومت و حتی گروه‌های ضد جریان برنامه است.

۲-۳. پساتوسعه

مفهوم «پساتوسعه» در دوسه دهه اخیر اما با ساختارشکنی وارد ساختن نقدهای مبنایی بر کلیت ایده توسعه، جنس این انتقادات را به کلی تغییر داده و مسیر جدید را بر مبنای پیشرفت و رضایت بیشتر مردم عرضه داشته است. گفتمانی که ادعای نسخه جایگزین توسعه را از اساس مردود می‌داند و ضمن طرح کاستی‌ها و مضرات انواع نسخه‌های آن، توسعه را طرحی «اروپامحور»^۱ و درعین حال «اقتدارگرا»^۲ و «فن‌سالار»^۳ معرفی می‌کنند. نظریه پساتوسعه بر این امر تأکید می‌کند که کل مفهوم و عمل توسعه، بازتابی از هژمونی شمال - غربی برای بقیه کشورهای جهان است که در دایره شمال - غربی جای نمی‌گیرند. مباحث مرتبط با پساتوسعه در بازه پس از دهه هشتاد قرن بیستم میلادی، همچنین در سویه مخالف نظریه‌های توسعه نوگرایی قرار گرفته و تلاش می‌کنند حول محور طرد و ضدیت با توسعه نوگرایی، نظریه خود را سامان دهند (Sachs, 1992, p. 23).

اما پساتوسعه در کنار نقدهای فراوانی که به گفتمان توسعه وارد ساخته و بدین‌وسیله اساس آن را نقد کرده است و راهکارهای جایگزینی نیز در جهت تغییر مثبت و روبه‌رشد ارائه می‌کند. این مکتب با ترسیم یک افق چشم‌انداز بر اساس حذف بخش‌هایی از گفتمان توسعه از جمله، نوگرایی، مرکزیت سیاست، تأثیرهای فرهنگی و اقتصادی غرب، اقتصاد بازار آزاد و جوامع اقتدارگرا و استبدادی، مسیرهای جدید و البته تجربه نشده‌ای را عرضه می‌کند (Simon, 2005, p. 327). به‌طور کلی، پساتوسعه‌گرایان رویکردی انسانی، غیرمخرب داشته و اشکالی جدید از همبستگی توسعه‌محور را بر اساس انسانیت جایگزین می‌کنند. به عقیده رهنما (۱۹۹۷)، «مردم

1. Euro Centric
2. Authoritarian
3. Technocrat

خوب همه جا با هم فکر و سپس کار می‌کنند». از این رو می‌توان حدس زد که جهت توسعه در پساتوسعه دیگر بالابه پایین نبوده و این خود «مردم» هستند که در چارچوب الگوهای مردم‌گرا و پایین به بالا، در رشد و پیشرفت همه جوامع مشارکت و همیاری می‌کنند. این رهیافت مردمی، البته مقدمه دیگری دارد که آن پذیرش تفاوت‌ها و به رسمیت‌شناختن «چندفرهنگی» در جوامع است. امری که فرهنگ‌های بومی را ارزشمند دانسته و تلاش می‌کند از دل مشارکت بومیان، مدلی بوم‌زاد مبتنی بر داشته‌های هر بوم و فرهنگ ارائه کند. از دیگر شاخص‌های پیشنهادی پساتوسعه، می‌توان به ایده «سبک زندگی باصرفه» اشاره نمود که از مصرف‌گرایی اجتناب کرده و همدلی و همراهی بیشتری با محیط زیست خود دارد. در این رویکردها مفاهیمی همچون عقلانیت بومی (گری، ۱۳۸۴، ص. ۴۱)، توسعه مشارکتی (عنبری، ۱۳۹۰، ص. ۲۸۴)، خودشکوفایی (موثقی، ۱۳۹۸، ص. ۳۵)، امر محلی (Escobar, 2004, p. 225)، توسعه جماعت‌محور (قهفرخی، ۱۳۸۹، صص. ۹-۲۳)، کیفیت زندگی (سن و نوسبام، ۱۳۹۷)، توسعه بومی (ضیائی، ۱۳۹۵، ص. ۱۴۴)، توسعه انسانی (ملاعباسی، ۱۳۹۵، ص. ۱۰۵)، توسعه پایدار (عنبری، ۱۳۹۰، ص. ۳۳۱)، اخلاق توسعه (Goulet, 1988, p. 162) و... مطرح می‌شود.

۳-۳. گفتمان‌های مهم حکمرانی

چهار گفتمان کلان جامعه‌شناسی سیاسی درباره حکمرانی را می‌توان به‌صورت زیر توضیح داد:

- ۱- دولت منفعل و جامعه فعال یا جامعه نیرومند و دولت کوچک: دولت هدف نیست، بلکه انسان هدف است؛ درواقع دولت تأسیس می‌شود تا نظم و صلح و رفاه ایجاد کند و مدافع حقوق و منافع جامعه شود.
- ۲- دولت بزرگ فعال و جامعه فعال: فعال بودن دولت به معنای خودکامگی نیست؛ بلکه به توان دولت در شکل دادن جامعه مدنی اشاره دارد. در شکل‌گیری این گفتمان و تقویت دولت در برابر جامعه مدنی سه عامل مؤثر بود: گفتمان توسعه، نظریه کینزی تأمین عدالت از طریق مداخله اقتصادی و گسترش توانمندی نظامی.
- ۳- دولت فعال و جامعه منفعل: این گفتمان ضدتجدد، ضدعقل، رمانتیک و محافظه‌کارانه است و زمینه‌های فکری آن را شوپنهاور، نیچه، فروید و گوستاو لوبون فراهم کردند. در این گفتمان، انسان خودمختار زوال می‌یابد و سرنوشت او را نه اراده و آزادی او، بلکه قوانین کلی تاریخی تعیین می‌کنند.



۴- دولت کوچک فعال و جامعه فعال: این گفتمان نوعی بازگشت به گفتمان نخست است؛ پیوستاری از نظریه‌های نئوکلاسیک یا نئولیبرال تا پساتجددگرایی. اصل اساسی این گفتمان تمرکززدایی در همه حوزه‌هاست. در اینجا معنا و حقیقت تابعی از گفتمان‌های مسلط در هر عصری است (توحیدفام، ۱۳۸۱، ص. ۴۹).

۴. روش پژوهش

روش تحقیق را می‌توان از جهات مختلف تبیین کرد. این پژوهش بر اساس متغیر مکان، کتابخانه‌ای، از حیث جنس داده‌ها، کیفی و به لحاظ متغیر غایت، بنیادین نظری است. از طرف دیگر از حیث ماهیت، اکتشافی - توصیفی، از حیث روش گردآوری داده‌ها، تحلیل محتوا و ابزار گردآوری اطلاعات نیز، فیش‌برداری است. در این مقاله، بر مبنای طبقه‌بندی دوورژه از روش مطالعه کتابخانه‌ای، با تکیه بر روش کلاسیک از نوع تحلیل درونی متن بهره‌گرفته شده‌است (دوورژه، ۱۳۶۲، ص. ۱۰۵). به این ترتیب، سعی شده تا منطق درونی آثار بازسازی و به معنای متون دست یافته شود. اما به‌طور طبیعی در این عمل، دخالت عناصر ذهنی نگارنده قابل نفی نیست (کچویان و کلانتری، ۱۳۹۰). همچنین شاخص‌های الگوی نظری این مقاله از طریق مراجعه خبرگانی به کارشناسان توسعه و روش دلفی با اولویت‌بندی تاپسیس انجام شده است.

۵. یافته‌های پژوهش

۵-۱. نقد و بررسی انواع دسته‌بندی نظریه‌های توسعه

پرسش اول پژوهش آن است که انواع دسته‌بندی نظریه‌های توسعه چیست؟ متفکران مختلف چگونه نظریه‌های توسعه را دسته‌بندی کرده‌اند؟ همچنین از منظر توجه به ابعاد اجتماعی چه نقدهایی بر این دسته‌بندی‌ها وارد است؟ سنت دسته‌بندی در نهاد علم، یکی از قدیمی‌ترین سنت‌ها برای به‌کارگیری در فرایند آموزشی بوده است. در ادامه برخی از این چارچوب‌ها که بر نظریه‌های توسعه اجرا شده است، بازخوانی می‌شود.

۵-۱-۱. آلوین سو

آلوین سو از سه مکتب کلی توسعه با نام‌های نوسازی، وابستگی و نظام جهانی یاد می‌کند که با تقسیم هر کدام به نظریات قدیم و جدید، جمعاً شاهد شش پارادایم جزئی‌تر خواهیم بود (سو، ۱۳۹۴). نوسازی، وابستگی و نظام جهانی. معیار تفکیک این

دسته‌بندی مشخص نیست. اگر از حیث دوره تاریخی و صرفاً بر اساس تقدم و تأخر زمانی دسته‌بندی انجام گرفته است، چرا نام و توضیح هر دوره، حامل محتوایی متعین است، حال آنکه بررسی نظریه‌ها حاکی از درهم‌تنیدگی مکاتب مذکور، در مقاطع مختلف این بازه تاریخی داشته فلذا همچنین هر یک از این عناوین قابلیت اطلاق پارادایم مسلط در دوره موردنظر را ندارد. ازسوی دیگر این سه دسته دارای مقسم محتوایی واحد نیز نیستند. نوسازی و وابستگی دو نوع نگاه از دو قطب مخالف، میان کشورهای مرکزی و پیرامونی بوده، اما جهانی‌شدن اشاره به مفهومی محیط و قابل جمع با دو مفهوم سابق دارد. دیگر آنکه این نوع دسته‌بندی و برجسب‌گذاری ادوار تاریخی، حاوی ابتنا و تقلیل نظریه‌ها به چتر نظریه مسلط آن زمان و برجسته‌سازی نابجاست، درحالی‌که چنین تسلطی اثبات‌شده نیست. همچنین عناوینی چون نوسازی، دارای معانی متعدد بوده و برای نام‌گذاری یک دسته، ابهام فراوانی را ایجاد می‌نماید.

۵-۱-۲. گریفین

کیت گریفین^۱ می‌کوشد با بررسی عملکرد راهبردهای عملی توسعه اقتصادی در کشورهای جهان سوم، مدل‌ها را به نه گروه دسته‌بندی کند. دسته‌بندی کلی گریفین را می‌توان ذیل دو رویکرد سرمایه‌داری و سوسیالیستی دانست. وی ذیل رویکرد سرمایه‌داری مکاتب «توسعه پولی»، «صنعتی‌کردن»، «انقلاب سبز»، «توزیع مجدد» و «اقتصاد باز» را جای می‌دهد. همچنین گریفین راهبرد «توسعه سوسیالیستی» را در چهار مطالعه موردی «شوروی استالینیستی»، «خودگردانی یوگوسلاوی»، «چین مائوئیستی»، و «متکی به خود کره شمالی» پیگیری می‌نماید (گریفین، ۱۳۷۵). توجه به روح نظری هر یک از مکاتب و اشتراک آنها، معیار تفکیک گریفین در این دسته‌بندی است. پرسش اول اینجاست که رویکردهای نظری توسعه که نه ادعای سرمایه‌داری و نه ادعای سوسیالیسم دارند، در کجای این طرح نظری جای می‌گیرند. رویکردهایی مانند تمرکززدایی غیرلیبرال یا پساتوسعه (برد، ۱۳۹۷). ازسوی دیگر استقرار گریفین در احصاء نظریه‌های داخل این دو پارادایم نیز بسیار ناقص به‌نظر می‌رسد. به‌عنوان نمونه هیچ اثری از نظریه‌های حکمرانی خوب یا چپ نو در این دسته‌بندی مشاهده نمی‌شود. دیگر آنکه عنوان هر یک از قسیم‌های داخلی بر اساس منطقی متفاوت انتخاب شده است. به‌عنوان نمونه انقلاب سبز و توزیع مجدد اشاره به کارکرد راهبردها و شوری و چین، اشاره به مکان تحقق راهبردها دارند.

۵-۱-۳. هانت

دایانا هانت^۱ هفت پارادایم کلی را مشخص می‌سازد: ۱- هسته در حال گسترش سرمایه‌داری؛ ۲- ساختارگرایی^۲؛ ۳- نئومارکسیستی؛ ۴- وابستگی؛ ۵- مائوئیستی؛ ۶- نیازهای اساسی و ۷- نئوکلاسیکی (هانت، ۱۳۷۶). مهم‌ترین ایراد دسته‌بندی هانت که مدعی توجه به مباحث فلسفه علم را نیز دارد، عدم توجه به حیث تقسیم واحد است. رقابت پارادایم‌های مذکور از چه حیث قابل انجام است. آیا مبانی فکری ایشان متعارض بوده یا در ساحت عمل، به راهبردهای متضادی منجر شده‌اند. سوای از هم‌پوشانی‌های موجود میان پارادایم‌هایی چون هسته در حال گسترش سرمایه‌داری و نئوکلاسیک، یا نئومارکسیستی و مائوئیستی یا ساختارگرایی با سایر پارادایم‌ها، که با طرح مفهوم پارادایم ناسازگار است، حتی در پارادایم بودن برخی قسیم‌ها مانند ساختارگرایی جای تأمل وجود دارد. عدم جامعیت و مانعیت این طرح استقرایی نیز دیگر نقد وارد بر هانت خواهد بود.

۵-۱-۴. روچا^۳

روچا نظریه‌های توسعه را به شش پارادایم اصلی تقسیم کرده و آنها را بر اساس معتقدان فردی و سازمانی خود توضیح می‌دهد. ۱- رشد اقتصادی، ۲- توسعه اقتصادی، ۳- توسعه پایدار، ۴- توسعه انسانی، ۵- توسعه نهادهای اجتماعی^۴، ۶- برنامه‌ریزی توسعه^۵. او در نهایت معتقد است می‌توان هر شش پارادایم را در کنار هم ذیل برنامه‌ریزی توسعه منسجم ساخت (Rocha, 2013).

روچا بیش از آنکه به مبانی معرفتی شکل‌دهنده به پارادایم‌ها توجه کند، به تعاریف عملی سازمان‌های جهانی اتکا کرده‌است و متفکران را نادیده انگاشته است. اما بی‌توجهی به سرچشمه‌های معرفتی هر یک از این مفاهیم، که خود را در تعریف نقش عوامل مختلف توسعه نشان می‌دهند، نقطه ضعف این طرح محسوب می‌شود. نکته دیگر آنکه تصور یکپارچگی این پارادایم‌ها با ترتیبی زمانی، خود حاکی از عدم وجود طرح نظری برای دسته‌بندی و اکتفا به کشف مقوله‌بندی موجود در تاریخ دارد. توجه به این مهم ضروری است که چنین طرحی تنها متوجه ظاهر و پوسته تعاریف

1. Diana Hunt
2. Structuralism
3. Héctor Rocha
4. Socio-institutional development
5. Development agenda

بین‌المللی بوده و عدم توجه به گفتمان‌ها و اختلافات اقتصاد سیاسی، می‌تواند طرح را به ضد اهداف خود مانند حذف فقر از عالم مبدل کند.

۵-۱-۵. فائو^۱

پانزده پارادایم احصا شده توسط سازمان بین‌المللی فائو، به شرح زیر است: ۱- توسعه رشد بازار آزاد^۲، ۲- توسعه رشد متعادل و به نفع فقرا^۳، ۳- توسعه صنعتی با دستمزد اندک^۴، ۴- توسعه صادرات متمرکز بر نیروی کار شدید و دستمزد اندک^۵، ۵- توسعه مبتنی بر کشاورزی^۶، ۶- توسعه رشد درون‌زاد^۷، ۷- توسعه روستایی^۸، ۸- توسعه مبتنی بر توافق واشینگتن^۹، ۹- توسعه مبتنی بر گشودگی راهبردی^{۱۰}، ۱۰- توسعه صادرات منابع تجدیدناپذیر^{۱۱}، ۱۱- توسعه صادرات محصولات کشاورزی^{۱۲}، ۱۲- توسعه مبتنی بر دفع نیروی کار داخلی^{۱۳}، ۱۳- توسعه مبتنی بر جذب نیروی کار مهاجر خارجی^{۱۴}، ۱۴- توسعه مبتنی بر منابع مالی^{۱۵} و ۱۵- توسعه مبتنی بر کمک‌های خارجی^{۱۶} (FAO, 2011).

فائو تأکید بیش از حد خود را بر کشف آنچه رخ داده است و توضیح آن بر مبنای نظریه‌های توسعه داشته و حاوی تبیین الگویی برای زمینه‌های تاریخی و اجتماعی متفاوت نیست. این مجموعه پرتعداد شاید بتواند مجموعه‌ای از راهکارهای ممکن را کنار هم بنشانند، اما توان جمع یا انتخاب میان ایشان را بر کشورها می‌بندد. همچنین سوگیری ارزشی سازمان در توضیح مفاهیم لیبرالی و طرد الگوهای سوسیال، کاملاً هویداست.

1. FAO: FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION OF THE UNITED NATIONS

2. Free-market Trickle-down Growth-led development

3. Pro-poor (broad-based or balanced) growth-led development

4. Low-wage industry-led development

5. Low-wage labour-intensive export-led development

6. Agriculture-based development

7. Endogenous growth-based development

8. Rural development paradigm

9. Washington Consensus-based development

10. Strategic openness-based development

11. Exhaustible-resource export-led development

12. Agricultural commodity export-led" development

13. Emigration-based development

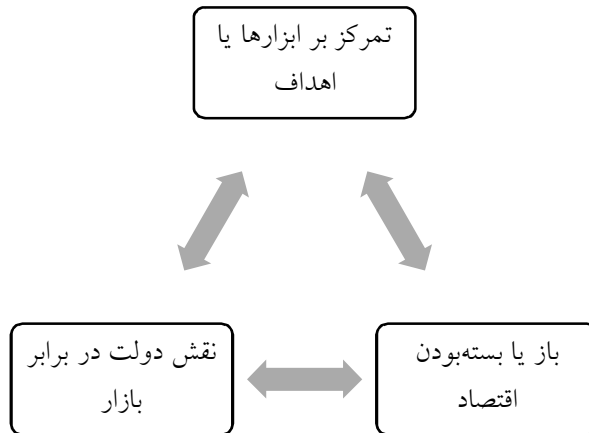
14. Immigration-based development

15. FDI-based development

16. Foreign aid-based development

OECD ۵-۱-۶

سازمان بین‌المللی^۱ OECD سه محور اساسی را در میان تمام پارادایم‌های فکری توسعه مشترک می‌داند:



منبع: (طراحی توسط نویسندگان)

شکل (۱): عوامل اصلی مورد بحث در تمام پارادایم‌های توسعه از نگاه OECD

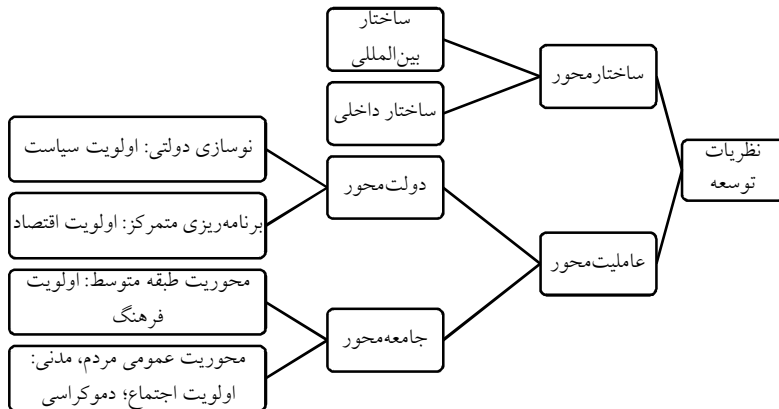
با توجه به این عوامل، با مرووری تاریخی، پنج پارادایم را از یکدیگر تفکیک می‌کند: ۱- صنعتی شدن، رشد و مدرن شدن^۲ (۱۹۴۰-۱۹۵۰)، ۲- تحول ساختاری^۳ (۱۹۶۰)، ۳- استقلال بیشتر در اقتصادهای در حال توسعه^۴ (۱۹۷۰)، ۴- پایداری اقتصاد کلان (توافق واشینگتن)^۵ (۱۹۸۰-۲۰۰۰)، ۵- توسعه مبتنی بر هدف^۶ (۲۰۰۰- اکنون) (OECD, 2019).

سازمان OECD اگرچه سه دوگانه اساسی را مطرح می‌کند، اما به صرف بیان آن بسنده کرده و نظریه‌ها را مبتنی بر آن دسته‌بندی نمی‌کند و به همان بیان تاریخی اکتفا می‌کند.

1. Organisation for Economic Cooperation and Development
2. Industrialisation, growth and modernisation
3. Structural transformation
4. More independence in developing economies
5. Macroeconomic stability: The Washington Consensus
6. Goal-based development

۵-۲. الگوی پیشنهادی دسته‌بندی نظریات توسعه

پرسش دوم پژوهش آن است که الگوی مطلوب دسته‌بندی مکاتب و نظریه‌های توسعه، از منظر اجتماعی چیست؟
نظریه‌های توسعه را می‌توان به‌صورت اولیه از حیث توجه به ساختارها و عاملیت‌ها تفکیک کرد.



منبع: (طراحی توسط نویسندگان)

شکل (۲): دسته‌بندی اولیه نظریه‌های توسعه

۵-۲-۱. ساختار محور

در توسعه ساختار محور اولویت اصلی با نهادهاست و به‌صورت تدریجی عاملیت توسعه وادار به نقش‌آفرینی خواهد شد. ساختار به معنای قاعده‌مندی و نظامی که در الگویی ویژه و متداوم تحقق می‌یابد. این الگو دارای دو وجه ارتباطی و نهادی است. وجه ارتباطی به شبکه روابط اجتماعی مردم در نظام‌های اجتماعی اشاره دارد وجه نهادی به باورها و ارزش‌ها و معیارها، نمادها و ایده‌ها و انتظاراتی اشاره دارد که شناخت متقابل اعضای جامعه را فراهم می‌سازد (قاضی مرادی، ص. ۴۷). محوریت ساختارها در توسعه را می‌توان به دو بخش تقسیم نمود، ساختارهای بین‌المللی و ساختارهای داخلی.

الف. ساختار بین‌المللی: اولویت‌دهی به ساختارهای بین‌المللی سبب می‌شود توسعه کشور وابسته و در ارتباط با نظام جهانی ترسیم شود. برخی ساختارهای

خارجی همچون تجارت بین‌الملل و نظام سیاسی بین‌الملل می‌باشد.

ب. **ساختار داخلی:** در این الگو، توسعه بر مبنای نهادهای و ساختارهای داخلی اعم از فرهنگ، سنت، دین، خانواده، شبکه روابط اجتماعی درون همان جامعه تبیین می‌شود.

۵-۲-۲. عاملیت‌محور

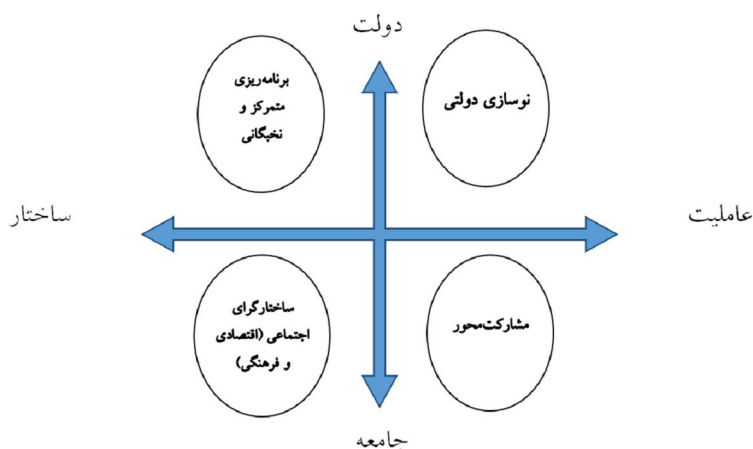
در این دسته برخلاف نظریه‌های ساختاری، توسعه سیاسی و اقتصادی حاصل کنش گروه اجتماعی خاصی در نظر گرفته می‌شود. نظریه‌های عاملیت‌محور را می‌توان به دو دسته دولت‌محور و جامعه‌محور تقسیم نمود.

الف. دولت‌محور: در این دسته عاملیت توسعه بر عهده دولت مرکزی بوده و دولت فعال بر نقش جامعه غلبه خواهد داشت. نظریه‌های دولت‌محور را می‌توان به دو دسته نوسازی دولتی و برنامه‌ریزی متمرکز تقسیم نمود. نظریات نوسازی از بالا تقدم را به سیاست داده و در حضور اقتدار دولت فعال، جای کمتری را به برنامه‌ریزان بروکرات می‌دهد. در عوض رویکردهای برنامه‌ریزی، تمرکز خود را بر عقلانیت کامل نخبگانی دانسته و با سیاست‌گذاری در سازمان‌هایی چون سازمان برنامه و بودجه، اولویت توسعه را بر رشد اقتصادی قرار می‌دهند. محوریت این گروه با تکنوکرات‌هاست.

ب. جامعه‌محور: در این دسته از نظریه‌ها، زمینه‌های تاریخی و اجتماعی بیشتر و مسائل انسانی در مرکز توجه قرار می‌گیرد. جامعه فعال نقش مؤثرتری نسبت به دولت دارد و در اصطلاح توسعه از پایین رقم می‌خورد. برای دقت نظری بیشتر رویکردهای جامعه‌محور را نیز می‌توان به دو زیرگروه با محوریت طبقه متوسط و مدنی تقسیم نمود. درواقع تمرکز برخی نظریه‌ها بر نقش‌آفرینی مردمی است، لکن مقصود ایشان از مردم، نه توده و کلیت جامعه، بلکه گروه‌های خاصی چون مدیران، کارآفرینان، علماء، روشنفکران، کارمندان، دانشگاهیان و... خواهد بود. طبقه متوسطی که به دلیل سرمایه‌های مختلفی که کسب کرده است، مالی، اجتماعی، فرهنگی، علمی و... از عامه مردم متمایز می‌شود و به‌خصوص در نظریه‌های مکتب نوسازی همانند نظریه لیپست یا هانتینگتون، یا توسعه نئولیبرال مورد عنایت دوجندان قرار گرفته است. این طبقه از دوران یونان باستان و آرای ارسطو تا به امروز طبقه اصلی در فرایند نیل به مردم‌سالاری به‌ویژه در کشورهای جهان سوم دانسته شده است. در این دسته، اولویت توسعه معمولاً به نظام فرهنگی داده می‌شود.

اما در رسته دوم از جامعه‌محوری، تمرکز بر عموم مردم است. این بار تمرکز توسعه بر مشارکت مردمی و عقلانیت بومی می‌باشد. در این مدل جامعه فعال بوده و نقش اصلی را در میان طبقات جامعه نیز، حوزه عمومی مردم برعهده دارد. استقبال از مردم در مباحث توسعه نباید طرحی در مقابل استبداد قلمداد شده و یکسره رشته را از اختیار حاکم خارج نموده و در دستان توده کور و بدون ساختار قرار دهد. چراکه در این صورت حاکم از قوه حکم خود تهی شده و مرز طبقه حاکم و محکوم حمل نمی‌شود؛ بلکه فقط جهت برعکس می‌شود و استبداد جدیدی رخ می‌نماید. مسئله اینجاست که مرز حاکم و محکوم مرزی بحرانی بوده و جایگاه آن درست مشخص نیست و لازم است با واسطه‌هایی چون نهاد علم؛ این مرز بحرانی را حمل نمود؛ نه آنکه آن را به نفع یک طرف پاک کرد. چطور می‌توان از مردم استقبالی داشت و درعین حال مخاطب حاکم و مردم را از دست نداد؟ چطور می‌توان از مردم استقبال داشت و ساختارها را نادیده نینگاشت؟ آیا نهاد علم می‌تواند مخاطب حاکم و محکوم را نمایندگی کند؟

در ادامه طرح ابتدایی مدل ترسیم می‌شود و نظریه‌های مختلف در آن جایابی می‌شوند.



منبع: (طراحی توسط نویسندگان)

شکل (۳): الگوی دوم دسته‌بندی نظریات توسعه

۱- منطقه اول که در میان دو محور ساختار و دولت قرار دارد، منطقه برنامه‌ریزی

متمركز و نخبگانی نام دارد.

۲- منطقه دوم که در میان محورهای دولت و عاملیت جای گرفته، منطقه نوسازی دولتی^۱ نام گرفته است.

۳- منطقه سوم که در میان دو محور ساختار و جامعه قرار گرفته است، ساختارگرای اجتماعی (اقتصادی و فرهنگی) نام می‌گیرد.

۴- منطقه چهارم نیز که در میان دو محور جامعه و عاملیت واقع شده، به نام منطقه مشارکت‌محور برچسب‌گذاری می‌شود.

در این دسته‌بندی تعاریف رایج، تغییر کرده و دوبعدی بودن نمودار، مناطقی را شکل داده است که تعاریف و طبقه‌بندی‌های تک خطی را زیر سؤال می‌برد. به عنوان مثال تعریف بشیریه از نظریه‌های جامعه‌محور به پلورالیسم کلاسیک و از دولت‌محور به نخبگان سیاسی برخوردار از قدرت، مانند نخبگان (بشیریه، ۱۳۷۴، صص. ۱۵۹-۱۸۳)، و دسته‌بندی‌های مبتنی بر آن (دبیری‌مهر، ۱۳۹۳، ص. ۲۰۲) دچار تحول شده و دولت و جامعه تنها به عنوان یکی از اضلاع پارادایم توان تشخیص و دسته‌بندی را خواهند داشت و باید توأمان عاملیت و ساختار نیز در نظر گرفته شوند.

تقریر تاریخی نظریه‌های مشهور توسعه ذیل الگوی پیشنهادی

هر کدام از پژوهشگرانی که در حوزه تقریر نظریه‌های توسعه قلم می‌زنند، بر پایه دیدگاه و روش پژوهشی که به کار می‌گیرند، دسته‌بندی‌ای از نظریه‌های ارائه داده و سعی می‌کنند بر پایه اشتراک‌های آنها را معرفی کنند. در پژوهش حاضر بر مبنای مدل ارائه شده می‌توان نظریه‌های اندیشمندان مطروحه را ذیل چهار ایده کلی دسته‌بندی کرد. هر کدام از این ایده‌های کلی در طول تاریخ نظریه‌پردازی در حوزه توسعه به دهه‌های پارادایمیک قابل تقسیم‌بندی هستند. ایده غالب در دهه‌های ۵۰ و ۶۰ ایده برنامه‌ریزی، در دهه ۶۰ الی ۸۰ نوسازی دولتی و ساختارگرای اجتماعی (اقتصادی و فرهنگی) و از دهه ۹۰ به بعد مشارکت‌محور بوده است. همچنین در این مدت از دهه ۹۰ تاکنون در هر ایده بازخوانی‌هایی نیز صورت پذیرفته است.

برای نظریه‌پردازان اولیه، توسعه صرفاً به معنای رشد درآمد سرانه در مناطق اقتصادی کم توسعه یافته بود. این هدفی بود که منشور ملل متحد در سال ۱۹۴۷ تلویحاً به آن اشاره نمود. بر اساس دیدگاه‌های اولیه توسعه (پارادایم برنامه‌ریزی)، امور اقتصادی

۱. لازم به ذکر است جعل واژه مذکور با ادبیات توسعه که نوسازی را گاهی به معنای نوسازی و گاهی به معنای مکتبی از مکاتب توسعه (در مقابل وابستگی و جهانی‌شدن) مراد می‌کنند، تفاوت دارد.

از امور غیر اقتصادی توسعه (امور سیاسی، فرهنگی و اجتماعی) متمایز شده و در اولویت قرار گرفت. فلذا دهه ۵۰ را می‌توان دهه تسلط پارادایم برنامه‌ریزی نام گذارد.

اما به مرور توازن میان این جنبه‌ها ضروری شناخته شد. آشکارتر شدن نارسایی‌های سیاست‌ها و فرایندهای صرفاً اقتصادی و ملازمت با رشد سریع نابرابری‌های فزاینده، سبب تلفیق جنبه کیفی و کمی توسعه در دهه ۶۰ شد. بنابراین دهه دوم توسعه مسائل جدیدی همچون گرسنگی، زنان، اشتغال، توزیع درآمد و... را مورد توجه قرار داد. این توجه‌ها لزوم مداخله بیشتر دولت را یادآوری نمود و شکست بازار، مجوز فعالیت هرچه بیشتر دولت و اولویت سیاست بر اقتصاد را گوشزد نمود. از این باب می‌توان دهه دوم توسعه را دهه غلبه تفکر نوسازی دولتی نام نهاد.

دهه ۸۰ دهه از دست رفته برای توسعه خوانده شد. برخلاف کارنامه چشمگیر برخی کشورها همچون ببرهای جنوب شرق آسیا (تایوان، سنگاپور، هنگ کنگ و کره جنوبی) در دهه ۸۰ بدبینی حاکم شد. فرایند تعدیل اقتصادی برای بسیاری از کشورها به معنای کنار گذاشتن با ویران کردن اکثر دستاوردهای گذشته به نام توسعه بود. فلذا اولویت اقتصاد با رویکرد جدیدی در لباس نئولیبرالیسم و بازار خودتنظیم‌گر و به رهبری تاجر و ریگان، خود را توسعه بخشید. از این‌رو دهه سوم، عصر حاکمیت ساختارگرایی اجتماعی (اقتصادی و فرهنگی) و سرمدمداری طبقه متوسط نام دارد.

در مقابل در دهه ۱۹۹۰ روح توسعه‌گرایی تازه‌ای به وجود آمد. نظریه توسعه انسانی در این دهه مورد توجه قرار گرفت. علاوه بر این دو مسئله اساسی محیط زیست و مردم‌سالاری و مشارکت مردمی بیش از پیش حیاتی به نظر رسید. لذا پارادایم متأخر توسعه را پارادایم پساتوسعه یا توجه به عقلانیت بومی شکل داد (شیرزادی، ۱۳۹۱، ص. ۳۰).

در ادامه به تقریر نظریه‌ها و تطبیق برخی از آنها از نخله‌های مختلف با این مدل می‌پردازیم. در هر نظریه می‌توان وجوهی از مدل بالا را تشخیص داد و چگونگی گره‌خوردگی برخی وجوه با یکدیگر را بررسی نمود. توجه به این مهم ضروری است که در این مقاله مجال بررسی تفصیلی نظریه‌ها وجود نداشته و تنها به گزارش مختصری از هر نظریه اکتفا شده است.

الف. پارادایم برنامه‌ریزی متمرکز و نخبگانی: تفسیر نظریه‌ها در این پارادایم مبتنی بر محوریت دو عامل دولت و ساختارهاست و از این‌رو ممکن است حتی نظریه‌هایی که در دسته‌بندی‌های دیگر مقابل یکدیگر قرار می‌گرفتند، ذیل یک



پارادایم مقوله‌بندی شوند. در این پارادایم می‌توان نظریه‌های افرادی چون لوئیس، لیپست، اسملسر، هیگن، مائو، کاردوسو و فالتو و هانتینگتون و شومپیتر را نام برد. مارتین لیپست^۱ از برجسته‌ترین طراحان نظریه توسعه در دهه ۵۰ است. نظریه وی را به دلیل آنکه ساختار اقتصادی جامعه را مبنای مردم‌سالاری دانسته (قاضی مرادی، ۱۳۹۷، ص. ۸۱) و به نقش طبقه متوسط و احزاب در پیشبرد روند مردم‌سالاری‌سازی دارد (قاضی مرادی، ۱۳۹۷، ص. ۵۹) و همچنین از تأثیر نهادها و فرایندهای ساختاری از جمله سیاست‌های دولتی، گسترش اطلاعات در جامعه و تحرک منزلتی به عنوان عوامل مؤثر بر رشد سیاسی جامعه و مشارکت افراد یاد می‌کند (عنبری، ۱۳۹۰، صص. ۹۲-۹۳)، می‌توان میان محورهای دولت و ساختار و در ناحیه برنامه‌ریزی دسته‌بندی نمود.

نیل اسملسر^۲ از دیگر متفکران این دسته به شمار می‌رود. وی که از جامعه‌شناسان اولیه و نظریه‌پردازان کارکردگرایی است، جامعه پیشرفته را با تمایزات ساختاری یا تفکیک کارکردی عناصر ساختی توضیح می‌دهد (ازکیا و غفاری، ۱۳۸۶، ص. ۹۱). اسملسر توسعه را منحصر در توسعه اقتصادی دانسته و آن را با توجه به چهار زمینه فناوری، کشاورزی، صنعت و بوم‌شناسی تبیین می‌کند (حقیقی، ۱۳۸۵، ص. ۱۱). او در تشریح روند توسعه، ایجاد نهادهای جدید را آخرین مرحله می‌داند و حتی شکل‌گیری رفتار جمعی را در قالب جنبش‌های اجتماعی بیان می‌کند (شعبانی، ۱۳۹۷). تأکید بر هماهنگی و هم‌نوایی متقابل میان ساخت‌های تمایز یافته مانند فعالیت‌های خانوادگی، نظام‌های ارزشی و نظام‌های قشربندی با قلمروی اقتصادی (اسملسر، ۱۳۷۲)، از دیگر دلایل جایابی نظری وی در دسته اول است.

اورت هیگن^۳ از روان‌شناسان نسل اول همچون مک‌لند، لرنر و اینکلس تلاش کرده است تا تحولات جوامع سنتی و مدرن را بر اساس ساختار شخصیتی افراد آنها تبیین کند. در نظریه او می‌توان به نوعی رابطه دوسویه میان شخصیت هر فرد و ساختار اقتصادی - اجتماعی جامعه او رسید. در جوامع سنتی شاهد تیپ شخصیتی اقتدارطلب و در جوامع پیشرفته شاهد تیپ شخصیتی خلاق هستیم و الزام‌هایی که هر تیپ شخصیتی ایجاد می‌کند سبب می‌شود تا یک جامعه بتواند راه خود را به سمت توسعه طی کند (Hagen, 1967, p. 30). نقش نخبگان و طبقه متوسط در این

1. Lipset
2. Smelser
3. Hagen

نظریه بسیار پررنگ است.

شاید با نگاه اولیه به نظر رسد که پارادایم‌های برنامه‌ریزی متمرکز و نوسازی دولتی، بیشتر مربوط به مدل‌های توسعه آمریکایی بعد از جنگ جهانی دوم بوده است. اما رویکردهای مارکسیستی شوروی یا چینی را نیز نمی‌توان به سادگی به یکی از پارادایم‌های چهارگانه حواله داد. ممکن است برخی رویکردهای سوسیالیستی در بخش برنامه‌ریزی، برخی در قسمت نوسازی دولتی و برخی نیز ذیل بخش مشارکت‌محور قابل دسته‌بندی باشند. مائو بر اساس اصل حداکثرسازی میزان بسیج تمامی منابع با توجه به محدودیت‌های فیزیکی موجود در جامعه روستایی چین نیل به توسعه را در دستور کار خود قرار داد. میراث مارکسیستی - لنینیستی شوروی با تغییراتی در چین کمونیستی به اجرا درآمد. با توجه به اینکه الگوی مائوئیستی صرفاً به تغییر نمی‌پردازد بلکه هدفش، هدایت و راهنمایی در عرصه عمل است (کوز و وانگ، ۱۳۹۶، صص. ۶۴-۸۲). تالی منطقی آن همان‌طور که در عرصه عمل مشاهده شد ورود دولت به عرصه اقتصاد بود که پیامدهای مهمی در عرصه سیاست‌گذاری داشت. حزب کمونیست چین از انقلاب ۱۹۴۹ تاکنون مقر برنامه‌ریزی مرکزی بوده و بروکرات‌ها و تکنوکرات‌های حزبی در این روند نقش مهمی را ایفا کردند (به غیر از دوران انقلاب فرهنگی). به صورت مشخص دولت با الگوی مائوئیستی در حوزه‌های ذیل برنامه‌ریزی کرد: «اصلاحات ارضی، میزان کلی سرمایه‌گذاری، ترکیب سرمایه‌گذاری در هر بخش، راهبردهای صنعتی‌شدن، سیاست قیمت‌گذاری، سیاست مالیاتی، فناوری، مالکیت و مدیریت واحدهای تولیدی و رابطه میان کار ی‌دی و کار فکری» (Selden & Lippit, 1982).

در اواخر دهه ۱۹۵۰ مطالعات توسعه ذیل تسلط پارادایم برنامه‌ریزی و نوسازی دولتی از نگاه غرب به سمت کشورهای جهان سوم بود. اما در اواخر دهه ۱۹۶۰، مکتب وابستگی با سلطه مکتب نوسازی دولتی و برنامه‌ریزی به معارضة پرداخت. اگرچه نظریه‌پردازان اولیه مکتب وابستگی مانند پل باران، سوئیزی، فرانک اولیه و... بسیار عام‌گرا بوده و توجه عمده‌ای به وضعیت تحمیلی از خارج مرزها و لزوم قطع ارتباط مرکز - پیرامون داشتند، اما نظریه‌پردازان جدید وابستگی مانند کاردوسو، فالتو، اودانل، ایوانز، گلد و... به جزئیت و تاریخت، ساختارهای داخلی، فرایندهای سیاسی اجتماعی و امکان همزیستی توسعه و وابستگی (شیرزادی، ۱۳۹۱، ص. ۶۳)، سلطه خارجی و نیروهای سیاسی داخلی در کنار یکدیگر پرداخته‌اند (سو، ۱۳۹۴، ص. ۱۴۰). فرض اساسی کاردوسو و فالتو از مکتب وابستگی جدید مبین این نظریه است که ساختارهای

اجتماعی از تداوم و اهمیت برخوردارند اما بر اثر جنبش‌های اجتماعی و مبارزات طبقاتی سرنگون می‌شوند. آنها در شرایطی نظریه خود را مطرح می‌کنند که با توجه به بورژوازی ملی و طبقه متوسط و حتی بخشی از طبقه کارگر که در بخش بین‌المللی شده اقتصاد مشغول به کار و ذینفع است، دیگر نمی‌توان امید به تغییر وضع موجود را داشت و باید به تعامل میان ساختار و دولت پرداخت. با توجه به خاستگاه آنها که نظریه وابستگی است، نیروهای سیاسی در قالب دولت از میزانی از اهمیت برخوردارند که فعالیت آنان بتواند با ساختارهای داخلی و بین‌المللی مسلط وارد ارتباط شود. تغییرات اجتماعی، از سوی جامعه و طبقه متوسط نیست و شاهد مثال آنها دولت برزیل در ۱۹۶۴ است که در جهت دستیابی به توسعه وابسته شاهد ائتلاف سه بازیگر سیاسی بود: دولت اقتدارگرای نظامی بروکراتیک، شرکت‌های چندملیتی و بورژوازی محلی (ساعی، ۱۳۹۴، ص. ۱۵۷). اگرچه در ادامه تحولات نیز بورژوازی محلی توسط دولت سرکوب شد و همچنان قدرت در دست دو عامل دیگر یعنی دولت و شرکت‌های چندملیتی به مثابه نماینده ساختار بین‌المللی باقی ماند (Cardoso & Faletto, 1979). کاردوسو معتقد است که صورت‌بندی سرمایه‌داری امروزی، برای درک شرایط اجتماعی و ساختارهای توسعه کشورهای پیرامونی کارآمد نیست (کاردوسو و فالتو، ۱۳۵۹، ص. ۲۱۵).

ساموئل هانتینگتون^۱ نه از نسل اول بلکه از جمله نظریه‌پردازان نسل دوم و دهه ۷۰ است. اما بازخوانی وی از نظریه‌های توسعه، با تأکید بر ایجاد نهادهای سیاسی همراه است. نزد هانتینگتون مفهوم توسعه سیاسی و گسترش مردم‌سالاری بر اساس میزان صنعتی‌شدن، تحریک و تجهیز اجتماعی، رشد اقتصادی، فرهنگ تساهل و مشارکت سیاسی مورد ارزیابی قرار می‌گیرد (هانتینگتون، ۱۳۷۰، صص. ۱۱۴-۱۳۶). به عقیده وی متغیر بین‌المللی و خارجی اصلی‌ترین متغیر است که اثرگذارترین مثال این متغیر را می‌توان در اعمال فشار کشورهای مدرن بر جهان سوم مشاهده کرد. اولین و مهم‌ترین مسئله برای کشورهای جهان سوم شکل‌گیری هویت ملی است. مسئله دوم نهادسازی است و اینجاست که نقش دولت قدرتمند عیان می‌شود (هانتینگتون، ۱۳۷۰، صص. ۳۲۵-۳۴۱). در واقع هانتینگتون بر نقش ناچیز توده‌ها در توسعه تأکید می‌کند و بر اساس مطالعات آماری و میدانی نشان می‌دهد که از ۳۳ مورد گذار در موج سوم مردم‌سالاری، تنها در شش مورد توده‌ها قدری نقش داشته‌اند (هانتینگتون، ۱۳۸۱، صص. ۱۶-۳۰). توسعه در آرای هانتینگتون را می‌توان رسیدن به یک وضعیت

بهبود در ساختار بین‌المللی که رژیم داخلی کشور مورد حمایت خارجی به‌ویژه قدرت‌های مرکزی قرار گرفته باشد و دولتی کارآمد و پاسخگو به نیروهای سیاسی دانست. از این منظر هانتینگتون میان دو طیف ساختار و دولت قرار می‌گیرد.

ب. پارادایم نوسازی دولتی: در پارادایم نوسازی دولتی با تمرکز بر عاملیت دولت می‌توان به نظریه‌های لرنر، لفت‌ویچ، فوکویاما اشاره کرد. از مشهورترین مطالعات اولیه در مورد نوسازی توسط دانیل لرنر^۱ در سال ۱۹۵۸ صورت پذیرفت. لرنر به ترتیب زمانی از چهار مرحله نوسازی نام می‌برد: شهرنشینی، سواد، مشارکت رسانه‌ای و مشارکت انتخاباتی (Lerner, 1964, pp. 22-98). در وضعیت پایین‌تر از شهرنشینی، هیچ رابطه‌ای میان متغیرهای بالا به‌وجود نمی‌آید. در نتیجه حالتی از هرج‌ومرج پیش می‌آید که خروج از آن، جز به مدد سیاست منتج از توسعه، یعنی حفظ موقتی اقتدارگراترین شکل حکومتی، امکان‌پذیر نیست (Lerner, 1964, pp. 59-67). بر اساس الگوی حاضر می‌توان نظریه‌های لرنر را میان محورهای عاملیت و دولت و ناحیه نوسازی دولتی قرار داد.

آدریان لفت‌ویچ از دیگر متفکران متأخر توسعه بعد از دهه ۸۰ است. بازخوانی وی از مطالعات توسعه با تأکید بر اهمیت ماهیت دولت و مرکزیت وی در فرایند توسعه است. دغدغه لفت‌ویچ برقراری نسبت میان سیاست و توسعه و تأکید بر نقش سیاست در توسعه است. از نظر وی دولت توسعه‌گرا باید به‌مثابه کارگزار اصلی در روند توسعه به شکلی ویژه مورد توجه باشد. در نگاه این متفکر ما شاهد یک سه‌گانه، دولت، جامعه و ساختار هستیم که ترتیب اهمیت آنها نیز بدین‌گونه است و ایدئال نگارش او را می‌توان در یک دولت توسعه‌گرای مردم‌سالار دید. (لفت‌ویچ، ۱۳۸۵، صص. ۹-۱۰).

اندیشه فرانسیس فوکویاما را نیز می‌توان در نوع دوم دسته‌بندی نمود. وی معتقد است توسعه در نهایت محصول تصمیم‌های سیاسی در مقاطع حساس تاریخی است. او تأکید دارد بعد از سه دهه و به خاطر گسترش ویژه‌پروری و پدرسالاری در نظام‌های مردم‌سالار نوظهور و حتی باثبات بار دیگر اهمیت وجود یک نظام اداری مستقل شایسته‌سالار در حال افزایش است. از این‌رو، نتیجه می‌گیرد چالش آینده مردم‌سالاری‌ها برقراری توازن میان حاکمیت قانون از یک‌سو حکمرانی خوب و کارآمد از سوی دیگر است. فوکویاما که در نظریه‌های اولیه خود لیبرال دموکراسی را نظریه غالب در پایان تاریخ دانسته بود، از ۲۰۱۴ و در کتاب نظم و زوال سیاسی به

1. Lerner



چالش‌های لیبرال دموکراسی در قرن ۲۱ می‌پردازد و برای کشورهای آفریقایی، آمریکای لاتین و خاورمیانه با توجه به تاریخ کشورهای توسعه یافته اولویت را به دولت قوی و انحصارگر خشونت می‌داند که بتواند نظم را در کشور حفظ کند (فوکویاما، ۱۳۹۶، صص. ۴۸۰-۵۰۳) و پس از آن گذار به توسعه و مردم‌سالاری رخ می‌دهد. اگرچه هنوز لیبرال دموکراسی غربی با وجود آنکه مورد نقد فوکویاما قرار گرفته است با توجه به نقش فعال شهروندان و جامعه در سیاست مطلوب فوکویاما است. در نهایت وزن دولت در نظریه او در خصوص توسعه از مردم بالاتر است.

ج. پارادایم ساختارگرایی اجتماعی (اقتصادی و فرهنگی): محوریت دو عامل جامعه و ساختار، سبب تکوین این پارادایم شده است. از این‌رو نمی‌توان به‌صرف لیبرال بودن، یا رویکرد کمی و فیزیکی داشتن به توسعه، یا تمرکز بر رشد اقتصادی، لوئیس و روستو را کنار یکدیگر قرار داد. در این دسته می‌توان روستو، دال، هایک، فریدمن، پولانی، عجم‌اوغلو را از جمله ساختارگرایان اقتصادی، بوردیو، برینگتون مور، والرشتاین را از جمله ساختارگرایان اجتماعی و اینلگه‌هارت را از جمله ساختارگرایان فرهنگی به حساب آورد.

والترز روستو^۱ از نظریه‌پردازان نسل اول توسعه، جایگاهی غیرقابل چشم‌پوشی برای کارآفرینان و فعالان هر نظام سیاسی در توسعه عرضه کرده است. در عین حال ساختارها از آن جهت در فرایند توسعه نقش ایفا می‌کنند که می‌توانند محدودیت‌ها یا فرصت‌آفرین باشند. بر این مبنا در مدل پیشنهادی دیدگاه روستو میان محورهای جامعه و ساختار و در ناحیه ساختارگرایی اجتماعی و اقتصادی قرار می‌گیرد. وی در نظریه خود به افزایش سرمایه‌گذاری و پس‌انداز از درآمد ملی تأکید دارد و می‌توان ابتناء بر کارآفرینان و طبقه متوسط را در اینجا از او سراغ گرفت. اگر اندیشه پیشرفت اقتصادی در مراحل اولیه خود میان نخبگان یا زیان‌دیدگان وضع موجود محبوبیت پیدا می‌کند اما در واقع این کارآفرینان ریسک‌پذیر هستند که نقش اصلی را بر عهده دارند (هانت، ۱۳۷۶، ص. ۱۱۱). بعد دیگر نظریه روستو که از اهمیت در پژوهش حاضر برخوردار است، عامل ساختار می‌باشد که در محک‌های انتقال از مراحل قبلی به مراحل بعدی خود را بازنمایی می‌کند: انقلاب سیاسی، ابداع فناوریانه، شرایط مساعد بین‌المللی و... (روستو، ۱۳۷۴). با توجه به زمینه‌ای که روستو در آن به طرح نظریه‌های خود پرداخت، مقابله با کمونیسم بعد از جنگ جهانی دوم و طرفداری از حمایت‌های



خارجی ایالات متحده، عامل ساختار بین‌المللی دارای اهمیت حیاتی می‌باشد. اتصال به نظام سرمایه‌داری جهانی اگر توسط کشورهای در حال توسعه رخ ندهد آنها به مراحل پیشرفته رشد نمی‌رسند. این کشورها اگر در سودای دستیابی به جایگاهی بهتر در سطوح داخلی و بین‌المللی هستند بایستی در سیاست خارجی خود همسویی با ایالات متحده را برگزینند تا بتوانند از کمک‌ها وام‌های خارجی بهره‌مند شوند (سو، ۱۳۹۴، صص. ۳۷-۳۸). اینکه گفته شود دولت در نظریه روستو دارای نقش نیست سخنی نادرست است. روستو بر این باور است که دولت‌ها نقش معینی در پیشبرد و تداوم روند ایفا می‌کنند. آنها شرایط لازم را برای آغاز چنین روندی ایجاد می‌کنند؛ اما نقش دولت صرفاً در حد آغازگر باقی می‌ماند و نقش‌های اصلی را متغیرهای ذکر شده بر عهده دارند (هتنه، ۱۳۹۲، ص. ۹۵).

دال^۱ از جمله نظریه‌پردازان نسل اول بوده که در خصوص رابطه مردم‌سالار و توسعه اقتصادی آثاری را در دهه ۵۰ منتشر کرد. از نظر وی پلی‌آرشی منتهای آمال توسعه سیاسی را تشکیل می‌دهد. درعین حال حصول پلی‌آرشی مشروط به توسعه و وفور اقتصادی است. پلی‌آرشی یا حکومتی که در آن مراکز قدرت متعدد باشند به بهترین وجه نمایانگر نقش شهروندان و قدرت آنهاست (دال، ۱۳۸۹، صص. ۱۱۹-۱۳۶). دال از این منظر نمی‌تواند به دولت به‌عنوان متولی اصلی توسعه تعلق خاطر داشته باشد. با توجه به آنکه دال از بروکراسی و فساد اداری به‌عنوان دشمن شماره یک مردم‌سالار یاد می‌کند و مثالی هم که می‌زند فروپاشی نظام‌های سوسیالیستی است (دال، ۱۳۸۹، ص. ۱۸۷). به نظر نمی‌رسد که بتوان از برنامه‌ریزی در ایده‌های او سراغ گرفت. حتی دال نظر متخصصان جامعه را صرفاً راهنما برای شهروندان و آرای آنان می‌داند و نه اینکه با اقتدار بتوان بر رأی مردم به بهانه اولویت تخصص غلبه کرد.

هایک^۲ به لحاظ معرفت‌شناختی در نظریه خود متأثر از تلقی کانت از فهم و شناخت انسانی است. بر این اساس او معتقد است که برنامه‌ریزی اجتماعی متمرکز امری محال است. او استدلال می‌کند که شناخت اجتماعی خصلتی عملی دارد و ما تحت فرمان قواعدی هستیم که هیچ شناختی از آن نداریم. شناخت اجتماعی تکه‌تکه در بستر نظم اجتماعی خودانگیخته عمل می‌کند که در طول زمان تکامل پیدا می‌کند. همچنین هایک بر اهمیت نهادها و ساختارهای اجتماعی مانند مذهب تأکید می‌کند و ارتباط آن را با بازار و پایین آوردن هزینه‌های مبادله نشان می‌دهد (گری، ۱۳۸۴،

1. Dahl

2. Hayek

صص. ۹۳-۱۲۰). او معتقد است تأثیر مذاهبی که بر مالکیت شخصی و خانواده تأکید دارند در امر تولید و بازتولید بیش‌تر است. هایک بر این باور است که نهادهای اجتماعی در نتیجه عمل انسانی پدید می‌آیند اما نه از طرح و طراح انسانی. می‌توان این‌گونه نتیجه گرفت که هایک در نظریه خود به دنبال ایجاد یک تعادل میان امر انسانی و امر خارج از کنترل انسان است. در خصوص نقش کارآفرینی و کارآفرینان و شناخت آنها در بازار در فلسفه هایک می‌توان نشانه‌هایی پیدا کرد؛ اما این به معنی گذار از مردم به سمت بخش خصوصی و طبقه متوسط توسط هایک نیست. بازار به مثابه نمادی است از کل جامعه در اندیشه هایک که در برابر برنامه‌ریزی متمرکز سوسیالیستی قرار می‌گیرد (هایک، ۱۳۹۰، صص. ۲۲۱-۲۳۵).

اگرچه حتی هایک نیز منکر نقش دولت نیست و بر این نکته تأکید می‌کند که آزادی فردی صرفاً تحت حکومت قانون می‌تواند بروز پیدا کند اما با سیاست‌گذاری اقتصادی توسط دولت به‌ویژه به شیوه‌ای که بعد از جنگ جهانی دوم شاهدش هستیم را رد می‌کند (هایک، ۱۳۹۰، صص. ۱۲۳-۱۳۷). اصیل‌ترین پیشنهاد هایک در حوزه سیاست عمومی، اوج ابتدای او بر جامعه است: چاپ پول توسط بخش خصوصی تحت شرایطی خاص (هایک، ۱۳۹۴، صص. ۲۱-۷۵). هایک در توجه به ساختارها معتقد است از آنجاکه ساختار جامعه مدرن وابسته به سازمان نبوده و به‌صورت یک نظم خودجوش رشد کرده است، توانسته به چنان درجه‌ای از پیچیدگی دست یابد که بسیار فراتر از توان هر گونه سازماندهی عامدانه است (هایک، ۱۳۸۰، ص. ۸۷). نهادهای و ساختارهای اجتماعی در ارتباط با فردگرایی راستین مدنظر هایک سبب می‌شود تا در جهت جستجویی برای فهم درک او از توسعه به جانمایی نظریه او بین محور ساختار و جامعه برسیم.

فلسفه اقتصادی میلتن فریدمن از اقتصاددانان مکتب پول‌گرایی، نیز همچون هایک، بر مبنای نظام اقتصادی بازار آزاد با دخالت حداقلی دولت است. فریدمن بر این باور است که دخالت دولت سبب می‌شود تا جامعه از حق انتخاب و رقابت محروم شود و اندیشه آزادی به محاق رود (فریدمن، ۱۳۹۷، صص. ۳۹-۵۴). در اندیشه فریدمن می‌توان به آزادی به چشم مقوله‌ای مرکزی نگاه کرد که مردم، ارزش‌های موجود در هر جامعه (ساختارها) و دولت را به‌هم پیوند داده و توسعه موردنظر او را به منصفه‌ظهور می‌رساند: «آزادی اقتصادی شرط اصلی آزادی سیاسی است. همین که مردم را آزاد بگذارند که با یکدیگر همکاری کنند بی‌آنکه اجباری در میان باشد یا قدرتی به هدایت آنان بپردازد، محدوده اعمال قدرت سیاسی نیز خود به خود محدود خواهد شد»

(فریدمن، ۱۳۷۸، ص. ۹). حتی اعطای برخی کارکردهای دولت به بخش خصوصی در اندیشه فریدمن امری پسندیده و پذیرفته شده است. او استدلال می‌کند که نابرابری به‌عنوان محافظی علیه سرکوب دولت عمل می‌کند. به باور او انباشت ثروت در دستان بخش خصوصی «کانون‌های قدرتی» را در سراسر جامعه ایجاد می‌کند؛ یعنی وضعیتی که توازنی در برابر قدرت سیاسی دولت به‌وجود می‌آورد و به تحقق جامعه‌ای آزادتر کمک می‌کند (کلارک، ۱۳۹۶، ۲۶۳). در کنار توجه به کل جامعه در مفهومی تحت عنوان بازار، بخش خصوصی و سرمایه‌داران و کارآفرینان به‌مثابه طبقه متوسط نقشی مهمی در توسعه دارند.

کارل پولانی نیز مانند هایک در ۱۹۴۴ کتاب خود را عرضه نمود. هر دو برای ریشه‌یابی فاجعه‌های نیمه اول قرن ۲۰ اقدام به نظریه‌پردازی نموده بودند، با این تفاوت که هایک به طرفداری از بازار آزاد دست زده و پولانی به نقد بازار آزاد پرداخته بود. پولانی معتقد بود بازار آزاد بر آرمان‌شهری محض دلالت دارد. نظام بازار آزاد برخاسته از طبیعت و سرشت انسانی نیست؛ بلکه محصول اقدام هدفمند دولت در صیانت از منافع طبقاتی گروه‌های خاص است. از این منظر تا قبل از نظام بازار آزاد، اقتصاد در خدمت اجتماع بود و به اصطلاح در روابط اجتماعی حک شده بود؛ اما بعد از نظام بازار آزاد، فکشدگی اقتصاد از جامعه رخ داد، به‌طوری‌که باید معادلات حاکم بر آن را مستقل و به‌صورت خودبسنده بررسی نمود. از منظر وی دگرگونی جهان در پاسخ به نظام خودتنظیم‌گر، محصولی جز فاشیسم و سوسیالیسم نداشته است. بازارهای مالی نه ناشی از گرایش طبیعی انسان، بلکه حاصل شکل‌گیری دولت - ملت‌ها در قرن ۱۵ و ۱۶ و دولت‌های ملی بود که خود حاصل جنگ‌های وحدت‌بخشی سرزمینی بوده‌اند. در واقع اقتصاد مبتنی بر بازار آزاد، تمدن قرن ۱۹ را از بین برد. رفتار انسان اقتصادی نه ناشی از ذات منفعت‌طلب، بلکه ناشی و تابع نهادهای اجتماعی است. درواقع پولانی را می‌توان پیروی نهادگرایی دانست و همانند سیاست‌های کینزی نیودیل حامی سوسیالیسم دموکراتیک بود (پولانی، ۱۳۹۶).

نورث از دیگر نهادگرایانی است که در نظریه خود عقلانیت ابزاری و اطلاعات نامحدود را مورد نقد قرار می‌دهد. این مفاهیم پیش‌فرض‌های ایده برنامه‌ریزی هستند پس نمی‌توان نورث را ذیل این ایده تعریف کرد. نورث نهادها را به دو دسته نهادهای رسمی و غیررسمی تقسیم می‌کند که قوانین اساسی و قواعد عملیاتی نهاد های رسمی‌اند و نهادهای غیررسمی نیز شامل مواردی همچون اخلاق، هنجارها، سنت، ایدئولوژی و... می‌باشد (نورث، ۱۳۷۷، ص. ۶۹). همچنین نورث از دو عنصر دارای

اهمیت ویژه در عرصه اجرا نام می‌برد: دولت و ایدئولوژی. دولت نیز به گونه‌های مستقیم در غالب مالکیت و غیرمستقیم در غالب انگیزش نقش ایفا می‌کند. در نظر نورث کنترل خشونت پایه‌گذار از نظام‌های دسترسی محدود به دسترسی باز است. دولت در اینجا اهمیت اولیه خود را دارد که باید کارکرد کنترل خشونت را ایفا کند و در عرصه نهادهای هم که اهمیتش ذکر شد. همچنین در نظام‌های دسترسی محدود دولت وظیفه توزیع رانت بین نیروهای سیاسی برای عدم به وقوع پیوستن خشونت را بر عهده دارد (نورث، ۱۳۹۵، صص. ۱۵-۴۶). در نظام ایدئال داگلاس نورث، در کنار اهمیت ساختارها که خود را در غالب نهادها نشان می‌دهند، جامعه نقشی حیاتی می‌تواند نظام‌های دسترسی باز به‌مثابه بهترین نوع نظام‌های حاضر در جهان داشته باشد.

اگر ایده نورث عبور از اندک‌سالاری و گذار به ارتباط میان فرادستان بود، ایده اوغلو عبور از اندک‌سالاری و گذار به ارتباط میان فرادستان و فرودستان است (عجم‌اوغلو رابینسون، ۱۳۹۴، ص. ۱۴). وی اهمیت مواردی همچون جغرافیا (عجم‌اوغلو رابینسون، ۱۳۹۳، صص. ۸۱-۹۰)، فرهنگ (عجم‌اوغلو رابینسون، ۱۳۹۳، صص. ۹۰-۹۸) و غفلت کارگزار انسانی (عجم‌اوغلو رابینسون، ۱۳۹۳، صص. ۹۸-۱۰۴) که عموماً علل توسعه‌نیافتگی تلقی می‌شوند را مورد نقد قرار می‌دهد و نقش اصلی را به نهادها می‌دهد. در خصوص نقش دولت باید گفت که به عقیده عجم‌اوغلو، دولت به‌صورت منحصربه‌فردی با نهادهای اقتصادی پیوند خورده و همه دولت را به‌عنوان اعمال‌کننده قانون و نظم و انضباط و ضامن حقوق اموال و قراردادهای می‌شناسند و غالباً دولت تأمین‌کننده کلیه خدمات عمومی است. از یک‌سو نهادها نشانی هستند از محوریت نوعی «ساختار» در نظریه او و ازسوی دیگر بر اساس اهداف و ایدئال نگارشی که در نظرات او می‌توان دید در نهایت به اندیشه فراگیری نهادها و مردم‌سالاری می‌رسد که حاکی از ایفای نقش عامل «جامعه» می‌باشد. بر این اساس عجم‌اوغلو نیز در الگوی حاضر میان محورهای ساختار و جامعه قابل‌جانمایی است.

رونالد اینگلهارت^۱ به نقد نظریه نوسازی پرداخته و زیربنای تغییرات اجتماعی را فرهنگ می‌داند. او برخلاف لیپست که ثروت بیشتر را مایه حفظ مردم‌سالاری می‌داند، اثر توسعه اقتصادی بر مردم‌سالاری را از طریق گرایش‌ها به رشد تغییرهای فرهنگی تبیین می‌کند (اینگلهارت، ۱۳۷۳، صص. ۲۳-۲۴). به‌طوری‌که ارزش‌های ابراز وجود به‌جای بقا و ارزش‌های عقلانی سکولار به‌جای ارزش‌های سنتی قرار می‌گیرند

(اینگلهارت، ۱۳۸۹). اینگلهارت در نظریه خود ارزش زیادی به امور ساختارمند می‌دهد. در توسعه از نگاه اینگلهارت، عامه مردم به‌مثابه متولی توسعه از پایین شناخته می‌شوند و این متأثر از تأثیر پذیرفتن اینگلهارت از روند غالب شدن پساتوسعه در عرصه نظریه‌پردازیست. اینگلهارت گروه‌های جوان را حامل ارزش‌های فرامادی و پساتوسعه می‌داند که بر خلاف نسل پیشین دغدغه‌های اقتصادی‌ای که همه زندگی آنها را تشکیل دهد ندارند (قاضی مرادی، ۱۳۹۷، صص. ۶۵-۷۳). توسعه از منظر اینگلهارت فرایندی است که طی آن رهایی‌بخشی و آزادی انسانی رخ می‌دهد (اینگلهارت، ۱۳۸۹، ص. ۵۱).

د. پارادایم مشارکت‌محور: نظریه‌های آمارتیاسن، اسکوبار و گریم گیل را می‌توان از جمله نمونه‌های پارادایم آخر دانست. آمارتیاسن^۱ هندی‌الاصل در شرایطی که نظریه نولیبرالیسم مطرح شده و به گفتمان غالب تبدیل شده بود به پدیده فقر، نابرابری، قحطی و روی هم‌رفته حمایت از جامعه در روند توسعه تأکید می‌کرد. ایده اصلی آمارتیا سن تحت عنوان توسعه به‌مثابه آزادی، در عین اینکه یک رویکرد سیستمی است و بر اهمیت متغیر ساختار پافشاری می‌کند، بر نقش فاعلی انسان به‌عنوان هدف و ابزار توسعه تأکید دارد. توسعه در دیدگاه وی یک توسعه کیفی است و دولت وظیفه دارد خدمات اجتماعی و رفاهی مانند آموزش و بهداشت و درمان را به مردم ارائه داده و فقر را ریشه‌کن کند. در عین حال انسانی که او از آن بحث می‌کند نقش‌آفرین است و نه منفعل و نقش‌پذیر. پس می‌توان این‌گونه نتیجه‌گیری کرد که در این مدل شهروندان صرفاً دریافت‌کننده خدمات نیستند و خود باید در روند توسعه نقش ایفا کنند. در پی خودشکوفایی شدن انسان و رهانیده شدن از فقر مطلق خود او نیز دوشادوش دولت باید مسئولیت اجتماعی خود نسبت به اجتماعش را پذیرا باشد و در راه آن فعالانه بکوشد (سن، ۱۳۸۱، صص. ۲۵-۴۵). رابطه‌ای که بین دولت و جامعه در اندیشه سن در توسعه یعنی آزادی وجود دارد در واقع یک رابطه دوسویه و دیالکتیکی است. (سن، ۱۳۸۳، ص. ۱۲۹).

نهادهای به‌مثابه ابزارهایی تحلیلی در اندیشه سن در همین رابطه دیالکتیکی معنا پیدا می‌کنند. در عین توجه به بازار، به‌مثابه نهادی که مشارکت عمومی جامعه در آن تجلی پیدا می‌کند، سیاست‌های عمومی نیز نیاز است که کژکارکردها و نواقص بازار را بپوشاند. این نظریه از یک‌سو بر سیاست‌های عمومی به‌مثابه ابزاری برای هدف توسعه

که همانا انسان است بنا نهاده می‌شود و ازسوی دیگر انسان نقش فعال خود را در نهاد بازار ایفا می‌کند. بازار از نهادهایی است که به فرد در خودشکفایی‌اش کمک می‌کند (سن، ۱۳۹۰، ص. ۳۲). البته با طرح نظریه انتخاب جمعی توسط آمارتیا سن و نقد عقلانیت کامل (سن، ۱۳۹۸) و حداکثر کردن نفع شخصی و سازگاری درونی گزینش‌های فرد از فردگرایی اقتصاد مدرن فاصله می‌گیرد (سن، ۱۳۸۱، صص. ۱۲۵-۱۶۰). تأکید اصلی نظریه آمارتیا سن همان چرخش از جهان‌شمول‌گرایی به بومی‌گرایی و از محوریت رشد اقتصادی در توسعه به محوریت شاخص‌های انسانی است. اگرچه سخنانی درباره نقش دولت درباره افزایش طول عمر و میزان باسوادی و... هم بیان نموده است. مثل سایر پیروان پساتوسعه که برای دغدغه فقر و قحطی و نابرابری و بیکاری، متوسل به دولت رفاه می‌شوند؛ اما خودشان نیز مخالف مداخله بیش از حد دولت هستند و از این جهت می‌تواند با توسعه مشارکتی همساز باشد. چراکه توسعه لزوماً همواره و در همه زمینه‌ها، به‌طور کامل دولتی یا به‌طور کامل جامعه‌محور نمی‌تواند رخ دهد. بر اساس مدل ارائه شده می‌توان نظریه‌های آمارتیا سن را میان محورهای عاملیت و جامعه و در ناحیه مشارکت‌محور قرار داد.

در زمینه نقد توسعه غربی، برای نخستین بار کسانی چون «آرتور اسکوبار»^۱ و «گوستاو استوا»^۲ به نقد معنای مدرن توسعه پرداختند. این پیش قراولان ضمن انتقادات ساختاری خود به این نکته نیز اذعان داشتند که توسعه در گفتمان استعماری قبلی، شمال را به‌عنوان پیشرفته و مرفقی تصویر کرده و در مقابل، کشورهای جنوب را به‌عنوان عقب‌مانده، بدوی و روبه انحطاط نشان‌دار نموده است (Escobar, 1995, p. 91). در دوره‌ای که اسکوبار نظریات خود درباره توسعه را ارائه می‌دهد سیطره فرهنگ غرب و سیر خطی توسعه دچار بحران می‌شود و فرهنگ‌های محلی به‌مثابه ساختارهای حیاتی داخلی اهمیتی دوباره می‌یابند. در اندیشه پساتوسعه، توسعه دیگر امری وارداتی از خارج یا فرآورده یک دیکتاتور مصلح یا حکومت متمرکز برنامه‌ریز نیست. توجه به نقش طبقات مختلف مانند دهقانان نه به‌مثابه افرادی بی‌فرهنگ که باید تحت آموزش قرار گیرند بلکه دارای خرده‌فرهنگی محلی که ارزشمند است رایج می‌شود. پیوند میان ساختار و مردم در امری غیرمنتظره مانند یک جنیش دهقانی از پایین، آغازگر روند توسعه از پایین در نظر اسکوبار است (ضیایی، ۱۳۹۵). نظریه پساتوسعه از دیدگاه‌های رایج درباره جامعه فاصله می‌گیرد. طبق نظر آرتورو اسکوبار، پساتوسعه به فرهنگ و

1. Arturo Escobar
2. Gustavo Esteva

معرفت محلی توجه دارد و نوعی دیدگاه نقادانه در برابر علوم رایج ارائه می‌دهد و ارتقای جنبش‌های مردمی محلی را تشویق می‌کند. آرتور اسکوبار نیز از جمله طرفداران نظریه فوکو و ادوارد سعید، به همین سیاق، با استفاده از مفاهیم قدرت، سلطه و گفتمان، شرایط توسعه بعد از جنگ جهانی دوم را تبیین می‌کند. اسکوبار رویکردهای توسعه را مبتنی بر ایدئولوژی دانسته و منتقد از بالا به پایین، قوم‌سالارانه و فن‌سالارانه و از غرب به شرق بودن آن است؛ و به طبقات پایین جامعه علیه توسعه مدرن و خدمت به توسعه درون‌زا توجه دارد (Escobar, 1987).

نقد بسیاری از نظریه‌های توسعه، نادیده گرفتن نقش عامه مردم و مبتنی بر دوگانه سازی میان اقتدارگرایی و مردم‌سالاری است. گریم گیل هم نظریه‌های ساختاری و هم نظریات عاملیت دولت‌نوسازی، و هم نظریه‌های نخبه‌گرایی طبقه متوسط را مورد نقد قرار می‌دهد. او در طرد نخبه‌گرایی و اراده‌گرایی، مردم را در مقام عامل سیاسی در نظر می‌گیرد. از این منظر زمانی این عاملیت سیاسی متحقق می‌شود که جامعه مدنی شکل گرفته و محور قرار داده شده باشد. برای استقرار مردم‌سالاری لازم است جامعه مدنی قدرتمندی شکل گرفته باشد، در غیر این صورت حتی با تغییر حکومت اقتدارگرا، حکومت اقتدارگرای دیگری جای آن را خواهد گرفت. وی البته برای عاملیت نخبگان سیاسی نیز اهمیت قائل است و آنها را درون جامعه مدنی قدرتمند و در محور رابطه دولت و جامعه مدنی مهم در نظر می‌گیرد. از این منظر برای استقرار و تداوم جامعه مدنی بسیار مهم است که هم دولت و هم جامعه مدنی مشروعیت یکدیگر را به رسمیت بشناسند و حق دیگری را برای عمل کردن آزادانه در حوزه به دقت مشخص شده رقابت، رعایت کنند. (قاضی مرادی، ۱۳۹۷، صص. ۳۰۵-۳۰۷).

گیل به نقش نیروهای جامعه مدنی اهمیت اساسی داده و معتقد است تنها در حضور به رسمیت شناخته‌شده ایشان است که حوزه عمومی امکان فعالیت و شکل‌گیری گروه‌های خودگردان را دارا خواهد بود. درواقع اگرچه گیل به ساختارها هم توجه دارد، اما نقش مردم به‌عنوان عامل سیاسی را برجسته‌تر می‌داند. از این منظر می‌توان نظریه گیل را میان دو محور جامعه و عاملیت در آمد و شد دانست و در ناحیه مشارکت‌محور قرار داد.

همچنین هنری مینتزبرگ^۱ از دیگر افرادی است که با تفکیک چهار نوع سازمان و استراتژی توسعه، سازمان ماشینی، سازمان کارآفرینانه، سازمان حرفه‌ای و سازمان

1. Henry Mintzberg



آدهوکراسی را از یکدیگر متمایز می‌کند. او با رد تمرکزگرایی درون این برنامه‌ها، قدرت سیستم یکپارچه در سازمان ماشینی. قدرت رهبر کارآفرین در سازمان کارآفرینانه را نقد کرده و توجه خود را معطوف سازمان‌های نامتمرکز و خودظهور با رهبری محیط می‌کند (مینتزبرگ، ۱۳۹۲، ص. ۲۶۵).

۵-۳. تحلیل سیاست‌های کلی برنامه‌های توسعه جمهوری اسلامی با الگوی پیشنهادی

پرسش سوم مقاله آن بود که سیاست‌های کلی برنامه‌های توسعه جمهوری اسلامی ایران، از منظر توجه به ابعاد اجتماعی، چگونه تحلیل می‌شوند؟ برنامه‌های توسعه در ایران همزمان با ورود عواید فروش نفت از سال ۱۳۲۷ به اجرا درآمد. تاکنون پنج برنامه قبل از انقلاب و شش برنامه بعد از انقلاب اسلامی تنظیم و اجرا شده است. برای ارزیابی و تطبیق این برنامه‌ها با الگوی پیشنهادی این مقاله، لازم است جهت‌گیری اصلی و مبانی این برنامه‌ها بررسی شود. روح غالب این برنامه‌ها تمرکز بر بخش‌های اقتصادی و عمرانی بوده است. برای بررسی دقیق‌تر در ادامه سیاست‌های کلی برنامه‌های توسعه بعد از انقلاب با الگوی پیشنهادی ارزیابی می‌شود. تاریخ نظریه‌پردازی جهانی در حوزه توسعه با نظمی زمانی در الگوی پیشنهادی تقسیم می‌شود. ایده غالب در دهه‌های ۵۰ و ۶۰ ایده برنامه‌ریزی، در دهه ۶۰ الی ۸۰ نوسازی دولتی و ساختارگرایی اجتماعی (اقتصادی و فرهنگی) و از دهه ۹۰ به بعد مشارکت‌محور بوده است. اما تاریخ برنامه‌ریزی در ایران اگرچه با چنین نظمی آغاز کرده است اما هنوز به پارادایم مشارکت‌محور نرسیده است.

برنامه اول توسعه جمهوری اسلامی ایران مبتنی بر سیاست‌های کلی مشخص نگاشته نشده است. اما می‌توان از میان مواد هر برنامه، برخی مبانی را تشخیص داد. برنامه اول توسعه در سال ۱۳۶۸ و شرایط پس از جنگ تحمیلی نگاشته شد. اولویت‌دادن به رشد اقتصادی، توسعه عمرانی و تأمین نیازهای اساسی جامعه، از جهت‌گیری‌های اصلی این برنامه بود (قانون برنامه اول توسعه جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۶۸). چنانچه مشخص است برنامه اول پس از انقلاب، در پارادایم اول توسعه مدل پیشنهادی، ذیل تفکر برنامه‌ریزی قابل طرح است.

برخلاف برنامه اول، برنامه دوم ذیل سیاست‌های کلی تدوین شد. لذا تعیین جهت‌گیری اصلی و مبنای برنامه دوم توسعه مشخص‌تر است. سیاست‌های کلی

برنامه دوم توسعه علاوه بر توجه به آرمان‌ها و ارزش‌های انقلاب به رعایت عدالت اجتماعی و گسترش تولید تأکید کرد (سیاست‌های کلی برنامه دوم توسعه، ۱۳۷۲). لذا برنامه دوم توسعه جمهوری اسلامی با توجه به پیامدهای برنامه اول، توزیع عادلانه را به اهداف خود اضافه کرد. با این رویکرد توسعه کشاورزی نسبت به صنعت و توسعه روستایی نسبت به شهری (قانون برنامه دوم توسعه جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۷۳) اولویت پیدا کرد. همچنین سیاست‌های کلی برنامه دوم توسعه در بند ۸ به «توجه و عنایت جدی بر مشارکت عامه مردم» تأکید کرده است، اما این مهم صرفاً در سازندگی کشور و واگذاری مؤسسه‌های اقتصادی به مردم لحاظ شده است و نمودهایی در برنامه دوم توسعه مانند تبصره ۴۱ یافته است. اگرچه در پیوست برنامه دوم، اهداف کلانی مانند تقویت مشارکت عمومی توسط خود مجلس نگاشته شد، اما نمود چندانی در متن برنامه نیافته است و نمی‌توان محوریت مشارکت مردمی را در آن یافت. چنانچه آشکارشدن نواقص پارادایم برنامه‌ریزی سبب تلفیق جنبه کیفی و کمی توسعه در دهه ۶۰ میلادی شد و مسائلی چون توزیع درآمد، مداخله بیشتر دولت را یادآوری نمود و از این‌رو می‌توان برنامه دوم توسعه جمهوری اسلامی را همگام با دهه دوم توسعه جهانی، ذیل غلبه تفکر نوسازی دولتی جای داد.

مطابق با نظم تاریخی جهانی، که ابتدا در دهه ۸۰ میلادی پارادایم ساختارگرایی اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی مسلط شد و سپس از اواسط دهه ۹۰ میلادی پارادایم مشارکت‌محور شکل گرفت، در برنامه‌های توسعه جمهوری اسلامی نیز با بدبینی به نوسازی بیش از حد دولت، عملکرد دولت هفتم در حوزه اقتصادی به ساختارگرایی و آزادی بازار خودتنظیم‌گر نزدیک شده و تفتن به بُعد اجتماعی نیز در دولت هفتم غالب شد. تأکید اساسی سند سیاست‌های کلی برنامه سوم توسعه بر حضور و مشارکت مردم به‌عنوان پایه توسعه کشور است. همچنین بند ۲۳ از این سیاست‌ها به‌صورت دقیق بیان می‌کند که از جمله سیاست‌های اصلی ساختار اجتماعی برنامه توسعه «گسترش و عمق بخشیدن روحیه تعاون و مشارکت عمومی، و بهره‌مند ساختن دولت از همدلی و توانایی‌های عظیم مردم» است (سیاست‌های کلی برنامه سوم توسعه، ۱۳۷۸). لذا در برنامه سوم توسعه، موضوع مشارکت اجتماعی و تشکل‌های اجتماعی در موادی از برنامه از جمله ۱۰۴ و ۱۵۷ و ۱۵۸ و ۱۸۲ گنجانده شد.

سیاست‌های کلی برنامه چهارم توسعه نیز حاوی بندهای مشابه درباره مشارکت دادن مردم در امور عمومی و اقتصادی بود (سیاست‌های کلی برنامه چهارم توسعه، ۱۳۸۲). سیاست‌های کلی برنامه چهارم در سال ۱۳۸۲ ابلاغ شده بود و دقیقاً همان

بند مهم ۲۳ سیاست‌های کلی برنامه سوم در بند ۱۸ سیاست‌های کلی برنامه چهارم تکرار شده بود (سیاست‌های کلی برنامه چهارم توسعه، ۱۳۸۲). همچنین در برنامه چهارم توسعه می‌توان بیشترین توجه به مشارکت‌های اجتماعی را مشاهده کرد. ماده‌های ۵۲، ۶۹، ۷۱، ۹۵، ۹۷، ۹۸، ۱۰۴، ۱۰۶، ۱۱۰، ۱۱۱، ۱۱۲، ۱۱۹، ۱۲۶، ۱۳۰، ۱۴۰ از جمله این مواد است (قانون برنامه چهارم توسعه جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۸۳).

بدین معنا مشارکت مردمی در برنامه‌های سوم و چهارم محوریت یافت. لذا سیاست‌های کلی برنامه سوم و چهارم را می‌توان ذیل پارادایم مشارکت‌محور ساختار بندی نمود.

اما مسیر سیاست‌های کلی سوم و چهارم بعد از آن تداوم و تکامل نیافت. اگرچه اصول مختلفی از قانون اساسی همچون اصل ۱۰۰، همکاری و مشارکت مردم را برای پیشبرد سریع برنامه‌های مختلف ضروری می‌داند، اما مجدداً اولویت ساختارهای اقتصادی در برنامه‌های پنجم و ششم ظهور کرد. البته این اولویت اقتصاد با سردمداری طبقه متوسط نبوده و نمی‌توان به صورت کامل این برنامه‌ها را ذیل پارادایم ساختارگرایی دسته‌بندی نمود.

به طور مشخص در سیاست‌های کلی برنامه پنجم توسعه، بخش اجتماعی از سیاسی، دفاعی و امنیتی جدا شد و بحث مشارکت ذیل بخش سیاسی جای گرفت. بند ۳۶ سیاست‌های کلی برنامه پنجم توسعه که ذیل امور سیاسی امنیتی درج شده، بدین شرح روبه‌روست: «تقویت حضور و مشارکت مردم در عرصه‌های سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی».

اما جالب آنکه در برنامه ششم توسعه دیگر اساساً اثری از چنین بندی نیز در مورد مشارکت نیست. مشارکت صرفاً محدود به نقش اقتصادی مردم شده است و بخش اجتماعی سیاست‌های کلی برنامه ششم توسعه شامل موارد زیر است: سلامت اداری، تأمین اجتماعی، نظام سلامت، تربیت بدنی، جمعیت، خانواده، ایشارگران، حاشیه‌نشینی، معماری و میراث فرهنگی (سیاست‌های کلی برنامه ششم توسعه، ۱۳۹۴).

این نحو نگاه به مشارکت مردمی در سیاست‌ها طبیعتاً نقش خود را در تدوین

۱. برای پیشبرد سریع برنامه‌های اجتماعی، اقتصادی، عمرانی، بهداشتی، فرهنگی، آموزشی و سایر امور رفاهی از طریق همکاری مردم با توجه به مقتضیات محلی، اداره امور هر روستا، بخش، شهر، شهرستان یا استان با نظارت شورایی به نام شورای ده، بخش، شهر، شهرستان یا استان صورت می‌گیرد که اعضای آن را مردم همان محل انتخاب می‌کنند.

برنامه نیز نشان داده و علی‌رغم اینکه در برنامه ششم توسعه، ماده‌های مختلفی به مشارکت اشاره داشته‌اند (برنامه ششم توسعه جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۹۶)، اما جالب اینجاست که هیچ‌یک از این بندها دیگر «مشارکت عمومی» مردم را چنانچه برنامه‌های سوم و چهارم توسعه طلب می‌کرد، جلب نمی‌کند؛ به‌عنوان نمونه در ماده ۲۵ بند الف، «مردمی‌شدن» به گسترش بخش خصوصی و تعاونی در اقتصاد تبیین شده و هدف آن افزایش بهره‌وری دستگاه‌های اجرایی خوانده شده است. ماده ۲۷ بند ۷ و ۸ اشاره به مشارکت مردم در حوزه برنامه‌ریزی محلی روستایی و عشایری و ایمن‌سازی سکونتگاه‌ها دارد. ماده ۲۸ بند الف مشارکت با بخش غیردولتی را برای کاهش هزینه‌های دستگاه‌های اجرایی طلب می‌کند. ماده ۷۷ بند الف در عنوانی مهم به مشارکت اجتماعی مردم و افزایش سرمایه اجتماعی اشاره می‌کند، اما قرار گرفتن این بند ذیل بیمه‌های اجتماعی، امور حمایتی و آسیب‌های اجتماعی و نسبت دادن آن به وظایف جمعیت هلال احمر، حاکی از تصور نادرست از مشارکت مردمی و صغیرپنداشتن مردم است. ماده ۸۰، مشارکت‌های مردمی را برای کنترل آسیب‌های اجتماعی به کار گرفته است (برنامه ششم توسعه جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۹۶).

اگر بتوان برنامه ششم توسعه را تکامل‌یافته‌ترین برنامه ج.ا.ایران دانست، می‌توان گفت عدم توجه به ابعاد مشارکتی و عاملیت شأنیت اجتماعی همچنان قربانی توجه بیش از حد به ابعاد اقتصادی و ساختاری توسعه شده است. این سیطره، سبب نگاه بنگاه‌دارانه به مردم برای جلب سرمایه‌گذاری و حمایت مالی و اقتصادی دولت به مردم و پیامدهای مختلف از جمله بی‌توجهی به نیاز و نوع تقاضای مردم در برنامه‌ریزی الگوی همکاری و مشارکت با دولت شده است؛ به‌عنوان نمونه حتی در ابعاد ساختاری همکاری مردم در نهایت به حیثیت تصمیم‌گیری، نظارت و اجرا توجه شده و ابعادی چون مطالبه‌گری جمعی که رفتاری فعالانه از پایین‌به‌بالا است، مغفول مانده است (رمضانی و شیخی، ۱۴۰۱).

نتیجه‌گیری

مرور انواع دسته‌بندی نظریه‌های توسعه حاکی از ابهام‌هایی برای بهره‌گیری توسط پژوهشگران و سیاستمداران است. بازتوصیف مبانی توسعه کشور گویای آن است که در مقاطع کوتاهی به چارچوب الگوهای مشارکتی و پایین به بالا، در رشد و پیشرفت جامعه توجه شده است. این رهیافت مردمی، البته مقدمات دیگری دارد که در نظر گرفتن میزان تولید ناخالص ملی، در کنار عوامل دیگری مانند توانایی‌های فردی،



شخصیت، بهداشت و آموزش (Meier, 2001, p. 23)، آزادی، کمال، سعادت و خوشبختی عموم افراد جامعه در روابط و مناسباتی عادلانه، انسانی و کارآمد (موثقی، ۱۳۹۸، ص. ۳۵) و پذیرش تفاوت‌ها و به رسمیت‌شناختن «چندفرهنگی» (سن و نوسبام، ۱۳۹۷) در جوامع ازجمله آنهاست. امری که فرهنگ‌های بومی و محلی را ارزشمند دانسته (Escobar, 2004, p. 225) و تلاش می‌کند از دل مشارکت بومیان، مدلی بوم‌زاد مبتنی بر داشته‌های هر بوم و فرهنگ ارائه کند. در واقع توسعه بومی، با رشد اقتصادی برانگیخته نمی‌شود، بلکه از لحاظ اجتماعی و زیست‌محیطی، با اقتصاد «اخلاقی» یا فرهنگی برانگیخته شده است. منشأ توسعه بومی، فرهنگ بومی است؛ یعنی توسط فرهنگ برانگیخته و به وسیله معیارهای فرهنگی هدایت می‌شود (ضیائی، ۱۳۹۵، ص. ۱۴۴)، چراکه کل مفهوم و عمل توسعه، بازتابی از هژمونی شمال غربی برای بقیه کشورهای جهان است که در دایره شمال - غربی جای نمی‌گیرند (Sachs, 1992, p. 23)؛ به‌عنوان نمونه الگوی اکوویلج^۱ راهبردی کل‌نگر است که بر سطح محله تأکید دارد، تحت تأثیر رویکرد اکوسیستم در زیست‌گاه‌های اشتراکی خودبسنده است و ارزش‌های جامعه و پیوندهای اجتماعی را در نظر می‌گیرد (رکن‌الدین افتخاری، ۱۳۹۵، ص. ۴) و همچنین انسان تقریباً در تمام نظریات توسعه از جنگ جهانی دوم به این‌سو ابزار و هدف توسعه تلقی شده و در اکثر نظریه‌های نقش فعال انسان و مشارکت او در فرایند توسعه‌یافتگی به‌صورت توسعه از پایین به بالا جوامع امری پذیرفته‌شده و مورد تأکید است (عنبری، ۱۳۹۰، ص. ۲۸۴).

باین‌حساب، بهره‌گیری از نظریات توسعه با توجه به اوضاع بین‌المللی و همچنین وضعیت امروز کشور ایران، بایستی با توجه به الگویی صورت پذیرد که توسعه بومی را از غیر آن به روشنی در تمام تاریخ توسعه محرز نماید. الگوی پیشنهادی در این مقاله تلاش کرد ضمن انجام این مهم، به‌عنوان نمونه برخی نظریه‌های مطرح را با توجه به دو محور شاخص در ایشان نسبت به سایر محورها، ذیل دسته‌بندی خود جایابی نماید.

جدول (۱): دسته‌بندی پیشنهادی نظریه‌های توسعه مبتنی بر الگوی اجتماعی

ناحیه	۱	۲	۳	۴
عنوان	برنامه‌ریزی متمرکز و نخبگانی	نوسازی دولتی	ساختارگرایی اجتماعی (اقتصادی و فرهنگی)	مشارکت‌محور
نظریه‌پردازان مطرح	لوئیس لیپست اسملسر هاگن مائو کاردوسو و فالتو هانتینگتون شومپتر	لرنر لفت ویچ فوکویاما	روستو دال هایک فریدمن پولانی نورث عجم اوغلو بورديو مور والرشتاین اینگلهارت	گریم گیل مینتزبرگ آمارتیا سن اسکوبار دنيس گولت

همچنین با مروری بر مبانی توسعه جمهوری اسلامی ایران، می‌توان رویکرد پارادایمیک هر یک را استنتاج نمود.

جدول (۲): دسته‌بندی پیشنهادی مبانی برنامه‌های توسعه پس از انقلاب مبتنی بر الگوی اجتماعی

پارادایم	برنامه توسعه جمهوری اسلامی
برنامه‌ریزی متمرکز و نخبگانی	اول
نوسازی دولتی	دوم
ساختارگرایی اجتماعی (اقتصادی و فرهنگی)	پنجم و ششم
مشارکت‌محور	سوم و چهارم

توسعه مشارکتی نیاز فوری کشور بوده و نبود مدل موفق برای مشارکت‌دادن مردم در امور مختلف اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی، پیامدهای سوء خود را در بحران‌ها و اعتراض‌های خیابانی نشان خواهد داد. انرژی موجود در حضور مردم همواره مورد تأکید امام خمینی و رهبر معظم انقلاب و حتی اسناد بالادستی کشور همچون قانون اساسی و سیاست‌های کلی برنامه‌های توسعه بوده اما در میدان عمل، جایگاه بخش مردمی نسبت به بخش‌های خصوصی و دولتی نیازمند ارتقاء است. جایگاه پایین

تعاونی‌ها در اقتصاد ایران، اکتفا به نقش اجرایی مردم و کم‌رنگ بودن نقش‌های مطالبه‌گری، نظارت و تصمیم‌گیری مردمی در اسناد و برنامه‌ها نشان از ضرورت سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی برای ارتقای بخش مردمی کشور دارند (مرکز پژوهش‌های مجلس، گزارش ۱۷۸۹۲).

به نظر می‌رسد با توجه به ادبیات نظری توسعه مشارکتی، تجربه موفق کشورها در بهره‌گیری از ظرفیت مردم، رهنمودهای امام و رهبر انقلاب، ضرورت مشارکت مردم در شکل‌گیری ایرانی قوی، می‌توان با مبنا قرار دادن نگاه اجتماعی و توجه به مسئله مشارکت عمومی مردم، سیاست‌های کلی برنامه‌های توسعه بعدی را تدوین کرده و برای اجرای صحیح آنها، برنامه را با محوریت مشارکت عمومی مردم نگاشت.

فهرست منابع

احمدی، حمید و بیدالله خانی، آرش (۱۳۹۲). پساتوسعه‌گرایی و بازنمایی‌های انتقادی از گفتمان توسعه؛ رویکردی مردمی. *مجله مطالعات توسعه اجتماعی ایران*، ۵ (۳).

ازکیا، مصطفی و غفاری، غلامرضا (۱۳۸۶). *جامعه‌شناسی توسعه*. تهران: کیهان. اسملسر، نیل (۱۳۷۲). به‌سوی نظریه‌ای در نوسازی. ترجمه محمدجواد زاهدی مازندرانی، *اقتصاد کشاورزی و توسعه*، فصلنامه پژوهشی مرکز مطالعات برنامه‌ریزی و اقتصاد کشاورزی، (۲).

اینگلهارت، رونالد (۱۳۷۳). *تحول فرهنگی در جامعه پیشرفته صنعتی*. ترجمه مریم وتر، تهران: کویر.

اینگلهارت، رونالد و ولزل، کریستین (۱۳۸۹). *نوسازی، تغییر فرهنگی و دموکراسی*. ترجمه یعقوب احمدی، تهران: کویر.

بشیریه، حسین (۱۳۷۴). *جامعه‌شناسی سیاسی: نقش نیروهای اجتماعی در زندگی سیاسی*. تهران: نشر نی.

پولانی، کارل (۱۳۹۶). *دگرگونی بزرگ*. تهران: شیرازه کتاب ما.

توحیدفام، محمد (۱۳۸۱). *دولت و دموکراسی در عصر جهانی‌شدن*. تهران: روزنه.

چانگ، هاجون (۱۳۹۸). *تجربه توسعه آسیای شرقی: معجزه، بحران و آینده*. ترجمه لیلاسادات فاطمی‌نسب، تهران: ثالث.

حقیقی، ایمان (۱۳۸۵). فراز و نشیب‌ها در نظریات اقتصاد توسعه. فصلنامه راهبرد توسعه (راهبرد یاس). (۵).

دال، رابرت (۱۳۸۹). درباره دمکراسی. ترجمه فیروز سالاریان، تهران: چشمه.

داوری اردکانی، رضا (۱۳۸۴). سنت و تجدید. تهران: ساقی.

داوری اردکانی، رضا (۱۳۹۶). توسعه یک ضرورت اخلاقی است و نه انتخاب/ خرد پیشرفت و توسعه. فرهنگستان علوم، (۶۴).

دبیری‌مهر، امیر (۱۳۹۳). گونه‌شناسی مطالعات توسعه سیاسی. فصلنامه راهبرد، سال بیست و سوم، (۷۰).

دوورژه، موریس (۱۳۶۲). روش‌های علوم اجتماعی. تهران: امیرکبیر.

رکن‌الدین افتخاری، عبدالرضا (۱۳۹۵). الگوی اکوویلیج برای زیست پایدار در روستاهای حاشیه اکوسیستم تالاب. پژوهش‌های روستایی، (۱)۷.

رمضانی، صدیقی و شیخی، سینا (۱۴۰۱). ارزیابی قانون برنامه ششم توسعه از منظر ابعاد مختلف مشارکت. مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی. مسلسل ۱۸۲۲۸.

روستو، والتر (۱۳۷۴). تلخیصی از مراحل پنجگانه رشد، الگوهای نظری در اقتصاد توسعه. ترجمه غلامرضا آزاد ارمکی، تهران: دیدار.

ساعی، احمد (۱۳۹۴). توسعه در مکاتب متعارض. تهران: قومس.

سن، آمارتیا (۱۳۸۱). توسعه به مثابه آزادی. ترجمه سیداحمد موثقی، تهران: دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه تهران.

سن، آمارتیا (۱۳۸۳). توسعه یعنی آزادی. ترجمه محمدسعید نوری نائینی، تهران: نشر نی.

سن، آمارتیا (۱۳۹۰). اندیشه عدالت. ترجمه وحید محمودی و هرمز همایون‌پور، تهران: کندوکاو.

سن، آمارتیا (۱۳۹۸). عقلانیت و آزادی. ترجمه وحید محمودی، تهران: نشر نی.

سن، آمارتیا و نوسبام، مارتا (۱۳۹۷). کیفیت زندگی. ترجمه حسن فشارکی، تهران: شیرازه کتاب‌ما.

سو، آلوین. ی (۱۳۹۴). تغییر اجتماعی و توسعه. ترجمه محمود حبیبی مظاهری، تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی.

شعبانی، الهه (۱۳۹۷). توسعه/از نگاه نیل/اسم‌سیر، سایت پویش فکری توسعه:

<http://pooyeshfekri.com/%D%86%9DB8%C%D84%9%D%8A%7D%8B%3D%85%9D%84%9D%8B%3D%8B/1>

شیرزادی، رضا (۱۳۹۱). نوسازی، توسعه، جهانی‌شدن. تهران: آگه.

ضیایی، آرام (۱۳۹۵). پساتوسعه: نظریه، عمل، مسائل و چشم‌اندازها. ترجمه موسی عنبری و همکاران، تهران: علم.

عجم‌اوغلو، دارون و رابینسون، جیمز ای. (۱۳۹۳). چرا ملت‌ها شکست می‌خورند؟.

ترجمه محسن میردامادی و محمدحسین نعیمی‌پور، تهران: روزنه.

عجم‌اوغلو، دارون و رابینسون، جیمز ای. (۱۳۹۴). ریشه‌های اقتصادی دیکتاتوری و

دموکراسی. ترجمه جعفر خیرخواهان و علی سرزعیم، تهران: کویر.

عنبری، موسی (۱۳۹۰). جامعه‌شناسی توسعه، از اقتصاد تا فرهنگ. تهران: سمت.

فریدمن، میلتن (۱۳۹۷). سرمایه‌داری و آزادی. ترجمه غلامرضا رشیدی، تهران: نشر نی.

فریدمن، میلتن و فریدمن، رز (۱۳۷۸). آزادی/انتخاب. ترجمه حسین حکیم‌زاده

جهرمی، تهران: نشر و پژوهش فرزانه روز.

فوکویاما، فرانسیس (۱۳۹۶). نظم و زوال سیاسی. ترجمه رحمن قهرمانپور، تهران: روزنه.

قاضی‌مرادی، حسن (۱۳۹۷). گذارها به دموکراسی. تهران: اختران.

کاردوسو، فرناندو هنریک و فالتو، انزو (۱۳۵۹). وابستگی و توسعه در آمریکای لاتین.

ترجمه فرخ حسامیان، حائری و یلدا منادی‌زاده، تهران: تندر.

کچویان، حسین و کلانتری، عبدالحسین (۱۳۹۰). علوم اجتماعی قاعده‌مدار است یا

قانون‌مدار؟. نظریه‌های اجتماعی متفکران مسلمان، (۱).

کلارک، باری (۱۳۹۶). اقتصاد سیاسی تطبیقی. ترجمه عباس حاتمی، تهران: کویر.

کوز، رونالد و وانگ، نینگ (۱۳۹۶). چین چگونه سرمایه‌داری شد؟. ترجمه

سیدپیمان اسدی، تهران: دنیای اقتصاد.

گری، جان (۱۳۸۴). فلسفه سیاسی فون‌هایک. ترجمه خشایار دیهیمی، تهران: طرح نو.

گریفین، کیت (۱۳۷۵). راهبردهای توسعه اقتصادی. ترجمه حسین راغفر، تهران:

نشر نی.

لفت‌ویچ، آدریان (۱۳۸۵). دولت‌های توسعه‌گرا. ترجمه جواد افشارکهن، مشهد:

مروندیز.

- مدنی قهفرخی، سعید (۱۳۸۹). *جماعت‌گرایی*. تهران: یادآوران.
- موثقی، سید احمد (۱۳۹۸). *اقتصاد سیاسی توسعه و توسعه‌نیافتگی*. تهران: دانشگاه تهران.
- مینتزبرگ، هنری (۱۳۹۲). *ردگیری استراتژی‌ها*. ترجمه علی بابایی، تهران: سازمان مدیریت صنعتی.
- نورث، داگلاس سی (۱۳۷۷). *نهاد، تغییرات نهادی و عملکرد اقتصادی*. ترجمه محمدرضا معینی، تهران: سازمان برنامه و بودجه.
- نورث، داگلاس سی و دیگران (۱۳۹۵). *در سایه خشونت؛ خشونت و نظم‌های اجتماعی*. ترجمه محسن میردامادی و محمدحسین نعیمی‌پور، تهران: روزنه.
- هانت، دایانا (۱۳۷۶). *نظریه‌های اقتصاد توسعه؛ تحلیلی از پارادایم‌های رقیب*. ترجمه غلامرضا آزاد ارمکی، تهران: نشر نی.
- هانتینگتون، ساموئل (۱۳۷۰). *سامان سیاسی در جوامع دستخوش دگرگونی*. ترجمه محسن ثلاثی، تهران: علم.
- هانتینگتون، ساموئل (۱۳۸۱). *موج سوم دمکراسی در پایان قرن بیستم*. ترجمه احمد شهسا، تهران: روزنه.
- هایک، فریدریش فون (۱۳۸۰). *قانون، قانون‌گذاری و آزادی*. ترجمه مهشید معیری و موسی غنی‌نژاد، تهران: طرح نو.
- هایک، فریدریش فون (۱۳۹۰). *راه بردگی*. ترجمه فریدون تفضلی و حمید پاداش، تهران: نگاه معاصر.
- هایک، فریدریش فون (۱۳۹۴). *در سنگر آزادی*. ترجمه عزت‌الله فولادوند، تهران: ماهی.
- هایک، فریدریش فون (۱۳۹۴). *فردگرایی و نظم اقتصادی*. ترجمه محسن رنجبر، تهران: مرکز.
- هتنه، بروژن (۱۳۹۲). *تئوری توسعه و سه جهان*. ترجمه احمد موثقی، تهران: قومس.

Cardoso, F. & Faletto, E. (1979). *Dependency and Development in Latin America*. University of California Press.

Escobar, A. (2004). *Beyond the Third World: Imperial Globality, Global Coloniality, and Anti-Globalization Social Movement*, Third World Quarterly, 25, 1.

Escobar, Arturo (1987). "Power and Visibility: The Invention and Management of Development in third World", University of Colifornia, Berkeley, Dissertation for Degree of phd.

- Escobar, Arturo (1995). *Encountering Development: The Making and Unmaking of the Third World*. Princeton: Princeton University Press.
- FAO (2011). *Development and Development Paradigms: A Reasoned Review of Prevailing Visions*, EAYSPol Module 102, May 2011, ISSN 2219-9497, E-ISBN 978-92-5-106875-5.
- Goulet, Denis and Charles K. Wilber (1988). *The Human Dilemma of Development*, New York: Random House.
- Hagen, Evert E. (1967). *On the Theory of Social Change*. New York, The Dorsey Press Inc, Homewood, Illinois.
- Lerner, Daniel (1964). *The Passing of Traditional Society*, New York: Macmillan Press.
- Meier, G, M. (2001). *Introduction: Ideas for Development*. In *Frontiers of Development Economics: The Future in Perspective*, ed. G, M. Meier and J. E. Stiglitz, 1-12. Oxford: Oxford University Press.
- OECD (2019). *Perspectives on Global Development 2019*, Rethinking Development Strategies, Chapter 4. A historical overview of development paradigms: https://www.oecd-ilibrary.org/sites/persp_glob_dev-2019-8-en/index.html?itemId=/content/component/persp_glob_dev-2019-8-en.
- Rocha, Héctor O. (2013). Dominant Development Paradigms: A Review and Integration. *Journal of Markets & Morality*, (16), Number 1.
- Sachs, Wolfgang (1992). *The Development Dictionary: A Guide to Knowledge as Power*, New York: Witwatersrand University Press.
- Selden, M & Lippit, V. (1982). eds, *The Transition to Socialism in China*. Sharp, New York, and Croom Helm, London

Reference

- Ahmadi, Hamid and Arash Bidullah Khani (2012). "Post-developmentalism and critical representations of the development discourse; A popular approach", *Iran Journal of Social Development Studies*, 5(3). (in persian)
- Ajmoğlu, Daron and James E. Robinson (2013). Why do nations fail?, translated by Mohsen Mirdamadi and Mohammad Hossein Naimipour, Tehran: Rosenh. (in persian)
- Ajmoğlu, Daron and James Robinson (2014). The Economic Roots of Dictatorship and Democracy, translated by Jafar Khairkhahan and Ali Sarzaim, Tehran: Kavir. (in persian)
- Anbari, Musa (2019). *Sociology of development, from economy to culture*, Tehran: Samt. (in persian)
- Baird, Victoria A. and others (2017). *Planning and Decentralization: Conflicting Spaces for Collective Action in the Global South*, translated by Abbas Akhundi and Samaneh Afshari, Tehran: Agh. (in persian)
- Bashirich, Hossein (1374). *Political Sociology: The Role of Social Forces in Political Life*, Tehran: Nei Publishing House. (in persian)

- Cardoso, F. and Faletto, E. (1979). *Dependency and Development in Latin America*, University of California Press.
- Cardoso, Fernando Henrik and Falto Enzo (1359). *Dependency and Development in Latin America*, translated by Farrokh Hassamian, Haeri and Yalda Manadizadeh, Tehran: Thunder. (in persian)
- Chang, Hajun (2018). *East Asian Development Experience: Miracle, Crisis and Future*, translated by Leilasadat Fatemi Nesab, Tehran: Third. (in persian)
- Clark, Bari (2016). *Comparative Political Economy*, translated by Abbas Hatami, Tehran: Kavir. (in persian)
- Dahl, Robert (1389). *About Democracy*, translated by Firouz Salarian, Tehran: Cheshme. (in persian)
- Davari Ardakani, Reza (2004). *Sunt va Tajdaj*, Tehran: Saqi. (in persian)
- Davari Ardakani, Reza (2016). "Development is a moral necessity and not a choice/the wisdom of progress and development", *Academy of Sciences*, p.64. (in persian)
- Debirimehr, Amir (2013). *Typology of Political Development Studies*, *Strategy Quarterly*, Q23, No. 70. (in persian)
- Descartes, Rene (1390). *Speech in Method, Appendix to the Journey of Wisdom in Europe*, translated by Mohammad Ali Foroughi, Tehran: Nilofer. (in persian)
- Durkheim, Emile (2014). *Rules of Sociological Method*, translated by Ali Mohammad Kardan, Tehran University Press. (in persian)
- Duverge, Morris (1992). *methods of social sciences*, Tehran: Amirkabir. (in persian)
- Escobar, A. (2004). *Beyond the Third World: Imperial Globality, Global Coloniality, and Anti-Globalization Social Movement*, *Third World Quarterly*, 25, 1.
- Escobar, Arturo (1987). "Power and Visibility: The Invention and Management of Development in third World", University of Colifornia, Berkeley, Dissertation for Degree of phd.
- Escobar, Arturo (1995). *Encountering Development: The Making and Unmaking of the Third World*, Princeton: Princeton University Press.
- Ezekia, Mostafa and Gholamreza Ghafari (2008). *Sociology of Development*, Ch. 6, Tehran: Kayhan. (in persian)
- FAO (2011). *Development and Development Paradigms: A, Reasoned Review of Prevailing Visions*, EAYSPol Module 102, May 2011, ISSN 2219-9497, E-ISBN 978-92-5-106875-5.
- Friedman, Milton (2017). *Capitalism and Freedom*, translated by Gholamreza Rashidi, Tehran: Ney Publishing. (in persian)
- Friedman, Milton and Rose Friedman (1378). *Freedom of Choice*, translated by Hossein Hakimzadeh Jahormi, Tehran: Farzan Rooz Publishing and Research. (in persian)

- Fukuyama, Francis (2016). Political Order and Decline, translated by Rahman Kahramanpour, Tehran: Rosenhan. (in persian)
- Ghazimoradi, Hassan (2017). Transitions to Democracy, Tehran: Akhtran. (in persian)
- Goulet, Denis and Charles K. Wilber (1988). The Human Dilemma of Development, New York: Random House.
- Granwater, Mark S. and Richard Swedberg (2017). Economic Sociology: Social Construction and Economic Action, translated by Ali Asghar Saeedi, Tehran: TISA. (in persian)
- Gray, John (1384). Von Hayek's Political Philosophy, translated by Khashayar Dehimi, Tehran: New Design. (in persian)
- Griffin, Keith (1375). economic development strategies, translated by Hossein Raghofer, Tehran: Ney Publishing. (in persian)
- Hagen, Evert E. (1967). On the Theory of Social Change, New York, The Dorsey Press Inc, Homewood, Illinois.
- Haghighi, Iman (2008). "Ups and downs in the theories of development economics", Development Strategy Quarterly (Yas Strategy), No. 5. (in persian)
- Hatna, Brojan (2012). Theory of Development and Three Worlds, translated by Ahmad Mothaghi, Tehran: Qoms. (in persian)
- Hayek, Friedrich von (1380). Law, Legislation and Freedom, translated by Mahshid Moiri and Musa Ghaninejad, Tehran: New Design. (in persian)
- Hayek, Friedrich von (1390). The Way of Slavery, translated by Fereydoun Tafzali and Hamid Fargar, Tehran: Negah Ma'azer. (in persian)
- Hayek, Friedrich von (2014). In the bastion of freedom, translated by Ezzatollah Foulavand, Tehran: Mahi. (in persian)
- Hayek, Friedrich von (2014). Individualism and Economic Order, translated by Mohsen Ranjbar, Tehran: Center. (in persian)
- Hunt, Diana (1376). Theories of Development Economics; An analysis of competing paradigms, translated by Gholamreza Azad Aramaki, Tehran: Nei Publishing. (in persian)
- Huntington, Samuel (1370). Political order in societies undergoing transformation, translated by Mohsen Salasi, Tehran: Alam. (in persian)
- Huntington, Samuel (1381). The third wave of democracy at the end of the 20th century, translated by Ahmad Shahsa, Tehran: Rozana. (in persian)
- Inglehart, Ronald (1373). Cultural evolution in an advanced industrial society, translated by Maryam Veter, Tehran: Kovir. (in persian)
- Inglehart, Ronald and Christian Welzel (1389). Modernization, Cultural Change and Democracy, translated by Yaqub Ahmadi, Tehran: Kovir. (in persian)

- Inkeles, A. (1960). "Industrial Man: The Relation of state to Experience, perception and value", in the Sociology of Development, Vol. 1, by B. Roberts and et al, Edvard Elgar Pub. Limited.
- Kant, Immanuel (1362). the measurement of pure wisdom, translated by Mirshamsuddin Adibsolatani, Tehran: Amirkabir. (in persian)
- Kechuyan, Hossein and Abdul Hossein Kalantari (1390). "Is Social Science Rule-Oriented or Law-Oriented?", Social Theories of Muslim Thinkers, (1). (in persian)
- Koz, Ronald and Ning Wang (2016). How did China become capitalist?, translated by Seyyed Paiman Esdi, Tehran: Dunyai Ekhtaz. (in persian)
- Latifi, Gholamreza, (2008). "Perspectives of Development", Social Sciences Monthly Book, p.20. (in persian)
- Lefebvre, Henry (2015). Survival of Capitalism: Reproduction of Production Relations, translated by Aydin Turkmeh, Tehran: Tisa. (in persian)
- Leftwich, Adrian (1385). developmentalist governments, translated by Javad Afsharkhan, Mashhad: Merandiz. (in persian)
- Lerner, Daniel (1964). The Passing of Traditional Society, New York: Macmillan Press
- Lovitt, Carl (2017). meaning in history, translated by Saeed Haji Nasri, Tehran: Scientific and Cultural. (in persian)
- Lytard, Jean-Francois (2015). The Postmodern Situation: A Report on Knowledge, translated by Hossein Ali Nozri, Tehran: Gam no(in persian)
- Madani Qahfarkhi, Saeed (1390). Congregationalism, Tehran: Yadavaran. (in persian)
- Meier, G, M. (2001). Introduction: Ideas for Development. In Frontiers of Development Economics: The Future in Perspective, ed. G, M. Meier and J. E. Stiglitz, 1-12. Oxford: Oxford University Press.
- Mintzberg, Henry (2012). tracing strategies, translated by Ali Babaei, Tehran: Industrial Management Organization. (in persian)
- Moore, Barrington (2015). The Social Roots of Dictatorship and Democracy, translated by Hossein Bashirich, Tehran: Academic Publishing Center. (in persian)
- Motheghi, Syed Ahmad (2018). Political Economy of Development and Underdevelopment, Tehran: University of Tehran. (in persian)
- North, Douglas C. (1377). Input, Institutional Changes and Economic Performance, translated by Mohammad Reza Moini, Tehran: Program and Budget Organization. (in persian)
- North, Douglas C. and others (1395). in the shadow of violence; Violence and social orders, translated by Mohsen Mirdamadi and Mohammad Hossein Naimipour, Tehran: Rosenha. (in persian)
- OECD (2019). Perspectives on Global Development 2019, Rethinking Development Strategies, Chapter 4. "A historical overview of

- development paradigms": https://www.oecd-ilibrary.org/sites/persp_glob_dev-2019-8-en/index.html?itemId=/content/component/persp_glob_dev-2019-8-en.
- Polani, Karl (2016). Great Transformation, Tehran: Shirazeh Kitab Ma. (in persian)
- Popper, Karl (1381). The Logic of Scientific Discovery, translated by Hossein Kamali, Tehran: Scientific and Cultural. (in persian)
- Rahnema, Majid and Victoria Bawtree (1997). The Post-Development Reader, London: Zed Books.
- Ramezani, Siddiqi and Sheikhi, Sina (1401). Evaluation of the Law of the Sixth Development Plan from the perspective of different dimensions of participation, Islamic Council Research Center. 18228 machine gun. (in persian)
- Rist, Gilbert (2003). The History of Development: From Western Origins to Global Faith, Expanded Edition, London: Zed Books.
- Rocha, Héctor O. (2013). "Dominant Development Paradigms: A Review and Integration", Journal of Markets & Morality, 16(1).
- Roknuddin Eftekhari, Abdolreza (2015). "Ecovillage model for sustainable living in the villages on the edge of the wetland ecosystem", Rural Research, 7(1). (in persian)
- Rosto, Walters (1374). Summary of the five stages of growth, theoretical models in development economics, translated by Gholamreza Azad Ermaki, Tehran: Didar. (in persian)
- Sachs, Wolfgang (1992). The Development Dictionary: A Guide to Knowledge as Power, New York: Witwatersrand University Press.
- Sa'i, Ahmad (2014). Development in conflicting schools, Tehran: Qoms. (in persian)
- Selden, M & Lippit, V. (1982). eds, The Transition to Socialism in China,, Sharp, New York, and Croom Helm, London
- Sen, Amartya (1390). Thought of Adalat, translated by Vahid Mahmoudi and Hormoz Homayunpour, Tehran: Kendokav. (in persian)
- Sen, Amartya (2011). Development as Freedom, translated by Seyed Ahmad Mothaghi, Tehran: Faculty of Law and Political Science, University of Tehran. (in persian)
- Sen, Amartya (2013). development means freedom, translated by Mohammad Saeed Nouri Naini, Tehran: Nei Publishing. (in persian)
- Sen, Amartya (2018). rationality and freedom, translated by Vahid Mahmoudi, Tehran: Ney Publishing. (in persian)
- Sen, Amartya and Marta Nussbaum (2017). quality of life, translated by Hasan Shaharaki, Tehran: Shirazeh Kitab Ma. (in persian)
- Shabani, Elahe (2017). development from the perspective of Neil Smelser, development intellectual survey site: <http://pooyeshfekri.com/%D9%86%DB%8C%D9%84-%D8%A7%D8%B3%D9%85%D9%84%D8%B3%D8%B1/>



- Shirzadi, Reza (2019). Modernization, Development, Globalization, Tehran: Age. (in persian)
- Simon, David (2005). Post Development and Post-Colonialism: Separated by Common Ground? Forum for Development Studies, 32(2).
- Simon. H. A. (1972). Theories of Bounded Rationality, Decision and Organization, by McGuire, C.B. and Radner, Roy, North-Holland Publishing Company.
- Smelser, Neil (1372). "Towards a Theory of Modernization", translated by Mohammad Javad Zahedi Mazandarani, in: Agricultural Economy and Development, Research Quarterly of the Center for Planning and Agricultural Economics, (2). (in persian)
- Sue, Alvin. (2014). social change and development, translated by Mahmoud Habibi Mazaheri, Tehran: Research Center for Strategic Studies. (in persian)
- Tohidfam, Mohammad (2011). Government and Democracy in the Era of Globalization, Tehran: Rosenha. (in persian)
- Ziai, A. (2007). Exploring Post-development Theory and Practice, Problem and Perspectives, London; New York.
- Ziyai, Aram (2015). Post-development: theory, practice, issues and perspectives, translated by Musa Anbari and colleagues, Tehran: Alam. (in persian)



تجارب معلمان از چالش‌های برنامه‌های تلویزیون به‌عنوان برنامه درسی پنهان در تحقق اهداف تربیتی نظام آموزشی دوره متوسطه اول و دوم

بهبود یاری‌قلى

دانشیار گروه علوم تربیتی، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی، دانشگاه شهید مدنی آذربایجان، تبریز،
ایران (نویسنده مسئول).
b.yargholi@azaruniv.edu

مهدی اکرمی

کارشناسی ارشد علوم تربیتی، گروه علوم تربیتی، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی، دانشگاه شهید
مدنی آذربایجان، تبریز، ایران.
m_akrami2@yahoo.com

عیسی برقی

دانشیار گروه علوم تربیتی، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی، دانشگاه شهید مدنی آذربایجان، تبریز،
ایران.
isabarqi57@yahoo.com

پروین بهاری

کارشناسی ارشد علوم تربیتی، گروه علوم تربیتی، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی، دانشگاه شهید
مدنی آذربایجان، تبریز، ایران.
bahari.pv@gmail.com

چکیده

هدف پژوهش حاضر توصیف تجارب زیسته معلمان از چالش‌های برنامه‌های تلویزیون اعم از برنامه‌های صداوسیما جمهوری اسلامی ایران و برنامه‌های فارسی‌زبان ماهواره‌ای به‌عنوان برنامه درسی پنهان در تحقق اهداف تربیتی نظام آموزشی است. در این پژوهش، روش کیفی از نوع پدیدارشناسی استفاده شد. به‌منظور احصای تجارب، ۲۴ نفر از معلمان باسابقه مدارس با روش نمونه‌گیری هدفمند و تا رسیدن به اشباع نظری انتخاب شدند. داده‌ها با استفاده از مصاحبه نیمه‌ساختاریافته گردآوری و با روش هفت‌مرحله‌ای کلایزی تحلیل شد. پس از بررسی معتبر بودن داده‌ها توسط مشارکت‌کنندگان، کدهای به‌دست‌آمده در قالب ۴ مضمون اصلی و ۱۱ مضمون فرعی تلخیص شدند. یافته‌ها نشان داد چالش علمی - آموزشی با مضامین فرعی (عدم ایجاد انگیزش، عدم ایجاد عدالت، عدم تربیت روانی و عدم توجه به مهارت)؛ چالش فرهنگی با مضامین فرعی (عدم تقویت غرور ملی و نهادینه کردن فرهنگ غربی)، چالش اخلاقی - اعتقادی با مضامین فرعی (فراموشی اعتقادات و هدایت نامناسب) و ناهنجاری اجتماعی با مضامین فرعی (تضعیف بنیان خانواده، عدم توجه به گسترش نظم و عدم توجه به سلامت) مهم‌ترین مضامین اصلی و فرعی در تجارب معلمان است. درنتیجه برنامه‌های تلویزیون در قالب برنامه درسی پنهان می‌تواند اهداف علمی، فرهنگی، اخلاقی - اعتقادی و اجتماعی نظام آموزشی را با چالش روبه‌رو کند.

کلیدواژه‌ها: چالش‌های برنامه‌های تلویزیون، برنامه درسی پنهان، اهداف تربیتی، نظام آموزشی.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱۱/۲۹ تاریخ بازبینی: ۱۴۰۱/۰۶/۱۲ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۶/۱۳

فصلنامه راهبرد اجتماعی فرهنگی، سال ۱۲، شماره ۱، پیاپی ۴۶، بهار ۱۴۰۲، صص ۱۱۳-۱۴۶

مقدمه و بیان مسئله

نظام آموزشی^۱ یکی از گنجینه‌های نظام اجتماعی است که رسالت خطیر تعلیم و تربیت نیروی انسانی را در اجتماع برعهده دارد. تعلیم و تربیت دانش‌آموزان در نظام‌های آموزشی آرمانی مهم است که در پرتو اهداف و فعالیت‌های از پیش برنامه‌ریزی‌شده صورت می‌گیرد. در این میان برنامه درسی یکی از کلیدی‌ترین عناصر نظام‌های آموزشی است که توسعه و بقای نظام آموزشی به کیفیت آن وابسته است. برنامه درسی نقش مهم و برجسته‌ای در فعالیت‌های مدارس و اهداف کلان نظام‌های آموزشی دارد (Zou et al., 2020). برنامه درسی رسمی در نظام آموزشی با تجربیات و فعالیت‌های برنامه‌ریزی‌شده مشخص می‌شود تا دانش‌آموزان آن را در فعالیت‌های آموزشی خود انجام دهند (Gunio, 2021). باوجود این گاهی خواسته یا ناخواسته تلاش متصدیان نظام‌های آموزشی و خرده‌نظام‌های آن در یک جهت قرار نمی‌گیرند و دانش‌آموزان در نقش‌های غیرقابل پیش‌بینی ظاهر می‌شوند و صحنه یادگیری را با نقش‌های برنامه‌ریزی‌نشده پردازش می‌کنند؛ این تجارب قصد نشده و غیررسمی، برنامه درسی پنهان^۲ نام دارد (عبادی، ۱۳۹۶).

برنامه درسی پنهان یکی از مهم‌ترین عوامل مؤثر بر یادگیری و موفقیت فراگیران است که از مسیر آموزش‌های غیررسمی و پنهان حاصل می‌شود. از نظر قورچیان (۱۳۷۳) برنامه درسی پنهان، تدریس متون غیرملموس و غیررسمی نظام ارزش‌ها، هنجارها و جنبه‌های غیررسمی مراکز آموزشی است که تحت تأثیر فلسفه حاکم بر نظام تربیتی و بافت جامعه قرار دارد (جوادی‌پور و رحیمی، ۱۳۹۵). درواقع برنامه درسی پنهان به یادگیری‌های موقتی و غیررسمی اشاره دارد که خارج از برنامه درسی رسمی و تدریس‌شده در مراکز آموزشی، صورت می‌گیرد درحالی‌که این قبیل یادگیری‌ها می‌تواند هم‌سو و یا در تضاد با اهداف برنامه درسی رسمی باشند (Neve & Collett, 2018). بسیاری از مسائل پنهان برنامه درسی نتیجه مفروضات و انتظاراتی هستند که به‌طور رسمی در محیط آموزشی بیان، ایجاد یا منتقل نمی‌شوند؛ بنابراین آگاهی از مسائل مربوط به برنامه درسی پنهان که می‌تواند

1. Educational system
2. Hidden curriculum

تأثیرات منفی و مثبتی به‌دنبال داشته باشد به امری مهم و قابل‌توجه تبدیل شده است (Alsubaie, 2015). برنامه درسی پنهان با توجه به ماهیت ضمنی، بعدی از برنامه درسی نظام آموزشی است که معمولاً نادیده گرفته می‌شود (Gunio, 2021). مطالعات مختلف بیانگر این موضوع است که برنامه درسی پنهان می‌تواند بر رفتار، عواطف، فکر، ساختار شخصیت و رشد دانش‌آموز و درنهایت در دستیابی به اهداف تربیتی^۱ نظام تعلیم و تربیت، مؤثر باشد (قاسمی‌هنر (۱۳۹۹)؛ Gunawan et al., 2018; Neve, 2021).

عرصه تعلیم و تربیت از مهم‌ترین عناصر تعالی‌بخش در هر جامعه‌ای به حساب می‌آید که از طریق تربیت انسان‌های شایسته و شکل‌دهی به زندگی آن‌ها بر تاروپود جامعه اثر می‌گذارد؛ بنابراین اساسی‌ترین اقدام در هر نظام آموزشی تعیین اهداف آن است که ویژگی‌های اساسی فرایند آموزشی و همچنین جهاتی را که قرار است در آینده در پیش گیرد، تعیین می‌کند (Eun, 2016). هدف اساسی تعلیم و تربیت انتقال مجموعه‌ای از دانش‌ها، ارزش‌ها و مهارت‌های فرهنگی است که توسط جامعه مهم قلمداد می‌شود. با وجود تلاش‌های نظام آموزش و پرورش در دسترسی به اهداف خود، تعلیم و تربیت دانش‌آموزان ممکن است با چالش‌هایی^۲ روبه‌رو شود که اغلب اوقات به‌صورت خواسته یا ناخواسته و در اثر مواجهه با نهادهای غیررسمی و خارج از محیط آموزشی مدارس ایجاد می‌شود. مسلّم است که در عصر حاضر، تعلیم و تربیت و جامعه‌پذیری افراد، تنها از طریق نظام آموزشی صورت نمی‌گیرد، بلکه در کنار این نهاد رسمی، نهادهای غیررسمی دیگری نیز مشغول فعالیت هستند که یکی از مهم‌ترین و بزرگ‌ترین آنها تلویزیون است (افخمی، ۱۳۹۷).

تلویزیون به‌عنوان فراگیرترین رسانه، نقش پررنگی در زندگی امروزی انسان‌ها ایفا می‌کند. لال و جردن^۳ معتقدند که تماشای برنامه‌های تلویزیونی^۴ نقشی کاربردی در تنظیم امور روزمره خانواده، تسهیل ارتباط بین اعضای خانواده و یادگیری اجتماعی ایفا می‌کنند (Evans et al., 2011). نوجوانان با تماشای برنامه‌های تلویزیونی به کسب دانش، یادگیری رفتار و شکل‌دهی به نظام‌های ارزشی خود می‌پردازند (Villani, 2001). رسانه‌ها نقش تسهیل‌گری در فرایند یاددهی و یادگیری دارند؛ اثر تربیتی رسانه‌ها با توجه به این موضوع که خود به‌عنوان ابزار و وسایل تعلیم

1. Educational objectives

2. Challenges

3. Lull & Jordan

4. TV programs

و تربیت در برنامه‌ریزی رسمی معرفی شده‌اند؛ مثبت و سازنده است و از طرف دیگر، اثر ضمنی آنها به صورت برنامه‌ریزی پنهان در متن واقعی جامعه بسیار زیاد است (پوراصغر و سرمدی، ۱۳۹۹). اکثر نوجوانان، تماشای تلویزیون را یکی از تفریح‌های روزانه به حساب می‌آورند. با توجه به اینکه دوره نوجوانی، دوره مستقل شدن و هویت‌یابی است و نیز دوره‌ای است که تأثیرپذیری از همسالان در آن، بسیار چشمگیر است؛ تلویزیون به عنوان یک رسانه ملی و فراگیر، نقش بسزایی در پیدایش این هویت و آموزش پنهان دارد (کشاورز و دیگران، ۱۳۹۷). از سوی دیگر ضریب نفوذ بالای ماهواره در خانواده‌های ایرانی و رقابت آن با تلویزیون ملی، نشانگر لزوم توجه به چگونگی تأثیرگذاری برنامه‌ها بر قشر نوجوان می‌باشد. مانوئل کاستلز معتقد است هدف غرب و در رأس آن آمریکا از به کارگیری سامانه‌های ماهواره‌ای ایجاد بستر مناسبی برای یکسان‌سازی فرهنگی و جهانی‌سازی اقتصاد لیبرالیستی است؛ در این صورت شاهد نابودی ارزش‌های ایدئولوژیک فرهنگی و هویتی جوامع در حال توسعه‌ای خواهیم بود که تحت تأثیر فرهنگ لیبرالی غرب قرار خواهند گرفت (دهشیری، ۱۳۸۰، ص. ۸۲). برنامه‌های ماهواره‌ای و به طور اخص تلویزیونی نقش پُررنگ‌تری در تحول و دگرگونی فرهنگی دارند. رسانه‌های تصویری مثل ماهواره با برنامه‌های تفریحی و سرگرم‌کننده، در درازمدت باعث ایجاد شکاف‌های جدید طبقاتی و تعمیق آنها می‌شوند. شبکه‌های تلویزیونی نیز از طریق ماهواره با تمام نقاط دنیا ارتباط برقرار می‌کنند و فرهنگ قالب‌بندی‌شده فرستنده این نمادها و پیام‌ها بدون هیچ مقاومتی در اختیار گیرنده قرار می‌گیرد و وارد کانون خانواده و سپس وارد جوامع می‌شود. از دیگر پیامدها و معضلات برنامه‌های ماهواره‌ای رشد روزافزون بی‌سوادی عمومی به دلیل تماشای بی‌حدوحصر این برنامه‌ها و عدم تمرکز و تفکر نسبت به موضوعات و مطالب مختلف است که این امر باعث کاهش دادوستدهای عاطفی و اجتماعی در روابط انسان‌ها با یکدیگر، رنگ‌باختگی ارزش‌های انسانی و باورهای مذهبی و نمادهای ملی و میهنی و در نتیجه خطر سقوط فرهنگ اجتماعی می‌شود که بیش از هر زمان دیگری این معضلات سراسر جوامع دنیا را در معرض تهاجم قرار می‌دهد (بهارلو نژاد، ۱۳۹۰، ص. ۴۲). به دلیل وجود رقابت بین برنامه‌های تلویزیونی، تمایل به جذب مخاطبان ولو با محتوای مغایر با فرهنگ جامعه هدف و اصول اخلاقی رویه‌ای است که برنامه تلویزیونی ماهواره‌ای بدان اقدام کرده‌اند. در این میان تأثیرپذیری دانش‌آموزان دوره متوسطه اول و دوم به دلیل شرایط رشدی از این برنامه‌ها باعث تقابل با برنامه‌های نظام آموزشی می‌شود.

محققان بر این باورند که علاوه بر ساختار و محتوای آموزشی کلاس درس، ویژگی‌های فردی و خانوادگی دانش‌آموزان و چگونگی گذراندن اوقات بعد از مدرسه نیز نقش عمده‌ای در ارتقای اهداف تربیتی آنان دارند. نوجوانان زمان زیادی از اوقات فراغت خود را به تنهایی یا همراه والدین صرف تماشای برنامه‌های تلویزیون می‌کنند. اثرات تلویزیون به‌عنوان برنامه درسی پنهان بر تربیت کودکان و نوجوانان چه در ابعاد مثبت و چه در ابعاد منفی یکی از مباحث پُرمناقشه در عصر حاضر است که ابعاد مثبت آن می‌تواند فرصت‌های لازم را در جهت دستیابی به اهداف تربیتی نظام آموزشی فراهم آورد و برعکس، ابعاد منفی آن متناقض با اهداف نظام آموزشی می‌باشد.

توجه به این نکته ضروری است که صنعت رسانه معمولاً از دو منبع دگرگونی و تحول تأثیر می‌پذیرند که عبارت‌اند از: ۱. تحولات اجتماعی، اقتصادی و سیاسی؛ ۲. تغییرات پیشرفت‌های شگرف در فناوری‌های ارتباطی. تغییرات اجتماعی به‌طور عمده مأموریت‌های سوگیری‌ها و سیاست‌های محتوایی رسانه‌ها را متأثر می‌کند، اما نوبه‌نو شدن فناوری‌های ارتباطی نه فقط در آنچه رسانه می‌خواهد بازتاب دهد بلکه در چگونگی بازتاب آن و نحوه درک و مصرف پیام‌گیران و آرایش شبکه‌ها و ابزارهای ارتباطی فرستندگان پیام نیز تأثیر می‌گذارد؛ از این‌رو بر خلاف سایر تغییراتی که محتوای رسانه را شکل می‌دهند، این تغییرات ساختار رسانه را نیز متحول می‌سازند. در عصر حاضر که به انفجار اطلاعات موسوم است و شبکه‌های ارتباطی شکل زندگی و تعاملات ما را تغییر داده‌اند، بی‌شک فناوری‌های نوین ارتباطی شکل رسانه‌های ما را نیز دچار دگرگونی خواهند کرد (خواجه‌ئیان و دیگران، ۱۳۸۸). این دگرگونی صرفاً به تغییر شکل رسانه‌ها محدود نشده و به دلیل اصل رقابت بین رسانه‌ها در محتوای آنها نیز تغییراتی ایجاد می‌کند.

با توجه به اینکه برنامه تلویزیونی در جمهوری اسلامی ایران براساس سیاست‌گذاری‌های کلان حاکمیتی طرح‌ریزی و تولید می‌شود، اهدافی مبتنی بر ایدئولوژی حاکم برای آنها در نظر گرفته شده است و برنامه‌های ماهواره‌ای با توجه به اصل جذب بیشترین مخاطب و از زوایای دیگر به نظر برخی محققان دارای اهداف تخریبی علیه ایدئولوژی و فرهنگ حاکم بر جامعه ایران پیروی می‌کنند، در حوزه نظر در تقابل با هم هستند که به برخی از این اهداف با رویکرد تربیتی در جدول زیر اشاره می‌شود.

جدول (۱): مقایسه اهداف برنامه‌های تلویزیونی در جمهوری اسلامی با برنامه‌های ماهواره‌ای با تأکید بر ابعاد تربیتی

اهداف برنامه‌های ماهواره‌ای	اهداف برنامه‌های صدا و سیما
- مصرف‌گرایی، - آشناندایی از امر دینی، - فردی شدن باورها - استحاله سبک زندگی بومی، آگاهی‌بخشی قومی، - تسهیل و تسریع ارتباطات بین‌فرهنگی، - بازیابی سنن قومی، - تعدیل حساسیت بین‌فرهنگی، - نسبیت فرهنگی	- گسترش و توزیع عادلانه پوشش صدا و تصویر با توجه به اولویت‌های فرهنگی، سیاسی و جغرافیایی، - بالا بردن سطح بینش اسلامی مردم و آشنا ساختن اقشار مختلف جامعه با اصول مبانی و احکام اسلام به شیوه‌ای رسا و بدون ابهام. - تلاش در جهت تسریع انقلاب فرهنگی و بازگشت به هویت اسلامی خویش. آموزش عمومی جهت آشنایی مردم با حقوق فردی و اجتماعی، قانون اساسی و قوانین مدنی و جزایی کشور. - تأکید بر آموزش عمومی مردم نسبت به اصول بهداشت و شیوه‌های پیشگیری درمانی. - بیان و تشریح مقام والای زن از دیدگاه اسلام و شناساندن ارزش واقعی وی به‌منظور بازگشت به اصالت اسلامی خویش و همچنین زمینه‌سازی برای از بین بردن ارزش‌های کاذب و جایگزینی فضیلت‌های اخلاقی در خانواده‌ها و کمک به تحکیم و انسجام روابط خانوادگی. - تأمین اوقات فراغت، سرگرمی، یادگیری، ابزار آموزشی

اما آنچه تحقیقات مختلف نشان می‌دهد شکافی عمیق بین نظر و عمل در تولید برنامه‌های تلویزیونی صداوسیما ایران وجود دارد. یافته‌های بشیر و حاتمی (۱۳۹۴) بیانگر وجود برنامه‌هایی با ماهیت مصرف‌گرایی، تجمل‌گرایی، ترویج تفکر اومانیستی در برنامه‌های تبلیغاتی صداوسیماست؛ که به صراحت نشان‌دهنده آن است که بنا به دلایل متعددی برنامه‌های تلویزیونی تولید ایران از اهداف اصلی در برخی موارد فاصله می‌گیرد.

یافته‌های پژوهش‌های قبلی (خیامی و دیگران، ۱۴۰۰) در مورد برنامه‌های صداوسیما جمهوری اسلامی ایران نشانگر آن است که مسائل مختلفی منجر به آن شده است که در تولید محتوا بنا به دلایل زیر کار کارشناسی دقیقی انجام نشده و از اهداف اصلی خود فاصله گرفته است که این مسائل عبارت‌اند از: مسائل مدیریتی

همچون جدا بودن حلقه‌های سیاست‌گذاری و تولید محتوا، ناکارآمدی ساختار تشکیلاتی در مدیریت بهینه منابع خارج از سازمان، همچون عدم استفاده صحیح از کارشناسان خبره در امور مختلف فرهنگی، تربیتی و...؛ مسائل مالی ناشی از تغییرات محیطی همچون تغییر ویژگی‌های مخاطب؛ مسائل ناشی از ضعف دانش و تخصص همچون فقدان نگاه تخصصی مدیران و سیاست‌گذاران؛ فقدان آینده‌پژوهی و آینده‌نگاری و توجه صرف به جذب مخاطب ولو به بهای عدول از ارزش‌ها که این مسئله باعث شده است برنامه‌های تلویزیونی در راستای هماهنگی با سایر ارکان فرهنگی و آموزشی گام برندارد. البته باید توجه کرد که نمی‌توان تمام برنامه‌ها را با این معیار مورد ارزشیابی قرار داد اما باین‌حال به دلیل اینکه برنامه‌های تولید شده برای نوجوانان عمده‌تاً بر محور جذب مخاطب در رقابت با برنامه‌های ماهواره‌ای طراحی می‌شوند، ضعف‌های زیادی در این حوزه مشاهده می‌شود. ازسوی دیگر باید برای فهم اهمیت توجه به این امر و همنشینی برنامه‌های تلویزیونی صداوسیما جمهوری اسلامی ایران با برنامه‌های ماهواره‌ای در این پژوهش، به ماهیت برنامه درسی پنهان نیز مجدداً رجوع کرد؛ برنامه درسی پنهان از منظر یکی از ابعاد نظریه‌های ماهیتی به‌منزله نتیجه در نظر گرفته می‌شود که در آن به ارزش‌ها، تمایلات، هنجارها، طرز تلقی‌ها و مهارت‌هایی که دانش‌آموزان آنها را مستقل از مواد درسی شناختی می‌آموزند، می‌پردازد برنامه درسی پنهان بنا به تعاریف متخصصان همچنین آموخته‌های تصریح نشده (قصد شده یا قصد نشده) آنچه در شکل‌گیری این آموخته‌ها نقش ایفا می‌کند را دربرمی‌گیرد. مسئله مورد توجه در این بخش آن است که لزوماً تمام دلالت‌های برنامه‌های تلویزیونی که مغایر با اهداف تربیتی نظام آموزشی جلوه‌گر می‌شوند عامدانه و قصد شده نیستند و ممکن است بنا به دلایلی همچون عدم اشراف تهیه‌کنندگان این برنامه‌ها به مسائل تربیتی و یا اهداف دیگری باشد که در فوق به آنها اشاره شد. ازاین‌رو این پژوهش در پی شناسایی این چالش‌ها در بستر تربیتی می‌باشد.

۱. هدف و پرسش پژوهش

هدف اصلی این پژوهش بررسی تجربیات زیسته معلمان از چالش‌های برنامه‌های تلویزیونی به‌عنوان برنامه درسی پنهان در تحقق اهداف تربیتی نظام آموزشی دوره متوسطه اول و دوم است.

۱-۱. پرسش اصلی پژوهش

تجربیات زیسته معلمان از چالش‌های برنامه‌های تلویزیونی به‌عنوان برنامه درسی پنهان در تحقق اهداف تربیتی نظام آموزشی دوه متوسطه اول و دوم چگونه است؟

۲. پیشینه پژوهش

در ارتباط با برنامه درسی پنهان و عوامل مؤثر بر آن متغیرهای متعددی در قالب مطالعات مختلف بررسی شده است. در این راستا رئیسی آهوان و دیگران (۱۴۰۰) در پژوهشی ترکیبی به مطالعه تأثیر مؤلفه‌های برنامه درسی پنهان بر نگرش شناختی یادگیری دانش‌آموزان دبیرستان پرداخته و نشان دادند که دانش‌آموزان اکثر دبیرستان‌های مورد مطالعه تحت تأثیر آثار منفی و قصد نشده مؤلفه‌های برنامه درسی پنهان قرار دارند که این آثار به‌طور مستقیم یا غیرمستقیم بر نگرش شناختی آنان تأثیر عمیق و پایداری دارد. نوروزی چگینی و دیگران (۱۳۹۷) طی پژوهشی با هدف تبیین اثر برنامه درسی پنهان بر انضباط دانش‌آموزان دوره ابتدایی، نشان دادند که در اکثر مدارس و کلاس‌های درس مورد بررسی، دانش‌آموزان تحت تأثیر آثار برنامه درسی پنهان قرار داشتند که این آثار به‌طور مستقیم و غیرمستقیم بر احساس تعلق آنان به مدرسه تأثیر عمیق و پایداری داشت. در پژوهشی دیگر احمدی و دیگران (۱۳۹۶) رابطه بین استفاده از رسانه‌های مدرن و تمایل به بزهکاری در بین نوجوانان دانش‌آموز را بررسی کردند و به این نتیجه رسیدند که همبستگی معناداری بین کمیت و محتوای استفاده از رسانه‌ها و تمایلات بزهکارانه دانش‌آموزان وجود دارد به این صورت که بین استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای، محتوای خشن و هیجانی شبکه‌های داخلی، بازی‌های رایانه‌ای خشونت‌آمیز و هیجانی با تمایلات دانش‌آموزان به بزهکاری، همبستگی مثبت و معناداری وجود دارد.

رادوویچ^۱ و دیگران (۲۰۲۱) طی پژوهشی به بررسی پارادایم‌های رسانه‌ای و کد برنامه‌ریزی‌شده از جهت‌گیری ارزش‌ها در نوجوانی پرداخته و به این نتیجه رسیدند که استفاده از تلویزیون و اینترنت فعالیت‌های روزمره آزمودنی‌ها را در اوقات فراغت به خود مشغول می‌کنند و تأثیر قابل توجهی بر نگرش و شکل‌گیری ارزش‌های آنها دارند؛ همچنین دریافتند پارادایم‌های رسانه‌ای مدرن ارزش‌ها را از بین می‌برند و مرز بین خوب و بد، صفات حیوانی و انسان‌گرا را محو می‌کنند. آلی^۲ و دیگران (۲۰۲۱)

1. Radovic

2. Aley

در پژوهشی با هدف بررسی درس‌های نوع‌دوستی و خودخواهی در تلویزیون آموزشی کودکان، نشان دادند که انگیزه خودخواهانه بر شایستگی در یادگیری تحصیلی و انگیزه نوع‌دوستی بر مراقبت از مهارت‌های اجتماعی غالب است. برژکوفسکی^۱ (۲۰۱۸) در پژوهشی شبه‌آزمایشی به بررسی تأثیر کارت‌های آموزشی بر کودکان ۴ تا ۸ ساله تانزانایی پرداخت و به این نتیجه رسید که برنامه‌های آموزشی محلی به‌طور مؤثری کارآمدی آمادگی برای مدرسه را تغییر می‌دهد و مهارت‌های نقاشی، دانش شکل، تشخیص اعداد، شمارش و مهارت‌های انگلیسی را ارتقاء می‌دهد. در پژوهشی دیگر آهیندا^۲ و دیگران (۲۰۱۱) تأثیر تلویزیون بر عملکرد تحصیلی و فراگیری زبان کودکان پیش‌دبستانی کنیا را مورد بررسی قرار دادند و به این نتیجه رسیدند که تماشای تلویزیون هم بر پیشرفت تحصیلی و هم بر فراگیری زبان کودکان پیش‌دبستانی تأثیر منفی دارد. در این مطالعه توصیه‌شده که هم والدین و هم معلمان در انتخاب برنامه‌های تلویزیونی مناسب و آموزشی برای کودکان پیش‌دبستانی مشارکت داشته باشند.

با توجه به اهمیت برنامه درسی پنهان و مطالعات صورت گرفته در مورد آن، متأسفانه در کشور ما وجه غالب توجه مسئولان و دست‌اندرکاران تعلیم و تربیت، برنامه درسی رسمی بوده است و تحقیقاتی در این خصوص صورت نگرفته است؛ ضرورت این پژوهش در استفاده از تلویزیون، به‌عنوان یک برنامه درسی پنهان در ابعاد علمی - آموزشی، فرهنگی - هنری، اخلاقی - اعتقادی و اجتماعی در مدارس و تجربیاتی که معلمان از آن به‌دست می‌آورند، برای استفاده مدیران و دست‌اندرکاران آموزش و پرورش و نیز والدین دانش‌آموزان مشهود است. علاوه بر آن، به‌طور خلاصه موضوع پژوهش حاضر به جهات زیر اهمیت و ضرورت می‌یابد: با انجام این پژوهش می‌توان مشکلات برنامه‌های تلویزیونی را از منظر معلمان که هدایتگر آموزشی دانش‌آموزان هستند، بررسی کرد. می‌توان پیشنهادهایی برای بهبود و ارتقای مشکلات برنامه‌های تلویزیونی صداوسیما جمهوری اسلامی ایران ارائه کرد؛ در جهت تقویت برنامه‌ریزی‌های مناسب برای برنامه درسی پنهان در تلویزیون و حتی کل جامعه گام برداشت. همچنین می‌توان ضرورت هماهنگی بین مسئولان آموزشی با مسئولان برنامه‌های تلویزیونی را یادآور شد. با توجه به کمبود پژوهش‌های انجام شده در این زمینه، این پژوهش می‌تواند زمینه‌ساز انجام پژوهش‌های گسترده در این مورد باشد.

۳. ملاحظات نظری

۳-۱. برنامه درسی پنهان

از ستون‌های الزام‌آور علوم تربیتی که نقش بسزایی در عملکردهای تربیتی داشته است، برنامه درسی می‌باشد، به‌طوری که حتی با دربرگرفتن فرایندهای غیررسمی، پا را فراتر از قلمرو رسمی بودن بیرون گذاشته است. برنامه درسی، به‌منزله ظرف و ظرفیتی در نظر گرفته شده است که کارکردهای چندگانه‌ای پیدا کرده و درصدد برآمده است تا همه اتفاق‌های آموزشی آشکار و پنهان و شکل عملی شدن انتظارات و مقاصد آموزشی را در خود بگنجاند. برنامه درسی به‌منزله یک فرایند، می‌خواهد مسیری را که آغاز و پایان جریان یادگیری و آموزش است، به هم پیوند دهد (اسکندری، ۱۳۸۷). برنامه درسی عبارت است از: محتوا و جریان رسمی که از طریق آن، یادگیرندگان تحت نظارت مدرسه، معلومات و شیوه درک و فهم را به‌دست می‌آورند، مهارت‌هایی را فراگرفته و نگرش و نظام ارزشی خود را تغییر می‌دهند (عابدی و تاجی، ۱۳۸۰).

برنامه‌های درسی را به لحاظ ماهیت پیش‌بینی‌شده و پیش‌بینی‌نشده، می‌توان به دو گروه: برنامه‌های درسی آشکار (صریح) و برنامه‌های درسی ضمنی (پنهان) طبقه‌بندی کرد (ایزدی و دیگران، ۱۳۸۸).

به اعتقاد رایان^۱ «برنامه درسی رسمی عبارت است از: تجربه‌های آموزشی برنامه‌ریزی شده مدرسه و نیز انتخاب و سازمان‌دهی دانش و مهارت‌ها از گزینه‌های ممکن که در جهان خارج موجود می‌باشند». به عبارت دیگر، برنامه درسی آشکار یا صریح: به برنامه‌های کلی اعلام شده برای مطالعه یعنی آنچه که مراکز آموزشی اعم از مدرسه و دانشگاه برای ارائه، آماده نموده‌اند، اشاره می‌نماید. برنامه درسی صریح، حاوی هدف‌ها، محتوا و روش‌های آشکار و منتشر شده مورد حمایت نظام آموزشی می‌باشد، یعنی منظور از برنامه درسی رسمی، فعالیت‌های برنامه‌های درسی می‌باشند که نظام آموزشی آنها را به‌طور رسمی اعلام می‌دارد و در اغلب موارد در قالب کتاب‌های درسی در مدارس و مراکز آموزش عالی تدریس می‌شوند (غریبا؛ دهباشی و رحیمی، ۱۳۹۷).

تعریف برنامه درسی پنهان بسیار دشوارتر از برنامه درسی رسمی است و این به دلیل پیچیدگی تعریف اصطلاح «پنهان» است؛ زیرا تجربیات و یادگیری دانش‌آموزان، با یکدیگر متفاوت است و همچنین با تغییرات تدریجی باورها و دانش هر اجتماع،

پیوسته در حال تغییر است. برنامه درسی پنهان، اصولاً مربوط به ساختار آموزشی است؛ به‌عنوان مثال: در سخن گفتن، دو مؤلفه درهم‌تنیده شده است. اولین مؤلفه آن، آشکارسازی همین کلماتی است که از جنس اسم، فعل و حرف است که بیان می‌شود. اینها به‌خودی‌خود معنایی ندارند و یا لااقل مبهم هستند، اما چیز دیگری به نام ساختار جمله و نحوه بیان وجود دارد که همین کلمات را معنی‌دار می‌کند. توجه ما معمولاً به خود کلمات کمتر است و معطوف به نحو آن است که در آن صورت پنهان قلمداد می‌شود؛ بدین‌صورت حاشیه‌های یک کلام، ساختار مفهوم برنامه درسی پنهان را تشکیل می‌دهد (هاشمی و خدابخشی، ۱۳۹۶).

اصطلاح «برنامه درسی پنهان» را اولین بار جکسون^۱ در کتاب زندگی در کلاس درس استفاده کرد و اسنایدر^۲ آن را نشر و گسترش داد. جامعه‌شناسان، پژوهشگران آموزش و پرورش و روان‌شناسان، این مفهوم را غالباً برای توصیف نظام غیررسمی مدرسه به کار می‌برند. برنامه درسی پنهان نه در جایی نوشته‌شده و نه هیچ معلمی آن را درس می‌دهد، بلکه محیط آموزشی مدرسه صرف‌نظر از اینکه معلمان مدرسه تا چه اندازه متبحر و شایسته‌اند یا برنامه درسی پنهان تا چه حد پیشرفته است، با تمام خصوصیاتش، آن را آموزش می‌دهد. به نظر او «برنامه درسی پنهان، به فشارهایی که به‌طور ضمنی در هر مؤسسه آموزشی وجود دارند و دانش‌آموزان باید آنها را تشخیص داده، به آنها واکنش نشان دهند تا بتوانند در آن مؤسسه ادامه حضور داشته باشند، اشاره می‌کند» (علاقه‌بند، ۱۳۸۳).

در مورد مفهوم برنامه درسی پنهان، الفاظ و عبارات گوناگونی مانند: برنامه درسی پنهان، نامشهود، نهان، غیرمدون، نانوشته، پیش‌بینی‌نشده، نامرئی، نتایج غیرعلمی یا غیردانشگاهی نظام آموزشی، محصولات یا نتایج فرعی نظام آموزشی، پس‌مانده نظام آموزشی و آنچه در مدارس آموخته نمی‌شود، به‌کار گرفته شده است. هر کدام از این عبارات به مجموعه‌ای از دلالت‌های ضمنی و جنبه‌ای از مفهوم برنامه درسی پنهان اشاره دارند. به‌طور کلی، یادگیری‌های مدرسه، معمولاً در متن فکری و ویژه‌ای به نام کلاس درس، زمینه فیزیکی و اجتماعی خاصی به نام مدرسه و ویژگی‌های ساختاری معین شکل می‌گیرند. برنامه درسی پنهان را: اغلب یادگیری‌هایی تلقی می‌کنند که در این زمینه فکری، فیزیکی و اجتماعی به‌طور ناخواسته و مستقل از یادگیری‌های آشکار کلاس درس آموخته می‌شوند (نوروزی چگینی و دیگران، ۱۳۹۷، ص. ۷۷).

۳-۲. تلویزیون

ازجمله عوامل مؤثر در تعلیم و تربیت کودکان علاوه بر خانواده، مدرسه و جامعه، از تلویزیون می‌توان نام برد که از سنین اولیه کودکی در شکل‌گیری شخصیت کودک مؤثر است. داشتن تصویر و وجود شبکه‌های گوناگون برای پخش برنامه‌های متنوع، شکسته شدن مرزهای جغرافیایی توسط این وسیله با استفاده از ماهواره‌ها، به تلویزیون در میان سایر وسایل ارتباط جمعی، موقعیت ممتازی بخشیده که از این جهت، نظر محققان را به خود جلب کرده است. ابعاد تربیتی تلویزیون را می‌توان در مواردی مانند: کسب بینش، ایجاد گرایش و معرفی الگوهای رفتاری برشمرد. این وسیله به‌خاطر برنامه‌های فراگیر و متنوع، بهترین وسیله‌ای است که می‌تواند نیاز آموزشی کودک را برطرف کند، زیرا تلویزیون واسطه‌ای فراگیر است که در دسترس همه کودکان قرار دارد. کودکان از طریق تلویزیون، درباره خود، زندگی خود، چگونگی رفتار در شرایط گوناگون و چگونگی برخورد با مشکلات شخصی و خانوادگی، چیزهای زیادی می‌آموزند و این اجتماعی شدن از طریق آن، با توجه به ویژگی‌های تلویزیون و کودک، از هر چیزی نافذتر است، بنابراین، آموزش و یادگیری از کارکردهای مهم تلویزیون محسوب می‌شوند (سعادت سیرت، ۱۳۹۸).

فیسک^۱ نظریه‌پرداز عرصه فرهنگ و ارتباطات، در مورد فناوری ماهواره‌ای می‌گوید: تلویزیون و برنامه‌های ماهواره‌ای در ذات خود، حاوی تلقی جدیدی از انسان می‌باشند، انسانی که می‌تواند تجربه‌های فردی و اجتماعی انسان‌های دیگر را درک کند و در تعقل و تخیل آنها مشارکت ورزد. این تلقی جدید، نگاه تازه‌ای به انسان، هنر و ارزش دارد که به همراه ماهواره در سراسر جهان گسترده خواهد شد، اخبار و تحلیل‌های مردم را جهت خواهد داد و مدل جدیدتری از تفکر سیاسی - اجتماعی را در آنها خواهد پروراند. هنرها، فیلم‌ها و برنامه‌های سرگرم‌کننده، رفتارهای اجتماعی، اخلاق، علایق و ارزش‌های جوامع گوناگون را متأثر خواهد کرد و از مدل لباس پوشیدن و آرایش زنان و مردان تا نحوه ارتباط برقرار کردن و تنظیم روابط اجتماعی را متحول خواهد کرد (پورمراد و محمودنیا، ۱۳۹۹).

اگرچه در زمینه تأثیرات برنامه درسی پنهان و برنامه‌های تلویزیونی بر اهداف نظام آموزشی مطالعاتی توسط محققان صورت گرفته ولی تا به امروز نقش چالش‌های برنامه‌های تلویزیونی به‌عنوان برنامه درسی پنهان موردتوجه قرار نگرفته، همچنین

تجرباتی که معلمان در زمینه آموزش پنهان برنامه‌های تلویزیونی به‌دست آورده‌اند و می‌تواند زمینه‌ساز تقویت برنامه‌ریزی‌های مناسب برای برنامه درسی پنهان در تلویزیون باشد بررسی نشده است. ازطرفی دیگر با شیوع ویروس کرونا و ایجاد قرنطینه‌های خانگی، نقش تلویزیون در پُرکردن اوقات فراغت نوجوانان بیش از گذشته پُررنگ‌تر می‌باشد. دوره نوجوانی یکی از حیاتی‌ترین و حساس‌ترین دوره‌های زندگی انسان است؛ در این دوره نوجوان سعی می‌کند مد، فرهنگ و سبک‌هایی را که در برنامه‌ها و تبلیغات تلویزیونی ارائه می‌شود، دنبال کند به این علت که در این دوره میل شدیدی به پذیرش رفتارهای جدید، غیرعادی و متفاوت از محیط اطراف وجود دارد (Hassan & Danyal, 2013)؛ بنابراین این پژوهش در نظر دارد که چالش‌های برنامه‌های تلویزیونی به‌عنوان برنامه درسی پنهان در تحقق اهداف تربیتی نظام آموزشی را برپایه تجربه زیسته معلمان مدارس تبیین کند.

۴. روش پژوهش

این پژوهش به روش کیفی با رویکرد پدیدارشناسی توصیفی انجام شد. پدیدارشناسی سعی دارد به توصیف ذات تجربیات بپردازد. در روش پدیدارشناسی هوسرل^۱، پژوهشی توصیفی است که تنها بر ساختار تجربه متکی باشد و توجهی به شواهد تجربی و استدلال‌های منطقی نداشته باشد؛ چنین پژوهشی به دنبال روشن کردن ماهیت ساختارها به صورتی که در آگاهی ظاهر شده‌اند، می‌باشد (Klein & Westcott, 1994). مشارکت‌کنندگان پژوهش حاضر معلمان مدارس متوسطه منطقه انزل ارومیه در سال تحصیلی ۱۳۹۹-۱۴۰۰ بودند و برای انتخاب آنها از رویکرد هدفمند ملاکی و معیار اشباع نظری استفاده شد که پس از انجام ۲۴ مصاحبه، اشباع نظری به‌دست آمد. ملاک انتخاب مشارکت‌کنندگان دارا بودن حداقل ۵ سال سابقه معلمی و حضور در مدارس، داشتن رضایت و انگیزه بالا برای شرکت در فرایند پژوهش در نظر گرفته شد. مشارکت‌کنندگان این پژوهش ۲۴ معلم بودند که از این تعداد، ۱۲ نفر مرد و ۱۲ نفر زن هستند. ۹ نفر از شرکت‌کنندگان با تحصیلات کارشناسی ارشد و ۱۵ نفر کارشناسی بودند که از نظر سابقه خدمت، ۱۴ نفر دارای سابقه ۶ تا ۱۰ سال، ۹ نفر با سابقه ۱۱ تا ۲۰ سال و ۱ نفر با سابقه بیش از ۲۱ سال می‌باشند. به‌منظور جمع‌آوری داده‌ها از مصاحبه نیمه‌ساختار یافته و عمیق استفاده شد. مصاحبه با یک سؤال کلی درباره تجارب معلمان از چالش‌های برنامه‌های تلویزیونی به‌عنوان برنامه درسی پنهان

در تحقق اهداف تربیتی شروع و سؤالات بعدی با توجه به توصیفات ارائه شده توسط معلمان در طول مصاحبه، برای دستیابی به اطلاعات عمیق‌تر پرسیده شد. منظور از برنامه‌های تلویزیونی در این پژوهش شامل برنامه‌های تلویزیونی پخش شده از صداوسیما جمهوری اسلامی ایران و همچنین برنامه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای فارسی‌زبان است که برنامه‌های آنها خارج از مرزهای ایران تهیه شده و براساس پژوهش‌های مختلف در مغایرت با اهداف تربیتی، ارزش‌ها و باورهای فرهنگی جامعه می‌باشد (ناجی، ۱۳۸۰؛ ضیائی‌پرور، ۱۳۷۸؛ افتخاری، ۱۳۹۱).

مدت زمان انجام هر مصاحبه ۴۰ تا ۶۰ دقیقه به طول انجامید. برای رعایت ملاحظات اخلاقی با جلب اطمینان مشارکت‌کنندگان از اینکه کاربرد اطلاعات صرفاً برای اهداف پژوهش می‌باشد؛ برای ضبط مصاحبه‌ها اجازه گرفته شد و بلافاصله متن مصاحبه‌های صورت گرفته بدون کم‌وکاست و دقیق، پیاده و نگارش شد.

در این پژوهش داده‌ها با استفاده از روش هفت مرحله‌ای کلایزی^۱ تحلیل و دسته‌بندی شدند. بدین ترتیب ابتدا متن هر مصاحبه به‌عنوان یک کل موردتوجه قرار گرفت و جملات معنادار که حاوی تجربه معلمان بود، مشخص شد؛ سپس هر عبارت که بیانگر معنی و تفکر اساسی مشارکت‌کنندگان بود، کدگذاری گردید که در این مرحله پس از استخراج کدها، مرتبط بودن آنها با جملات اصلی و اولیه با همکاری شرکت‌کنندگان مورد بررسی قرار گرفت، سپس کدها بر اساس وجه اشتراکات و هم‌پوشانی مفاهیم در هم ادغام شدند و ۱۱ زیرمضمون اساسی تشکیل گردید که بنابر نقاط اشتراک به تعداد ۴ مضمون تلخیص داده شدند.

به‌منظور تأیید روایی^۲ و صحت داده‌ها از چهار معیار اعتبار^۳، قابلیت اطمینان، تأییدپذیری و انتقال‌پذیری استفاده شد. برای اطمینان از معتبر بودن داده‌ها، یافته‌های پژوهش به مشارکت‌کنندگان بازگردانده شد و آنها هماهنگی یافته‌ها با تجربیات خود را تأیید و تصدیق کردند؛ همچنین فرایند کدگذاری توسط پژوهشگران جداگانه انجام شد، نزدیکی کدهای حاصل از نتایج کدگذاری، نشان از اعتماد بالای یافته‌های پژوهش بود. در معیار تأییدپذیری تلاش گردید از هر گونه سوگیری در گردآوری داده‌ها و استخراج مضامین دوری شود.

۵. یافته‌های پژوهش

۵-۱. سؤال پژوهش

تجربیات زیسته معلمان از چالش‌های برنامه‌های تلویزیونی به‌عنوان برنامه درسی پنهان در تحقق اهداف تربیتی نظام آموزشی دوه متوسطه اول و دوم چگونه است؟
برمبنای تحلیل مضامین به‌دست آمده از مصاحبه‌ها و مطالعات کتابخانه‌ای یافته‌های زیر به‌دست آمده است که ابتدا نمونه‌ای از کدگذاری مصاحبه‌ها در قالب یک جدول ذکر می‌شود.

جدول (۲): نمونه‌ای از فرایند کدگذاری

مضمون اصلی	مضمون فرعی	مفهوم‌سازی واحد معنایی	کدهای استخراج شده	نمونه مصاحبه‌ها مصاحبه
چالش علمی - آموزشی	عدم ایجاد انگیزه	عدم هدایت تحصیلی مناسب	عدم ارائه اطلاعات جامع در مورد رشته‌های تحصیلی - توجه صرف به رشته علوم تجربی	در رسانه ملی و کلاس‌های کنکور که در صداوسیما و شبکه‌های مختلف تلویزیون تدریس می‌شود، نسبت به رشته علوم انسانی که اتفاقاً در همه رشته‌های موجود در جامعه نقش دارد، واقعاً بی‌توجهی می‌شود. مثلاً اکثراً از رشته‌های پزشکی و تجربی صحبت می‌شود، حتی از مهندسی هم کمتر صحبت می‌شود و از رتبه‌های برتر علوم انسانی صحبت نمی‌شود و چرا باید این‌طور باشد؟!
	عدم ایجاد عدالت	ایجاد ناعدالتی آموزشی	عدم توجه به اهمیت تمام رشته‌ها در معرفی آنها - نادیده گرفتن گروه‌های خاص	«تبلیغ برخی رشته‌های درسی مانند ریاضی و تجربی در بعضی از شبکه‌های تلویزیونی و عدم توجه یا توجه بسیار کم به رشته‌های ارزشمند علوم انسانی و فنی حرفه‌ای وجود دارد. به نظرم این کار بسیار ناشیانه و جهت‌دار هست؛ و دانش‌آموزان دوره متوسطه که زمان انتخاب رشته‌شان هست این‌گونه تبلیغات تلویزیونی را مشاهده می‌کنند، خواسته و ناخواسته و بدون توجه به ظرفیت‌های خود به سمت این رشته‌ها

مضمون اصلی	مضمون فرعی	مفهوم‌سازی واحد معنایی	کدهای استخراج شده	نمونه مصاحبه‌ها مصاحبه
				رفته و بعد از آن نمی‌توانند در آن ادامه تحصیل دهند و با مشکل مواجه می‌شود و یک مشکل دیگر هم وجود دارد که دانش‌آموزان رشته علوم انسانی و فنی حرفه‌ای نوعی احساس حقارت از سایر دانش‌آموزان می‌کنند». نادیده گرفته شدن آموزش و تدریس به دانش‌آموزان استثنایی در گروه‌های مختلف، متأسفانه تلویزیون برای این گروه‌ها برنامه خاصی ندارد؛ آنها از این امر بی‌بهره می‌مانند و قانون لحاظ نمی‌شود که دور از عدالت آموزشی است، آنان باید مثل سایر دانش‌آموزان از این آموزش‌های تلویزیونی بهره‌مند شوند. همچنین یک موضوع دیگر، عدم برنامه ریزی برای بخش فیلم‌هایی با محتوای آموزشی، اخلاقی و ورزشی متناسب با سن و شأن نوجوانان دبیرستانی است»
		عدم توجه به ادامه تحصیل در برنامه‌های تلویزیونی - نشان دادن ارجحیت اقتصاد بر تحصیل علم	عدم توجه به ادامه تحصیل در برنامه‌های تلویزیونی - نشان دادن ارجحیت اقتصاد بر تحصیل علم	«برنامه‌های تلویزیونی تا به حال فیلم یا سریال‌های نشان نداده و من ندیدم که در آنها، نقش‌های اصلی مطالعه کنند، دنبال پژوهش و علم‌آموزی باشند و این خیلی برای جامعه ما بد است. این‌گونه فیلم‌ها الگوی خوبی برای ادامه تحصیل و انگیزه تحصیلی در دانش‌آموزان نیستند و بیشتر برنامه‌ها طنز هستند. در فیلمی بود که می‌گفت: «برو درس بخون ان‌شاءالله که مدرک بگیری و بروی در اسنپ کار کنی» و اکثراً افرادی در فیلم‌ها موفق هستند که شرکت دارند و تجارت می‌کنند و کمتر نشان می‌دهد معلمی را موفق نشان دهد».

یافته‌های پژوهش نیز به در قالب جدول همراه با تحلیل و ارائه مصادیقی از آن ذکر می‌شود.

جدول (۳): مضامین اصلی و فرعی تجارب معلمان از چالش‌های برنامه‌های تلویزیونی به‌عنوان برنامه درسی پنهان در تحقق اهداف تربیتی نظام آموزشی

مضمون اصلی	مضمون فرعی	مفهوم‌سازی واحد معنایی
چالش علمی - آموزشی	عدم ایجاد انگیزش	عدم هدایت تحصیلی
		عدم علاقه‌مندی به ادامه تحصیل
	عدم ایجاد عدالت	ایجاد ناعدالتی آموزشی
		عدم توجه به همه گروه‌ها و پایه‌های تحصیلی
		عدم توجه به برنامه‌های روان شناختی و مشاوره
	عدم تربیت روانی	عدم پرورش تفکر خلاق
	عدم توجه به مهارت	عدم آموزش سواد رسانه‌ای
		عدم مهارت‌آموزی
چالش فرهنگی	عدم تقویت غرور ملی	گرایش به ماهواره
		عدم حفاظت از زبان گفتاری ملی
	نهادینه کردن فرهنگ غربی	ترویج فرهنگ غربی
		گسترش فرهنگ تجمل‌گرایی
چالش اخلاقی - اعتقادی	فراموشی اعتقادات	عادی‌انگاری ارتباط با جنس مخالف
	هدایت نامناسب	الگوسازی نامناسب
		عدم ایجاد گرایش به مسائل مذهبی
ناهنجاری اجتماعی	تضعیف بنیان خانواده	تضعیف بنیان خانواده
	عدم توجه به گسترش نظم	گسترش فرهنگ بی‌نظمی، بی‌انضباطی و قانون‌گریزی
	عدم توجه به سلامت	عدم توجه به سلامت جامعه

۱- **چالش‌های علمی - آموزشی:** یکی از آرمان‌های نظام آموزشی تربیت نیروی انسانی توانمند و کارآمد است که در قالب اهداف علمی - آموزشی، به‌عنوان یکی از اهداف موجود در برنامه درسی رسمی و پنهان صورت می‌گیرد. در اجرای برنامه درسی رسمی، مدارس و در ارتباط با برنامه درسی پنهان، رسانه‌ها نقش بارزی را ایفا می‌کنند.

برخلاف یادگیری رسمی، رسانه‌ها ممکن است از طریق مثال‌های گویا در محتواهای سرگرمی آموزشی، فرایند یادگیری را بیشتر تقویت کنند (Aley et al., 2021).

• عدم ایجاد انگیزش: با توجه به مجموع داده‌های جمع‌آوری شده، یکی از چالش‌های برنامه‌های تلویزیون، عدم ایجاد انگیزه در زمینه هدایت تحصیلی و علاقه‌مندی به تحصیل است. «تلویزیون می‌تواند رشته‌های جدید تحصیلی را به دانش‌آموزان نشان داده و افراد موفق در این زمینه‌ها را هم معرفی کند. دانش‌آموزان ما چون اطلاعات کافی در زمینه رشته‌های مختلف ندارند، بعضاً انگیزه لازم برای درس خواندن را ندارند» (کد ۱۸). «در فیلم‌ها و سریال‌های تلویزیون تا به حال من ندیدم که نقش‌های اصلی به مطالعه علاقه‌مند باشند و به دنبال پژوهش و علم‌آموزی بروند و این خیلی برای جامعه ما بد است. این گونه فیلم‌ها الگوی خوبی برای ایجاد انگیزه ادامه تحصیل و اشتیاق به تحصیل در دانش‌آموزان نیستند» (کد ۵).

• عدم ایجاد عدالت: با توجه به تجربیات معلمان، ناعدالتی آموزشی و عدم توجه به همه گروه‌ها و پایه‌های تحصیلی یکی دیگر از چالش‌های علمی - آموزشی در برنامه‌های تلویزیون است. «زمان پخش برنامه‌های آموزشی تلویزیون از شبکه آموزش برای تدریس درس‌ها کم است و به نظر من چون حالت یک‌طرفه و رسمی دارند، انعطاف‌پذیر نیستند. دانش‌آموزان در این آموزش مانند روش حضوری با معلم ارتباط ندارند و نمی‌شود پرسش و پاسخ داشت» (کد ۶). «نادیده گرفته شدن آموزش و تدریس به دانش‌آموزان استثنایی در گروه‌های مختلف، متأسفانه تلویزیون برای این گروه‌ها برنامه خاصی ندارد؛ آنها از این امر بی‌بهره می‌مانند و قانون لحاظ نمی‌شود که دور از عدالت آموزشی است، آنان باید مثل سایر دانش‌آموزان از این آموزش‌های تلویزیونی بهره‌مند شوند. همچنین موضوعی دیگر، عدم برنامه‌ریزی برای پخش فیلم‌هایی با محتوای آموزشی، اخلاقی و ورزشی متناسب با سن و شأن نوجوانان دبیرستانی است» (کد ۴).

• عدم تربیت روانی: عدم توجه به برنامه‌های روان شناختی، مشاوره و پرورش تفکر خلاق، یکی از ضعف‌های محتوای برنامه‌های تلویزیون است که موجب عدم تربیت روانی می‌شود. «در برنامه‌های تلویزیون جای خالی برنامه‌های مشاوره تحصیلی و مشاوره خانوادگی به شدت دیده می‌شود. جوان و نوجوان امروزی نیازهای خاص و متفاوتی نسبت به دهه‌های قبل و نسل‌های قبلی خود دارد؛ روحیات و شرایط او متفاوت است. لازم به ذکر است که هزینه جلسات مشاوره و

انواع مشاوره‌های تحصیلی و روان‌شناختی واقعاً زیاد است و با گنجاندن در تلویزیون به نظر من، مردم و مخصوصاً نوجوانان می‌توانند جواب تعدادی از سؤالات و ابهامات تحصیلی و روان‌شناختی خود را بیابند» (کد ۱۷).

• عدم توجه به مهارت: به عقیده اکثر مشارکت‌کنندگان عدم توجه به آموزش سواد رسانه‌ای و مهارت‌آموزی از ضعف‌های برنامه‌های تلویزیون است. «تلویزیون ما در رابطه با آموزش الکترونیکی و آشناسازی دانش‌آموزان با چالش‌ها و آسیب‌های آن کمتر کار کرده است. رسانه ملی باید نحوه استفاده از آموزش‌های چندرسانه‌ای را برای دانش‌آموزان آموزش دهد. اکثر دانش‌آموزان ما، هم امکانات استفاده از نرم‌افزار و سخت‌افزار را ندارند و هم در حالت کلی بلد نیستند و مثلاً نمی‌توانند برای مشاهده کارنامه‌های الکترونیکی خودشان از سایت‌ها و فضای مجازی استفاده کنند. ما به آنها می‌گوییم برای مشاهده نمرات کارنامه خود وارد فلان سایت شوید ولی در عمل هم امکانات آن را ندارند و نمی‌توانند و بلد نیستند از آن استفاده کنند. از صداوسیما و برنامه‌های تلویزیون انتظار می‌رود در این جریان کمک کار باشند و فیلم‌های آموزشی را به‌صورت عمومی پخش کنند که هم والدین و هم دانش‌آموزان بتوانند با مشاهده آن، نحوه کار را یاد بگیرند» (کد ۶). «حلقه مفقوده‌ای در برنامه‌های صداوسیما وجود دارد به نام مهارت‌آموزی. در ایام کرونا که آموزش‌های مجازی و تلویزیونی رواج یافته، باز این مشکل وجود دارد. مهارت کار با ابزارآلات آچار، انبردست و یا حتی رایانه. الان دانش‌آموزان ما حتی اسم ابزارآلات را نمی‌دانند این آموزش‌ها برای دانش‌آموزان بسیار خوب است، چون بعد از تحصیل هم می‌توانند در زندگی از آن استفاده کنند» (کد ۸).

۲- **چالش فرهنگی:** فرهنگ مقوله‌ای است که نقش حیاتی در ثبات و پویای و انسجام جامعه دارد. اهداف فرهنگی یکی از اهداف تربیتی نظام آموزشی است که با توجه به تجارب معلمان در اثر محتوای نامناسب شبکه‌های ماهواره‌ای و همچنین رواج تجمل‌گرایی در برنامه‌های تلویزیون، ممکن است دچار چالش شود.

• عدم تقویت غرور ملی: بنابر گفته مشارکت‌کنندگان، گرایش به ماهواره و عدم حفاظت از زبان گفتاری ملی در رسانه‌ها، از جمله چالش‌هایی است که عدم تقویت غرور ملی را به‌دنبال دارد. «برنامه‌های ماهواره‌ای برای کشور ایران و علی‌الخصوص برای نوجوانان و جوانان چشم‌انداز منفی و هدفدار دارند که در

پشت‌پرده برنامه‌ریزی‌هایی بر همین مبنا شده است. دانش‌آموزی که از ابزار ماهواره استفاده می‌کند، ناخودآگاه مانند شخصیت‌های آن رفتار می‌کند. این برنامه‌ها در طرز پوشش، رفتار و اخلاق تأثیر می‌گذارند. چندین نفر از دانش‌آموزان را می‌توانم مثال بزنم که در عرض چند سال کاملاً از لحاظ پوشش ظاهری تغییر کرده‌اند و در کل بر روی تحصیل و تربیت آنها اثر گذاشته است» (کد ۲). «شیوه صحبت کردن بازیگرها و یا مجری و تکیه کلام آنها بر دانش‌آموز تأثیر می‌گذارد. چون با آن نقش همزادپنداری پیدا می‌کنند و آن را الگو قرار می‌دهند، سعی می‌کنند مثل آنها شوند و از تکیه کلام‌های آنها استفاده کنند؛ این شخصیت‌ها و تکیه کلام‌ها، اگر مثبت باشند جای نگرانی ندارد ولی در غیراین صورت مشکل‌آفرین خواهند بود. دانش‌آموزی داشتم که حرفی را مدام تکرار می‌کرد که خوب نبود، ازش پرسیدم از کجا یاد گرفتی؟ گفت فلان نقش اصلی فیلم خیلی از این حرف استفاده می‌کند و من هم خوشم آمد، یاد گرفتم» (کد ۱۵).

• نهادینه کردن فرهنگ غربی: باتوجه به مجموع داده‌های جمع‌آوری شده تماشای برنامه‌های تلویزیون با محتوای ضعیف، ترویج و گسترش تجمل‌گرایی و فرهنگ غربی را در نوجوانان به‌دنبال دارد «تلویزیون باید در مورد آشنایی دانش‌آموزان با فرهنگ ایرانی بیشتر تلاش کند. برنامه‌هایی از تلویزیون پخش شود که فرهنگ‌های منطقه‌های مختلف کشور را نشان دهد و دانش‌آموزان را با آن آشنا کند. فرهنگ کشور ما خیلی غنی است و اگر به آن توجه شود، دیگر دانش‌آموزان به شبکه‌های ماهواره‌ای و غیراخلاقی گرایش نمی‌کنند» (کد ۲). «در برنامه‌های تلویزیون و فیلم‌ها و سریال‌ها متأسفانه به ثروت‌گرایی بسیار توجه می‌شود. آنچه ما در کلاس‌های تدریس می‌کنیم از اهمیت علم‌آموزی است و آنچه در تلویزیون گفته می‌شود و نمایش داده می‌شود، ثروت‌اندوزی است و از زندگی تجملی بیشتر نمایش داده می‌شود. تناقض زیادی بین گفته‌های معلمان با تلویزیون وجود دارد. فیلمی پخش می‌شود فردی به سر کار رفته است و درس خوانده، ثروتمند است و دغدغه خاطری ندارد، این کار دانش‌آموزان به‌سوی ثروت و تجمل‌گرایی می‌کشاند و از درس بیزار می‌کند» (کد ۷).

۳- چالش‌های اخلاقی - اعتقادی: اخلاق به‌عنوان مجموعه‌ای از صفات روحی و فطری انسان و اعتقاد تحت عنوان ایمان و باور درونی تعریف می‌شود. امروزه گسترش وسیع در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات با وجود مزایای فراوان،

چالش‌هایی اخلاقی و اعتقادی را هم به وجود آورده که زندگی آرام و فضیلت‌محور بشر را با تهدید روبه‌رو کرده است (ملکی و دیگران، ۱۴۰۰). در نظام آموزشی، آموزش و تقویت فضایل اخلاقی و اعتقادی یکی از اهداف تربیتی محسوب می‌شود که بنابر گفته مشارکت‌کنندگان با برنامه‌های نامناسب دچار چالش‌هایی شده است.

• فراموشی اعتقادات: با توجه به داده‌های جمع‌آوری‌شده، عادی شدن ارتباط نوجوانان با جنس مخالف یکی از چالش‌های برنامه‌هایی است که با محتوای نامناسب و اغلب در شبکه‌های ماهواره‌ای پخش می‌شوند. این قبیل برنامه‌ها با اعتقادات ما مغایرت دارد و موجب فراموشی اعتقادات می‌شود. «عادی‌نگاری روابط نامحرم با همدیگر در فیلم و سریال‌های ایرانی و بیشتر از آن در برنامه‌های ماهواره‌ای بسیار خطرناک است» (کد۸). «ارتباط با جنس مخالف در فیلم و سریال‌های تلویزیون و ماهواره به نوعی تبلیغ‌شده و قبح آن خیلی کم شده است و به دور از فرهنگ غنی ما ایرانی‌ها می‌باشد. در فیلم می‌بینیم طرف با جنس مخالف دست می‌دهد به لباس و بدن او دست می‌زند، در ماشین به هم چسبیده‌اند. در برنامه‌های ایرانی و ماهواره‌ها بیشتر هستند حالا ما در مدرسه به دانش‌آموزان عکس این مطالب را می‌آموزیم و خواه‌ونا خواه دانش‌آموزان دچار تعارض می‌شوند» (کد۹).

• هدایت نامناسب: خوب عمل نکردن تلویزیون در مسیر هدایت صحیح نوجوانان موجب الگوسازی نامناسب و عدم ایجادگرایش آنها به مسائل مذهبی می‌شود. «تماشای فیلم‌هایی با محتوای نامناسب مانند سرعت، هیجان و غیره در تلویزیون و ماهواره توسط نوجوانان موجب الگوپذیری نامناسبی در آنها می‌شود که تمایل دارند مانند فیلم‌ها دنبال موتورسواری و ماشین سواری پُرسرعت بروند. برخی در سنین پایین علاقه به ماشین سواری پیدا می‌کنند و مشکلاتی را به وجود می‌آورند و یا از پوشش و حرکات و رفتار موجود در فیلم‌ها پیروی می‌کنند که علاقه به درس خواندن را کاهش می‌دهد» (کد۲۴). «فیلم‌هایی با محتوای دین و اسلام و مذهب مانند فیلم پیامبران و امامان و کارتون و انیمیشن‌ها در روحیه دانش‌آموزان و نوجوان واقعاً اثرات خوبی می‌گذارد و انتظار می‌رود صداوسیما به جای پخش فیلم و سریال‌های بی‌محتوا ایرانی و خارجی برای الگوپذیری نوجوانان و علاقه‌مند کردن آنها به مذهب و دین از این گونه فیلم‌ها استفاده کنند تا ارزش و اخلاق پیامبران در دانش‌آموزان ایجاد شود. سال قبل ما در مدرسه در نمازخانه فیلم‌های پیامبرانی مانند حضرت یوسف (علیه‌السلام) را پخش کردیم که استقبال دانش‌آموزان از آن خیلی خوب

بود و آرامش در آنها به وضوح دیده می‌شد دانش‌آموزان خودشان می‌گفتند که دفعه بعد هم از این فیلم‌ها پخش کنید» (کد ۹).

۴- **ناهنجاری‌های اجتماعی:** هنجارها نقش مهمی در تنظیم و نحوه تعامل و رفتار افراد در اجتماع را دارند (Pehar et al., 2020). با وجود تلاش‌های نظام آموزشی برای جامعه‌پذیر کردن دانش‌آموزان، همواره مقاومت‌هایی از طرف دانش‌آموزان صورت می‌گیرد. علاوه بر خانواده، مدرسه و همسالان، رسانه‌ها به‌عنوان عاملی مهم نقش پُررنگی در جامعه‌پذیری نوجوانان و جوانان دارند و بر مدل‌های رفتاری، استقرار سبک‌های زندگی و شکل‌گیری ارزش‌های آنان تأثیر دارند (Radovic et al., 2021). بر اساس مصاحبه‌های صورت گرفته محتوای نامناسب برنامه‌های تلویزیون در تضعیف بنیان خانواده و ایجاد بی‌انضباط در اجتماع نقش مهمی دارد.

- تضعیف بنیان خانواده: با توجه به دیدگاه مشارکت‌کنندگان مهم‌ترین عامل ایجاد ضعف در بنیان خانواده، برنامه‌های ماهواره‌ای با محتوای نامناسب است. «فیلم‌ها و برنامه‌های ماهواره، شاید بر اساس فرهنگ کشوری که آن برنامه را می‌سازد، باشد ولی این فیلم‌ها برای جامعه ما بسیار مضر است. این فیلم‌ها با فرهنگ غنی ما در تضاد است. در کشور ما خانواده و احترام در بین اعضای خانواده مهم است. متأسفانه در برخی فیلم‌ها و سریال‌های تلویزیونی تأثیر رسانه‌های غربی دیده می‌شود و احترام به ارزش‌ها فراموش می‌شود» (کد ۲۳).

- عدم توجه به گسترش نظم: با توجه به نظرات معلمان، عدم توجه برنامه‌های تلویزیون به رعایت نظم و انضباط در اجتماع، موجبات گسترش بی‌نظمی را فراهم می‌آورد. «احترام به قوانین در برنامه‌های تلویزیونی با پخش فیلم‌هایی که در آن قوانین نقض می‌شود به‌عنوان مثال از چراغ قرمز عبور می‌کنند، با سرعت حرکت می‌کنند و سبقت می‌گیرند تأثیرات منفی دارد. ما در مدرسه به دانش‌آموزان احترام به قانون را می‌آموزیم. تلویزیون این زحمات ما را با پخش برخی فیلم‌ها به باد می‌دهد» (کد ۳). «چرا در فیلم‌های ما باید شخصیت داستان، زباله را از ماشین بیرون بیندازد، در جنگل آتش روشن کند، تلویزیون باید رفتارهای صحیح را در فیلم‌ها نشان بدهد. این برنامه‌ها در دانش‌آموزان تأثیر مخرب می‌گذارد» (کد ۲۲).

- عدم توجه به سلامت: عدم توجه برنامه‌های تلویزیون به سلامت جامعه، مشکلات تربیتی زیادی را به‌دنبال دارد. «بحث مغفول ماندن حوزه تربیت بدنی و توجه به سلامتی دانش‌آموزان، مسئله بسیار مهمی است حتی در شرایط کرونایی هم برنامه‌ای از تلویزیون به بحث مهم درس تربیت بدنی نپرداخت. مسئولان تلویزیون

فکر می‌کنند که با پخش فوتبال می‌توانند دانش‌آموزان را به ورزش علاقه‌مند کنند درحالی‌که این برنامه‌ها بیشتر حالت سرگرمی دارند. برنامه‌هایی باید در تلویزیون ساخته و پخش شود که ورزش کردن را به دانش‌آموزان بیاموزد و اصول آن را معرفی کند» (کد ۱). «وجود ناهم‌سویی بین آنچه در مدرسه به دانش‌آموزان تدریس می‌شود و آنچه دانش‌آموز در تلویزیون می‌بیند، یکی از چالش‌های مهم است. مثلاً استفاده از کودکان و نوجوانان در تبلیغات مواد غذایی مضر و بی‌فایده در تلویزیون (پیام‌های بازرگانی). در مدرسه به دانش‌آموزان گفته می‌شود که چیپس و پفک ضرر دارند، درحالی‌که تلویزیون آنها را با رنگ و بوی خاصی به نمایش می‌گذارد و وقتی به دانش‌آموز می‌گوییم که از این نخور، می‌گوید اگر بد است چرا در تلویزیون یا در فیلم می‌خورند؟! اگر قرار است چیزی به‌عنوان فرهنگ و ارزش جا بیفتد فقط نباید در مدرسه آموزش داده شود و باید سایر نهادهای فرهنگی مثل صداوسیما هم آن را برنامه‌ریزی و اجرا کند و مکمل آموزش و پرورش باشند. تلویزیون و مدرسه و در کل همه جامعه در قبال آموزش و سلامت بچه‌ها مسئولیت دارند و باید با همدیگر همکاری کنند» (کد ۱۵).

نتیجه‌گیری

دانش‌آموزان روزانه با اشکال مختلف رسانه‌های جمعی در تماسند که علاوه بر کارکردهای هنری و سرگرمی دارای تأثیرات رفتاری و اجتماعی بر مخاطب هستند. در بین رسانه‌های جمعی تلویزیون ابزاری قدرتمند در شکل‌گیری اهداف تحصیلی و تربیتی می‌باشد. اگرچه از تلویزیون می‌توان به‌عنوان برنامه درسی پنهان، برای ایفای نقشی بی‌نظیر در ارتقای آموزش و پرورش استفاده کرد ولی محتوای برنامه‌ها اگر مناسب دانش‌آموزان نباشد و با اهدافی که تحت عنوان برنامه درسی رسمی در مدارس آموخته می‌شود در تضاد باشد، قطعاً اهداف تربیتی نظام آموزشی را با چالش‌هایی روبه‌رو می‌کند؛ بنابراین هدف پژوهش حاضر بررسی چالش‌های برنامه‌های تلویزیون به‌عنوان برنامه درسی پنهان در تحقق اهداف تربیتی نظام آموزشی از دیدگاه معلمان مدارس بود. در این پژوهش کدهای به‌دست آمده از متن مصاحبه‌ها در قالب چهار مضمون اصلی (چالش علمی - آموزشی، چالش فرهنگی، چالش اخلاقی - اعتقادی و ناهنجاری اجتماعی) و یازده مضمون فرعی مورد بررسی قرار گرفت.

اولین مضمون اصلی چالش علمی - آموزشی بود، بر اساس تجربیات معلمان عدم توجه به اهداف علمی و آموزشی در تلویزیون، اهداف نظام آموزشی را در بعدهای

انگیزش در تحصیل، عدالت آموزشی در بین گروه‌ها و پایه‌های تحصیلی، تربیت روانی و توجه به مهارت‌ها با چالش‌هایی مواجه کرده است. یافته‌های این بخش از پژوهش با مطالعات (Borzekowski, 2018; Ahinda et al., 2011؛ رئیسی آهوان و دیگران، ۱۴۰۰) همسو بود. بنابراین می‌توان بیان کرد که در عصر حاضر آموزش تنها در انحصار مدارس نیست بلکه برنامه‌های تلویزیونی نیز به‌عنوان یک ابزار آموزشی در این زمینه می‌توانند نقش مهمی ایفا کنند که اگر نتواند بر موانع یادگیری غلبه کند؛ اهداف نظام آموزشی را با چالش مواجه می‌کند.

چالش فرهنگی یکی دیگر از مضامین استخراجی بود. بر اساس دیدگاه مشارکت‌کنندگان محتوای برنامه‌های تلویزیون و اغلب محتواهای نامناسب شبکه‌های ماهواره می‌تواند زمینه تضعیف غرور ملی و نهادینه شدن فرهنگ غربی را در بین نوجوانان به‌وجود آورد. نتایج این بخش از پژوهش با یافته‌های (Thoumrungroje, 2014; Radovic et al., 2021؛ مهدوی و دیگران، ۱۳۹۹) همسو بود. در تبیین یافته‌های این بخش می‌توان بیان کرد که دسترسی نوجوانان به شبکه‌های ماهواره‌ای و گرایش به این شبکه‌ها موجب می‌شود که فرهنگ‌های غربی که مورد تأیید اهداف آرمانی ما نیستند، موردتوجه دانش‌آموزان قرار بگیرند و اهداف تربیتی را با چالش روبه‌رو کنند. پاسداری نکردن از زبان فارسی و به‌کارگیری زبان گفتاری نامناسب در برنامه‌ها، موجب می‌شود دانش‌آموزان از طرز صحبت و بیان کلمات در فیلم‌ها و مجموعه‌های تلویزیونی الگوبرداری کنند که به مرور این صحبت‌ها در بین همه رواج پیدا می‌کند و به یک فرهنگ تبدیل می‌شود. فیلم‌ها، مجموعه‌ها و برنامه‌های تلویزیونی با نشان دادن تجمل‌گرایی و عدم صبر و قناعت، و رواج مصرف‌گرایی موجب نهادینه کردن فرهنگ غربی در جامعه و به وجود آمدن مشکلاتی برای خانواده‌ها و جامعه می‌شوند.

مضمون استخراجی دیگر چالش اخلاقی - اعتقادی بود. باتوجه به مصاحبه‌های صورت‌گرفته چالش اخلاقی و اعتقادی حاصل از برنامه‌های تلویزیونی به‌عنوان برنامه درسی پنهان موجب فراموشی اعتقادات و هدایت نادرست در دانش‌آموزان می‌شود. این نتایج با پژوهش‌های (Radovic et al., 2021; Yoziyeva, 2021؛ علیدادی و الیاسی، ۱۳۹۸ و احمدی و دیگران، ۱۳۹۶) همسو است. فرهنگ جامعه ما از اعتقادات سرچشمه می‌گیرد و نمی‌توان اهمیت آن را نادیده گرفت. غفلت رسانه‌ها از آموزش صحیح مفاهیم اخلاقی و اعتقادی و الگوسازی نادرست در نسل جوان و نوجوان، می‌تواند جامعه را با مشکلات اخلاقی و رفتاری روبه‌رو کند و متأسفانه گسترش شبکه‌های ماهواره‌ای با محتواهای نامناسب نیز بر این مشکل می‌افزاید.

ناهنجاری‌های اجتماعی آخرین مضمون به‌دست آمده از بررسی تجارب معلمان بود. یافته‌ها نشان داد که آسیب‌های رسانه و برداشت نامطلوب دانش‌آموزان از محتواهای برنامه‌های تلویزیون و شبکه‌های ماهواره‌ای موجب تضعیف بنیان خانواده، ترویج بی‌نظمی، رفتارهای نامناسب و تغییر ارزش‌ها می‌شود. نتایج این بخش از پژوهش با پژوهش‌های احمدی و دیگران (۱۳۹۶)، علیدادی و الیاسی (۱۳۹۸) و نوروزی چگینی و دیگران (۱۳۹۷) همسو بود. در تبیین یافته‌های این بخش می‌توان بیان کرد که برنامه‌هایی با محتوای ضعیف عامل مهمی در جهت تخریب شخصیت نوجوان است. این برنامه‌ها با ترویج هنجارهای متعارض با هنجارهای فرد و جامعه، زمینه را برای بروز رفتارهای نامناسب و خلاف ارزش‌ها و هنجارهای جامعه، مدرسه و خانواده فراهم می‌کنند. بنابراین برنامه‌های تلویزیونی که موردتوجه قشر جوان و نوجوان است، باید نشان‌دهنده نظم و انضباط در جامعه و ارزش‌های موجود در خانواده باشند و در راستای مدارس با آموزش این مفاهیم، زمینه رشد جامعه را فراهم آورند.

در یک نتیجه‌گیری کلی در ارتباط با برنامه‌های تولید شده در رسانه ملی می‌توان بیان کرد که برنامه‌های تلویزیون، مجموعه‌ای از برنامه‌های آموزشی، فرهنگی، اخلاقی، اعتقادی و اجتماعی هستند که با محتواهای مختلف از جمله سرگرمی، تفریحی، علمی و یا فیلم و مجموعه تلویزیونی برای مخاطب تهیه می‌شوند. یکی از مخاطبان اصلی این برنامه‌ها دانش‌آموزان هستند که سرمایه‌های آینده جامعه می‌باشند؛ بنابراین در تولید هر یک از برنامه‌ها باید به تأثیرات آن بر دانش‌آموز توجه داشت. در هر جامعه‌ای برنامه‌های تلویزیون می‌توانند زمینه آموزش در حوزه‌های مختلف را برای افراد آن جامعه ایجاد کنند هر چند این آموزش‌ها متفاوت از آموزش‌های رسمی می‌باشند؛ اما تا حد زیادی در تعلیم و تربیت دانش‌آموزان تأثیرگذارند. بنابراین ضرورت این امر می‌طلبد که مسئولان صداوسیما جهت تهیه محتوای برنامه‌ها با مشورت مسئولان مربیان آموزش و پرورش در جهت تحقق اهداف آموزش و پرورش که همان اهداف غایی جامعه است، گام بردارند. ضروری است متولیان تهیه برنامه‌های تلویزیونی در تهیه برنامه‌های آموزشی به مسئله هدایت تحصیلی و نشان دادن اهمیت رشته علوم انسانی و رشته‌های فنی و حرفه‌ای که کمتر به آنها پرداخته می‌شود، توجه کنند و به دانش‌آموزان مناطق محروم و کمبود امکانات آموزشی آنها، توجه ویژه انجام دهند. به نوجوانان به دلیل حساسیت سن آنها بیشتر توجه کنند و برنامه‌های مخصوص آنها تولید کنند و در همین راستا به تولید برنامه‌های روان‌شناختی و روان‌شناسی به‌خصوص در زمینه نحوه تربیت کودکان و نوجوانان توجه شود و حتی شبکه‌ای

مخصوص این آموزش این مطالب ایجاد شود. همچنین توصیه می‌شود مسئولین صداوسیما در تهیه برنامه‌های فرهنگی به تولید برنامه‌های متنوع و شاد جهت جلوگیری از گرایش به ماهواره در نوجوانان و جوانان توجه کنند. حفاظت از زبان گفتاری ملی را مورد توجه قرار دهند و در فیلم‌ها و مجموعه‌ها با زبان گفتاری فارسی صحیح صحبت شود. به جلوگیری از ترویج فرهنگ غربی توجه کنند و بر اساس فرهنگ ملی برنامه تولید کنند. به جلوگیری از شکل‌گیری فرهنگ تجمل‌گرایی توجه داشته و از مکان‌های ساده که به زندگی مردم عادی نزدیک‌تر است استفاده کنند.

جهت کاهش اثرات سو برنامه‌های ماهواره‌ای اساسی‌ترین فعالیت، آموزش و تعمیق تفکر انتقادی در بین دانش‌آموزان و آموزش سواد رسانه‌ای جهت کاهش اثرات مخرب این برنامه‌ها است که غالباً در تقابل با برنامه‌های درسی مصوب نظام آموزشی است. همچنین استفاده از رویکرد اقناعی در ارتباط با اهداف برنامه‌های درسی نظام آموزشی برای دانش‌آموزان است. نظر به رقابت برنامه‌های تلویزیونی تولید شده توسط رسانه ملی و شبکه‌های ماهواره‌ای آنچه بیش از پیش اهمیت خود را نشان می‌دهد توجه به تولید محتوای غنی در ارتباط با تربیت رسانه‌ای نوجوانان، جامعیت‌بخشی به تولید برنامه‌های مختلف به‌طوری‌که سلاقی گروه‌های مختلف در آن لحاظ شده باشد.

در ارتباط با محدودیت‌های پژوهش می‌توان به عدم دسترسی آسان به معلمان با توجه شیوع بیماری کرونا و تعطیل بودن مدارس اشاره کرد. همچنین عدم دسترسی به تجارب مدیران، معاونان و مشاوران مدارس برای رسیدن به اطلاعات عمیق‌تر یکی دیگر از محدودیت‌های پژوهش حاضر بود. براساس یافته‌های پژوهش به مسئولان صداوسیما پیشنهاد می‌شود که با تهیه برنامه‌های متنوع و جذاب در ارتباط با مسائل فرهنگی و اخلاقی - اعتقادی زمینه گرایش به برنامه‌های ماهواره را در مخاطبان کاهش دهند. همچنین پیشنهاد می‌شود که مسئولان صداوسیما با مشورت مسئولان و مربیان آموزش و پرورش به تهیه برنامه‌هایی با اهداف علمی و آموزشی بپردازند. در محتوای برنامه‌های خود توجه به اهمیت بنیان خانواده و رعایت هنجارها در جامعه را در اولویت قرار دهند. گذشته از این به معلمان و اولیای دانش‌آموزان هم پیشنهاد می‌شود در آموزش‌های خود، نحوه استفاده درست از تلویزیون را به دانش‌آموزان و فرزندان خود بیاموزند. به پژوهشگران آتی نیز پیشنهاد می‌شود که به بررسی تجارب زیسته خانواده‌ها و دانش‌آموزان در ارتباط با چالش‌های برنامه‌های تلویزیون بپردازند همچنین پژوهشگران آتی می‌توانند اثربخشی آموزش انواع مهارت‌های مفید در دانش‌آموزان را از طریق رسانه‌های جمعی و با توجه به موقعیت مکانی، فرهنگی و نگرش منطقه‌ای مورد بررسی قرار دهند.

فهرست منابع

- احمدی، حبیب؛ عباسی شوازی، محمدتقی؛ یادگاری، رامین و کرمی، فرشاد (۱۳۹۶). مطالعه رابطه بین استفاده از رسانه‌های مدرن و تمایل به بزهکاری در بین نوجوانان دانش‌آموز (مطالعه دانش‌آموزان مقطع متوسطه شهر بستک). *پژوهش‌های راهبردی مسائل اجتماعی ایران*، ۴(۶)، ۵۳-۷۰.
- افتخاری، اصغر (۱۳۹۱). *تهدید نرم: رویکرد اسلامی*. تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.
- افخمی، حسینعلی (۱۳۹۷). آموزش کارکرد پنهان رسانه‌ها. *سالنامه رشد*، ۱۲(۱۱)، ۱۳۲-۱۳۹.
- ایزدی، صمد؛ شارع‌پور، محمود و قربانی قهرمان، راضیه (۱۳۸۸). بررسی نقش برنامه درسی پنهان در ایجاد نگرش به اقتدار، تقویت هویت ملی و جهانی‌شدن (مورد مطالعه: دانش‌آموزان مدارس متوسطه). *فصلنامه مطالعات ملی*، ۱۰(۳۹)، ۱۰۹-۱۳۶.
- بشیر، حسن و حاتمی، امیر (۱۳۹۶). بررسی نقش آگهی‌های بازرگانی تلویزیون در ترویج سبک زندگی مطالعه موردی: آگهی‌های بازرگانی شبکه جم در زمستان ۱۳۹۴. *مطالعات بین‌رشته‌ای در رسانه و فرهنگ*، ۷(۲)، ۲۳-۴۶.
- بهارلو نژاد، عبدالاحد (۱۳۹۰). *فقدان نظام هویت ملی؛ آثار و پیامدهای آن*. تهران: مؤسسه مطالعات ملی.
- پوراصغر، نصیبه و سרمدی، محمدرضا (۱۳۹۹). نقش تربیتی رسانه‌ها در تعلیم و تربیت معاصر بر مبنای دیدگاه فلسفی پست مدرنیسم. *یازدهمین کنفرانس یادگیری الکترونیکی ایران*، پژوهشکده آموزش باز و راه دور، ایران.
- پورمراد حامد و محمودنیا، علیرضا (۱۳۹۹). فلسفه رسانه و نقش آن در تربیت اجتماعی با تأکید بر نظریه دریافت. *پژوهش‌های تربیتی*، ۷(۴۱)، ۱-۲۳.
- جوادپور، محمد و رحیمی، بهروز (۱۳۹۵). رتبه‌بندی مؤلفه‌های برنامه درسی پنهان از دیدگاه دانشجویان دانشکده علوم تربیتی و روان‌شناسی دانشگاه شهید بهشتی. *دوفصلنامه مطالعات برنامه درسی آموزش عالی*، ۷(۱۴)، ۱۳۱-۱۵۶.
- خواجه ثیان، داتیس؛ فرهنگی، علی‌اکبر؛ هادوی‌نیا، عباس (۱۳۸۷). طراحی مدل تعاملی مدیریت رسانه و فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی. *پژوهش‌های ارتباطی*، ۱۶(۶۰)، ۱۱-۳۶.

خیامی، عبدالکریم؛ حسینی، سید جمال‌الدین و عباد اردستانی، لیلا (۱۴۰۰). شناسایی مسائل صداوسیما در سیاست‌گذاری برای تعامل با رسانه‌های جدید. *دین و ارتباطات*. ۲۸ (۶۰)، ۴۵۹-۴۷۹.

دهشیری، محمدرضا (۱۳۸۰). جهانی شدن و هویت ملی. *فصلنامه مطالعات ملی*، ۲ (۵)، ۷۱-۱۰۰.

رئییسی آهوان، یعقوب؛ شیخی فینی، علی اکبر و زینلی‌پور، حسین (۱۴۰۰). مطالعه تأثیر مؤلفه‌های برنامه درسی پنهان بر نگرش شناختی یادگیری دانش‌آموزان دبیرستان. *مجله اصول بهداشت روانی*، ۱ (۲۴)، ۱۱-۱۹.

سعادت سیرت، ناهید. (۱۳۹۸). الگوپذیری تربیتی کودکان در بررسی محتوایی سریال‌های انیمیشنی کودک تلویزیون، *فصلنامه علوم خبری*، ۸ (۳۱)، ۱۱۱-۱۴۰.

ضیایی‌پرور، حمید (۱۳۸۷). *جنگ نرم، جلد دوم (ویژه جنگ رسانه‌ای)*. تهران: مؤسسه فرهنگی مطالعات و تحقیقات بین‌المللی ابرار معاصر.

عابدی، احمد و تاجی، مریر (۱۳۸۰). نقش برنامه درسی پنهان مدارس در شکل‌گیری شخصیت و رفتار دانش‌آموزان. *فصلنامه آموزه*. ۹ (۱)، ۲۵-۴۷.

عبادی، سید حسین (۱۳۹۶). برنامه‌درسی پنهان: چالشی پیدا یا فرصتی ناپیدا؟! *پژوهش در برنامه‌ریزی درسی*، ۱۴ (۵۲)، ۳۵-۴۶.

علیدادی، زهرا و الیاسی، امیر (۱۳۹۸). نقش شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان بر وقوع جرایم اجتماعی، اخلاقی، خانوادگی و راهکارهای پیشگیری از آن. *سومین همایش ملی راهکارهای دستیابی به توسعه پایدار در علوم تربیتی و روان‌شناسی ایران*، تهران.

غربا، مبینا؛ دهباشی، اکرم و رحیمی، حمید (۱۳۹۷). گسست آموزشی: فاصله برنامه درسی قصد شده و کسب شده در نظام آموزش عالی ایران. *دوفصلنامه مطالعات برنامه درسی آموزش عالی*. ۹ (۱۷)، ۱۱-۹۳.

قاسمی‌هنر، زهره (۱۳۹۹). ارتباط برنامه درسی پنهان با اهمال‌کاری تحصیلی، روحیه علمی و عملکرد تحصیلی در بین دانشجویان (مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه پیام نور مرکز تهران جنوب). *فصلنامه مطالعات و تحقیقات در علوم رفتاری*، ۲ (۲)، ۷-۳۴.

کشاورز، مصطفی؛ میرزایی، سروناز و محمدجانی، اسماعیل (۱۳۹۷). *بلوغ و بحران هویت در دوران نوجوانی و نقش آن در دوست‌یابی*. اولین همایش ملی هویت کودکان ایران اسلامی در دوره پیش دبستانی، وزارت آموزش و پرورش، ایران، یزد.

ملکی، داوود؛ ایرانیان، احسان و احمدی، محمدرضا (۱۴۰۰). نگرش نو به آموزه‌های اخلاقی قرآن در مواجهه با چالش‌های اخلاقی حوزه کلان داده‌ها. *دوفصلنامه علمی قرآن و علم*، ۱۵ (۲۸)، ۱۱۲-۱۴۶.

مهدوی، مطهره؛ مهدوی نفت چالی، عباس و برزگر، مهدی (۱۳۹۹). بررسی تأثیر شبکه‌های ماهواره‌ای بر ارتکاب جرایم اخلاقی در شهرستان سواد کوه. *نشریه علمی دانش انتظامی مازندران*، ۱۳۹۹ (۴۲)، ۴۱-۶۰.

ناجی، مرتضی (۱۳۸۰). *چشم‌اندازی به ابعاد فرهنگی اجتماعی حاصل از ارسال و دریافت مستقیم برنامه‌های ماهواره‌ای (بخش مستقیم برنامه‌های ماهواره‌ای در قرن بیست و یکم)*. تهران: سروش.

نوروزی چگینی، بهزاد؛ شیخی فینی، علی‌اکبر؛ زارعی، اقبال و عصاره، علیرضا (۱۳۹۷). تبیین اثر برنامه درسی پنهان بر انضباط دانش‌آموزان دوره ابتدایی. *پژوهش در برنامه‌ریزی درسی*، ۱۵ (۵۹)، ۷۵-۹۴.

نوروزی چگینی، بهزاد؛ شیخی فینی، علی‌اکبر؛ زارعی، اقبال و عصاره، علیرضا (۱۳۹۷). تبیین اثر برنامه درسی پنهان بر انضباط دانش‌آموزان دوره ابتدایی. *پژوهش در برنامه‌ریزی درسی*، ۱۵ (۵۹)، ۷۵-۹۴.

هاشمی، سید احمد و خدابخشی صادق‌آبادی، فاطمه (۱۳۹۶). برنامه درسی پنهان و نقش آن در مدارس. *پیشرفت‌های نوین در علوم رفتاری*، ۲ (۸)، ۲۸-۴۲.

References:

- Ahinda, A. A., Murundu, Z. O., Okwara, M. O., Odongo, B. C., & Okutoyi, J. (2011). *Effects of television on academic performance and languages acquisition of pre-school children*.
- Aley, M., Hahn, L., Tamborini, R., Goble, H., Zhang, L., Grady, S. M., & Baldwin, J. (2021). What does television teach children? Examining the altruistic and egoistic lessons in children's educational television. *Communication Reports*, 1-14.
- Alsubaie, M. A. (2015). Hidden curriculum as one of current issue of curriculum. *Journal of Education and practice*, 6(33), 125-128.
- Borzekowski, D. L. (2018). A quasi-experiment examining the impact of educational cartoons on Tanzanian children. *Journal of applied developmental psychology*, (54), 53-59.
- Eun, B. (2016). Equipping every student with psychological tools: a Vygotskian guide to establishing the goals of education. *European journal of psychology of education*, 31(4), 613-627.
- Evans, C. A., Jordan, A. B., & Horner, J. (2011). Only two hours? A qualitative study of the challenges parents perceive in restricting child

- television time. *Journal of Family Issues*, 32(9), 1223-1244.
- Gunawan, I., Kusumaningrum, D. E., Triwiyanto, T., Zulkarnain, W., & Nurabadi, A. (2018, October). Hidden Curriculum and its Relationship with the Student Character Building. In *3rd International Conference on Educational Management and Administration (CoEMA 2018)*. Atlantis Press.
- Gunio, M. J. (2021). Determining the influences of a hidden curriculum on students' character development using the Illuminative Evaluation Model. *Journal of Curriculum Studies Research*, 3(2), 194-206.
- Hassan, A., & Daniyal, M. (2013). Impact of television programs and advertisements on school going adolescents: a case study of Bahawalpur city, Pakistan. *Bulgarian Journal of Science and Education Policy*, 7(1), 26-37.
- Klein, P., & Westcott, M. R. (1994). The changing character of phenomenological psychology. *Canadian Psychology / Psychologie canadienne*, 35(2), 133-158.
- Neve, H. (2021). Researching the informal and hidden curriculum. In *How To Do Primary Care Educational Research* (pp. 167-172). CRC Pres.
- Neve, H., & Collett, T. (2018). Empowering students with the hidden curriculum. *The clinical teacher*, 15(6), 494-499.
- Pehar, L., Corkalo Biruški, D., & Pavin Ivanec, T. (2020). The role of peer, parental, and school norms in predicting adolescents' attitudes and behaviours of majority and different minority ethnic groups in Croatia. *Plos one*, 15(1), e0227512.
- Radović, V., Ljajić, S., & Dojčinović, M. (2021). *Media Paradigms and Programmed Code of Values Orientation in Adolescence*.
- Thoumrungroje, A. (2014). The influence of social media intensity and EWOM on conspicuous consumption. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, (148), 7-15.
- Villani, S. (2001). Impact of media on children and adolescents: a 10-year review of the research. *Journal of the American Academy of child & adolescent psychiatry*, 40(4), 392-401.
- Yoziyeva, U. L. (2021). The Role and Role of The Media In The Formation Of The Natural Scientific World Of Preschool Children. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education (TURCOMAT)*, 12(7), 963-967.
- Zou, T. X., Chu, B. C., Law, L. Y., Lin, V., Ko, T., Yu, M., & Mok, P. Y. (2020). University teachers' conceptions of internationalisation of the curriculum: A phenomenographic study. *Higher Education*, 80(1), 1-20.

Reference

- Afkhami, H.A. (2018). Education: The hidden function of the media. Almanac of Roshd. 12(11), 132-139. (In Persian)
- Ahinda, A. A., Murundu, Z. O., Okwara, M. O., Odongo, B. C., & Okutoyi, J. (2011). Effects of television on academic performance and languages acquisition of pre-school children.
- Ahmadi, H., Abbasishavazi, M., Yadegari, R., & Karami, F. (2017). The Study of Relationship between Modern Media Usage and Tendency to Delinquency: (Case Study: High School Students in Bastak City). Strategic Research on Social Problems in Iran, 6(4), 53-70. doi: 10.22108/ssoss.2017.102725.1046. (In Persian)
- Alagheband, A. (2004). Sociology of Education. Tehran: Rovin. (In Persian)
- Aley, M., Hahn, L., Tamborini, R., Goble, H., Zhang, L., Grady, S. M., & Baldwin, J. (2021). What does television teach children? Examining the altruistic and egoistic lessons in children's educational television. Communication Reports, 1-14.
- Alidadi, Z., Eliasi, A., (2019). The role of Persian language satellite networks on the occurrence of social, moral, and family crimes and their prevention strategies. The 3rd National Conference on Sustainable Development Strategies in Educational Sciences and Psychology, Tehran. (In Persian)
- Alsubaie, M. A. (2015). Hidden curriculum as one of current issue of curriculum. Journal of Education and practice, 6(33), 125-128.
- Baharlunezhad, A. (2011). The lack of a national identity system; Its effects and consequences. Tehran: Institute of National Studies. (In Persian)
- bashir, H., & Haatami, A. (2018). Study the role of TV commercials on lifestyle Case study: GEM TV commercials in winter 1394. Interdisciplinary Studies in Media and Culture, 7(2), 23-46. (In Persian)
- Borzekowski, D. L. (2018). A quasi-experiment examining the impact of educational cartoons on Tanzanian children. Journal of applied developmental psychology, (54), 53-59.
- Dehshiri, M. R. (2000). Globalization and National Identity. National Studies Journal, 2(5), 71-100. (In Persian)
- ebadi, S. H. (2017). Hidden curriculum: an apparent challenge or an unexplored. Research in Curriculum Planning, 14(52), 35-46. (In Persian)
- Eftekhari, A. (2013). Soft threat: an Islamic approach. Tehran: institute for social and cultural studies. (In Persian)
- Eun, B. (2016). Equipping every student with psychological tools: a Vygotskian guide to establishing the goals of education. European journal of psychology of education, 31(4), 613-627.
- Evans, C. A., Jordan, A. B., & Horner, J. (2011). Only two hours? A qualitative study of the challenges parents perceive in restricting child television time. Journal of Family Issues, 32(9), 1223-1244.

- Ghasemi Honar, Z,. (2020). The relationship between hidden curriculum and academic procrastination, academic spirit and academic performance among students (case study: students of Payam Noor University, South Tehran Center). *Quarterly Journal of Studies and Research in Behavioral Sciences*, 2(2): 34-7. (In Persian)
- Ghoraba, M., dehbashi, A., & rahimi, H. (2018). Educational Gap: The Break between the Intended and Learned Curriculum in Iran's Higher Education System. *Journal of higher education curriculum studies*, 9(17), 93-114. (In Persian)
- Gunawan, I., Kusumaningrum, D. E., Triwiyanto, T., Zulkarnain, W., & Nurabadi, A. (2018, October). Hidden Curriculum and its Relationship with the Student Character Building. In *3rd International Conference on Educational Management and Administration (CoEMA 2018)*. Atlantis Press.
- Gunio, M. J. (2021). Determining the influences of a hidden curriculum on students' character development using the Illuminative Evaluation Model. *Journal of Curriculum Studies Research*, 3(2), 194-206.
- Hashemi, S, A., Khodabakhshi Sadeghabadi, F,. (2017). Hidden curriculum and its role in schools. *Recent Advances in Behavioral Sciences*. 2 (8): 28-42. (In Persian)
- Hassan, A., & Daniyal, M. (2013). Impact of television programs and advertisements on school going adolescents: a case study of Bahawalpur city, Pakistan. *Bulgarian Journal of Science and Education Policy*, 7(1), 26-37.
- Izadi, S., Sharepour, M., & Ghorbanie Ghahraman, R. (2009). A Survey of the Role Hidden Curriculum in the Formation of Atitude Toward Authority, National Identity and Globalization (Case Study: Secondary School Students). *National Studies Journal*, 10(39), 109-136. (In Persian)
- Javadipor, M., & Rahimi, B. (2017). Ranking Hidden Curriculum Components: the Viewpoint of Students Studying at Faculty of Education and Psychology of Shahid Beheshti University. *Journal of higher education curriculum studies*, 7(14), 131-156. (In Persian)
- Keshavarz, M., Mirzaei, S., Mohammadjani, E,. (2018). Maturity and identity crisis in adolescence and its role in dating. The first national conference on the identity of Iranian Islamic children in preschool, Ministry of Education, Iran, Yazd. (In Persian)
- Khajeheian, D., Farhangi, A. A., & Hadaviniya, A. (2009). Designing Interactive Model of Media Management Using Modern Information and Communication Technologies. *Communication Research*, 16(60), 11-36. doi: 10.22082/cr.2009.23869. (In Persian)
- Khayami, A., Hoseiny, S. J., & Ebad Ardestani, L. (2022). Knowing broadcasting (IRIB) issues in policy for corporation with new media. *Religion & Communication*, 28(60), 479-459. doi: 10.30497/rc.2022.76096. (In Persian)

- Klein, P., & Westcott, M. R. (1994). The changing character of phenomenological psychology. *Canadian Psychology / Psychologie canadienne*, 35(2), 133-158.
- Mahdavi, M., Mahdavi Naftchali, A., Barzgar, M., (2020). Investigating the effect of satellite networks on the commission of moral crimes in Sawad Koh city. *Scientific Journal of Police Science*, Mazandaran, 2019(42), 41-60. (In Persian)
- Maleki, D., Iranian, E., Ahmadi, M. (2022). A new attitude to the moral teachings of the Qur'an in the face of ethical challenges in the field of big data. *Bi-quarterly scientific journal of Qur'an and Science*, 15(28), 112-146. (In Persian)
- Naji, M., (2001). A perspective on social cultural dimensions resulting from direct transmission and reception of satellite programs (direct broadcasting of satellite programs in the 21st century). Tehran: Soroush. (In Persian)
- Neve, H. (2021). Researching the informal and hidden curriculum. In *How To Do Primary Care Educational Research* (pp. 167-172). CRC Pres.
- Neve, H., & Collett, T. (2018). Empowering students with the hidden curriculum. *The clinical teacher*, 15(6), 494-499.
- Noruzi Chegini, B., Sheikhi Fini, A. A., Zarei, E., & Assare, A. (2018). Explanation of the impact of hidden curriculum on discipline of primary school students. *Research in Curriculum Planning*, 15(59), 75-94. doi: 10.30486/jsre.2018.545144. (In Persian)
- Pehar, L., Corkalo Biruški, D., & Pavin Ivanec, T. (2020). The role of peer, parental, and school norms in predicting adolescents' attitudes and behaviours of majority and different minority ethnic groups in Croatia. *Plos one*, 15(1), e0227512.
- Pehar, L., Corkalo Biruški, D., & Pavin Ivanec, T. (2020). The role of peer, parental, and school norms in predicting adolescents' attitudes and behaviors of majority and different minority ethnic groups in Croatia. *Plos one*, 15(1), e0227512.
- Pourmorad, H., mahmoudnia, A. (2020). The philosophy of media and its role on the social education with emphasis on the "reception" theory. *Journal of Educational Research*; 7 (41) :1-23 URL: <http://erj.khu.ac.ir/article-1-870-fa.html>. (In Persian)
- Purasghar, N., Sarmadi, M. R. (2020). The educational role of the media in contemporary education based on the philosophical perspective of postmodernism. The 11th Iran E-Learning Conference. Research Institute of Open and Distance Education, Iran. (In Persian)
- Radović, V., Ljajić, S., & Dojčinović, M. (2021). Media Paradigms and Programmed Code of Values Orientation in Adolescence.
- Raissi Ahvan, Y., Sheikhei Fini, A. A., & Zainalipor, H. (2022). The impact of the hidden curriculum components on cognitive characteristics of high school students' learning. *Journal of Fundamentals of Mental Health*, 24(1), 11-19. doi: 10.22038/jfmh.2022.19442. (In Persian)



- saadat sirat, N. (2019). Pedagogical Modeling of Children in the Study of the Content of Television Child Animation Series. News Science, 8(31), 111-140. (In Persian)
- Thoumrungroje, A. (2014). The influence of social media intensity and EWOM on conspicuous consumption. Procedia-Social and Behavioral Sciences, (148), 7-15.
- Villani, S. (2001). Impact of media on children and adolescents: a 10-year review of the research. Journal of the American Academy of child & adolescent psychiatry, 40(4), 392-401.
- Yoziyeva, U. L. (2021). The Role and Role of The Media In The Formation Of The Natural Scientific World Of Preschool Children. Turkish Journal of Computer and Mathematics Education (TURCOMAT), 12(7), 963-967.
- Ziaiparvar, H. (2008). Soft War, the second volume (special media war). Tehran: Abrar Contemporary International Studies and Research Institute. (In Persian)
- Zou, T. X., Chu, B. C., Law, L. Y., Lin, V., Ko, T., Yu, M., & Mok, P. Y. (2020). University teachers' conceptions of internationalisation of the curriculum: A phenomenographic study. Higher Education, 80(1), 1-20.



مطالعه و بررسی کسب‌وکارهای خرد و تأثیرهای آن بر ساختار اجتماعی از دیدگاه جنسیتی (مطالعه موردی: مناطق شهری استان اصفهان)

احمد حجاریان

دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران.

a.hajarian@ltr.ui.ac.ir

چکیده

کسب‌وکارهای خرد در مناطق شهری در راستای توسعه شاخص‌های اجتماعی دارای اهمیت می‌باشد. هدف این مقاله تأثیر کسب‌وکارهای خرد بر ساختار اجتماعی از دیدگاه زنان و مردان در مناطق شهری استان اصفهان می‌باشد. رویکرد مقاله براساس رویکرد جنسیتی بر اساس شاخص‌های نظام سلامت و بهداشت، مشارکت و ارتباطات اجتماعی، آسیب‌های اجتماعی و ساختار جمعیتی می‌باشد. پژوهش حاضر به لحاظ هدف از نوع پژوهش‌های کاربردی و به لحاظ ماهیت از نوع پژوهش‌های توصیفی - علی است. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه شاغلان در کسب‌وکارهای خرد استان اصفهان می‌باشد که بر طبق اعلام مرکز آمار ایران در آبان سال ۱۳۹۵ برابر با ۳۰۷۳۵۴ نفر بوده‌اند که از فرمول کوکران برای محاسبه حجم نمونه آماری استفاده شد که بر این اساس حجم نمونه برابر با ۳۸۴ خانوار برآورد شد. در ادامه با استفاده از روش نمونه‌گیری احتمالی، پرسشنامه‌ها در بین ۸۷ نقطه شهری استان اصفهان که به صورت تصادفی در سال ۱۴۰۰ انتخاب شده‌اند به‌طوری‌که نیمی بین زنان و نیم دیگر در بین مردان توزیع شد. نتایج نشان داد با توجه به واریانس تبیین شده از دیدگاه زنان به ترتیب عامل اول تا چهارم آسیب‌های اجتماعی، نظام سلامت و بهداشت، مشارکت و ارتباطات اجتماعی و ساختار جمعیتی می‌باشد. همچنین از دیدگاه مردان عامل اول تا چهارم نظام سلامت و بهداشت، مشارکت و ارتباطات اجتماعی، آسیب‌های اجتماعی، ساختار جمعیتی می‌باشد.

کلیدواژه‌ها: کسب‌وکارهای خرد، ساختار اجتماعی، زنان و مردان، مناطق شهری، استان اصفهان.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱۱/۲۹ تاریخ بازبینی: ۱۴۰۱/۰۶/۱۲ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۶/۱۳

فصلنامه راهبرد اجتماعی فرهنگی، سال ۱۲، شماره ۱، پیاپی ۴۶، بهار ۱۴۰۲، صص ۱۴۷-۱۷۲

مقدمه و بیان مسئله

نقش اشتغال در پویایی زندگی انسان انکارناپذیر است و می‌توان آن را کانون ارتباطات انسان و اجتماع تلقی کرد. در جهت پویایی بی‌تردید زنان و مردان به‌عنوان اصلی‌ترین رکن در این فرایند تأثیر مستقیمی در توسعه جامعه دارند. دستیابی به توسعه و بهبود کیفیت زندگی از آرمان‌هایی است که همواره ذهن بشر را به خود به مشغول کرده است (دادورخانی، ۱۳۹۲، ص. ۱۸۵). توسعه که در ابعاد مختلفی از جمله اقتصادی، اجتماعی و یا فرهنگی می‌باشد می‌تواند ساختارهای جامعه را متأثر و بالعکس ساختارهای اجتماعی بر آن اثرگذار باشد. این تأثیرپذیری و تأثیرگذاری سبب شده است تا برنامه‌ریزان به آن توجه و ابعاد آن را مطالعه نمایند. یکی از نمودهای توسعه بهبود و ارتقاء شاخص‌های اجتماعی می‌باشد.

راه‌اندازی و توسعه کسب‌وکارهای خرد یکی از همین روش‌هاست که در سال‌های گذشته مورد توجه کشورهای گوناگون قرار گرفته است. کارفرما در محل زندگی خود با استفاده از امکانات موجود و قابل دسترس، اقدام به ایجاد کسب‌وکار نموده و برای خود و بعضاً سایرین اشتغال ایجاد می‌نماید (آلتنبرگ و مایر-استامر^۱، ۱۹۹۹، ص. ۱۶۹۳). اهمیت بحث کسب‌وکارهای خرد به اندازه‌ای است که در قانون اساسی کشور و برنامه‌های توسعه پنج‌ساله و چشم‌انداز بیست‌ساله کشور بر افزایش آن در میان جوامع شهری تأکید ویژه‌ای شده است به این صورت که برای دستیابی به این هدف در افق چشم‌انداز بیست‌ساله ۱۴۰۴، این مشاغل بایستی از ۱۲/۳ درصد سال ۱۳۸۵ به ۱۸/۴ درصد در سال ۱۳۹۰ و به ۲۵ درصد در سال ۱۳۹۵ افزایش یابند. به این منظور رشد متوسط تقاضای کار در طول برنامه‌های چهارم و پنجم توسعه به ترتیب ۳/۴ و ۳/۷ درصد در نظر گرفته شده است و تقریباً باید به میزان ۴/۵ میلیون نفر در برنامه پنجم توسعه، به‌کارگیری شود (سلامی و انصاری، ۱۳۸۸، ص. ۱۷۸).

کسب‌وکارهای خرد به علت مزایای منحصربه‌فرد آنها در راستای تأثیرگذاری در شاخص‌های اجتماعی بسیار تأثیرگذار بوده و کشورهایی که در راستای تقویت این مشاغل به کار برده‌اند به نتایج چشمگیر مثبتی رسیده‌اند. راه‌اندازی کسب‌وکار با کمترین سرمایه اولیه، امکان کار به صورت پاره‌وقت، وجود دوره‌های آموزشی

کوتاه‌مدت، عدم نیاز به فضای قابل توجه و غیره، قابلیت‌های غیرقابل انکاری است که کسب‌وکارهای خرد داشته و الزام توجه جدی به این فرصت را آشکار می‌کند.

در قرن حاضر ساختارهای اقتصادی و اجتماعی به شکل پیچیده‌ای درهم‌تنیده شده‌اند که مداخله در یکی از آنها به‌طور چشمگیری بر دیگری تأثیرگذار خواهد بود. مناطق شهری در طول زمان با مسائل و مشکل‌هایی روبه‌رو بوده‌اند که از مهم‌ترین آنها، به‌ویژه در دهه‌های اخیر، مسئله اشتغال و چالش‌های مربوط به آن است به‌طوری‌که اشتغال از جمله معیارهای مؤثر و مهم در توسعه نواحی شهری است که همواره مورد توجه بوده است (قدیری معصوم و دیگران، ۱۳۸۹). متأسفانه در دهه‌های اخیر با توجه به مهاجرت‌های وسیع از نواحی شهری به شهری و افزایش خیل بیکاران، همچنین روی آوردن به مشاغل کاذب و...، استفاده از کسب‌وکارهای خرد در بین زنان و مردان جایگزین مناسبی در جهت رشد اقتصادی و اجتماعی می‌تواند باشد. همچنین دستیابی به اشتغال مناسب از الزام‌های یک جامعه شهری مطلوب است چراکه مهم‌ترین شرط برای رشد و توسعه اجتماعی، اولاً ایجاد ساختارهای اقتصادی و ثانیاً توجه به امر اشتغال است (کلیک و تیترا^۱، ۲۰۱۱، ص. ۱۲۱۱). با توجه به اینکه جمعیت جامعه شهری اصفهان حدود ۷۳ درصد است (سالنامه آماری استان اصفهان، ۱۳۹۵)، کسب‌وکارهای خرد می‌تواند یکی از راه‌حل‌های مناسب برای رهایی از بسیاری مشکلات باشد چراکه کسب‌وکارهای خرد هزینه بالایی را برای بنگاه تحمیل نمی‌کند و می‌تواند راهکار مهم برای ایجاد اشتغال به شمار آید (تقی‌بیگی، ۱۳۹۳، ص. ۲۸۵). به‌طور متوسط سهم کسب‌وکارهای کوچک در بین کسب‌وکارهای مناطق شهری، ۷ درصد (وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی، ۱۳۹۵) است که با افزایش آن به حدود ۲۰ درصد می‌توان شاهد توسعه نواحی شهری بود.

ساختار واژه مبهمی است که در حوزه‌های مختلفی از دانش به‌کار می‌رود. با توجه به ابهامی که در مفهوم ساختار وجود دارد و جایجایی آن بین حوزه‌های مختلف و کاربرد در علوم مختلف محیطی، اجتماعی، شناخت آن نیز با ابهام‌هایی همراه است. به‌طور کلی می‌توان گفت در شناسایی ساختار، یک کل یا یک نظام جست‌وجو می‌شود که رابطه ثابت و قانونمند میان اجزای آن برقرار است و رابطه ثابت شامل ترتیب اجزا نیز می‌شود (اهری، ۱۳۹۵، ص. ۵۸). ساختار اجتماعی اشاره

به ویژگی‌های ساختی دارد که تفکیک و تمیز اعمال مشابه در قلمروهای زمانی و مکانی مختلف را امکان‌پذیر می‌سازد و به آنها شکلی نظام‌مند می‌دهد. ساختار تشکیل شده از قواعد و منابعی که در بازتولید نظام‌های اجتماعی نقش دارند یعنی قواعدی که در تعامل اجتماعی قالب‌بندی می‌شود و برای کنشگران اجتماعی چگونگی کنش اجتماعی و نیل به اهداف را مشخص می‌سازند.

کارشناسان معتقدند توسعه کسب‌وکارهای خرد به معنای واقعی خود می‌تواند بستر مناسبی برای توسعه ساختارهای اجتماعی در مناطق مختلف و در مورد جوانان باشد و در صورت فعال شدن این بخش به‌طور یقین اجتماع ملی می‌تواند گام‌های ارزشمندتری در جهت توسعه بردارد. براساس پژوهش‌هایی که توسط دیدبان جهانی کارآفرینی در سال ۲۰۱۲ میلادی با در نظر گرفتن ۳۷ کشور جهان صورت گرفته، توسعه کسب‌وکاری خرد منجر به کاهش ۲ درصدی نرخ آسیب‌های اجتماعی به‌طور معناداری می‌شود (کوپر^۱، ۱۹۹۹، ص. ۱۴۵)؛ همچنین باعث افزایش مشارکت و انسجام می‌شود.

با توجه به اینکه یکی از مشکلات فراروی جامعه شهری اشتغال‌زایی است و بیکاری خود معضلات عظیم اقتصادی، اجتماعی و حتی فرهنگی به همراه دارد؛ لذا توجه به رفع این مشکل بایستی در رأس برنامه‌های توسعه اقتصادی و اجتماعی دولت قرار بگیرد و نیز استقرار و سامان‌دهی کسب‌وکارهای خرد به‌عنوان یکی از راهکارهای توسعه شهری می‌تواند ضمن بالا بردن سطح اشتغال و در نتیجه درآمد، ضمن توسعه اقتصادی و اجتماعی در شهرها در جهت احیای سنت‌ها و ساختارهای اجتماعی عمومی در مناطق شهری و در واقع توسعه اجتماعی کمک کند. برای موفقیت در این زمینه و گسترش این نوع مشاغل بایستی راهکارها و سیاست‌های متناسب با فرهنگ، اقتصاد و اجتماع جامعه شهری اتخاذ شود و با دیدگاه و مدیریت صحیح و متناسب با شرایط طبیعی و انسانی پیش رفت تا نتیجه دلخواه که همانا از بین رفتن بیکاری، افزایش تولید، تقلیل هزینه‌ها و از همه مهم‌تر رسیدن به عدالت اجتماعی و اقتصادی، حاصل شود.

معضلات عدیده استان اصفهان در بخش اشتغال از یک طرف و همچنین در نظر گرفتن نرخ بیکاری ۱۵ درصدی در مناطق شهری استان اصفهان در فاصله سال‌های ۱۳۹۷ تا ۱۳۹۸ از طرف دیگر، سبب شده است تا برای برون‌رفت از این وضعیت به

کسب‌وکارهای خرد به‌طور ویژه نگرینسته شود (سالنامه آماری اصفهان، ۱۳۹۵). در نتیجه بدیهی است هر نوع از فعالیت‌های مرتبط با کسب‌وکارهای خرد موجب بروز تحولات اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی در مناطق مختلف می‌شود که ایجاد این نوع از کسب‌وکارها به‌عنوان یکی از پیامدهای قابل تعمق و بررسی تحولات موردنظر می‌باشد. در سال‌های اخیر سهم خانوارهای زن سرپرست از کل خانوارهای ایرانی روندی صعودی داشته است. در کنار رشد کمی، تغییرات کیفی در ویژگی‌های اجتماعی - اقتصادی این گروه از زنان از قبیل ترکیب سنی، تحصیلی و درآمدی و فقر اقتصادی بخش قابل تأملی از این خانوارها این موضوع را به مرور و بیش‌ازبیش از یک پدیده جمعیتی نسبتاً طبیعی به موضوعات اجتماعی از جنس آسیب تبدیل کرده است.

۱. اهداف و سؤال‌های پژوهش

با توجه به اینکه از خصایص عمده کسب‌وکارهای خرد این است که توسط زنان انجام می‌شود و آنان حدود ۶۱ درصد از جمعیت را تشکیل داده‌اند و همچنین اهمیت موضوع، سؤال پژوهش حاضر آن است که کسب‌وکارهای خرد چه تأثیرهایی بر ساختار اجتماعی مناطق شهری استان اصفهان از دیدگاه زنان و مردان دارند؟

۲. فرضیه‌ها

با توجه به سؤال فوق فرضیه‌های ذیل مطرح می‌شود:

- ۱- به نظر می‌رسد کسب‌وکارهای خرد بر ساختار اجتماعی نواحی شهری استان اصفهان اثرهای مطلوب داشته باشد که در یافته‌ها شامل دو فرضیه فرعی به تفکیک از دیدگاه زنان و مردان می‌باشد.
- ۲- بین زنان و مردان از نظر اثرهای کسب‌وکارهای خرد بر ساختار اجتماعی تفاوت معنی‌داری وجود دارد.

۳. پیشینه پژوهش

احمدی و همکارانش در سال ۱۳۹۶ در رابطه با کسب‌وکارهای خرد پژوهشی انجام داده و بیان کردند: امروزه این مشاغل از بخش‌های حیاتی و ضروری فعالیت‌های اقتصادی کشورهای پیشرفته محسوب می‌شوند. مشاغل خرد از نظر ایجاد شغل، نوآوری در عرضه محصول یا خدمات، موجب تنوع و دگرگونی زیادی در اجتماع و

اقتصاد هر کشور می‌شود. همچنین برای جوانان، این مشاغل نقطه شروع مناسبی برای راه‌اندازی کسب‌وکار شخصی است. نتیجه این پژوهش، شناسایی موانع مشاغل خرد در سطح شهر قزوین، اولویت اول تأمین منابع مالی و قوانین دست‌وپاگیر در اولویت دوم می‌باشد.

ایزدی و همکاران (۱۳۹۵) در پژوهشی با نام اهمیت و جایگاه ویژه اقتصادی و فرهنگی صنایع دستی و نقش شکل‌های تعاونی در توسعه این صنعت مهم‌ترین موانع گسترش کسب‌وکارهای خرد را چنین برمی‌شمرد: فقدان بخش غیردولتی نیرومند، پراکندگی مناطق تولیدی و دوری از بازار که موجب تحمیل هزینه‌های اضافی تولید می‌شود، ضعف بنیه مالی افراد که غالباً فقیر هستند، بالا بودن سود تسهیلات بانکی و نبودن کارگاه‌های مدرن و مجهز.

رودگر نژاد و کیاکجوری (۱۳۸۹) در پژوهشی با نام چالش‌ها و موانع توسعه کسب‌وکارهای خرد، مهم‌ترین راهکارهای توسعه این نوع کسب‌وکارها را چنین برشمردند: به‌کارگیری سیاست‌های تشویقی و حمایتی از صنایع کوچک به‌خصوص تولیدات خانگی، اتخاذ راهکارها و راهبردهای توسعه صادرات تولیدات خانگی، سیاست‌های حمایتی در بازاریابی، بازاریابی و تبلیغات در سطح جهانی، توسعه همه‌جانبه توانمندی‌های فنی و فناورانه از طریق برنامه‌های اجرایی در سطح کلان کشور، استفاده از شیوه‌های آموزشی جدید، تشویق و ترغیب کارآفرینان خانگی به استفاده از نوآوری و خلاقیت‌های تولید محصولات ویژه و منحصربه‌فرد، و تأمین نیازهای مالی و اعتباری از طریق تعدیل سیاست‌های مالی و پولی برای تأمین نیازهای مالی، محدودیت‌های بازرگانی، صادراتی و قوانین حقوقی.

ریفالد (۲۰۱۰) در پژوهشی با عنوان مشاغل خانگی روستایی و نقش آنها بر زندگی روستاییان به این نتیجه رسید که این مشاغل بر زندگی شخصی افراد به‌ویژه بر روی توازن کار و زندگی تأثیر مثبتی نداشتند؛ همچنین ساعت کار طولانی و نامشخص بودن زمان کاری و زندگی را از مشکلات این مشاغل بیان کرد.

مطالعات و پژوهش‌های متعددی به بررسی ابعاد مختلف کسب‌وکارها چه در حوزه کلان و چه در حوزه خرد در ایران صورت گرفته است. بررسی مهم‌ترین نظریه‌ها و البته محورهای مورد تأکید محققان مختلف در دنیا، راهکار مناسبی برای ترسیم نظری این مطالعه و بهره‌مندی از دیدگاه‌های موجود در این حوزه است. آنچه تاکنون به‌طور گسترده به آن توجه شده است مباحث مربوط به ابعاد (اجتماعی، اقتصادی، کالبدی و...) موضوع کسب‌وکارها و عوامل مرتبط با آن است و در این بین،

برخی از صاحب‌نظران داخلی و خارجی به مقوله مشاغل و عوامل مرتبط با آن توجه داشته‌اند و مباحثی پیرامون کارآفرینی، رقابت‌پذیری، بازارگرایی، مشاغل خانگی، ارائه مدل‌های توسعه‌ای و... را بررسی کرده‌اند؛ لذا وجه‌تمایز و نوآوری این پژوهش با سایر مطالعات در استفاده از رویکرد جنسیتی و درصدد اینک دیدگاه زنان و مردان به صورت مجزا در کنار هم تطبیق داده شوند، بوده است.

۴. چارچوب نظری

کسب‌وکار خرد به‌مثابه سازمانی است که اصلی‌ترین تصمیم‌ها و برنامه عملیاتی برای انتقال و جایگزینی رهبری، تحت‌تأثیر و نفوذ اعضای آن قرار دارد که این اعضا در مالکیت آن سازمان نقش اصلی بر عهده دارند (اهری، ۱۳۹۵، ص. ۵۴). توافق کمی در مورد تعریف بنگاه‌های کوچک و متوسط وجود دارد. براساس تعریف اتحادیه اروپا کسب‌وکارهای خرد، کسب‌وکارهای تولید خدماتی هستند که کارکنان آنها کمتر از ۲۵۰ نفر می‌باشند. تقسیم‌بندی بنگاه‌های کوچک و متوسط بدین‌قرار می‌باشد: بنگاه‌های خرد (۱-۹ نفر کارگر)، بنگاه‌های کوچک (۱۰-۴۹ نفر کارگر)، بنگاه‌های متوسط (۵۰-۲۴۹ نفر کارگر) (ایزدی، ۱۳۹۵، ص. ۲۵).

مبحث ساختار اجتماعی جامعه شهری از کلیدترین مباحث جامعه‌شناسی به‌خصوص جامعه‌شناسی شهری کلان است که در قالب حوزه واقعیت اجتماعی همواره موردتوجه عالمان علوم اجتماعی بوده است (ریترز، ۱۳۹۴، ص. ۸۲). پیتر بلاو در تبیین مفهوم ساختار اجتماعی در کنار طرح پارامترهای مربوط به ساختار اجتماعی از مفهوم موقعیت اجتماعی مردمان که مناسبات نقش و کنش متقابل اجتماعی افراد را تحت‌تأثیر قرار می‌دهد استفاده می‌نماید. به نظر او وقتی از ساختار اجتماعی صحبت می‌نماییم باید از انفکاک میان مردم سخن بگوییم زیرا ساختارهای اجتماعی به‌گونه‌ای مفهوم‌بندی می‌شوند که ریشه در تمایزهای اجتماعی‌ای دارند که سازنده روابط نقش و پیوستگی‌های اجتماعی آنها هستند. به تعبیری دیگر محیط‌های اجتماعی که ما در آن زندگی می‌کنیم تنها شامل مجموعه‌های اتفاقی رویدادها یا کنش‌ها نیستند. نظم‌های اساسی یا الگومندهایی در چگونگی رفتار مردم و در روابطی که با یکدیگر برقرار می‌کنند وجود دارند که مفهوم ساخت اجتماعی به این نظم‌ها اشاره دارد (گیدنز، ۱۳۷۷، ص. ۲۱) به نظر اسملسر ساختارها دلالت بر مناصب فرافردی دارند. به عبارتی واحدهای اصلی ساختار اجتماعی، نه اشخاص بلکه وجوه انتخابی رفتار متقابل اشخاص مانند نقش‌ها و سازمان اجتماعی است که اشاره

به خوشه‌های ساختاری نقش‌ها دارد.

در اهمیت اثرات کسب‌وکارهای خرد بر ساختار اجتماعی همین بس که این مشاغل به‌منزله راه‌حلی متناسب با شرایط زندگی و فردی اجتماعی می‌تواند باعث ارتقای وضعیت اجتماعی آنان شود، به‌طوری که اکثر صاحبان‌نظران بر این باورند که کار کردن در خانه، به ایجاد الگوهایی که افراد با یکدیگر برقرار می‌نمایند منتهی و سبب ارتقاء مناسبات و موقعیت اجتماعی آنها از طریق این روابط می‌شود (غلامی، ۱۳۹۱، ص. ۵)؛ همچنین متخصصان آن را مهم‌ترین راهکار توسعه در کشور حساب می‌کنند (ایزدی، ۱۳۹۵، ص. ۳۸).

در ادامه به‌صورت کلی به بررسی نظریه‌های موجود در زمینه ادبیات پژوهش که در تهیه پرسشنامه مورد استفاده قرار گرفته است، پرداخته شده است:

۴-۱. بعد آسیب اجتماعی

آسیب‌های اجتماعی هم از تعدد و هم از تنوع برخوردار است. درواقع از لحاظ سبب‌شناسی، یکی از مؤلفه‌ها یا عوامل مؤثر در حوزه‌های آسیب‌های اجتماعی موضوع اشتغال و بیکاری است. البته این به‌منزله این نیست که بیکاری تنها عامل آسیب‌های اجتماعی است و یا همه کسانی که درگیر آسیب‌های اجتماعی می‌شوند الزاماً بیکارند و آنهایی که درگیر این آسیب‌ها نمی‌شوند الزاماً شغل دارند، اما نمی‌توانیم نقش اشتغال را در پیشگیری از آسیب‌های اجتماعی نادیده بگیریم. در حقیقت اشتغال عاملی کلیدی و تأثیرگذار در پیشگیری از آسیب‌های اجتماعی است ولی تنها عامل نیست. برای سنجش رابطه کسب‌وکارهای خرد و آسیب‌های اجتماعی این نکته قابل‌توجه است که جهت اشتغال باید در فضاهایی همچون کارگاه، خانه و یا مغازه، افراد به‌کار فکری یا یدی اقتصادی مشغول باشند. اشتغال که به معنای حضور افراد جامعه در این فضاها می‌باشد از دو جهت در کاهش آسیب‌های اجتماعی تأثیرگذار است: نخست آنکه افراد در گروه‌هایی که در این فضاها ایجاد می‌شوند هویت‌یابی می‌کنند و از حمایت اجتماعی برخوردار می‌شوند. دوم آنکه فرد شاغل با حضور در این فضا به درآمد و تأمین مالی منجر می‌شود که این مسئله منزلت اجتماعی را به‌دنبال دارد و می‌تواند باعث عدم گرایش فرد شاغل به آسیب‌های اجتماعی شود.

۴-۲. بعد نظام بهداشت و درمان

بررسی مطالعات انجام شده در حوزه کسب‌وکارها و به خصوص کسب‌وکارهای خرد

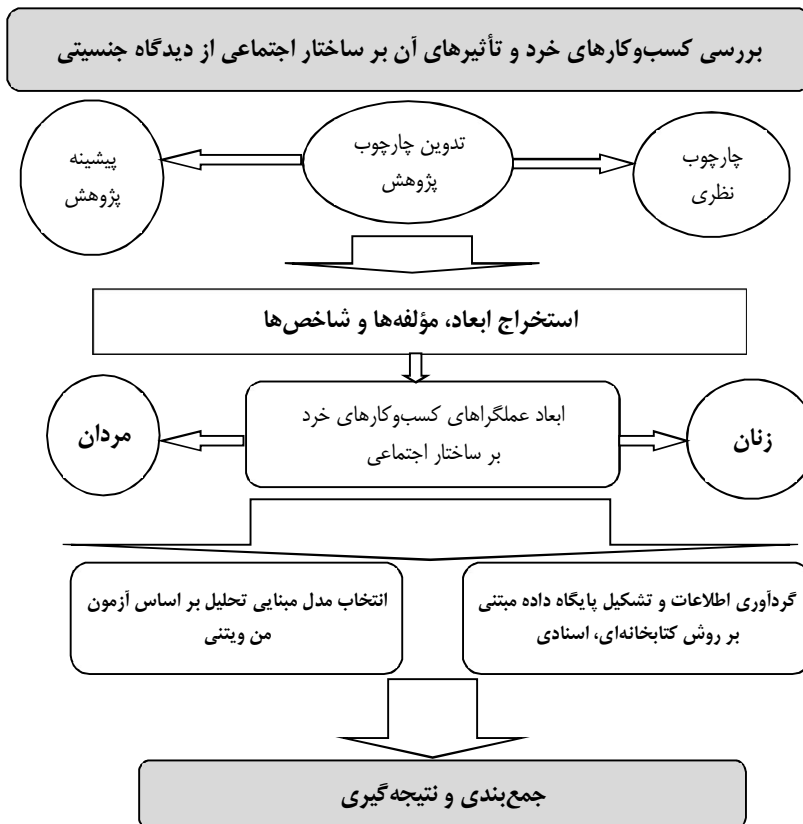
نشان می‌دهد که در غالب موارد، به‌عنوان یک ظرفیت مناسب و به‌تبع آن پیامدها و آثار زیادی برای آنان شده است. ایجاد این کسب‌وکارها موجب ارتقای عزت نفس، کسب وجهه، منزلت اجتماعی، تعامل اجتماعی و مشارکت می‌شود که از عوامل توانمندی اجتماعی می‌باشند. از لحاظ سلامت روانی، توسعه کسب‌وکارهای خرد در شهر باعث افزایش رفاه ذهنی و عینی شهریان و بالارفتن سطح زندگی آنان، افزایش اعتماد و گسترش روابط اجتماعی می‌شود که نتیجه آن توانمندی اجتماعی و روانی شهریان و بهبود نظام سلامی و بهداشت آنان می‌شود.

۴-۳. بعد مشارکت و ارتباطات

مشارکت در نواحی شهری به مفهوم سامان‌دهی رابطه متقابل انسان شهری با محیط جغرافیایی با بهره‌وری بهینه در سطوح مختلف می‌باشد. این مهم در گذشته از طریق نظام‌های همکاری گروهی در زمینه‌های مختلف اجتماعی، اقتصادی و تولید کشاورزی انجام می‌گرفت. امروزه نیز برای دستیابی به یک فرایند پایدار متکی به خود و درون‌زا، بازنگری به سازماندهی مشارکت و ارتباطات اجتناب‌ناپذیر می‌باشد. با مشخص شدن اقتصاد، انسان و محیط زیست به‌عنوان سه رکن اساسی در توسعه همه صاحب‌نظران در امر توسعه کسب‌وکار و به‌ویژه کسب‌وکارهای خرد بر مشارکت مردمی شهریان در طرح‌های توسعه اشتغال شهری بیش از گذشته پافشاری می‌کنند. این افراد همچنین توسعه مشارکت و ارتباطات را بدون داشتن درآمد و شغلی مناسب غیرممکن می‌دانند.

۴-۴. بُعد ساختار جمعیتی

هابس و همکاران (۲۰۰۹) کسب‌وکار و فرایندهای ناشی از آن را به‌عنوان یکی از علل اساسی تغییر در ساخت و کارکرد مسائل جمعیتی مطرح می‌دانند. بر اساس نظر فان کسب‌وکارهای خرد بر اسلوب جمعیت بسیار اثرگذار می‌باشد به‌نحوی که نرخ فعالیت‌های اقتصادی تحت تأثیر عواملی چون رشد کلی جمعیت، تغییرهای باروری، مرگ‌ومیر و تحولات ساختار سنی و شرایط اقتصادی و اجتماعی قرار دارد. کسب‌وکارهای خرد با ایجاد درآمد و رفاه بیشتر در خانواده در فرزندآوری بیشتر نقش مؤثر دارند.



منبع: (طراحی توسط نویسنده)

شکل (۱): مدل نظری پژوهش بر مبنای

۵. روش

پژوهش حاضر به لحاظ هدف از نوع پژوهش‌های کاربردی و به لحاظ ماهیت از نوع پژوهش‌های علی است. جامعه آماری شامل کلیه شاغلان در کسب‌وکارهای خرد استان اصفهان که عمدتاً از نوع صنایع دستی می‌باشد که بر طبق اعلام مرکز آمار ایران در آبان سال ۱۳۹۵ برابر با ۳۰۷۳۵۴ نفر بوده‌اند که از فرمول کوکران برای محاسبه حجم نمونه آماری استفاده شد که بر این اساس حجم نمونه برابر با ۳۸۴ خانوار برآورد شد که به‌طور نصف میان پاسخ‌دهندگان توزیع شد. در ادامه با استفاده از روش نمونه‌گیری احتمالی، پرسشنامه‌ها در بین ۸۷ نقطه شهری استان اصفهان که به صورت تصادفی در سال ۱۴۰۰ انتخاب شده‌اند توزیع شد. با توجه به شرایط

کروناپی، محدودیت‌هایی در گردآوری داده‌ها و دسترسی به نمونه‌ها و تکمیل پرسشنامه وجود داشت. لذا با توجه به شرایط مذکور، پرسشنامه‌ای مشتمل بر دو بخش در اختیار پاسخ‌دهندگان قرار گرفت. بخش اول مربوط به مشخصات فردی پاسخگویان شامل جنسیت، سن، میزان تحصیلات، شغل، تعداد خانوار و درآمد بود. بخش دوم مربوط به اثرات کسب‌وکارهای خرد بر ساختار اجتماعی پاسخگویان و در قالب طیف لیکرت پنج‌سطحی (خیلی کم = ۱ تا خیلی زیاد = ۵) استفاده شد. روایی صوری و محتوایی پرسشنامه با نظر اصلاحی استادان و کارشناسان دانشگاهی و پس از انجام اصلاحات لازم در چند مرحله تأیید شد. در پژوهش حاضر از روش آلفا کرونباخ برای سنجش قابلیت اعتبار ابزار اندازه‌گیری استفاده شده است. ضریب پایایی و روایی متغیرهای مورد بررسی به شرح جدول (۱) مشخص شد.

جدول (۱): مقادیر آلفا کرونباخ به تفکیک زنان و مردان

نمونه مورد مطالعه	متغیر	آلفای کرونباخ	KMO	Barttlets	Sig
مردان	عوامل اجتماعی	۰/۸۷۴	۰/۸۲۱	۰/۴۱۵/۴۳۲	۰/۰۰
زنان	عوامل اجتماعی	۰/۸۸۲	۰/۸۴۱	۱/۳۲	۰/۰۰

منبع: (یافته‌های پژوهش)

۶. یافته‌ها

۶-۱. آمار توصیفی

یافته‌های پژوهش نشان داد که جامعه آماری مورد مطالعه از نظر جنسیت، ۱۶/۴ درصد زن و ۸۳/۶ درصد مرد بودند. از نظر تحصیلات ۴۶/۷ درصد از پاسخگویان سواد خواندن و نوشتن، ۴۸/۳ درصد دارای مدرک سیکل، ۴/۲ درصد دارای دیپلم و ۰/۸ درصد دارای لیسانس بودند. میانگین سن پاسخگویان ۴۷/۷ (انحراف معیار: ۹/۵۵) سال بود که جوان‌ترین آنها ۲۰ سال و مسن‌ترین آنها ۶۱ سال داشت. اکثر پاسخ‌دهندگان که در این پژوهش مورد بررسی قرار گرفته‌اند با درصد فراوانی ۹۱/۶ متأهل و ۸/۴ درصد مجرد هستند. نتایج پژوهش گویای این مطلب است که ۳۲/۵ درصد از پاسخگویان عنوان کرده‌اند که بیمه بوده و ۶۷/۵ درصد فاقد بیمه می‌باشند.

۶-۲. آمار استنباطی

در این بخش دو فرضیه اصلی پژوهش مورد آزمون قرار گرفته است. اطلاعات مربوط

به این دو فرضیه از پرسشنامه طراحی شده استخراج شده است.

آزمون فرضیه ۱: به نظر می‌رسد کسب‌وکارهای خرد بر ساختار اجتماعی نواحی شهری استان اصفهان اثرهای مطلوب داشته باشد.

فرضیه فرعی ۱: به نظر می‌رسد کسب‌وکارهای خرد بر ساختار اجتماعی نواحی شهری از دیدگاه زنان شهری اثرهای مطلوب داشته باشد.

H0= انتظار می‌رود کسب‌وکارهای خرد بر ساختار اجتماعی نواحی شهری از دیدگاه زنان شهری اثرهای مطلوب نداشته باشد.

H1= انتظار می‌رود کسب‌وکارهای خرد بر ساختار اجتماعی نواحی شهری از دیدگاه زنان شهری اثرهای مطلوب داشته باشد.

برای بررسی همبستگی درونی و دسته‌بندی اثرات اجتماعی کسب‌وکارهای خرد در نواحی شهری استان اصفهان از دیدگاه زنان در قالب چند عامل محدود، و تعیین مقدار واریانس تبیین شده به‌وسیله هر کدام از عامل‌ها، از روش تحلیل عاملی استفاده شد. هدف از این کار، دستیابی به ابعادی است که به صورت پنهانی در مجموعه گویه‌ها وجود دارد ولی به آسانی قابل مشاهده نمی‌باشد.

آزمون KMO و بارتلت

میزان KMO و بارتلت محاسبه شده برای داده‌های مربوط به کسب‌وکارهای خرد بر ساختار اجتماعی نواحی شهری استان اصفهان از دیدگاه زنان در جدول (۲) ارائه شده است. مقدار KMO به‌دست آمده برابر با ۰/۸۴۵ است که نشان می‌دهد وضعیت داده‌ها برای تحلیل عاملی در این نواحی مناسب است. مقدار بارتلت محاسبه شده نیز برابر با ۱/۶۲ است که در سطح یک درصد معنی‌دار می‌باشد. بنابراین در کل، داده‌ها در این زمینه، جهت تحلیل عاملی مناسب هستند.

جدول (۲): میزان KMO و بارتلت محاسبه شده از دیدگاه زنان

مجموعه مورد تحلیل	اثرات کسب‌وکارهای خرد بر ساختار اجتماعی از دیدگاه زنان
مقدار KMO	۰/۸۴۵
مقدار بارتلت	۱,۶۲
سطح معنی‌داری	۰/۰۰

منبع: (یافته‌های پژوهش)

مقدار ویژه و تعیین عوامل

در پژوهش حاضر، چهار عامل که مقدار آنها بزرگ‌تر از عدد یک بود، به‌عنوان اثرهای

کسب‌وکارهای خرد بر ساختار اجتماعی نواحی شهری استان اصفهان از دیدگاه زنان استخراج شد. جدول (۳) تعداد عوامل استخراج شده، همراه با مقدار ویژه هر یک از آنها، درصد واریانس و فراوانی تجمعی درصد واریانس عوامل، ارائه شده است. نتایج نشان می‌دهد که در مناطق شهری استان اصفهان عامل اول با مقدار ویژه ۸/۰۶، بیشترین سهم (۲۶/۰۱) را در تبیین واریانس کل متغیرها دارد. در مجموع چهار عامل مذکور توانسته‌اند ۶۹/۱۳ درصد از کل واریانس متغیرها را از دیدگاه زنان تبیین کنند.

جدول (۳): نمایی از عوامل پژوهش و سهم هر یک از آنها

عامل‌ها	مقدار ویژه	درصد واریانس تبیین‌شده	درصد واریانس تجمعی
اول	۸,۰۶	۲۶,۰۱	۲۶,۰۱
دوم	۵,۰۷	۱۶,۳۶	۴۲,۳۷
سوم	۴,۳۹	۱۴,۱۸	۵۶,۵۶
چهارم	۳,۸۹	۱۲,۵۷	۶۹,۱۳

منبع: (یافته‌های پژوهش)

نام‌گذاری و چرخش عوامل

جدول (۴) مربوط به عوامل نام‌گذاری شده در مناطق شهری استان اصفهان از دیدگاه زنان، متغیرهای مربوط به هر یک از عامل‌ها و مقادیر بار عاملی هر متغیر است. با توجه به مقدار واریانس تبیین شده مربوط به عوامل مختلف، عامل اول با درصد واریانس تبیین شده ۲۶,۰۱ بیشترین سهم را از مجموع اثرهای کسب‌وکارهای خرد بر ساختار اجتماعی نواحی شهری استان اصفهان از دیدگاه زنان داشته است که به نام «آسیب‌های اجتماعی» نام‌گذاری شده و شامل متغیرهایی مانند کاهش دزدی و سرقت، کاهش جرم و بزهکاری، کاهش اعتیاد، کاهش مفاسد اخلاقی، کاهش نزاع و درگیری، کاهش طلاق، آرامش خاطر افراد شهری، کاهش ناهنجاری در خانواده است. عامل دوم به نام «نظام سلامت و بهداشت» نام‌گذاری شده و شامل متغیرهای افزایش کیفیت زندگی، افزایش امید به زندگی، تنش‌های جسمی و روانی، بهبود بهداشت و سلامت، بهبود سطح تغذیه، افزایش تعداد مراکز بهداشتی، اثر بر سلامت (امنیت غذایی، افسردگی و...) و کاهش بیماری‌ها است. سومین عامل مشخص شده «مشارکت و ارتباطات اجتماعی» است که شامل کاهش انزوای خانواده، افزایش پیوند خانوادگی، افزایش رفت‌وآمدهای محلی و خانوادگی، مشارکت سیاسی (مثل

انتخابات)، افزایش تعاون و مشارکت، افزایش تعداد مراسم مذهبی و شادی، افزایش انسجام اجتماعی است.

«ساختار جمعیتی» به عنوان چهارمین عامل از اثرهای کسب و کارهای خرد بر ساختار اجتماعی در استان اصفهان از دیدگاه زنان می باشد که اسلوب گرفتن ترکیب سنی خانواده، افزایش افراد باسواد، کاهش سن ازدواج، کاهش تعداد خانواده تک فرزندی، تمایل برای داشتن فرزند به وجود آمده است.

جدول (۴): ضریب عاملی دوران یافته شاخص های اجتماعی از دیدگاه زنان

نام عامل	متغیرها	بار عاملی
آسیب های اجتماعی	کاهش دزدی و سرقت	۰/۸۹۶
	کاهش جرم و بزهکاری	۰/۸۵۸
	کاهش اعتیاد	۰/۶۶۵
	کاهش مفاسد اخلاقی	۰/۵۹۳
	کاهش نزاع و درگیری	۰/۸۲۵
	کاهش طلاق	۰/۸۵۸
	آرامش خاطر افراد شهری	۰/۹۳۴
	کاهش ناهنجاری در خانواده	۰/۹۱۶
نظام سلامت و بهداشت	اثر بر سلامت (امنیت غذایی، افسردگی و....	۰/۹۲۸
	کاهش بیماری ها	۰/۷۸۶
	افزایش کیفیت زندگی	۰/۷۸۷
	افزایش امید به زندگی	۰/۷۲۳
	تنش های جسمی و روانی	۰/۸۳۳
	بهبود بهداشت و سلامت	۰/۷۳۴
	بهبود سطح تغذیه	۰/۸۴۰
	افزایش تعداد مراکز بهداشتی	۰/۶۰۳
مشارکت و ارتباطات اجتماعی	کاهش انزای خانواده	۰/۸۴۶
	افزایش پیوند خانوادگی	۰/۷۸۴
	افزایش رفت و آمدهای محلی و خانوادگی	۰/۸۸۵
	مشارکت سیاسی (مثل انتخابات)	۰/۸۷۳

نام عامل	متغیرها	بار عاملی
	افزایش تعاون و مشارکت	۰/۸۰۱
	افزایش تعداد مراسم مذهبی و شادی	۰/۸۱۲
	افزایش انسجام اجتماعی	۰/۸۶۴
ساختار جمعیتی	اسلوب گرفتن ترکیب سنی خانواده	۰/۹۶۴
	افزایش افراد باسواد	۰/۹۰۸
	کاهش سن ازدواج	۰/۹۰۰
	کاهش تعداد خانواده تک‌فرزند	۰/۸۴۰
	تمایل برای داشتن فرزند	۰/۹۳۲

فرضیه فرعی ۲: به نظر می‌رسد کسب‌وکارهای خرد بر ساختار اجتماعی نواحی شهری استان اصفهان از دیدگاه مردان اثرات مطلوب داشته باشد.

H0= انتظار می‌رود کسب‌وکارهای خرد بر ساختار اجتماعی نواحی شهری استان اصفهان از دیدگاه مردان اثرهای نامطلوب داشته باشد.

H1= انتظار می‌رود کسب‌وکارهای خرد بر ساختار اجتماعی نواحی شهری استان اصفهان از دیدگاه مردان اثرهای مطلوب داشته باشد.

برای بررسی و آزمون فرضیه فوق نیز از روش تحلیل عاملی بهره گرفته شده است. نتایج این نوع تحلیل بر اساس تعدادی جدول در زیر آورده شده است.

آزمون KMO و بارتلت

میزان KMO و بارتلت محاسبه شده برای داده‌های مربوط به کسب‌وکارهای خرد بر ساختار اجتماعی نواحی شهری استان اصفهان از دیدگاه مردان در جدول (۵) ارائه شده است. مقدار KMO به دست آمده برابر با ۰/۸۵۴ بوده که نشان می‌دهد وضعیت داده‌ها برای تحلیل عاملی در این مناطق مناسب است. مقدار بارتلت محاسبه شده نیز برابر با ۱,۴۵ است که در سطح یک درصد معنی‌دار می‌باشد. بنابراین در کل، داده‌ها در این زمینه، جهت تحلیل عاملی مناسب هستند.

جدول (۵): میزان KMO و بارتلت محاسبه شده از دیدگاه مردان

مجموعه مورد تحلیل	اثرات کسب‌وکارهای خرد بر ساختار اجتماعی از دیدگاه مردان
مقدار KMO	۰/۸۵۴
مقدار بارتلت	۱,۴۵
سطح معنی‌داری	۰/۰۰

منبع: (یافته‌های پژوهش)

مقدار ویژه و تعیین عوامل

از دیدگاه مردان، تعداد ۵ عامل که مقدار آنها بزرگ‌تر از عدد یک بود، به عنوان اثرات کسب‌وکارهای خرد بر ساختار اجتماعی نواحی شهری استان اصفهان استخراج گردید. جدول (۶) تعداد عوامل استخراج شده، همراه با مقدار ویژه هر یک از آنها، درصد واریانس و فراوانی تجمعی درصد واریانس عوامل، ارائه شده است. نتایج نشان می‌دهد که در مناطق شهری استان اصفهان عامل اول با مقدار ویژه ۷/۴۴، بیشترین سهم (۲۴/۰۲) را در تبیین واریانس کل متغیرها دارد. در مجموع چهار عامل مذکور توانسته‌اند ۶۵/۹۹ درصد از کل واریانس متغیرها را از دیدگاه مردان تبیین کنند.

جدول (۶): نمایشی از عوامل پژوهش و سهم هر یک از آنها

عامل ها	مقدار ویژه	درصد واریانس تبیین شده	درصد واریانس تجمعی
اول	۷,۴۴	۲۴,۰۲	۲۴,۰۲
دوم	۵,۰۶	۱۶,۲۳	۴۰,۳۵
سوم	۴,۱۳	۱۳,۲۹	۵۳,۶۹
چهارم	۳,۸۱	۱۲,۲۹	۶۵,۹۹

منبع: (یافته‌های پژوهش)

نام‌گذاری و چرخش عوامل

جدول (۷) مربوط به عوامل نام‌گذاری شده در مناطق شهری استان اصفهان از دیدگاه مردان، متغیرهای مربوط به هر یک از عامل‌ها و مقادیر بار عاملی هر متغیر است. با توجه به مقدار درصد واریانس تبیین شده مربوط به عوامل مختلف، عامل اول با درصد واریانس تبیین شده ۲۴,۰۲ بیشترین سهم خود را از مجموع عوامل مربوط به اثرهای کسب‌وکارهای خرد بر ساختار اجتماعی نواحی شهری استان اصفهان از دیدگاه مردان داشته است که به نام «نظام بهداشت و درمان» نام‌گذاری

شده و شامل متغیرهایی مانند اثر بر سلامت (امنیت غذایی، افسردگی و...)، کاهش بیماری‌ها، افزایش کیفیت زندگی، افزایش امید به زندگی، تنش‌های جسمی و روانی، بهبود بهداشت و سلامت، بهبود سطح تغذیه، افزایش تعداد مراکز بهداشتی است. عامل دوم به نام «مشارکت و ارتباطات اجتماعی» است که شامل کاهش انزوای خانواده، افزایش پیوند خانوادگی، افزایش رفت‌وآمدهای محلی و خانوادگی، مشارکت سیاسی (مثل انتخابات)، افزایش تعاون و مشارکت، افزایش تعداد مراسم مذهبی و شادی، افزایش انسجام اجتماعی است.

سومین عامل مربوط به اثرات کسب‌وکارهای خرد بر ساختار اجتماعی «آسیب‌های اجتماعی» نام‌گذاری شده و شامل متغیرهای کاهش دزدی و سرقت، کاهش طلاق، کاهش نزاع و درگیری، کاهش اعتیاد، کاهش مفاسد اخلاقی، کاهش جرم و بزهکاری، کاهش طلاق است.

«ساختار جمعیتی» به‌عنوان چهارمین عامل از اثرات کسب‌وکارهای خرد بر ساختار اجتماعی در مناطق شهری استان اصفهان از دیدگاه مردان می‌باشد که به‌دنبال آن اسلوب گرفتن ترکیب سنی خانواده، افزایش افراد باسواد، کاهش سن ازدواج، کاهش تعداد خانواده تک‌فرزند، تمایل برای داشتن فرزند به‌وجود آمده است. بر این اساس می‌توان گفت کسب‌وکارهای خرد دارای اثرهای مطلوبی به صورت نظام بهداشت و درمان، مشارکت و ارتباطات اجتماعی، آسیب‌های اجتماعی و ساختار جمعیت بر ساختار اجتماعی از دیدگاه مردان می‌باشد. بنابراین فرض پژوهش مبنی بر اثر مطلوب کسب‌وکارهای خرد بر ساختار اجتماعی نواحی شهری از دیدگاه مردان مورد تأیید قرار می‌گیرد و فرض صفر رد می‌شود.

جدول (۷): ضریب عاملی دوران یافته شاخص‌های اجتماعی از دیدگاه مردان

نام عامل	متغیرها	بار عاملی
نظام سلامت و بهداشت	اثر بر سلامت (امنیت غذایی، افسردگی و...)	۰/۹۱۸
	کاهش بیماری‌ها	۰/۷۸۲
	افزایش کیفیت زندگی	۰/۷۷۷
	افزایش امید به زندگی	۰/۷۱۷
	تنش‌های جسمی و روانی	۰/۸۲۴
	بهبود بهداشت و سلامت	۰/۷۴۲
	بهبود سطح تغذیه	۰/۸۳۸

نام عامل	متغیرها	بار عاملی
	افزایش تعداد مراکز بهداشتی	۰/۶۰۸
مشارکت و ارتباطات اجتماعی	کاهش انزای خانواده	۰/۸۴۵
	افزایش پیوند خانوادگی	۰/۷۸۴
	افزایش رفت‌وآمدهای محلی و خانوادگی	۰/۸۸۵
	مشارکت سیاسی (مثل انتخابات)	۰/۸۷۳
	افزایش تعاون و مشارکت	۰/۸۰۱
	افزایش تعداد مراسم مذهبی و شادی	۰/۸۱۲
	افزایش انسجام اجتماعی	۰/۸۶۳
	کاهش دزدی و سرقت	۰/۸۷۶
آسیب‌های اجتماعی	کاهش طلاق	۰/۸۵۸
	کاهش نزاع و درگیری	۰/۵۲۲
	کاهش اعتیاد	۰/۷۸۰
	کاهش مفاسد اخلاقی	۰/۸۲۲
	کاهش جرم و بزهکاری	۰/۹۱۲
	کاهش طلاق	۰/۵۵۳
	اسلوب گرفتن ترکیب سنی خانواده	۰/۹۵۹
ساختار جمعیتی	افزایش افراد باسواد	۰/۸۶۴
	کاهش سن ازدواج	۰/۸۹۵
	کاهش تعداد خانواده تک‌فرزند	۰/۸۳۵
	تمایل برای داشتن فرزند	۰/۹۰۷

منبع: (یافته‌های پژوهش)

فرضیه ۲: بین زنان و مردان از نظر اثرهای کسب‌وکارهای خرد بر ساختار اجتماعی تفاوت معنی‌داری وجود دارد.

H0 = انتظار می‌رود بین زنان و مردان از نظر اثرهای کسب‌وکارهای خرد بر ساختار اجتماعی تفاوت معنی‌داری وجود نداشته باشد.

H1 = انتظار می‌رود بین زنان و مردان از نظر اثرهای کسب‌وکارهای خرد بر ساختار اجتماعی تفاوت معنی‌داری وجود داشته باشد.

نتایج جدول (۸) نشان می‌دهد که بین زنان و مردان مورد مطالعه از نظر اثر بر سلامت (امنیت غذایی، افسردگی و...)، کاهش بیماری‌ها، افزایش کیفیت زندگی، افزایش امید به زندگی، تنش‌های جسمی و روانی، بهبود بهداشت و سلامت، بهبود سطح تغذیه، کاهش انزوای خانواده، مشارکت سیاسی (مثل انتخابات)، کاهش نزاع و درگیری، کاهش مفاسد اخلاقی، کاهش جرم و بزهکاری، کاهش طلاق، اسلوب گرفتن ترکیب سنی خانواده، افزایش افراد باسواد، کاهش سن ازدواج، کاهش تعداد خانواده تک‌فرزند و تمایل برای داشتن فرزند تفاوت معنی‌داری وجود دارد. یعنی افراد مورد مطالعه در زمینه این نوع اثرهای کسب‌وکارهای خرد بر ساختار اجتماعی نواحی شهری اتفاق نظر نداشتند. بر اساس میانگین رتبه‌ای موجود در جدول (۸) کسب‌وکارهای خرد بر ساختار اجتماعی نواحی شهری استان اصفهان از دیدگاه زنان دارای اثرهای مطلوب بیشتری بوده است. علاوه بر این بین دو گروه زنان و مردان از نظر سایر شاخص‌های اجتماعی اختلاف معنی‌داری وجود دارد. این شاخص‌ها عبارت‌اند از: افزایش تعداد مراکز بهداشتی، افزایش تعاون و مشارکت، افزایش تعداد مراسم مذهبی و شادی، افزایش انسجام اجتماعی، کاهش دزدی و سرقت، کاهش طلاق، کاهش اعتیاد، افزایش رفت‌وآمدهای محلی و خانوادگی. در واقع می‌توان گفت کسب‌وکارهای خرد اثرات اجتماعی مشابهی از دیدگاه دو گروه مردان و زنان داشته است؛ بنابراین می‌توان گفت فرض تحقیق مبنی بر وجود تفاوت معنی‌دار بین دو گروه زنان و مردان تنها در برخی از شاخص‌ها مورد تأیید قرار گرفته است و در برخی موارد فرض صفر تأیید شده است.

جدول (۸): مقایسه اثرهای کسب‌وکارهای خرد بر ساختار اجتماعی در بین مردان و زنان

متغیرها	میانگین رتبه‌ای		من ویتنی	sig
	مردان	زنان		
اثر بر سلامت (امنیت غذایی، افسردگی و...)	۲۴۶/۴۵	۱۷۵/۱	۸/۱۴	۰/۰۰
کاهش بیماری‌ها	۲۴۱/۴۷	۱۷۴/۱۴	۹/۸	۰/۰۰
افزایش کیفیت زندگی	۲۰۱	۱۸۹/۱۸	۱/۲۰	۰/۳۳۸
افزایش امید به زندگی	۲۴۱/۲۴	۱۸۰/۱۸	۹/۱۹	۰/۰۰۱
تنش‌های جسمی و روانی	۲۰۵/۲۰	۱۸۷/۱۴	۱/۳۰	۰/۲۴۲
بهبود بهداشت و سلامت	۱۸۸/۱۰	۱۹۰/۱۷	۱/۳۳	۰/۴۳۰

متغیرها	میانگین رتبه‌ای		من ویتنی	sig
	مردان	زنان		
بهبود سطح تغذیه	۱۷۸/۱۷	۲۶۶/۲۶	۹/۸	۰/۰۰
افزایش تعداد مراکز بهداشتی	۱۹۸/۰۰	۱۹۳/۹۳	۱/۱	۰/۹۸۵
کاهش انزای خانواده	۱۶۲/۱۰	۲۴۷	۱۳/۱	۰/۰۰
افزایش پیوند خانوادگی	۱۹۷/۱	۱۹۸	۱/۱۹	۰/۷۵۱
افزایش رفت‌وآمدهای محلی و خانوادگی	۱۷۷/۸	۱۷۵/۵	۱/۱۳	۰/۶۴۵
مشارکت سیاسی (مثل انتخابات)	۱۸۲/۱	۲۵۱/۱	۷/۸	۰/۰۰
افزایش تعاون و مشارکت	۱۸۸/۱۸	۱۹۰/۱۹	۱/۱۱	۰/۷۱۱
افزایش تعداد مراسم مذهبی و شادی	۱۹۰/۱۱	۱۹۲/۱۷	۱/۳۰	۰/۷۱۶
افزایش انسجام اجتماعی	۱۹۸/۱۳	۱۹۶/۱۰	۱/۱۱	۰/۸۱۴
کاهش دزدی و سرقت	۱۷۷/۷۸	۱۷۶/۱۷	۱/۱۳	۰/۶۵۱
کاهش طلاق	۱۸۴/۱۹	۲۰۴/۲۴	۱/۲۱	۰/۶۹۵
کاهش نزاع و درگیری	۲۰۱/۴۹	۱۸۷/۲۳	۱/۳۰	۰/۲۴۱
کاهش اعتیاد	۱۸۹	۱۹۰/۱۵	۱/۳۳	۰/۵۱۲
کاهش مفاسد اخلاقی	۱۸۸/۱۸۹	۱۹۳/۱۷	۱/۳۵	۰/۴۵۷
کاهش جرم و بزهکاری	۲۲۲/۹۳	۱۷۸/۳۵	۸/۱۹	۰/۰۰
کاهش طلاق	۲۲۰/۸۲	۱۷۸/۸۹	۱/۱۰	۰/۰۰
اسلوب گرفتن ترکیب سنی خانواده	۲۱۸	۱۸۴/۱۸	۱/۱۰	۰/۱۴۱
افزایش افراد باسواد	۲۰۱/۲	۱۸۶/۲۶	۱/۳۶	۰/۲۸
کاهش سن ازدواج	۲۲۰/۲۵	۱۷۵/۱۸	۱/۹۰	۰/۱۴۲
کاهش تعداد خانواده تک‌فرزند	۱۹۷/۱	۱۹۴/۴۵	۱/۴۷	۰/۴۵۷
تمایل برای داشتن فرزند	۲۴۵/۵۵	۱۷۱/۹۵	۸/۵۳	۰/۰۰

منبع: (یافته‌های پژوهش)

نتیجه‌گیری

مطالعه حاضر با هدف بررسی کسب‌وکارهای خرد و تأثیر آن بر ساختار اجتماعی از دیدگاه جنسیتی با رویکرد تحلیل عاملی و استفاده از آزمون من ویتنی در مناطق شهری استان اصفهان انجام گرفت، تأثیر کسب‌وکارهای خرد ساختار اجتماعی با تعریف چهار عامل اجتماعی آسیب‌های اجتماعی، نظام سلامت و بهداشت، مشارکت و ارتباطات اجتماعی و ساختار جمعیتی به‌عنوان مقیاس‌هایی برای کسب‌وکارهای خرد در نظر گرفته شد. نتایج حاصل از تحلیل عاملی نشان داد که کسب‌وکارهای خرد دارای اثرهای مطلوب بر ساختار اجتماعی نواحی شهری استان اصفهان بوده است. ماهیت این عوامل از دیدگاه زنان و مردان تا حدودی یکسان بوده، به‌طوری‌که هر یک از آنها، از تعدادی متغیر تقریباً مشابه تشکیل شده‌اند، اما از دو دیدگاه زنان و مردان، ترتیب اهمیت عوامل متفاوت است. از دیدگاه زنان ۴ عامل به‌دست آمده به ترتیب عبارت‌اند از: آسیب‌های اجتماعی، نظام سلامت و بهداشت، مشارکت و ارتباطات اجتماعی و ساختار جمعیتی و از دیدگاه مردان با کمی تفاوت این ۴ عامل عبارت‌اند از: نظام سلامت و بهداشت، مشارکت و ارتباطات اجتماعی، آسیب‌های اجتماعی و ساختار جمعیتی.

بر اساس نتایج تحلیل عاملی مهم‌ترین اثر کسب‌وکارهای خرد بر ساختار اجتماعی نواحی شهری استان اصفهان آسیب اجتماعی و نظام بهداشت و سلامت است. کسب‌وکارهای خرد منجر به کاهش مشکلات بی‌شمار ساکنان شهری می‌شود به‌طوری‌که آنان با تولید انواع کالاها در محیط خانه، با افزایش درآمد و تولید مواجه می‌شوند. در نتیجه با توجه به بهبود معیشت خانوار و همچنین افزایش سرمایه، زمینه‌های اعتبار مالی و خانواده فراهم شده که باعث تقویت بنیه اقتصادی خانواده می‌گردد. مسلماً تقویت بنیه اقتصادی خانوار رابطه مستقیمی با کاهش دزدی و سرقت، کاهش جرم و بزهکاری، کاهش اعتیاد، کاهش مفاسد اخلاقی، کاهش نزاع و درگیری، کاهش طلاق دارد. وقتی رفاه و معیشت و بنیه اقتصادی خانواده بهبود یابد اولین اثر خود را در ارتقاء وضعیت بهداشت و سلامت خانواده می‌گذارد، به‌طوری‌که به کاهش اضطراب و کاهش بیماری‌های مرتبط با اضطراب می‌انجامد.

نتایج حاصل از پژوهش حاضر با نتایج پژوهش سعیدی مبارکه (۱۳۹۳) که به بررسی عوامل مؤثر بر توسعه کسب‌وکار در حوزه کسب‌وکارهای خرد بر ساختارهای اجتماعی و اقتصادی بر اساس مدل PEST (مطالعه موردی: شهر اصفهان) پرداخته،

همسو است که مهم‌ترین عواملی که باعث تأثیر بر کسب‌وکارهای خرد بر ساختار اجتماعی می‌شود، می‌توان به موارد کاهش سرقت و بزه در جامعه و افزایش امنیت اشاره کرد. در این پژوهش عوامل محدودی را مورد بررسی قرار داده است.

عامل دیگر به‌دست آمده از تحلیل عاملی اثرات کسب‌وکارهای خرد بر ساختار اجتماعی افزایش مشارکت هم از دیدگاه زنان و هم مردان بوده است. بروز اثرهای کسب‌وکارهای خرد منجر به افزایش رونق اقتصادی در خانوارهای شهری شده و تقویت بنیه مالی و افزایش درآمد بر مشارکت شاغلان تأثیرهای مطلوبی داشته است. نتیجه مصاحبه با تعدادی از شاغلان نشان داد که تعداد برگزاری و نحوه برگزاری مراسم مذهبی تغییر نموده و به گفته آنها تعداد مراسم عروسی مرتبط با معیشت خانواده تعیین می‌شود. مسلم است هر قدر تعداد خانواده‌های دارای شرایط اقتصادی خوب افزایش یابد تعداد مراسم و به تبع آن مشارکت آنها نیز افزایش می‌یابد که این در سایه کسب‌وکارهای خرد می‌تواند محقق شود. در برخی از شهرها افزایش روابط اجتماعی و افزایش مشارکت که اغلب ناشی از بهبود معیشت خانوار است، منجر به کاهش تدریجی ناهنجاری‌های درون خانواده می‌شود که این امر در استحکام بنای زیربنای خانواده مؤثر است.

عامل دیگری که در ساختار اجتماعی مؤثر است تغییر ساختار جمعیتی می‌باشد. این عامل هم از دیدگاه زنان و هم از دیدگاه مردان به‌عنوان عامل چهارم می‌باشد. یکی از مؤلفه‌های تعیین‌کننده بر ساختار اجتماعی جوامع شهری، مؤلفه جمعیت و تغییرات صورت گرفته بر روی آن است. بر اثر کسب‌وکارهای خرد و تقویت اقتصاد شهری، و به‌دنبال کاهش بحران اقتصادی، بحران‌های اجتماعی نیز کاهش می‌یابد. کسب‌وکارهای خرد با برطرف کردن بیکاری سرپرستان خانواده و جوانان شهری مصادف شده و بقای خانوارها را سبب می‌شود. در این راستا عامل تغییر ساختار جمعیتی معرف پاسخ‌های افراد به کسب‌وکارهای خرد است که در جریان شکوفایی آن، ترکیب سنی خانواده، به نفع ماندگاری جوانان و ماندگاری زنان شهری تغییر یافته است. علاوه‌براین میزان باروری زوج‌های جوان افزایش یافته و زمان بچه‌داری به موقع انجام می‌شود. در خانواده‌های که وضعیت مالی خوبی دارند دارای فرزندان بیشتر می‌باشند. به گفته پاسخگویان مورد مصاحبه، کسب‌وکارهای خرد و افزایش درآمد و افزایش اشتغال اعتبار مردان شهری را افزایش داده است. آنها اظهار داشته‌اند فاصله بین مراسم عقد و عروسی کاهش یافته و اعتبار خانواده داماد که کاهش فاصله بین عقد و عروسی بوده را افزایش داده است.

نتایج مقایسه آزمون من ویتنی نشان داد که تفاوت معنی‌داری بین دو دیدگاه زنان و مردان در زمینه تأثیر کسب‌وکارهای خرد بر ساختار اجتماعی وجود دارد. میانگین رتبه‌ای به‌دست آمده نشان داد که اثر مثبت و مطلوب کسب‌وکارهای خرد از دیدگاه زنان بیشتر بوده است.

بر اساس نتایج به‌دست آمده می‌توان پیشنهادهای زیر را ارائه نمود:

- ۱- باید حمایت‌های مالی دولتی برای ایجاد کسب‌وکارهای خرد صورت گیرد، تا وضعیت درآمد افراد درگیر در سطح مطلوبی قرار گیرد که این امر می‌تواند در کاهش آسیب‌های اجتماعی بسیار مؤثر باشد.
- ۲- تلاش شود قوانین جامع در ابعاد مختلف نسبت به شرایط جسمی و روحی افراد درگیر ایجاد و در سطح جامعه آموزش داده شود و تلاش‌های فرهنگی لازم از سطح مدارس برای ایجاد دیدگاه متناسب برای اشتغال افراد فراهم شود.
- ۳- دوره‌های آموزشی برای ترویج کسب‌وکارهای خرد برگزار شود تا سبب دانش‌افزایی و حمایت از افراد کارآفرین کسب‌وکارهای خرد شود تا در پرتو آن نقش مشارکت شهریان افزایش یابد.
- ۴- استفاده از ظرفیت دانشگاهی در جهت بهبود تلفیق آموزش‌های رسمی و غیررسمی در جهت توسعه کسب‌وکارهای خرد.
- ۵- برندسازی محصولات تولیدی در راستای بهبود تولید.

فهرست منابع

- احمدی، عاطفه و افراسیابی، عبدالرسول (۱۳۹۶). *بررسی عوامل مؤثر بر گسترش تعاونی مشاغل خانگی*. دومین کنفرانس اقتصاد، مدیریت و حسابداری، تهران.
- اهری، زهرا (۱۳۹۵). *تأملی بر ساختار و چگونگی پیدایش آن*. دو فصلنامه *فیروز اسلام*، ۲(۲)، ۴۵-۶۹.
- ایزدی، بنت‌الهدی؛ رضائی‌مقدم، کورش و اسداله‌پور، علی (۱۳۹۵). *سازه‌های مؤثر و موانع تحقق توسعه کارآفرینی در کسب‌وکارهای خرد بخش کشاورزی در مناطق شهری شیراز*. *علوم ترویج و آموزش کشاورزی*، ۱۲(۱)، ۳۹-۵۱.
- تقی‌بیگی، معصومه؛ آگهی، حسین و میرک‌زاده، علی‌اصغر (۱۳۹۳). *بررسی موانع و راهکارهای مناسب توسعه کسب‌وکارهای خرد شهری شهرستان اسلام‌آباد غرب*.

پژوهش‌های شهری، ۵(۲)، ۲۸۳-۳۱۰.

دادورخانی، فضیله (۱۳۹۲). چالش‌های توسعه شهری و اشتغال زنان. *تحقیقات جغرافیایی*، ۳۸(۵۵)، ۱۷۷-۱۸۸.

رودگر نژاد، فروغ و کیاکجوری، کریم (۱۳۸۹). *چالش‌ها و موانع توسعه کسب‌وکارهای خرد*. اولین همایش ملی توسعه کسب‌وکارهای خرد، تهران.

ریترز، ج. (۱۳۹۴). *مبانی نظریه جامعه‌شناسی معاصر و ریشه‌های کالسیک آن*. تهران: چاپ ثالث.

سالنامه آماری استان اصفهان (۱۳۹۵). اصفهان: سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان اصفهان، معاونت آمار و اطلاعات.

سعیدی مبارکه، آرزو (۱۳۹۳). *عوامل مؤثر بر توسعه کسب‌وکار زنان در حوزه کسب‌وکارهای خرد بر اساس مدل PEST (مطالعه موردی: شهر اصفهان)*. (پایان‌نامه کارشناسی ارشد). دانشگاه سیستان و بلوچستان، دانشکده مدیریت و حسابداری، سیستان و بلوچستان، ایران.

سلامی، حسین و انصاری، مهدی (۱۳۹۵). نقش کشاورزی در ایجاد اشتغال و توزیع درآمد. *مجله اقتصاد و توسعه کشاورزی*، ۴۰(۳)، ۱-۲۰.

غلامی، نادر (۱۳۹۱). بررسی عوامل مؤثر بر راه‌اندازی کسب‌وکار خرد و ارائه الگوی آن در شهر تهران. *ماهنامه کار و جامعه*، ۱۴۳(۱)، ۴-۱۸.

قدیری معصوم، مجتبی؛ برقی، حمید؛ جمینی، داود و جمشیدی، علیرضا (۱۳۹۳). وضعیت اشتغال در مناطق شهری ایران طی سال‌های ۱۳۸۵-۱۳۳۵ (مطالعه موردی: مناطق شهری استان اصفهان). *پژوهش‌های جغرافیایی انسانی*، ۴۶(۲)، ۳۷۹-۳۹۸.

گیدنز، آ. (۱۳۹۲). *چکیده آثار گیدنز*. تهران: چاپ فقنوس.

وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی (۱۳۹۸).

- AltenBurg, T. & Meyer-Stamer, J. (1999). How to promote clusters: policy experiences from Latin America. *World Development*, 27(3): 1693-1714.
- Çelik, M. & Tatar, M. (2011). Employment-unemployment Issues and Solution Suggestions Adiyaman Example. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 3(2), 1211- 1226.
- Cooper, R. & Goby, V.P. (1999). *Famale business owner Singapore and else where: areview of studies*. Journal of small business management, 37.
- Rayfield, J. & Croom, B. (2010). Program needs of middle school agricultural education teachers: A Delphi Study. *Journal of Agricultural Education*, 51(4), 131-141.

Reference

- Ahmadi, A. Afrasiabi, A. (2016). Investigating factors affecting the expansion of home business cooperatives, the second economics, management and accounting conference, Tehran. (In Persian)
- Ahri, Zahra (2015). A reflection on the structure and how it came about, Firoz Islam Quarterly, 2(2), 45-69. (In Persian)
- AltenBurg, T. Meyer-Stamer, J. (1999). How to promote clusters: policy experiences from Latin America, World Development, 27(3), 1693-1714.
- Barrows, R. L. and Bromley, D.W. (1975). Employment Impacts of the Economic Development, Administration's Public Works Program, American Journal of Agricultural Economics, 75(1), 46-54.
- Cali, M., and Menon, C. (2013). Does Urbanization Affect Rural Poverty? Evidence from Indian Districts, The World Bank Economic Review, 27(2), 171-201.
- Cooper, R. & Goby, V.P. (1999). Female business owner Singapore and else where: a review of studies, Journal of small business management, 37.
- Çelik, M., and Tatar, M. (2011). Employment-unemployment Issues and Solution Suggestions Adiyaman Example, Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business, Vol. 3, No. 2, PP. 1211- 1226.
- Dadvarkhani, F., 2006, Challenges of Rural Development and Women's Employment, Geographical Research. 38(55): 171-188. (In Persian)
- Edwards, M. and Haines, A. (2007). Evaluating Smart Growth: Implications For Small Communities, Journal Of Planning Education And Research, 49-64.
- Ghadiri Masoom, M., Barghi, H., Jamini, D., & Jamshidi, A. (2014). The Employment Situation in Rural Areas of Iran during 1956-2006 (Case Study: Rural Areas of Isfahan Province). Human Geography Research, 46(2), 379-398. doi: 10.22059/jhgr.2014.51569. (In Persian)
- Ghanbari, Y., Hajarian, A., Ansari, R., & Kiani, F. (2012). Encouraging and discouraging factors for rural women participation in agricultural activities, (case study: Fereidoonshahr County). Journal of Research and Rural Planning, 1(2), 71-87. doi: 10.22067/jrrp.v1i2.16805. (In Persian)
- Gholami, Nader (2013). investigation of the factors affecting the establishment of small businesses and presenting its model in Tehran, Work and Society Monthly, 143(1), 18-4. (In Persian)
- Habbershon, T. Pistrui, J. and McGrann, M. (2006). Enterprising Families: Mindset and Methods for Wealth Acceleration in a Dynamic Marketplace. Journal of Rural Studies.
- Kamete A., Tostensen A, and Tvedten I. (2001). From Global Village to Urban Globe, Urbanization and Poverty in Africa, Implication for Norwegian Aid Policy, Report 2001: 2

- <http://Cmi.No/Pdf/?File=/Publications/2001/Rep/R2001-2pdf?> (January 2011).
- Izadi, B. H., Rezaei Moghaddam, K., & Asadollahpour, A. (2016). Influencing Factors and Obstacles for Accomplishing Entrepreneurship Development in Agricultural Home-Based Businesses in Villages of Shiraz. *Iranian Agricultural Extension and Education Journal*, 12(1), 39-51. (In Persian)
- Mambula, Ch. (2002). Perceptions of SME Growth Constraints in Nigeria. *Journal of Small Business Management*. 1(1), 58-65.
- Taghibaygi, M., Agahi, H., & Mirakzadeh, A. A. (2014). A Study of Barriers and Suitable Solution in Development of Rural Household Jobs from the Perspective of Rural Women and Expert in the City of West Islamabad. *Journal of Rural Research*, 5(2), 283-310. doi: 10.22059/jrur.2014.52472. (In Persian)
- Rayfield, J. and Croom, B. 2010, Program needs of middle school agricultural education teachers: A Delphi Study, *Journal of Agricultural Education*, 51(4), 131-141.
- Roberts, N. (2004). Public deliberation in an age of direct citizen participation. *American Review of Public Administration*, 34(3), 315-353.
- Rodgar Nejad, Forough, Kiakjuri, Karim, 1389, Challenges and obstacles to the development of small businesses, the first national conference on the development of small businesses, Tehran, 135-143. (In Persian)
- Saidi Mubarak, Arzoo, (2013). Factors affecting the development of women's business in the field of small businesses based on the PEST model (case study: Isfahan city), Master's thesis, University of Sistan and Baluchistan, Faculty of Management and Accounting. (In Persian)
- Salami, H., & Ansari, V. (2009). The Role of Agriculture in Job Creation and Income Distribution: A path Decomposition Analysis. *Iranian Journal of Agricultural Economics and Development Research*, 2-40(3), 12-19. (In Persian)
- Seymour, N. (2001). "Women Entrepreneurs in the developing world". August Cuffman center for entrepreneurial leadership Digest number 01.
- Walter, P. (2006). introduction to the special issue toward building women's Entrepreneurship, Theory & practice, Paris. OEC.
- Werts, C. E., Linn, R. L., & Joreskog, K. G. (1974). Interclass reliability estimates: Testing structural assumptions. *Education and Psychological Measurement*, (34), 25-33.

تحلیل آسیب‌ها و مخاطره‌های رسانه اجتماعی اینستاگرام

پرنیا رضی‌پور

دانش‌آموخته دکتری جامعه‌شناسی، دانشگاه آزاد اسلامی تهران مرکز، تهران، ایران.
parniya641@gmail.com

چکیده

هدف مطالعه حاضر تحلیل آسیب‌ها و مخاطره‌های رسانه اجتماعی اینستاگرام در ایران است. این پژوهش با استفاده از روش گرند تئوری به بازسازی معنایی آسیب‌شناسی شبکه اجتماعی اینستاگرام بر اساس مصاحبه با مطلعین کلیدی و مشاهده صفحه‌های اینستاگرامی می‌پردازد. مهم‌ترین سؤال‌های محوری پژوهش این است که کدام مدل نظری آسیب‌های شبکه اجتماعی اینستاگرام را از دیدگاه مطلعین کلیدی تبیین می‌کند؟ چه عواملی باعث ایجاد آسیب‌ها در شبکه اجتماعی اینستاگرام شده است؟ نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که آزادی موجود در شبکه اجتماعی اینستاگرام موجب شده تا برخی از صاحبان صفحه‌های مختلف اینستاگرامی برای جذب دنبال‌کننده از شیوه‌های غیراخلاقی و نامتعارف بهره‌گیرند، به گونه‌ای که انتشار این نوع رفتارها موجب لطمه به پیکره فرهنگ خواهد شد. همچنین نتایج این پژوهش نشان می‌دهد، عواملی نظیر ضعف نظام آموزشی، فقدان سرگرمی مناسب و ضعف قوانین نقش مؤثری در ایجاد این پدیده داشتند.

کلیدواژه‌ها: رسانه‌های اجتماعی، اینستاگرام، راهبرد داده‌بنیاد، آسیب‌های فرهنگی، لطمه فرهنگی.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۶/۰۴ تاریخ بازبینی: ۱۴۰۱/۰۴/۲۷ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۶/۲۲
فصلنامه راهبرد اجتماعی فرهنگی، سال ۱۲، شماره ۱، پیاپی ۴۶، بهار ۱۴۰۲، صص ۱۷۳-۲۰۰

مقدمه و بیان مسئله

شبکه‌های اجتماعی نظیر اینستاگرام^۱ علاوه بر ایجاد فرصت‌ها^۲ دارای تهدیدهایی هستند که منجر به آسیب‌های متفاوتی بر روی نگرش افراد و فرهنگ اجتماعی آنها می‌شود. درواقع شبکه‌های اجتماعی نظیر اینستاگرام می‌تواند نقشی دوگانه در امنیت‌زایی یا امنیت‌زدایی اجتماعی ایفا کند، چراکه از یک‌سو می‌تواند به‌عنوان ابزاری قدرتمند در عرصه اطلاع‌رسانی به کار گرفته شود اما از دیگرسو و به‌رغم تمام فواید آن می‌تواند در صورت رهاشدگی و فقدان آموزش مناسب و فرهنگ‌سازی، تهدیدها و خطرهایی نیز برای جامعه دربرداشته باشد (یاسمینی‌نژاد و دیگران، ۱۳۹۰ به نقل از غفوری و صالحی، ۱۳۹۰، ص. ۹). این خطرها و آسیب‌ها همان‌طور که عاملی و حسنی (۱۳۹۱) عقیده داشتند، اثرات نامطلوبی برای اجتماع در پی خواهند داشت. منتقد اجتماعی پاتریک برانتلینگر (۱۹۸۳) درباره تأثیر منفی استفاده از رسانه‌های اجتماعی عقیده دارد که فناوری‌های جدید هر چند در حوزه عمومی وسعت بیشتری می‌یابد، ولی همچنان از نظر محتوا توخالی هستند. او این فناوری‌ها را به‌سان سالنی پرزرق‌وبرق با آینه‌های بی‌شماری می‌داند که افراد منزوی و



۱. اینستاگرام عمدتاً به‌عنوان یک شبکه اجتماعی جدید برای اشتراک‌گذاری عکس شناخته می‌شود و اساساً این شبکه برنامه‌ای مبتنی بر تلفن همراه و گوشی‌های هوشمند است که کاربران قادرند با گرفتن عکس و استفاده از ابزارهای مختلف شکل ظاهری تصاویر را تغییر داده و فوراً آنها را با دوستان مختلف اجتماعی به اشتراک بگذارند (Chante & et al., 2014). نخستین نسخه اینستاگرام در اکتبر ۲۰۱۰ راه‌اندازی شد و به‌سرعت، محبوبیت زیادی رسید به‌طوری‌که بیش از ۱۰۰ میلیون کاربر تا آوریل ۲۰۱۲ و ۳۰۰ میلیون کاربر تا دسامبر ۲۰۱۴ رسید (Fiegerman, 2014). درواقع اینستاگرام یک سایت شبکه اجتماعی برخط و بر پایه تلفن همراه به اشتراک‌گذاری عکس و ویدئو است که به کاربران خود امکان می‌دهد تا اقدام به گرفتن عکس و ضبط ویدئو کنند و آن را در قالب‌های دیگر به اشتراک بگذارند (حسنی، ۱۳۹۸، ص. ۵۷).
۲. از نظر محققان در عصر حاضر شبکه‌های اجتماعی بسیاری ظهور یافته‌اند که در آنها میزان تعاملی و دوطرفه بودن ارتباط بسیار بالاست و در موارد متعددی مصرف‌کننده خود به تولیدکننده تبدیل می‌شود (باستانی؛ خانیکی و ارکان‌زاده یزدی، ۱۳۹۷)؛ همین امر بر جذابیت شبکه‌های اجتماعی نظیر اینستاگرام افزوده است چراکه شبکه اجتماعی اینستاگرام با امکانات به‌اشتراک‌گذاری عکس و ویدئو و پخش زنده و همچنین امکان دنبال کردن صفحات کاربران مختلف در سراسر دنیا، و تعامل افراد به‌صورت رایگان به کاربران خود اجازه می‌دهد که به زبان خودشان با عضویت در این شبکه اجتماعی دوست‌یابی کنند، به بحث و تبادل نظر بپردازند، تصاویر و فیلم‌هایی را که دوست دارند به اشتراک بگذارند و این فرصت را به‌دست آورند تا درباره علاقه‌مندی‌ها و مطالب دیگران اظهارنظر کنند.

خودشیفته را به صورت اغراق‌آمیز و دروغین منعکس می‌کند. ازسوی دیگر، این آسیب‌ها می‌تواند ضررهای فردی و اجتماعی بسیاری به پیکره جامعه و فرهنگ^۱ وارد کند؛ به عنوان نمونه: اشاعه فحشا و بی‌بندوباری^۲، عادی‌سازی هنجارشکنی^۳، ترویج الگوهای کاذب^۴، از میان رفتن حریم خصوصی^۵، اعتیاد اینترنتی^۶، مقایسه اجتماعی^۷، رشد مصرف‌گرایی، توهین و دعوای مجازی، ایجاد شایعه به صورت نشر خبرهای

۱. چامبرلین (chamberline) و لندوراند (landurand) فرهنگ را این گونه تعریف می‌کنند: ارزش‌ها، هنجارها و سنت‌هایی که بر نحوه درک، تعامل و اندیشه ما درباره جهان تأثیر می‌گذارد.
۲. تصاویر و لایوهای مستهجن و مبتذل که توسط برخی از کاربرهای اینستاگرامی برای جذب مخاطب عرضه می‌شود منجر به اشاعه بی‌بندوباری و ترویج فساد در سطح وسیعی از جامعه است.
۳. انعکاس کجروی‌ها در رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی در عادی‌شدن ناهنجاری در جامعه تأثیر بسزایی دارد.
۴. جوانان و نوجوانان در هر جامعه‌ای به عنوان قشرهای مهم آن جامعه به شمار می‌آیند. از طرفی خاصیت این قشر در الگوپذیری غیرقابل کتمان است، چراکه آنها دوست دارند به افراد و گروه‌های معروف و مشهور متصل باشند تا با پیروی از سبک زندگی آنان احساس اعتمادبه‌نفس و انگیزه کنند. این الگوپذیری در جامعه‌شناسی به عنوان گروه مرجع از آن یاد می‌شود (مارشال، ۱۳۸۸، ص. ۹۲).
۵. حریم خصوصی، قلمرو خصوصی از زندگی اشخاص است که در هیچ وضعیتی، تجاوز به آن مجاز شناخته نمی‌شود. به عبارت دیگر، اینکه چه موقع، چگونه و چه اندازه اطلاعات در مورد افراد، گروه‌ها و یا مؤسسه‌ها به دیگران منتقل شود؛ حریم خصوصی محسوب می‌شود (اکبری و اکبری، ۱۳۹۰).
۶. پژوهش‌های مختلفی نشان می‌دهد که استفاده طولانی‌مدت و نادرست از فضای مجازی خصوصاً اینستاگرام منجر به اعتیاد اینترنتی می‌شود. درواقع محققان بر این باورند که افسردگی یکی از مهم‌ترین نتایج استفاده طولانی‌مدت از شبکه‌های اجتماعی است. در نظر آنها استفاده طولانی‌مدت از شبکه‌های اجتماعی می‌تواند بر سلامت روانی کاربران تأثیر مخربی بگذارد (Trifiro, 2018)؛ برای نمونه در پژوهش‌های سان، روبین و هاریداکیس (۲۰۰۸) و همچنین، برایانت و دیگران (۲۰۱۳) انجام داده‌اند به این نتیجه رسیده‌اند که افراد متصل به شبکه‌های اجتماعی وابستگی بیشتری را نسبت به افراد دیگر تجربه می‌کنند. مک‌لین و همکارانش (۲۰۱۵) در پژوهشی که بر روی نوجوانان انجام داده بودند عقیده داشتند، دخترانی که به طور منظم تصاویر خود را در شبکه‌های مجازی به اشتراک می‌گذارند، نارضایتی بیشتری از آنها گزارش شده است. وانگ و همکاران (۲۰۱۷) نیز دریافت که نوجوانانی که سلفی‌های ارسال شده توسط کاربران دیگر را مشاهده می‌کنند؛ اغلب عدم رضایت از زندگی را تجربه می‌کنند که این امر می‌تواند در افزایش افسردگی و صدمات روحی آنها دخیل باشد.
۷. امروزه شبکه اجتماعی نظیر اینستاگرام به صحنه‌ای برای نمایش بدل شده است. نمایش زندگی مرفه و یا نمایش چهره و اندام سبب شده که کاربران دست به مقایسه خود با دیگران بزنند. ردیون و همکاران در پژوهشی با عنوان «عواقب مقایسه اجتماعی در اینستاگرام در میان غریبه‌ها» اعتقاد داشتند که محتوایی که توسط کاربران ارسال می‌شود، باعث واکنش احساسی بینندگان می‌شود. درواقع این نمایش ظاهری در شبکه اجتماعی منجر به تغییر سبک زندگی و سبک‌فکری مخاطبان شده و اهداف آنان را دگرگون می‌کند. ازسوی دیگر، مشاهده این صحنه‌ها در طبقات محروم به دلیل فقدان امکانات و بستر درآمدی مناسب منجر به افزایش احساس محرومیت می‌گردد. در نظر مرتون ناهمسویی میان اهداف و امکانات منجر به افزایش آسیب‌های اجتماعی می‌شود. در باور او در چنین شرایطی، افراد طبقه پایین جامعه که دسترسی محدودتری به وسایل مشروع برای رسیدن به اهداف خود دارند، فشار شدیدی را متحمل می‌شوند که آنها را به سمت انحراف و شیوه‌های ناهمنوایی فردی سوق می‌دهد (نایی و دیگران، ۱۳۹۶، ص. ۲۹).

جعلی^۱ و بی‌هویتی^۲ که منجر به آسیب‌های مختلف فرهنگی می‌شوند؛ همچنین عجبین شدن روابط انسانی با مبادلات تجاری نکته حائز اهمیتی است که در تحلیل شبکه اینستاگرام باید بدان توجه نمود چراکه علاوه بر ایجاد مشاغل قانونی و مشروع موجب ترویج مشاغل کاذب و در برخی از موارد مشاغل نامتعارفی شده که معضل‌های اجتماعی متفاوتی را تسریع می‌بخشد.

نکته درخور توجه دیگر آن است که در شبکه اجتماعی اینستاگرام بسیاری از رفتارهای هنجارشکنانه شیوع یافته و به‌صورت متعدد در این شبکه دیده می‌شود؛ به‌طورنمونه لایوها غیراخلاقی و صحنه‌هایی با محتوای ناسزاگویی و ترویج خشونت از جمله مسائل اجتماعی قابل اشاره است. همان‌طور که سی رایت میلز^۳ باور داشت: مسئله عام یک موضوع عمومی بوده و زمانی پدید می‌آید که مردم یک جامعه متوجه می‌شوند که ارزش‌های اجتماعی آنان نادیده گرفته و یا مورد تهدید قرار گرفته است (میلز، ۱۳۶۰ به نقل از محسنی تبریزی، ۱۳۸۸، ص. ۳۵). ازسوی دیگر، می‌توان این رفتارهای ضداجتماعی را با عنوان رفتارهای وندالیسمی^۴ مجازی یاد کرد، چراکه نتیجه آن تخریب ارزش‌ها اجتماعی و نابودی فرهنگ است.

نکته حائز اهمیت دیگر این است که شبکه اجتماعی اینستاگرام با توجه به جذابیت و قابلیتی که دارد، طیف‌های مختلف سنی از جمله نوجوانان و جوانان را



۱. از طرفی عدم امکان شناسایی هویت واقعی برخی از کاربران و نیز عدم کنترل محتوای تولید شده در فضای مجازی، یکی از مهم‌ترین پیامدهای منفی این شبکه‌ها شکل‌گیری و ترویج سریع شایعات است که توسط برخی از اعضای این شبکه‌ها با اهداف خاص انجام می‌شود. در نظر آلیورت و پستمن (۱۹۴۷) شایعه اطلاعاتی است که بین افرادی که هیچ شواهد معتبری برای حمایت ادعایشان ندارند، تبادل می‌شود. بازار شایعه‌سازی و دروغ‌پراکنی یکی از مسائلی است که در دنیای مجازی و خصوصاً شبکه اجتماعی اینستاگرام نمود بیشتری دارد. برای نمونه شایعه تغییر جنسیت هنرپیشه ایرانی (م. ف) یکی از شایعات پربازدید در شبکه اجتماعی اینستاگرام بود که واکنش‌ها و حواشی بسیاری را با خود به همراه داشت.

۲. هر شبکه اجتماعی، فرهنگ خاص خود را دارد؛ یعنی منشی مخصوص و گفتار منحصربه‌فردی را برای خود برگزیده است. درواقع فرد با عضویت در هر شبکه اجتماعی، درگیر نوعی خاصی از فرهنگ ارتباطی می‌شود که شامل: برخورد، تکیه کلام، رفتار، تیپ شخصیتی می‌باشد. بدون تردید شبکه‌های اجتماعی در تغییر فرهنگ افراد و جامعه بی‌تأثیر نخواهد بود، چراکه با امکانات و آزادی فراوانی که اینترنت و شبکه‌های اجتماعی در اختیار کاربران می‌گذارد؛ آنان به‌طور دایم با محرک‌های جدید و انواع مختلف رفتارها آشنا می‌کند. در واقع این فضا، هویت نامشخص و اغلب متحولی را برای کاربران می‌آفریند؛ یعنی در این شبکه‌ها فرد خود را در موقعیت‌های متنوع در نقش‌ها و سبک‌های متفاوت قرار می‌دهد (اکبری و اکبری، ۱۳۹۰، ص. ۱۶۲).

3. Charles Wright Mills

۴. دکتر علیرضا محسنی تبریزی در کتاب وندالیسم خود از نوعی بزهکاری اجتماعی نام می‌برد که رفتارهای معطوف به تخریب و خرابکاری اموال و تأسیسات عمومی است (محسنی تبریزی، ۱۳۸۸، ص. ۲۲). با تأسی به این دیدگاه، رفتارهای مخرب در فضای مجازی را با عنوان رفتارهای وندالیسمی مجازی عنوان نمودهام.

مجذوب خود کرده، به‌طوری‌که این شبکه اجتماعی در حال تغییر زندگی و نگرش افراد و به تبع آن ارزش‌های اجتماعی آنان است. درواقع در یک فرایند تدریجی و در یک سبک مفرح، سبک زندگی و فکری نسل جدید را تغییر می‌دهد. همان‌طور که عاملی (۱۳۸۸) عقیده داشت: «افراد در چنین فضایی به‌صورت جهانی و شبانه‌روز در معرض ارتباطات تازه هستند و به دنبال آن با ارزش‌ها و هنجارها و آیین‌های تازه‌ای آشنا می‌شوند که منجر به تغییر سبک زندگی آنان می‌گردد».

اما آنچه ضروری به نظر می‌رسد این است که این تغییرها به‌جای آنکه در یک فرایند آرام، تدریجی و مطلوب از نسلی به نسلی رخ دهد به‌واسطه شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی در یک فرایند بسیار سریع، آزادانه و همراه با بسیاری از رفتارهای نامطلوب اجتماعی و تغییر ارزش‌ها^۱ در حال انجام است به‌گونه‌ای که منجر به بحران هویتی و در نتیجه لطمه فرهنگی به فرد و اجتماع می‌شود. لذا تحلیل جامعه‌شناختی آسیب‌ها و مخاطره‌های شبکه‌های اجتماعی از جمله اینستاگرام امری بسیار دارای اهمیت است. ازسوی دیگر، شبکه اجتماعی اینستاگرام از زمان آغاز به فعالیت خود تاکنون رشد بسیار فزاینده‌ای داشته و به‌عنوان یکی از شبکه‌های اجتماعی محبوب و پرطرفدار درآمده است. در ایران نیز به دلیل مسدود شدن شبکه‌های اجتماعی نظیر: تلگرام، یوتیوب و توئیتر، شبکه اینستاگرام اصلی‌ترین شبکه اجتماعی محسوب می‌شود که نقش مهمی در فرهنگ‌سازی تصویری جامعه ایفا می‌کند.

با توجه به آنچه گفته شد، شبکه اجتماعی اینستاگرام به‌عنوان یکی از پرمخاطب‌ترین شبکه‌های اجتماعی نوین در جامعه ایرانی محسوب می‌شود که کاربران بی‌شماری آن را دنبال می‌کنند؛ لذا آسیب‌شناسی و درک تهدیدهای شبکه اینستاگرام با استفاده از روش نظریه داده‌بنیاد جهت تدوین یک مدل نظری برگرفته از تجربه افراد مطلع کلیدی و مشاهده صفحات کاربران ایرانی دارای اهمیت بسیار است. درهمین راستا با استفاده از رویکرد برساختی و تفسیری و روش‌شناسی نظریه داده‌بنیاد به تحلیل آسیب‌های شبکه اجتماعی اینستاگرام پرداخته خواهد شد.

۱. اهداف و سؤال‌های پژوهش

هدف این پژوهش، تحلیل آسیب‌ها و مخاطره‌های شبکه اجتماعی اینستاگرام و ارائه

۱. همان‌گونه اینگهارد گفته است: اگر می‌خواهید در کشوری بدون سروصدا انقلاب کنید ارزش‌های آنان را تغییر دهید.

مدلی تحلیلی در خصوص این آسیب‌ها و مخاطره‌ها است. در همین راستا مطالعه حاضر حول چندین سؤال محوری تنظیم شده است:

- ۱- چه مدل نظری آسیب‌های شبکه اجتماعی اینستاگرام را از دیدگاه مطلعین کلیدی تبیین می‌کند؟
- ۲- چه عواملی باعث ایجاد آسیب در شبکه اینستاگرام شده است؟
- ۳- چه تغییرهای باید رخ دهد که این آسیب‌ها کاهش یابد؟

۲. پیشینه پژوهش

هر پژوهش علمی باید با آگاهی و مرور پژوهش‌های پیشین انجام گیرد تا محقق با شناخت نتایج و یافته‌های این پژوهش‌ها آگاهی خود را تعریف و ابعاد آن را مشخص کند (کیوی و کامپنهود، ۱۳۷۸، ص. ۳۶).^۱ از طرفی پژوهش‌های تجربی بسیاری درباره اینستاگرام، چه در داخل و چه در خارج، از نقطه‌نظرهای متفاوت انجام پذیرفته است که در ادامه به تناسب ارتباطشان با پژوهش حاضر، به چند مورد از آنها اشاره می‌شود. در پژوهشی با عنوان «زندگی و زمانه زنان ایرانی در اینستاگرام» به تحلیل ایدئولوژیک عکس‌های زنان در شبکه اجتماعی اینستاگرام، شمس و راودراد (۱۴۰۰) دریافتند: برخی از تصاویر زنان بر نوعی مقاومت در برابر فشارهای اجتماعی برای تبدیل شدن به زنی هنجارمند دلالت دارد که آن را می‌توان نشانه‌ای از بازاندیشی در هویت تعریف‌شده زن و بازنمایی هویت بر اساس انتخاب کاربران دانست. همچنین در پژوهشی با عنوان «عوامل تأثیرگذار بر هویت فرهنگی دانشجویان ایرانی عضو شبکه‌های اجتماعی» لطیفی و همکارانش (۱۴۰۰) عقیده دارند که امروزه شبکه‌های اجتماعی مجازی به مثابه بستری برای انتقال پیام‌های فرهنگی نقش مهمی در شکل‌دهی به فرهنگ دارند. بر اساس نتایج این پژوهش باید پیش از هر گونه اقدام سیاست‌گذارانه، تصمیم‌گیری و جهت‌گیری‌های آتی در حوزه شبکه‌های اجتماعی از سوی سیاست‌گذاران و متولیان امر، نیازها و انگیزه‌های دانشجویان چه در حوزه استفاده هدفمند از شبکه‌ها و چه در حوزه انطباق بین فرهنگی به رسمیت شناخته شوند. همچنین مقیمی، خانیکی و سلطانی (۱۳۹۹) کشف کردند که تحلیل پست‌های بررسی شده حاکی از سه نوع واکنش خشن است: واکنش به نظام مردسالاری، به نهاد خانواده و نقش سنتی زنان و در نهایت خواست

رستگاری به سمت ارزش‌های فمنیستی از رهگذر تخریب ارزش‌های سنتی. در برآیند کلی مطالعه گفتمانی صفحات مورد تحلیل، مشخص شد که دال مرکزی مجموع پست‌های مطالعه در نظم گفتمانی هویت زنانه «اجتماعی بودن» است. در پژوهشی با عنوان سیاست‌گذاری اینترنت، حسنی و کلانتری (۱۳۹۹) به این نتیجه رسیده‌اند که با وجود نقش عمده پلتفرم‌ها در تنظیم مقررات، پیچیدگی و تغییرهای شتابان ابعاد فنی - فرهنگی پلتفرم‌ها، دولت‌های مختلف می‌توانند سیاست‌هایی را در جهت اعمال حاکمیت بر پلتفرم، مثلاً رسمیت بخشیدن به فعالیت آنها درون مرزهایشان و نیز حکمرانی مشترک در پیش بگیرند.

در پژوهشی با عنوان «تحلیل جامعه‌شناختی سبک زندگی با تأکید بر شبکه اجتماعی اینستاگرام»، رضی‌پور (۱۳۹۷) معتقد است که در میان سبک‌های مختلف در فضای اینستاگرام دو سبک بیشتر در حال اشاعه و ترویج است؛ اول: سبک زندگی متظاهران که توسط شاخ‌های مجازی اداره می‌شوند. درواقع هدف این افراد جذب مخاطب و کسب درآمد از طریق فضای مجازی است. دوم: سبک زندگی واقعی، افرادی که از این سبک بهره می‌گیرند، درصدد آن هستند که تصویری واقعی از خود، اجتماع و محیط پیرامونشان به معرض نمایش گذارند و اغلب پست‌هایی که این افراد به اشتراک می‌گذارند شامل محتوای اطلاع‌رسانی درباره مسائل فردی، اجتماعی و کاری است. عبداللهیان و حسنی (۱۳۹۰) در پژوهشی با عنوان «شبکه‌های اجتماعی و چالش‌های آن برای نظام خانواده در ایران» عقیده دارند که نمی‌توان شبکه اجتماعی فیس‌بوک را به‌تنهایی عامل تحولات خانواده در ایران قلمداد نمود. در نظر آنها طیفی از عوامل فردی تا دگرگونی‌های کلان اجتماعی در تحولات نظام خانواده ایرانی از منظر شفاف شدن حدود خانواده و تغییر تصور سنتی از حریم خانواده دخالت دارند.

در میان پژوهش‌های خارجی نیز می‌توان به چند نمونه مرتبط اشاره کرد: جیانگ^۱ (۲۰۲۰) در پژوهشی با عنوان «اثرات استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام بر مقایسه اجتماعی عزت نفس بر اضطراب اجتماعی» به این نتایج دست یافتند که استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام به‌طور مستقیم اضطراب اجتماعی را افزایش نمی‌دهد، در عوض مقایسه‌های اجتماعی که توسط کاربران انجام می‌شود می‌تواند بر کاهش عزت نفس اثرگذار باشد. همچنین النوپولو^۲ (۲۰۱۸) در مطالعه‌ای با عنوان

1. Jiang

2. Elenopoulou

«سبک زندگی افراد مشهور و تبلیغ محصولات در اینستاگرام از طریق نمایش این محصولات برای کاربران زن» پرداخت. او نشان داد که چگونه افراد مشهور و بانفوذ در اینستاگرام بر سبک زندگی، مد، زیبایی، سفر و حتی فروش مارک‌های تجاری تأثیر می‌گذارند. آسکراغلو^۱ (۲۰۱۷) نشان می‌دهد که استفاده از رسانه‌های اجتماعی در شکل‌دادن سبک زندگی روزمره و حتی فرهنگ‌ها مؤثر است. در نظر او این محیط‌ها به‌عنوان یک حامی فرهنگی محسوب می‌شوند و نقش مهمی در شکل‌دادن به سبک زندگی افراد دارند. دست‌آخر اینکه اکرم و کومار^۲ (۲۰۱۷) در مطالعه‌ای با عنوان «بررسی تأثیر مثبت و منفی رسانه‌های اجتماعی بر جامعه» دریافتند که اثرات شبکه اجتماعی (اینستاگرام، فیس‌بوک و توییتر) با تغییر رفتار افراد جوان با والدین، همسالان و همچنین نحوه استفاده از فناوری ارتباط دارد. درواقع اثرات شبکه‌های اجتماعی دوگانه است؛ در سمت مثبت، شبکه‌های اجتماعی مانند اینستاگرام می‌تواند به‌عنوان ابزاری ارزشمند برای تبلیغ مشاغل افراد عمل کنند و در سمت منفی، رسانه‌های اجتماعی نظیر (اینستاگرام، فیس‌بوک و توییتر) با مخاطره‌ها و آسیب‌هایی روبه‌رو هستند؛ برای نمونه قلدری سایبری^۳ به معنی نوعی آزار و اذیت است که با استفاده از فناوری الکترونیکی انجام می‌شود.

در پژوهش‌هایی که بیان شد اغلب به مفاهیمی همچون نقش زنان در شبکه اینستاگرام، عوامل تأثیرگذار بر هویت کاربران، شبکه‌های اجتماعی و چالش آن برای نظام خانواده، نقش شبکه اینستاگرام در تغییر سبک زندگی و... پرداخته شده است اما در پژوهش حاضر به تحلیل آسیب‌ها و مخاطره‌ها شبکه اجتماعی اینستاگرام خواهیم پرداخت. از طرفی تفاوت این پژوهش با پژوهش‌های دیگر، تحلیل این آسیب‌ها با بهره‌گیری از روش داده‌بنیاد است؛ بنابراین در این پژوهش سعی می‌شود با روش داده‌بنیاد به ارائه مدل نظری در مورد این آسیب‌ها بپردازیم.

۳. ملاحظات نظری

۳-۱. تعریف مفهوم

نخستین و مهم‌ترین موضوعی که در مبحث آسیب‌های شبکه اجتماعی اینستاگرام باید مورد بحث قرار گیرد، شناخت آسیب‌ها در این فضا است. بر همین اساس ابتدا به

1. Askeroğlu

2. Akram & Kumar

3. Cyber bullying

بررسی کلمه آسیب می‌پردازیم. آسیب در لغت سختی و زخم تعریف شده و در مطالعات جامعه‌شناختی از علوم زیستی و پزشکی وام گرفته شده که آسیب را نقض یا ضربه‌ای به سیستم بدن توصیف می‌کند و مبتنی بر تشابهی است که دانشمندان بین بیماری و آسیب‌های اجتماعی قائل می‌شوند (خسروپناه، ۱۳۸۸، ص. ۲۶۴). آسیب‌های اجتماعی نقص مرزهای فرضی جامعه (شرع، قانون، اخلاق و عرف) است که موجب شکل‌گیری هراس و نگرانی و خلل اجتماعی می‌شود و به تعبیر دورکیمی همبستگی جمعی و اجتماعی را تضعیف می‌کند، هنجارها و ارزش‌های اجتماعی را نادیده می‌گیرد و به بی‌سامانی^۱ می‌انجامد. برخی از صاحب‌نظران کج‌روی را معادل آسیب‌های اجتماعی تعریف نمودند که به انحراف جامعه از ارزش‌ها و هنجارها توجه دارد. اما آنچه در چشم‌انداز این مطالعه دارای اهمیت است، آسیب‌ها و مخاطره‌هایی است که به واسطه شبکه‌های اجتماعی و به‌طور اخص شبکه اجتماعی اینستاگرام بر جامعه ایرانی متحمل می‌شود که در پژوهش فوق بدان پرداخته خواهد شد.

۲-۳. مبانی نظری

تأخر فرهنگی یکی از نکته‌های مهم پویایی‌شناسی فرهنگی است و در اصطلاح نوعی عدم تعادل فرهنگی به حساب می‌آید و به معنای تمایز اجزا یک فرهنگ از نظر آهنگ حرکت آن است. درواقع بعضی از عناصر فرهنگ، نظیر زیرساخت یا فنون و ابزارهای مادی زودتر از اندیشه‌ها و عقاید یا سازمان‌های اجتماعی دگرگون می‌شوند. بدین‌سان در درون یک فرهنگ، اجزا از یکدیگر جدا و گاه بیگانه می‌شوند. درواقع سازش و تطابق اجتماعی به دو شکل قابل‌تصور است: یکی سازش و تطابق انسان با فرهنگ و دیگری هماهنگی میان قسمت‌های مختلف یک فرهنگ است. نظریه تأخر فرهنگی^۲ اگرچنین، مربوط به حالت دوم یعنی مشکل تطبیق قسمت‌های مختلف یک فرهنگ است که به علت سرعت تغییر و تحول از یکدیگر جدا شده‌اند. بدین‌سان که بخش‌های متفاوت یک فرهنگ (عناصر مادی و معنوی فرهنگ) به یک سرعت و آهنگ تغییر نمی‌کنند. در نظر بروس کوئن نتیجه این ناهماهنگی، تأخر فرهنگی است (کوئن، ۱۳۹۰، ص. ۶۵). به‌طور کلی نظریه تأخر فرهنگی بر سرعت فناوری و عقب‌ماندگی افراد از این فناوری‌ها اشاره دارد. بدین‌معنا که فرهنگ‌ها برای انطباق‌پذیری و پذیرش و درک نوآوری نیاز به زمان دارند و این عدم تطابق مشکلات

1. anomy

2. Cultural Lag

و مسائل جدیدی را پیش روی افراد جامعه ایجاد می‌کند (Magdalena Ciupercă, 2019, p. 17)؛ ازسوی دیگر، داشتن سواد رسانه‌ای افراد در مواجهه شبکه اینستاگرام بسیار اثرگذار خواهد بود چراکه داشتن آگاهی و اطلاعات لازم در زمینه بهره‌مندی از رسانه‌ها اجتماعی می‌تواند استفاده ما را از رسانه‌های اجتماعی، پویاتر و لذت‌بخش‌تر کند. درواقع برای استفاده مفیدتر از این شبکه‌ها مجموعه‌ای جدید از صلاحیت‌ها نظیر (مهارت، دانش و نگرش) مورد نیاز است (یونسکو، ۲۰۱۳ به نقل از مقدس‌زاده و هاجر، ۱۳۹۶). ازبعد دیگر، سواد رسانه‌ای برخورد هدفمند با رسانه‌های اجتماعی است که موجب بالا رفتن سطح آگاهی افراد جامعه به‌عنوان مخاطبان رسانه‌ها می‌شود و منجر به ارتباطی دوسویه و مشارکت‌جویانه با رسانه‌ها از یک‌سو و ازسوی دیگر تقویت مردم‌سالارانه جامعه در راستای مباحث مشارکت فعال در حوزه رسانه‌ها می‌شود (زارع کهن، ۱۳۹۳ به نقل از مقدس‌زاده و صفاهیه، ۱۳۹۶). از نظر جیمز پاتر، سواد رسانه‌ای الگویی چندعاملی است و ساختارهای دانش، منبع دانش، مهارت‌ها و توانایی‌ها عوامل سواد رسانه‌ای هستند. در نظر او هر یک از این عوامل، عامل‌های دیگر را پشتیبانی می‌کند. با تعاریف یاد شده، به‌طور منطقی استنباط می‌شود، که تأخر فرهنگی و عدم آموزش و آگاهی لازم می‌تواند در ایجاد ناهماهنگی و آسیب‌های ناشی از شبکه‌های اجتماعی مؤثر باشد. نگرانی دیگر در این حوزه آن است که اغلب کاربران این شبکه از طیف جوان و نوجوان هستند و مشاهده بسیاری از بی‌هنجاری‌ها در این شبکه می‌تواند منجر به الگوپذیری و جامعه‌پذیری نادرست در این طیف شود. یکی از نظریه‌های مرتبط و قابل استناد در این بخش نظریه یادگیری اجتماعی آلبرت بندورا^۱ است. بندورا معتقد است که آموزش مستقیم تنها وسیله برای یادگیری نیست بلکه آموزش غیرمستقیم و مشاهده رسانه‌های اجتماعی می‌تواند منجر به یادگیری رفتارهای مختلف و گوناگون اجتماعی شود (مکشین و ویلیامز، ۱۳۹۱، ص. ۲۸۷). درواقع ادعای اصلی بندورا این است که بیشتر رفتار آدمی، به‌صورت مشاهده رفتار دیگران و از طریق الگوبرداری، فرا گرفته می‌شود. از طرفی نظریه‌پردازان یادگیری اجتماعی عقیده دارند که بسیاری از رفتارهای کنونی ما، متأثر از تقویت رفتارهای گذشته است؛ بدین‌معناکه در هر موقعیتی شخص رفتارهای معینی را می‌آموزد که بر اثر تکرار ممکن است به‌صورت عادت درآمده و در صورت مواجهه مجدد با همان محرک محیطی سعی خواهد کرد همان رفتار عادت

شده را تکرار کند (قاضی‌زاده و کیان‌پور، ۱۳۹۴). با توجه به دیدگاه‌های مطرح شده در بخش مبانی نظری نظیر تأخر فرهنگی، سواد رسانه‌ای و یادگیری اجتماعی در این پژوهش برای بررسی جامع‌تر مخاطره‌های رسانه اجتماعی اینستاگرام از رویکرد ترکیبی بهره خواهد گرفت.

۴. روش پژوهش

پژوهش حاضر با استفاده از رویکرد نظریه داده‌بنیاد، آسیب‌های شبکه اجتماعی اینستاگرام در ایران را مورد تحلیل قرار می‌دهد. درواقع رویکرد نظریه داده‌بنیاد یک نوع روش پژوهش کیفی است که به‌طور استقرایی یک سلسله رویه‌های نظام‌مند را به کار می‌گیرد تا نظریه‌ای در مورد پدیده مورد مطالعه ایجاد کند (Corbin & Strauss, 2014). هدف این روش، نظریه‌پردازی و تولید نظریه و در مرحله مقدماتی ارائه مدل است. ازسوی دیگر، نمونه‌گیری در روش نظریه داده‌بنیاد، نمونه‌گیری غیرتصادفی و هدفمند می‌باشد. درواقع نمونه‌گیری در این روش تا زمانی که به اشباع نظری^۱ نرسد ادامه می‌یابد. از طرفی هدف پژوهشگر در انتخاب نمونه مواردی است که با توجه به هدف پژوهش سرشار از اطلاعات باشد و پژوهشگر را در شکل دادن مدل نظری مناسب یاری دهد (Cresswell, 1998). پژوهش حاضر نیز، با دو روش مصاحبه ژرف‌نگر و مشاهده دقیق صفحات اینستاگرامی به‌صورت هدایت کلیات گردآوری‌شده و مشارکت‌کنندگان در آن تعداد ۳۰ نفر از کاربران فعال در شبکه اینستاگرام به همراه تحلیل ۵۰۰ صفحه اینستاگرامی بوده است. با توجه به اینکه در این پژوهش مصاحبه با افراد خبره (مطلعین کلیدی) انجام شده؛ لذا جامعه مورد مطالعه شامل: متخصصان و افراد مطلع در رابطه با شبکه اجتماعی اینستاگرام می‌باشد. درواقع در انتخاب نمونه این پژوهش تأکید بر افرادی بود که در این شبکه فعالیت مستمر داشته یا اطلاعات مناسب و تجربه کافی در مورد موضوع مورد مطالعه داشته‌اند که شامل ۱۰ بلاگر، ۱۲ کاربر فعال در اینستاگرام و ۸ اساتید دانشگاه است که بر جنبه‌های مختلف موضوع پژوهش اشراف علمی و تجربی داشته و با این شبکه در ارتباط مستمر بوده‌اند.

همان‌طور که در بیان مسئله طرح شد، مهم‌ترین پرسش‌های پژوهش از این قرار است که چه مدل نظری آسیب‌های شبکه اجتماعی اینستاگرام را از دیدگاه مطلعین

1. Theoretical saturation

کلیدی تبیین می‌کند؟ چه عواملی موجب ایجاد آسیب در شبکه اینستاگرام شده است؟ چه تغییرهایی باید رخ دهد تا این آسیب‌ها کاهش یابد؟ راهبرد کنشی آن چیست؟ و پیامد این راهبردها چه خواهد بود؟ برای پاسخگویی به سؤال‌های فوق با استفاده از داده‌های اولیه (مصاحبه با آگاهان کلیدی) و داده‌های ثانویه (مشاهده صفحات اینستاگرامی) به تبیین نظریه پرداختیم؛ در این فرایند به مصاحبه با ۲۵ فرد آگاه پرداخته شد که در ۲۰ فرد به اشباع نظری دست یافتیم، اما به جهت حصول اطمینان تا ۳۰ نفر نیز این مصاحبه را ادامه دادیم.

۵. یافته‌های پژوهش

در پژوهش حاضر مصاحبه‌ها و مشاهده‌ها پس از پیاده‌سازی با استفاده از روش تحلیل محتوا^۱ به صورت سطر به سطر بررسی، مفهوم‌پردازی و مقوله‌بندی شده و سپس بر اساس مشابهت، ارتباط مفهومی و خصوصیات مشترک بین کدهای باز، مفاهیم و مقولات (طبقه‌ای از مفاهیم) مشخص شدند.

سؤال اول: چه عواملی موجب ایجاد آسیب در شبکه اینستاگرام شده است؟ برای یافتن پاسخ به سؤال مقولات شرایط علی یا همان دلایل اصلی در (جدول ۱ شماره)، شرایط زمینه‌ای (جدول ۳) و شرایط مداخله‌گر (جدول ۴) که عواملی اثرگذار در ایجاد آسیب در این فضا هستند، رجوع شود. لطمه فرهنگی همان پدیده محوری (آسیب‌های کشف شده در این فضا است) از داده‌های پژوهش احصا شد که در جدول ۲ ارائه شده است که به شرح زیر است:

۱- شرایط علی: شرایط علی به شرایطی گفته می‌شود که عامل و علت اصلی پدیده مورد مطالعه باشد. درواقع شرایط علی یا سبب‌ساز معمولاً آن دسته از رویدادها و وقایع‌اند که بر پدیده‌ها اثر می‌گذارند (استراوس و جولیت، ۱۳۹۳، ص. ۱۵۲). نتایج تحلیل محتوای پاسخ مصاحبه‌شونده‌ها به سؤال‌هایی مانند برداشت و تلقی آنها از آسیب‌های شبکه اجتماعی اینستاگرام، حاکی از وجود چهار مقوله اصلی (تأخر فرهنگی کاربران، خلأهای عاطفی و هویتی، انگیزه‌های مادی و جامعه‌پذیری نادرست) بود که این چهار مقوله درخصوص شرایط علی برای ایجاد پدیده مورد مطالعه بررسی شد؛ کدهای باز مربوط به آنها به شرح جدول زیر است:

جدول (۱): کدهای باز و مقوله‌های مربوط به شرایط علی

مقوله‌ها	کدهای باز	شرایط علی
تأخر فرهنگی	نداشتن سواد رسانه‌ای و عدم آگاهی لازم در مورد شبکه‌های اجتماعی	
	فقدان آموزش و عدم مهارت	
	عقب ماندن از فناوری روز	
خلأهای عاطفی و هویتی	علاقه به دیده شدن و جلب توجه	
	عدم خودشناسی و احساس بی‌هویتی	
انگیزه‌های مادی و کسب درآمد	جذب فالوور و کسب درآمد	
	گرفتن تبلیغات	
	مشاغل اینستاگرامی مانند شغل بلاگری	
جامعه‌پذیری نادرست	استفاده نادرست افراد از شبکه‌های اجتماعی	
	کاهش ارتباطات درست در جامعه و ترغیب به روابط مجازی	

۲- پدیده‌محوری: حادثه یا اتفاق اصلی است که یک سلسله کنش‌ها / واکنش‌های متقابل برای کنترل یا اداره کردن آن وجود دارد و به آن مربوط می‌شود (استراوس و جولیت، ۱۳۹۳، ص. ۱۵۲). پدیده‌محوری مورد مطالعه در این پژوهش لطمه فرهنگی است که مشخصات مربوط به آن در جدول زیر ارائه می‌شود:

جدول (۲): کدهای باز و مقولات مربوط به پدیده‌محوری

کدهای باز	مقوله فرعی	مقوله اصلی	پدیده‌محوری
لایوهای غیراخلاقی مانند: ترویج روابط نامشروع، خیانت، ترویج تنوع‌طلبی جنسی و عاطفی، شوخی‌های غیراخلاقی و جنسی، استفاده ابزاری از زنان برای جذب فالوور مانند بدن‌نمایی و عربان‌نمایی.	ترویج رفتارهای غیراخلاقی	ابتذال اخلاقی	لطمه فرهنگی
چالش‌های غیراخلاقی مانند چالش خیانت، چالش بی‌حرمتی و...			
دیدن صحنه‌های بی‌هنجاری، از بین رفتن قبح گناه.			
خیانت‌های زناشویی، طلاق عاطفی، سردی روابط زوجین، ایجاد روابط صمیمانه و غیرمتعارف با افراد مجازی.			
یکسان‌سازی افکار و جهت‌دهی به اندیشه‌های	فاصله‌گیری از	تغییر سبک زندگی	

پدیده محوری	مقوله اصلی	مقوله فرعی	کدهای باز
	به شیوه نادرست تغییر سبک زندگی به شیوه نادرست	هنجارها و ارزش‌ها	عام جامعه با رخنه فرهنگی کشورهای دیگر.
			تقلید از الگوهای کاذب (شاخ‌های مجازی) توسط کودکان و نوجوانان.
			دسترسی به اطلاعات نامناسب و نامطلوب.
			سست شدن اعتقادات و کم‌رنگ شدن ارزش‌های دینی.
		افزایش سطح توقع‌ها	حسادت اجتماعی، مقایسه اجتماعی، چشم و هم‌چشمی.
			نشان دادن تجمل‌گرایی و زندگی پُر زرق و برق.
			تبلیغات غیرواقعی و شیوه‌های نامناسب مانند: ساختن کلیپ‌های نامتعارف تبلیغاتی، رفتارهای عجیب تنها برای جذب فالوور و تشویق به خرید و مصرف‌گرایی.
			نشان دادن تنو، خالکوبی، تشویق و تبلیغ پروتز، تزریق ژل، لمینیت، پرسینگ و پوشیدن لباس‌های نامناسب.
		تغییر در ظاهر	
لطمه فرهنگی	رشد کسب‌وکارهای غیرمجاز و غیرقانونی	ترویج کارهای غیرقانونی	ترویج خرافه‌ها مانند: تبلیغ انواع فال و وعده بازکردن بخت، شکستن طلسم، فروش مهره مار، طالع‌بینی... .
			فروش و تبلیغات کارهای غیرقانونی مانند: فروش مواد مخدر و اسلحه.
			باندهای قاچاق انسان و باندهای مروج فعالیت‌های خلاف عفت.
	آسیب‌های روحی	نشان دادن رفتارهای خشن	دیدن صحنه‌های خشن، دعوا، چاقوکشی، فحاشی، توهین.
			انعکاس کودک‌آزاری، حیوان‌آزاری.
	دور شدن از واقعیت	انتشار خبر دروغین	جعل خبر و اغراق در خبر برای دیده شدن صفحات
			شایعه‌پراکنی
			القاء افکار منفی

۳- شرایط زمینه‌ای: نشان‌دهنده یک‌سری خصوصیات ویژه است که به پدیده‌ای دلالت می‌کند؛ به عبارتی، محل حوادث یا وقایع مرتبط یا پدیده در طول بعد است که در آن کنش متقابل برای کنترل و پاسخ به پدیده صورت می‌گیرد (Corbin & Strauss, 2014). درواقع شرایط زمینه‌ای مجموعه خاصی از شرایطند که در یک زمان و مکان خاص جمع می‌آیند تا مجموعه اوضاع و احوال یا مسائلی را به وجود آورند که اشخاص با عمل و تعامل خود به آن پاسخ می‌دهند (استراوس و جولیت، ۱۳۹۳، ص. ۱۵۴). شرایط زمینه‌ای در این پژوهش شامل سه مؤلفه عدم اعتماد به نفس کاربران، اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی، و فقدان روابط اجتماعی مناسب است.

جدول (۳): کدهای باز و مقولات مربوط به شرایط زمینه‌ای

مقوله‌ها	کدهای باز
عدم اعتماد به نفس	دیده شدن؛ استفاده از فتوشاپ و فیلتر برای زیباتر شدن
	جلب توجه برای گرفتن تأیید دیگران به صورت لایک و کامنت
	رهایی از انزوای اجتماعی
	عدم رضایت از خود
اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی	کاهش ساعات گفتگوی اعضای خانواده و غرق شدن در فضای مجازی
	بی‌توجهی به مسئولیت‌های شغلی، کاهش معاشرت، کمبود خواب
	جذابیت و تنوع فضای مجازی
فقدان روابط اجتماعی مناسب و سالم	معاشرت آزادتر با جنس مخالف
	آزادی موجود و افراط و تفریط در آن

شرایط زمینه‌ای

۴- شرایط میانجی یا مداخله‌گر: شرایطی کلی و وسیع هستند که بر چگونگی کنش / کنش متقابل اثر می‌گذارند (Corbin & Strauss, 2014). درواقع شرایط میانجی (دخیل) آنهایی هستند که شرایط علی را تخفیف و یا به نحوی تغییر می‌دهند (استراوس و جولیت، ۱۳۹۳، ص. ۱۵۴). در پژوهش حاضر بر اساس تحلیل محتوای مصاحبه‌ها شرایط میانجی به شرح جدول زیر شناسایی شدند:

جدول (۴): کدهای باز و مقولات مربوط به شرایط میانجی یا مداخله‌گر

مقوله‌ها	کدهای باز
شرایط مداخله‌گر	عدم آگاهی
	عدم آموزش‌های نوین و متناسب با رشد فناوری
	عدم جامعه‌پذیری مناسب
مسائل اقتصادی	بیکاری
	نبود امکانات برای فراهم شدن سرگرمی‌های مناسب و متنوع
مسائل سیاسی	محدودیت‌های اجتماعی و انتقادی
	فقدان بسترهای مناسب برای گفت‌وگو
	عدم نظارت و ضعف قوانین

سؤال دوم: چه تغییرهایی باید رخ دهد تا این آسیب‌ها کاهش یابد؟ راهبرد کنشی آن چیست؟ و پیامد این راهبردها چه خواهد بود؟

برای یافتن پاسخ به این سؤالات به مقوله شماره ۷ که به صورت‌گذاری محوری پاسخ داده شده رجوع شود که به شرح زیر است:

۱- **راهبردها (تعامل‌ها و کنش‌ها):** راهبردهای موردنظر در نظریه داده‌بنیاد به ارائه راه‌حل‌هایی برای مواجهه با پدیده مورد مطالعه اشاره دارد که هدف آن اداره کردن پدیده مورد مطالعه، برخورد با آن و حساسیت نشان دادن در برابر آن است. در نظریه استراوس و کربین، عمل یا کنش‌های اصلاحاتی اعمالی هستند که ما برای اشاره به روش‌های راهبردی و طرز عمل‌های عادی یا معمول و نیز چگونگی مدیریت موقعیت‌ها توسط افراد در مواجهه با مسائل و امور به کار می‌بریم. این روش‌ها یا رفتارهای عادی چیزهایی هستند که مردم و سازمان‌ها، جوامع یا ملت‌ها انجام می‌دهند یا می‌گویند (استراوس و جولیت، ۱۳۹۳، ص. ۱۵۳).

۲- **پیامدها:** آخرین اصطلاح پارادایمی پیامد است. درواقع هر جا انجام یا عدم انجام عمل/تعامل معینی در پاسخ به امر یا مسئله‌ای و یا به منظور اداره یا حفظ موقعیتی از سوی فرد یا افرادی انتخاب شود؛ پیامد پدید می‌آید (استراوس و جولیت، ۱۳۹۳، ص. ۱۵۶). درواقع پیامدها نتیجه کنش (اعمال) و واکنش (عکس‌العمل‌ها) به شرایطی است که درخصوص پدیده وجود دارد. در این مطالعه سه راهبرد اساسی برای رسیدن به وضعیت مطلوب که شامل: (آموزش و آگاهی دادن به افراد جامعه در مورد کارکردها و کژکاری‌های شبکه‌های اجتماعی نظیر: اینستاگرام، دادن تسهیلات

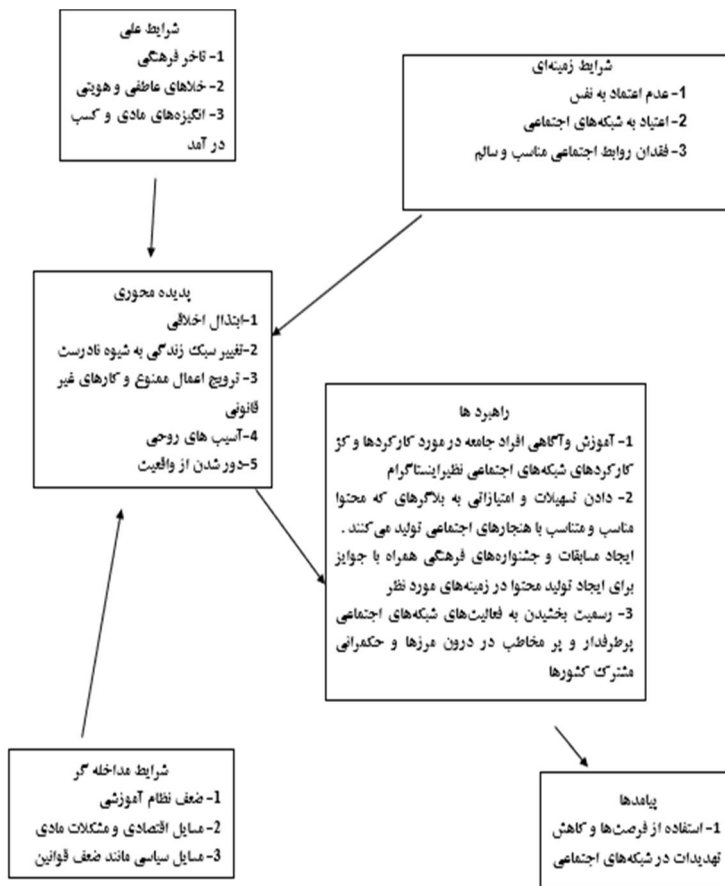
و امتیازات به بلاگرهایی که محتوای مناسب و متناسب با هنجارهای اجتماعی تولید می‌کنند و رسمیت بخشیدن به فعالیت‌های شبکه‌های اجتماعی پرتعداد و پرمخاطب در درون مرزها و حکمرانی مشترک کشورها، به‌عنوان راهبردها و راهکارهای پژوهش حاضر در نظر گرفته شده‌اند. درخصوص لطمه فرهنگی موجود که در بحث و نتیجه‌گیری به آن پرداخته شده است؛ مسئله پیش رو آن است که الگوی مفهومی مناسب برای تبیین آسیب‌های شبکه اجتماعی اینستاگرام چیست؟ و چه مدل نظری‌ای این پدیده را از دیدگاه مطلعین کلیدی تبیین می‌کند؟

الف. کدگذاری باز: فرایند تحلیلی نام‌گذاری مفاهیم و طبقه‌بندی و کشف ویژگی‌ها و ابعاد در داده‌ها از طریق انجام دادن مقایسه‌ای مدام (الا کلنگی) است که پژوهشگر مفاهیم را از زوایای مختلفی از درون و بیرون یا وارونه‌ای بررسی و تحلیل می‌کند تا دیدگاه متفاوتی در خصوص اهمیت و جایگاه مفاهیم کسب کند (استراوس و کربین، ۱۳۹۳، ص. ۱۵۰). همان‌طور که در سطور فوق اشاره شد، در این پژوهش کدگذاری باز به‌صورت مقوله‌های فرعی و مقوله‌های مربوط به شرایط علی، زمینه‌ای، میانجی، پدیده‌محوری و راهبردها و پیامدهای مربوط ارائه شده است.

ب. کدگذاری محوری: کدگذاری محوری عبارت از سلسله رویه‌هایی است که از طریق پیوند بین مقوله و مقوله فرعی، داده‌ها را با یکدیگر مرتبط می‌سازد. بدین ترتیب، کدگذاری محوری به فرایند شکل‌دهی مقوله اصلی و فرعی اشاره دارد. این کار با استفاده از یک پارادایم (مدل یا سرمشق) انجام می‌شود تا روابط بین شرایط علی، پدیده‌های محوری، شرایط زمینه‌ای، شرایط میانجی، راهبردها و پیامدها را نشان دهد. این مراحل در پژوهش حاضر بیان شده است.

ج. کدگذاری انتخابی (مرحله نظریه‌پردازی): در این مرحله نظریه‌پرداز داده‌بنیاد مقوله محوری را که سایر مقولات بر محور آن می‌گردند و کلیتی را تشکیل می‌دهند، به‌طور روش‌مند^۱ انتخاب کرده و با ارتباط دادن آن با سایر مقوله‌ها به نگارش نظریه اقدام می‌کند که شرحی انتزاعی برای فرایندی است که در پژوهش مطالعه شده ارائه می‌دهد (Danaeifard & Emami, 2007). مدل ترسیمی ارائه شده به شکل زیر است:

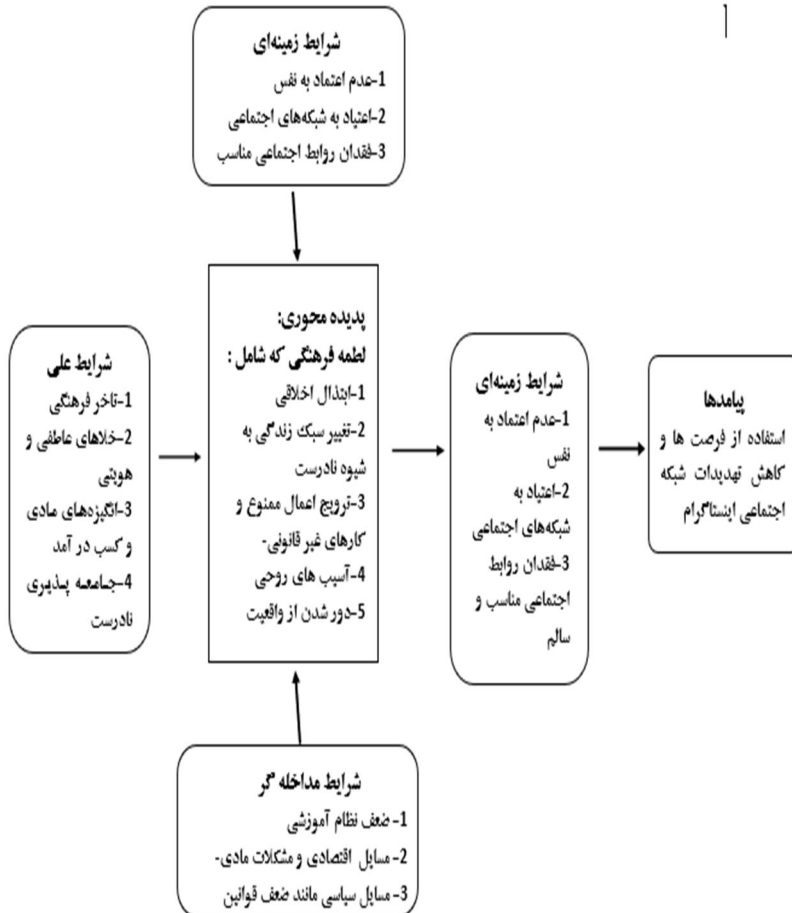
۶. کدگذاری محوری آسیب‌های شبکه‌های اینستاگرام



شکل (۱): کدگذاری محوری آسیب‌های شبکه‌های اینستاگرام

سؤال سوم: چه مدل نظری آسیب‌های شبکه‌های اجتماعی اینستاگرام را از دیدگاه مطلعین کلیدی تبیین می‌کند؟
برای پاسخ به این سؤال به مقوله شماره ۸ رجوع شود که به شرح زیر است:

۸. مدل ترسیمی آسیب‌های شبکه اینستاگرام



شکل (۲): مدل ترسیمی آسیب‌های شبکه اینستاگرام

نتیجه‌گیری

سؤال اصلی پژوهش این است که چه مدل نظری آسیب‌های شبکه اجتماعی اینستاگرام را از دیدگاه مطلعین کلیدی تبیین می‌کند؟ برای پاسخ به این سؤال مقوله هسته (لطمه فرهنگی) از داده‌های پژوهش احصا گردید و به مرکز ثقل مدل پارادایم تبدیل شد. در مدل پارادایمی، عدم اعتماد به نفس، اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی، فقدان روابط اجتماعی سالم به‌عنوان شرایط زمینه‌ای و مسائل تأخر فرهنگی، خلأهای عاطفی و هویتی، انگیزه‌های مادی، کسب درآمد و جامعه‌پذیری نادرست به‌عنوان شرایط علی مورد بررسی قرار گرفت. همان‌طور که حسنی و کلانتری (۱۳۹۶) عقیده داشتند، تعاملات در شبکه‌های اجتماعی دارای پیامدهایی است که می‌تواند به خارج از محیط فضای مجازی تسری پیدا کند؛ درواقع این‌گونه می‌توان استنباط نمود که آسیب‌ها در فضای مجازی و شبکه اینستاگرام به‌صورت رابطه متقابلی با دنیای حقیقی ایجاد می‌شوند چراکه از سویی به‌عنوان عاملی اثرپذیر از پیامدها و کاستی‌های دنیای حقیقی است و ازسوی دیگر خود به عاملی اثرگذار در ایجاد تزلزل و لطمه فرهنگی مؤثر خواهد بود.

پدیده محوری در این پژوهش از مقوله‌هایی نظیر: ابتذال اخلاقی، تغییر سبک زندگی به‌شیوه نادرست، ترویج اعمال ممنوع و کارهای غیرقانونی، آسیب‌های روحی و دور شدن از واقعیت احصا شد و منجر به کشف پدیده لطمه فرهنگی گردید؛ درواقع لطمه فرهنگی ناشی از آسیب‌های فضای مجازی و اینستاگرام است که منجر به خدشه‌دار شدن چهره فرهنگ می‌شود. ازطرفی آزادی موجود در فضای مجازی و همچنین آمیختگی روابط اقتصادی و اجتماعی در شبکه اینستاگرام موجب شده تا برخی از صاحبان صفحه‌های مختلف برای جذب دنبال‌کننده از هر شیوه‌ای حتی ضدارزشی و ضداخلاقی برای دیده شدن بهره بگیرند. درواقع نمایش برخی از رفتارها ضدا اجتماعی و ضداخلاقی در شبکه اینستاگرام منجر به عادی‌سازی هنجارشکنی و حیازدایی از جامعه خواهد شد که نتیجه آن لطمه به عناصر فرهنگی ایرانی و اسلامی است.

ازسوی دیگر، آسیب‌ها و لطمه‌های ظاهرشده در شبکه اجتماعی اینستاگرام، آن امری را که نوربرت الیاس آن را فرایند متمدن‌سازی^۱ تدریجی بشر می‌دانست زیر سؤال برده است چراکه بسیاری از رفتارهای ناشایست و چندش‌آور که در نگرش الیاس در فرایند متمدن‌سازی به پشت‌پرده و صفحه زندگی اجتماعی هدایت‌شده

۱. نوربرت الیاس در کتاب فرایند متمدن‌شدن «the civilizing process» به این مسئله اشاره کرده است.

بود، امروزه در فضای مجازی و خصوصاً شبکه اجتماعی اینستاگرام در جلوی صحنه و جلو دوربین، حتی با بزرگ‌نمایی و اغراق بیشتری در حال انجام است به‌گونه‌ای که اکنون پدیده‌های پیشگیرانه و اخلاقی چون شرم‌وحیا در حال رنگ‌باختن است. درواقع زمانی که هدف جذب دنبال‌کننده در صفحات شبکه اجتماعی باشد، کاربر تمام تلاش خود را می‌کند تا هر آنچه که سبب تعجب، شگفتی، حیرت و حتی علاقه مخاطبان است را نمایان سازد، به‌نوعی که گاهی برحسب سلايق و علايق مخاطبان و گاهی با نمایش حرکات ضداجتماعی و حتی ایجاد نفرت و خشم، مخاطب را به صفحه موردنظر خود بکشاند. برای نمونه خوردن و ترکیب غذاهای عجیب‌وغریب، خوردن غذا با دست^۱ و کثیف کردن عمدی دور دهان، شکستن اجسام مختلف با سر و آسیب‌رسانی به بدن، عریان‌نمایی و لخت‌شدن، استفاده از زنان و دختران جوان به‌عنوان کالایی برای جذب دنبال‌کننده، نشان می‌دهد که جهان مجازی نه‌تنها در حال بهبود پروسه فرایند تمدن‌سازی نیست، بلکه در حال زوال و لطمه‌زدن به فرهنگ‌ها و تمدن‌هاست. هر چند بسیاری از رفتارهای ضدفرهنگی توسط عده‌ای محدود و با انگیزه‌های مختلف در حال انجام است، اما عادی‌سازی این رفتارهای موجب لطمه به فرهنگ خواهد شد.

نکته شایان توجه دیگر در این پژوهش آن است که شرایط زمینه‌ای در فضای مجازی و شبکه اجتماعی اینستاگرام می‌تواند عامل اثرگذاری در خدشه‌دار شدن فرهنگ ایرانی و اسلامی باشد. مقوله‌هایی نظیر عدم اعتماد به نفس کاربران در دنیای واقعی و پناه بردن به شبکه‌های مجازی یکی از نکات قابل توجه در پیوستن افراد به این شبکه‌ها و در نتیجه اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی است. از طرفی فقدان روابط اجتماعی مناسب در دنیای واقعی نیز موجب شده که کاربران شبکه‌های اجتماعی نظیر اینستاگرام از این فضا به‌عنوان جایگزینی برای ایجاد روابط دوستی بهره‌گیرند. همان‌طور که در یافته‌های این پژوهش ارائه شد، شرایط میانجی یا مداخله‌گر، شرایطی کلی و وسیع هستند که بر چگونگی کنش و واکنش‌ها اثر می‌گذارند. این پژوهش با شناسایی مقوله‌هایی نظیر ضعف نظام آموزشی، مسائل

۱. مطالعاتی در مورد آداب و آیین غذا خوردن در جامعه‌شناسی موردتوجه قرار گرفته است؛ برای مثال آثار نوربرت الیاس در مورد آداب سفره مورد توجه بسیاری قرار گرفته که در سطور بالا بدان اشاره شده است. البته از دیرباز توجه زیادی به مناسک موجود حول محور غذا در انسان‌شناسی اجتماعی و آرای افرادی نظیر کلود لویی اشتراوس وجود داشت. ولی استفاده از سبک غذا خوردن عجیب و متفاوت در شبکه‌های اجتماعی مسئله‌ای جدید و بسیار قابل تأمل است که باید بدان پرداخته شود.

اقتصادی، مسائل سیاسی و ضعف قوانین به این نتیجه رسیده است که این مقولات در عمیق‌تر شدن پدیده لطمه فرهنگی تأثیرگذار هستند.

از لحاظ مبانی نظری نیز، نتایج به‌دست آمده از مصاحبه‌ها و مشاهده صفحه‌های اینستاگرامی نیز نشان می‌دهد که مصایب و آسیب‌های اجتماعی فراوانی که امروزه به دلیل ورود فناوری نوظهور نظیر گوشی‌های هوشمند و برنامه اجتماعی متصل به آن در جامعه رخ می‌دهد، تا میزان قابل توجهی ناشی از تأخر فرهنگی و عدم انطباق ذهنی و مستعد نبودن بسترهای اجتماعی است. بدین‌مصادق که افراد جامعه و فرهنگ‌های بومی - محلی خود را بروز نکرده و آموزش‌های لازم و ضروری در مواجهه با فناوری‌های جدید را تعلیم ندیده‌اند. از طرفی همان‌طور که مقدس‌زاده و صفاهیه (۱۳۹۶) عقیده داشتند هر چه میزان سواد رسانه‌ای جامعه افزایش یابد، آگاهی جامعه نیز نسبت به آسیب‌ها و لطمه‌های مرتبط با شبکه‌های اجتماعی افزایش می‌یابد و بالعکس کاهش سواد رسانه‌ای منجر به کاهش آگاهی جامعه از آسیب‌های شبکه‌های اجتماعی می‌شود. لذا آموزش و افزایش سواد رسانه‌ای می‌تواند در کاهش این آسیب‌ها امری مؤثر باشد. نکته حائز اهمیت دیگر آن است که بیشتر مخاطبان و کاربران این شبکه را گروه سنی جوان و نوجوان تشکیل می‌دهد؛ مشاهده صحنه‌های بی‌هنجاری می‌تواند منجر به تقلیدپذیری و عادی‌سازی هنجارشکنی در جامعه مبدل شود. همان‌طور که نظریه‌پردازان یادگیری اجتماعی در این باره عقیده داشتند: در هر موقعیتی شخص رفتارهای معینی را می‌آموزد که بر اثر تکرار ممکن است به‌صورت عادت در آمده و قرار گرفتن در وضعیت مشابه موجب می‌شود فرد همان رفتار عادت شده را تکرار کند (قاضی‌زاده و کیان‌پور، ۱۳۹۴). لذا با اتخاذ تدابیری در جهت کاهش این آسیب‌ها و هنجارشکنی‌ها می‌توان از یادگیری و عادی‌سازی آن در جامعه کاست.

در پایان راهبردها و پیشنهادها برای حل مسئله لطمه فرهنگی به شرح زیر است:

- نتایج پژوهش نشان داد که آموزش و بالا بردن سواد رسانه‌ای افراد می‌تواند در کاهش لطمه فرهنگی ناشی از آسیب‌ها و مخاطره‌های رسانه‌های اجتماعی مؤثر باشد. این آموزش باید در سه سطح برای کودکان و نوجوانان در مدرسه، جوانان از طریق دانشگاه و والدین و خانواده‌ها از طریق رسانه‌های جمعی نظیر تلویزیون و رادیو ارائه شود. از طرفی خود شبکه‌های اجتماعی نظیر اینستاگرام دارای قابلیت هستند که می‌توان با استفاده از آنها به تولید محتواهای آموزشی در جهت آشنایی افراد برای مواجهه درست با شبکه‌های اجتماعی بهره گرفت.

- اصلاح و تصویب قوانین موردنیاز در مقابله با جرایم سایبری می‌تواند در کاهش لطمه فرهنگی مؤثر واقع شود.
- برگزاری کارگاه‌های آموزشی با محوریت آشنایی با شبکه‌های اجتماعی پرتعداد و ارزیابی آن در سطح نهادهای مختلف برای مواجهه با شبکه‌های اجتماعی.
- برگزاری نشست‌ها و همایش‌های تخصصی ملی و بین‌المللی با محوریت شناخت آسیب‌های شبکه‌های مختلف اجتماعی و کاهش این آسیب‌ها با حضور متخصصان اجتماعی و متخصصان فضای مجازی.
- دادن تسهیلات و امتیازاتی به بلاگرهایی که بتوانند به تولید محتوای فاخر و متناسب با فرهنگ ایرانی و اسلامی بپردازند.
- ایجاد مسابقات و جشنواره‌های فرهنگی همراه با جوایز در جهت ایجاد انگیزه و رغبت میان کاربران جوان و نوجوان برای ترویج هنارهای ایرانی و اسلامی در فضای مجازی و شبکه اینستاگرام.
- رسمیت‌بخشیدن به فعالیت‌های شبکه‌های اجتماعی پرتعداد و پرمخاطب نظیر اینستاگرام در درون مرزها و حکمرانی مشترک کشورها.
- مذاکره و تعامل مستمر با مدیران سرویس‌دهندگان و شبکه‌های اجتماعی خارجی به‌منظور تمکین به قوانین داخلی و کاهش آسیب‌ها.
- تقویت و پشتیبانی شبکه‌های اجتماعی بومی به‌گونه‌ای که قابل رقابت با موارد مشابه خارجی باشند.

فهرست منابع

- استراوس، انسلم و کربین، جولیت (۱۳۹۳). مبانی پژوهش کیفی فنون و مراحل تولید نظریه زمینه‌ای. ترجمه ابراهیم افشار، تهران: نشر نی.
- اکبری، ابوالقاسم و اکبری، مینا (۱۳۹۰). آسیب‌شناسی اجتماعی. تهران: انتشارات رشد و توسعه.
- باستانی، سوسن؛ خانیکی، هادی و ارکان‌زاده یزدی، سعید (۱۳۹۷). مردم، رسانه‌های جریان اصلی و مصرف رسانه‌های نوین؛ پیمایش مصرف، اعتماد، رضایت و مشارکت رسانه‌های شهروندان تهرانی. *مطالعات رسانه نوین*، (۱۴)، ۳۳-۱.
- حسنی، حسین و کلانتری، عبدالحسین (۱۳۹۶). تحلیل پدیدارشناختی تجربه زیسته کاربران شبکه اجتماعی تصویری اینستاگرام در ایران. *مطالعات فرهنگ - ارتباطات*، (۷۲)، ۶۳-۳۳.
- حسنی، حسین و کلانتری، عبدالحسین (۱۳۹۹). سیاست‌گذاری اینترنت: مرور سیستماتیک رویکردهای حکمرانی پلتفرم‌های آنلاین و رسانه‌های اجتماعی. *فصلنامه سیاست‌گذاری عمومی*، (۳)، ۷۹-۵۹.
- خسروپناه، عبدالحسین (۱۳۸۸). آسیب‌شناسی دین‌پژوهی سنتی. *کتاب نقد*، (۴۴)، ۱۳۰-۱۰۹.
- رضی‌پور، پرنیا (۱۳۹۷). بررسی جامعه‌شناختی سبک زندگی با تأکید بر شبکه اجتماعی اینستاگرام در سال ۹۷. *جامعه‌شناسی و مدیریت سبک زندگی*، (۱۱)، ۱۶۷-۱۳۷.
- شمسی، میترا و راووداد، اعظم (۱۴۰۰). زندگی و زمانه زنان ایرانی در اینستاگرام: تحلیل ایدئولوژیک عکس‌های زنان در شبکه اجتماعی اینستاگرام. *مطالعات رسانه‌های نوین*، (۲۶)، ۱۷۰-۱۳۱.
- عاملی، سعیدرضا و حسینی، حسین (۱۳۹۱). دو فضایی شدن آسیب‌ها و ناهنجاری‌های فضای مجازی: مطالعه تطبیقی سیاست‌گذاری‌های بین‌المللی. *فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران*، (۱)، ۳۰-۱.
- عاملی، سید سعیدرضا (۱۳۸۸). شبکه‌های علمی مجازی. تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.
- عبداللهیان، حمید و حسینی، حسین (۱۳۹۰). شبکه‌های اجتماعی و چالش‌های آن برای نظام خانواده در ایران: مطالعه عضویت زوجین در فیس‌بوک و مسائل و پیامدهای اجتماعی آن بر حریم خانواده. *بررسی مسائل اجتماعی ایران*، (۱)، ۷.

۲۰۳-۲۲۸

غفوری، آرزو و صالحی، کیوان (۱۳۹۰). تجربه زیسته بزرگسالان از فرصت‌ها و تهدیدهای فضای مجازی: یک مطالعه کیفی. فصلنامه مطالعات فرهنگ - ارتباطات، ۲۱(۵۱)، ۷-۳۸.

قاضی‌زاده، هورامان و کیان‌پور، مسعود (۱۳۹۴). بررسی میزان بی‌تفاوتی اجتماعی بین دانشجویان (مورد مطالعه: دانشگاه اصفهان). پژوهش‌های راهبردی/امنیت و نظم/اجتماعی، ۱(۹)، ۵۹-۷۸.

کونن، بروس (۱۳۹۰). مبانی جامعه‌شناسی. ترجمه غلامعباس توسلی و رضا فاضل، تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها. کیوی، ریموند و کامپنهود، لوک‌وان (۱۳۷۸). روش تحقیق در علوم رفتاری. ترجمه عبدالحسین نیک‌گهر، تهران: انتشارات توتیا.

لطیفی، معصومه؛ ریاحی‌نیا، نصرت؛ قاندي، یحیی و بابائی، محمود (۱۴۰۰). عوامل تأثیرگذار بر هویت فرهنگی دانشجویان ایرانی عضو شبکه‌های اجتماعی (مطالعه موردی: فیس‌بوک، تلگرام و اینستاگرام). مطالعات رسانه‌های نوین، ۷(۲۶)، ۳۹۴-۳۵۹.

مارشال، گوردون (۱۳۸۸). فرهنگ جامعه‌شناسی. ترجمه حمیرا مشیرزاده، تهران: نشر میزان.

محسنی تبریزی، علیرضا (۱۳۸۸). وندالیسم، مبانی روان‌شناسی اجتماعی، جامعه‌شناسی و روان‌شناسی رفتار وندالیستی در مباحث آسیب‌شناسی و کثرت‌فرازی اجتماعی. تهران: انتشارات آن.

مقدس‌زاده، حسن و صفاهیه، هاجر (۱۳۹۶). سواد رسانه‌ای و آگاهی از آسیب‌های شبکه‌های اجتماعی مطالعات رسانه‌ای، ۱۲(۳)، ۲۵-۳۵.

مقیمی، مریم؛ خانیکی، هادی و سلطانی، سید علی‌اصغر (۱۳۹۹). تحلیل گفتمان انتقادی ابعاد سه‌گانه نفرت‌پراکنی زنان علیه زنان در اینستاگرام. مطالعات رسانه‌های نوین، ۶(۲۲)، ۷۱-۹۷.

مکشین، ماری لین دی و ویلیامز، فرانکلین (۱۳۹۱). نظریه‌های جرم‌شناسی. ترجمه حمیدرضا ملک‌محمدی، تهران: انتشارات میزان.

نایبی، هوشنگ؛ معیدفر، سعید؛ سراج‌زاده، سیدحسین و فیضی، ایرج (۱۳۹۶). تئوری آنومی دورکیم و مرتن؛ شباهت‌ها و تفاوت‌ها و شیوه‌های اندازه‌گیری. رفاه اجتماعی، ۱۷(۶۶)، ۹-۵۱.

- Akram, W. & Kumar, R. (2017). A study on positive and negative effects of social media on society. *International Journal of Computer Sciences and Engineering*, 5(10), 351-354.
- Askeroğlu, E. D. (2017). *A Study on the Effects of Digital Life and Instagram Celebrities on Life Styles of Youth as a Popular Cultural Element*. Paper presented at the International Conference on Marketing and Business Development Journal.
- Chante, K.; Jessica, C.; Lindsay, B.; Tyler, Q. & Robert, P.D. (2014). Dermatology on Instagram. *Dermatology Online Journal*, 20(7), 1-6.
- Corbin, J. & Strauss, A. (2014). *Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory*: Sage publications.
- Cresswell, J. W. (1998). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five traditions*: Thousand Oaks. CA: Sage.
- Danaeifard, H. & Emami, S. M. (2007). Strategies of qualitative research: a reflection on grounded theory. *Strategic Management Thought*, 1(2), 69-97.
- Elenopoulou, C. (2018). *Lifestyle micro-influencers and the practice of product endorsement on Instagram through the eyes of young female users*. (Master's Thesis), Erasmus University Rotterdam.
- Elenopoulou, C. (2018). *Lifestyle micro-influencers and the practice of product endorsement on Instagram through the eyes of young female users*. (Master's Thesis), Erasmus University Rotterdam.
- Fiegerman, s. (2014). *Instagram tops 300 million active users*. likely than Twitter. from: //mashable.com, Retrieved 10 June 2017.
- Haridakis, P. M. (2008). The role of motivation and media involvement in explaining internet dependency. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 52(3), 408-431.
- Jiang, S. & Ngien, A. (2020). The effects of instagram use, social comparison, and self-esteem on social anxiety: A survey study in Singapore. *Social Media+ Society*, 6(2).
- Magdalena Ciupercă, E. (2019). A Sociological Approach of Cyberspace Social Order. Deviance, Social Norms and Social Control of Digital Environment. *Romanian Cyber Security Journal*.
- Trifiro, Briana. (2018). "Instagram Use and It's Effect on Well-Being and Self-Esteem". *Master of Arts in Communication*. Paper 4.
- Wang, R.; Yang, F. & Haigh, M. M. (2017). Let me take a selfie: Exploring the psychological effects of posting and viewing selfies and groupies on social media. *Telematics and Informatics*, 34, 274-283.

References

- Akram, W., & Kumar, R. (2017). A study on positive and negative effects of social media on society. *International Journal of Computer Sciences and Engineering*, 5(10), 351-354.
- Askeroğlu, E. D. (2017). A Study on the Effects of Digital Life and Instagram Celebrities on Life Styles of Youth as a Popular Cultural Element. Paper presented at the International Conference on Marketing and Business Development Journal.
- Corbin, J., & Strauss, A. (2014). *Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory*: Sage publications.
- Cresswell, J. W. (1998). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five traditions*: Thousand Oaks, CA: Sage.
- Danaeifard, H., & Emami, S. M. (2007). Strategies of qualitative research: a reflection on grounded theory. *Strategic Management Thought*, 1(2), 69-97.
- Elenopoulou, C. (2018). Lifestyle micro-influencers and the practice of product endorsement on Instagram through the eyes of young female users. (Master's Thesis), Erasmus University Rotterdam.
- Jiang, S., & Ngien, A. (2020). The effects of instagram use, social comparison, and self-esteem on social anxiety: A survey study in Singapore. *Social Media+ Society*, 6(2).
- Magdalena Ciupercă, E. (2019). A Sociological Approach of Cyberspace Social Order. Deviance, Social Norms and Social Control of Digital Environment. *Romanian Cyber Security Journal*.
- Strauss, A., & Corbin, J. (2013). *Basics of Qualitative Research Techniques and Stages of Production of Background Theory*. Translated by Ebrahim Afshar, Tehran: Ney Publishing. (In Persian)
- Akbari, A., Akbari, M. (2011). *Social pathology*. Tehran: Roshd and Tose'e Publications. (In Persian)
- Bastani, S., Khaniki, H., & Arkanzadeh Yazdi, S. (2018). The People, Mainstream Media and New Media Consuming Survey of Media Consumption, Trust, Satisfaction and Participation of Tehran Citizens. *New Media Studies*, 4(14), 1-33. (In Persian)
- Hosni, H., Kalantari, A. (2016). Phenomenological analysis of the lived experience of the users of the visual social network Instagram in Iran. *Culture and Communication Studies*, 18(40). (In Persian)
- Hosni, H., Kalantari, A. (2019). Internet Policymaking: A Systematic Review of Governance Approaches to Online Platforms and Social Media. *Public Policy Quarterly*, 6(3), 59-79. (In Persian)
- Khosropanah, A. (2009). *The Pathology of Religious Studies (Vol. 1): Islamic Culture and Thought Research Institute Publishing Organization*. (In Persian)
- Razipour, P. (2018). Sociological study of lifestyle with an emphasis on the social network of Instagram in 97. *Sociology and lifestyle management*, 4(11), 137-167. (In Persian)
- Shamsi, M., Ravodrad, A. (2021). The life and Times of Iranian women on

- Instagram: ideological analysis of women's photos on the Instagram social network. *New Media Studies*, 7(26). (In Persian)
- Shin, M. M., Williams, F. (2011). *Theories of Criminology* H. R. M. Mohammadi, (Trans.). Tehran: Mizan Publications. (In Persian)
- Ameli, S. R. (2013). Dual Speciation Approach to the Electronic Publishing. *IAU International Journal of Social Sciences*, 3(2), 77-85. (In Persian)
- Ameli, S., Hosni, H. (2011). Spatialization of injuries and abnormalities of cyberspace: a comparative study of international policies. *Iranian Cultural Research Quarterly*, 5(1), 1-30. (In Persian)
- Abdullahian, H., Hosni, H. (2011). Social networks and its challenges for the family system in Iran: Studying the membership of couples on Facebook and its social issues and consequences on family privacy. *Iran Social Issues Survey*, 7(1), 228-203. (In Persian)
- Ghafouri, A., Salehi, K. (2011). Adults' lived experience of cyberspace opportunities and threats: a qualitative study. *Culture and Communication Studies Quarterly*, 21(51), 7-38. (In Persian)
- Ghazizadeh, H., Kianpour, M. (2014). Examining the level of social indifference among students (case study: Isfahan University). *Strategic researches on security and social order*, 1(9). (In Persian)
- Koen, B. (2011). *Basics of Sociology* T. T. G. And. F. Reza, (Trans): organization of studying and compiling humanities books of universities. (In Persian)
- Kiwi, R., Kaminhud, K. (1999). *Research method in behavioral sciences*. N. Gohar, (Trans): Tehran: Totia Publications. (In Persian)
- Latifi, M., Riahinia, N., Qaidi, Y., Babaei, M. (2021). Factors influencing the cultural identity of Iranian students who are members of social networks (case study: Facebook, Telegram and Instagram). *New Media Studies*, 7(26). (In Persian)
- Marshall, G. (2009). *Culture of Sociology* T. M. Hamira, (Trans.): Mizan Publication. (In Persian)
- Mohseni Tabrizi, A. (2009). *Vandalism, the basics of social psychology, sociology and psychology of vandalistic behavior in the topics of pathology and social behavior*. Tehran: On Publications. (In Persian)
- Moghadzadeh, H., Hajar, M. (2016). Media literacy and awareness of social network harms. *Media Studies*, 12, 25-35. (In Persian)
- Moghimi, M., Khaniki, H., Soltani, S. A. A. (2019). Critical discourse analysis of three dimensions of women's hatred against women on Instagram. *New Media Studies*, 6(22), 71-97. (In Persian)
- Naibi, H., Moaidfar, S., Serajzadeh, S. H., Faizi, A. (2016). Durkheim and Mertens's theory of anomie; Similarities, differences and methods of measurement (Vol. 66): *Social well-being*. (In Persian)

بررسی مدل چابک‌سازی راهبردی با رویکرد مدیریت جهادی (مطالعه موردی: سازمان تأمین اجتماعی)

محمدرضا کریم‌فر

دانشجوی دکتری خط‌مشی‌گذاری و تصمیم‌گیری، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، واحد کرمان،
Mrkarimfar@gmail.com

محمدجلال کمالی

استادیار گروه مدیریت دولتی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، واحد کرمان، دانشگاه آزاد اسلامی،
mjalalkamali@yahoo.co.uk

یاسر سالاری

استادیار گروه الهیات و معارف اسلامی، واحد کرمان، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمان، ایران.
yaser581@yahoo.com

چکیده

امروزه چابک‌سازی راهبردی به‌ویژه در سازمان تأمین اجتماعی بیش از هر زمانی دیگری لازم است که با فرهنگ و روحیه جهادی و به‌تبع آن مدیریت جهادی از جمله ارزش‌های اسلامی محسوب می‌شود و با بهره‌گیری از ابزار علم و فناوری و هم‌جهت با اراده الهی در سازمان به تمشیت امور می‌توان پرداخت. در پژوهش حاضر به بررسی مدل چابک‌سازی راهبردی با رویکرد مدیریت جهادی در سازمان تأمین اجتماعی پرداخته شده است. هدف از این مطالعه بررسی این مدل می‌باشد. نوع روش تحقیق به‌لحاظ هدف، کاربردی و به‌لحاظ روش، گردآوری اطلاعات توصیفی پیمایشی می‌باشد. جامعه آماری پژوهش جهت آزمون الگو ۳۰ نفر از خبرگان بود و جهت سنجش متغیرهای پژوهش از نظر مدیران ارشد سازمان تأمین اجتماعی استفاده شد که تعداد آنها ۱۴۰ نفر بود که به دلیل محدود بودن جامعه آماری از روش سرشماری استفاده شد و آنان نسبت به سؤال‌های پرسشنامه مدیریت جهادی، بصیرت، چابک‌سازی راهبردی، فرهنگ و روحیه جهادی پاسخ دادند. پایایی و روایی ابزارها با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ و واریانس استخراج شده است و نتایج به‌دست‌آمده نشان از پایایی و روایی موردقبول برای ابزارها داشت. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزارهای SPSS و SmartPls استفاده گردید. نتایج پژوهش نشان داد که بین بصیرت و چابکی راهبردی با مدیریت جهادی در سازمان تأمین اجتماعی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد و همچنین بین فرهنگ و روحیه جهادی و چابکی راهبردی با مدیریت جهادی در سازمان تأمین اجتماعی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

کلیدواژه‌ها: چابک‌سازی راهبردی، مدیریت جهادی، سازمان تأمین اجتماعی، بصیرت، فرهنگ و روحیه جهادی.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۸/۲۳ تاریخ بازبینی: ۱۴۰۱/۰۴/۱۷ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۶/۲۵

فصلنامه راهبرد اجتماعی فرهنگی، سال ۱۲، شماره ۱، پیاپی ۴۶، بهار ۱۴۰۲، صص ۲۲۸-۲۰۱

مقدمه و بیان مسئله

برخورداری سازمان‌ها از کارآمدی و اثربخشی لازم به چابکی و مدیریت جهادی نیاز دارد که با ماهیت اسلامی انقلاب، هماهنگ و همسو باشد و مدیران و کارکنان آن نیز از شایستگی‌ها و قابلیت‌های لازم برخوردار باشند. سازمان‌ها در محیطی فعالیت می‌کنند که تغییرات سریع آن، آنها را ملزم به داشتن راهبردی‌های انطباق‌پذیر می‌کند. درواقع این مسئله که سازمان‌ها چگونه می‌توانند در محیطی پویا و غیرقابل پیش‌بینی موفق شوند، موضوعی است که به‌عنوان مهم‌ترین چالش دنیای امروز شناخته می‌شود (Doz, 2019, p. 370). هر چند راهکارهای مختلفی مثل تولید به‌هنگام، مهندسی مجدد، سازمان‌های مجازی و شبکه‌سازی معرفی شده‌اند، اما چابک گشتن سازمان از محبوب‌ترین آنها است. در چنین محیطی، چابکی تبدیل به قابلیت مهمی شده است که تأثیرات بسیاری بر عملکرد سازمان دارد (کلانی و دیگران، ۱۳۹۲، ص. ۸۴). اغلب صاحب‌نظران علت تغییر و تحولات در دنیای کسب‌وکار را قابلیت فزاینده دسترسی به فناوری، رقابت شدید در توسعه آن، جهانی شدن بازارها و رقابت، تغییرات در میزان حقوق و دستمزد و مهارت‌های شغلی، مسئولیت زیست‌محیطی، محدودیت منابع و مهم‌تر از همه افزایش انتظارات مشتریان می‌دانند (Mohammad & et al., 2019, p. 43). از این‌رو در چنین محیطی نمی‌توان سازمان‌ها را به‌صورت سنتی و با روش‌های گذشته، هدایت و کنترل نمود و لازمه واکنش سریع و مؤثر به این تغییرات، دستیابی به چابکی سازمان است (سیلاوی، ۱۳۸۹، ص. ۲۵). چابکی راهبردی در سازمان تأمین اجتماعی بر مبنای مدیریت جهادی نیز به‌عنوان یک اصطلاح درحال حاضر توجه مدیران را به خود جلب کرده است. نتایج حاصل از جهاد دانشگاهی و جهاد سازندگی رویکردی موفق در مدیریت جهادی می‌باشد. در این رابطه، مدیران سازمان تأمین اجتماعی می‌توانند روش مدیریت جهادی را در سازمان با رویکردی همراه قابلیت‌هایی اتخاذ شده کارکنان فراهم کنند تا بتوانند مراحل چابکی راهبردی را با مؤلفه‌های بصیرت و روحیه جهادی مورد استفاده قرار دهند.

مطابق با این دیدگاه که برگرفته از مبانی و معارف دینی ماست، جهاد فرهنگ و روحیه حاکم بر کلیه عرصه‌ها و ارکان زندگی بوده و هیچ عرصه‌ای را نمی‌توان بی‌نیاز از



روحیه جهادی تصور کرد (کریم و امیری، ۱۳۹۶). در جامعه‌ای که به دنبال تحقق حیات طیبه اسلامی است و هدف نهایی خود را عینیت بخشیدن به آرمان‌ها و ارزش‌های اسلامی قرار داده است، مطمئناً فرهنگ و راهنمای حرکت نمی‌تواند چیزی جز روحیه و فرهنگ جهادی باشد. فرهنگ جهادی همان گونه که مولای متقیان می‌فرمایند، مایه عزت اسلام و مسلمین است: «فَرَضَ اللَّهُ... الْجِهَادَ عِزًّا لِلْإِسْلَامِ»؛ خداوند... جهاد را برای عزت و سربلندی اسلام واجب فرمود (نهج البلاغه، حکمت: ۲۲۲). با توجه به مسئله حساس و مروری بر سخنان و دیدگاه‌های رهبر معظم انقلاب اسلامی بارها در سال اخیر بر ضرورت اهتمام به فرهنگ جهادی از سوی همه آحاد مردم مخصوصاً مسئولان و نخبگان جامعه تأکید کرده‌اند (کریم و امیری، ۱۳۹۶، ص. ۸۱)؛ به عنوان نمونه، ایشان در سال ۹۴ و در دیدار با مسئولان جهاد کشاورزی، فرهنگ جهادی را امری حیاتی برای تمام عرصه‌های کشور عنوان می‌کنند: «جهاد در صحنه‌های مختلف، وظیفه ماست و ضامن پیشرفت و پیروز ماست. در صحنه سیاسی هم جهاد هست، در صحنه فرهنگی هم جهاد هست، در صحنه تبلیغاتی و ارتباطاتی هم جهاد هست، در صحنه‌های اجتماعی هم جهاد هست. جهاد فقط جهاد نظامی نیست؛ انواع و اقسام عرصه‌های زندگی بشر، عرصه جهادند» (عظیمی و حدائق، ۱۳۸۶، ص. ۵۵).

ازسویی دیگر چون مدیریت جهادی یک سبک مدیریتی در سازمان تأمین اجتماعی که یکی از سازمان‌های اصلی در جامعه محسوب می‌شود و مدیران باید دارای ویژگی‌هایی باشند و این ویژگی‌ها از منظر رهبر انقلاب، مدیران باید باایمان، متدین و باتقوا؛ خدمتگزار، پرتحرک و خستگی‌ناپذیر؛ شجاع و فعال در مقابل دشمن؛ امین، دلسوز و متعهد به مردم و نظام؛ دارای اعتماد به نفس و خودباوری؛ امیدوار و دارای عزم راسخ؛ متعهد به توانمندی‌های داخلی؛ عدالت‌خواه و ضدفساد؛ دارای روحیه تحریک و پیشرفت در کارها؛ اهل تدبیر و عقلانیت، به دور از اشرافی‌گری؛ اهل اشراف میدانی بر مشکلات؛ بانشاط، پرانگیزه و اهل پیگیری؛ صادق و مسئولیت‌پذیر؛ معتقد به جوانان؛ انقلابی و جهادی؛ مردمی، عالم، کارآمد و اهل اخلاص باشد.

۱. اهداف و سؤال‌های پژوهش

این پژوهش با هدف بررسی مدل چابک‌سازی راهبردی با رویکرد مدیریت جهادی در سازمان تأمین اجتماعی انجام شده و پرسش‌های اصلی این است که آیا بین بصیرت و



چابکی راهبردی با مدیریت جهادی در سازمان تأمین اجتماعی رابطه وجود دارد؟ همچنین آیا بین فرهنگ و روحیه جهادی و چابکی راهبردی با مدیریت جهادی در سازمان تأمین اجتماعی رابطه وجود دارد؟

۲. پیشینه پژوهش

با توجه به نام‌گذاری مدیریت جهادی در عرصه‌های اقتصادی و فرهنگی به‌وسیله مقام معظم رهبری مشخص شد در حوزه مدیریت جهادی تا کنون پژوهش‌ها و مقاله‌های متعددی صورت گرفته است که به برخی از آنها اشاره می‌شود.

حصیری و همکاران (۱۴۰۰) در پژوهشی به بررسی ارائه الگوی مدیریت جهادی در فعالیت‌های سازندگی با رویکرد الگوسازی ساختاری تفسیری (ISM) (نمونه پژوهش: قرارگاه سازندگی خاتم‌الانبیا (صلی‌الله‌علیه‌وآله‌وسلم)) پرداختند. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که مؤلفه یگانه لاله‌الله اصل بنیادین و ریشه الگوی مدیریت جهادی، مؤلفه‌های چهارگانه ارزش‌مداری، اعتقادمحوری، معرفت‌محوری و جهادمحوری، مبانی فکری و فلسفی و سطح دوم، مؤلفه‌های هفت‌گانه رسالت‌محوری و آرمان‌خواهی، تکلیف‌گرایی و نتیجه‌گرایی توأمان، بینش و عمل هولوگرامی، نگاه فراپیمانکاری، نگاه فراجانحی، مردم‌پایگی کارها و ابتنا بر ویژگی‌های شخصیتی، اخلاقی و مدیریت اسلامی و انقلابی، مبنای حرکت مدیریت جهادی و سطح سوم، مؤلفه‌های چهارگانه بومی‌سازی و خودکفایی در علم و فناوری، تمرکز بر گلوگاه‌ها (با استفاده از همه ظرفیت‌ها)، تمرکز بر تکمیل زنجیره ارزش (ظرفیت‌شناسی و ظرفیت‌سازی) و به‌کارگیری صنعت و دانشگاه در سازندگی، راهبردهای متخذه و سطح چهارم و مؤلفه‌های سه‌گانه غلبه بر موانع و محدودیت‌ها (غلبه بر تحریم‌ها، انحصارشکنی، بن‌بست‌شکنی)، مدیریت بر محیط و چابک‌سازی و تحریک‌پذیری، نتایج و سطح پنجم، و درنهایت مؤلفه‌های سه‌گانه پیش‌روندگی (خط‌شکنی)، پیش‌برندگی (شتاب‌دهی و حرکت‌های جهشی - میان‌بر) و اثرگذاری و الگوسازی ماندگار جزء پیامدهای مدیریت جهادی و سطح ششم الگو خواهد بود.

موسوی‌زاده و همکاران (۱۳۹۹) در پژوهشی که با عنوان تدوین مدل مدیریت جهادی در شرکت‌های تابعه وزارت نیرو انجام دادند. نتایج نشان داد که بُعد ساختاری شامل مؤلفه‌های سیاست‌گذاری آینده‌نگر، حق‌محوری و شایسته‌گرایی، بُعد رفتاری شامل مؤلفه‌های عقلانیت مؤمنانه، توکل فعالانه، مسئولیت‌پذیری حرفه‌ای، شامل مؤلفه‌های بصیرت انقلابی، خوداتکایی و فرهنگ جهادی می‌باشد که با نهادینه‌سازی

این مدل در این شرکت‌ها، با ترویج مدیریت جهادی، در راستای تحقق اهداف سازمانی گام برداشت.

وحیدی و همکاران (۱۳۹۸) پژوهشی با هدف بررسی نگرش‌های موجود در حوزه مدیریت جهادی انجام دادند. نتایج نشان داد که می‌توان تعداد چهار الگوی ذهنی متمایز را در میان مشارکت‌کنندگان پژوهش در مورد عوامل مؤثر بر تعیین ذهنیت‌های موجود در حوزه مدیریت جهادی شناسایی نمود که جمعاً ۷۴/۹۱ درصد از واریانس کل را تبیین نمودند. این چهار الگوی ذهنی به ترتیب با نام‌های الزام‌های نظارتی، الزام‌های رفتاری، الزام‌های رهیافت، الزام‌های بنیادی نام‌گذاری گردید.

عسکری وزیری و همکاران (۱۳۹۷) پژوهشی با هدف تبیین مدیریت جهادی و طراحی الگوی عملی آن در نظام جمهوری اسلامی ایران انجام دادند. این پژوهش از نوع «کیفی» با رویکرد «استقرائی» بوده و روش گردآوری اطلاعات آن «کتابخانه‌ای» است. محقق بعد از تبیین مفاهیم کلیدی و تعیین نسبت بین مدیریت جهادی و مدیریت اسلامی و با بررسی الگوهای رقیب و بیان علت رجحان الگوی سه بعدی، با تأمل در دو تجربه جهاد سازندگی و دفاع مقدس، به جمع‌آوری مضامین مرتبط با مدیران موفق در این دو مجموعه و واکاوی دلایل موفق بودن آنها مبادرت ورزیده، سپس با روش «تحلیل مضمون»، مضامین به‌دست آمده را با اجرای فاز غربالگری و تقلیل داده‌ها، کدگذاری کرده، آنگاه کدهای به‌دست آمده را در مضامین فراگیر دسته‌بندی نموده و با انجام مصاحبه حضوری و غیرحضوری و هم‌اندیشی با استادان خبره، سرانجام مؤلفه‌های مدیریت جهادی را در سه بعد زمینه‌ای، ساختاری و رفتاری شناسایی و در سازه سه‌بعدی قرار داده است.

پورصادق و ذاکری قزآنی (۱۳۹۴) پژوهشی تحت عنوان تأثیر سه بعد رهبر، پیرو و زمینه در مدیریت جهادی را بر اثربخشی سازمان انجام دادند. نتایج نشان می‌دهد که از میان سه بعد رهبر، پیرو و زمینه در مدیریت جهادی، ابعاد پیرو و زمینه بر اثربخشی سازمان تأثیر معنی‌داری دارد در حالی که بعد رهبر مدیریت جهادی بر اثربخشی سازمان آموزش و پرورش تأثیر مثبت و معنی‌داری ندارد.

اشرفی و همکاران (۲۰۱۹) پژوهشی تحت عنوان نقش توانایی‌های تجزیه و تحلیل کسب و کار در تقویت چابکی و عملکرد شرکت‌ها انجام دادند. نتایج نشان داد که توانایی‌های تجزیه و تحلیل کسب و کار به شدت بر چابکی شرکت از طریق افزایش کیفیت اطلاعات و ظرفیت‌های نوآورانه تأثیر می‌گذارد ما همچنین درباره اثر تعدیل‌گر آشفستگی‌های فناورانه و بازار در رابطه بین چابکی شرکت‌ها و عملکرد

شرکت‌ها بحث می‌کنیم. نتایج حاکی از آن است که هر یک از مدل‌ها دارای ابعاد و ویژگی‌های خاص خود هستند. به نظر می‌رسد بصیرت، فرهنگ و روحیه جهادی در مدیریت جهادی ابعاد و مؤلفه‌های نسبتاً متفاوتی دارد که در این پژوهش سعی بر استخراج و تدوین مدل چابکی راهبرد سازمان تأمین اجتماعی با رویکرد مدیریت جهادی بوده است.

پژوهش‌های بسیاری پیرامون مدیریت جهادی و چابک‌سازی راهبردی صورت گرفته است اما امتیاز پژوهش حاضر در مقایسه با کلیه پژوهش‌های انجام شده است، از این قرار می‌باشد که در هیچ‌یک از آن پژوهش‌ها، در راستای تحقق مدیریت جهادی همراه با بصیرت، فرهنگ و روحیه جهادی در سازمان‌های بزرگ ارائه نشده است که این پژوهش از این حیث دارای نوآوری می‌باشد تا مدیران در سازمان تأمین اجتماعی بتوانند حرکتی مناسب در جهت استقرار یک نظام مدیریت جهادی در کنار سایر عوامل مدیریتی را فراهم کنند.

۳. ملاحظات مفهومی و نظری

۳-۱. تعاریف مفاهیم

۳-۱-۱. مدیریت جهادی

مهم‌ترین مفهوم در این پژوهش مدیریت جهادی است. درواقع مدیریت جهادی مصداق مدیریتی است که در آن، فرهنگ سازمانی در راستای تحقق اهداف سازمان شکل پیدا کرده است و اهداف سازمان نیز در جهت نیازها و ارزش‌های محیطی قرار دارند. فلذا ارزش‌های محیطی به‌عنوان تقویت‌کننده اصلی ارزش‌های سازمانی عمل می‌کنند که آن‌هم به‌نوبه‌خود، مجدداً به تحقق اهداف سازمانی کمک می‌کند. در یک جمله می‌توان عنوان داشت: مدیریت جهادی، مدیریت مبتنی بر چابکی راهبردی است. براین مبنا، مؤلفه‌های اصلی مدیریت جهادی را می‌توان بصیرت و فرهنگ و روحیه جهادی تعریف کرد. بابر این مدیریت جهادی الگوی جدیدی از نظریه‌های مدیریتی است که پس از انقلاب اسلامی ایران بسط پیدا نمود. مدیریتی که با به‌کارگیری هنر و علم مدیریت و استفاده توأمان از مفاهیم اسلام توانسته، پنجره‌های جدیدی را به روی نظام مدیریت کشور بگشاید (وحیدی و دیگران، ۱۳۹۸، ص. ۸۳).

مدیریت جهادی بر اساس عوامل و شاخص‌های بومی و ارزش‌های ملیتی و اعتقادات مذهبی به‌عنوان یکی از مهم‌ترین عواملی است که می‌تواند فرهنگ ایرانی و

اسلامی را به اقتصاد مقاومتی نزدیک کند. امام خمینی نمونه بارز چنین مدیریتی در سال‌های آغاز انقلاب اسلامی بود که نشان‌دهنده ایجاد یک نظام مدیریتی تکیه بر اعتقادات مذهبی است. مدیریت مبنی بر جهاد در ساختار و سازماندهی جهاد سازندگی و دفاع کردن از حق و حقوق جمهوری اسلامی ایران در هشت سال جنگ و دفاع مقدس در برابر همه قدرت‌های استکبار دنیا نشان دهنده مدیریت درست و اصولی در کشور ما بوده است که بعد از هشت سال جنگ فراموش شده است. شیوه‌هایی که بعد از دفاع مقدس جایگزین شد شامل شیوه‌ها و اصول مدیریتی مبتنی بر علوم انسانی غرب بود منتها به جای نگاه ارزشمندانه اعتقاد به اسلام، نگاه اومانیستی و لیبرالیستی جایگزین آن شد. اما انتظار می‌رفت تا مدل‌های جایگزین اصلاح ساختار شوند و برای ساختار مدیریت کشور در تمامی بخش‌ها مورد استفاده قرار گیرند و با مبنا قرار دادن آن در دانشگاه‌های کشور مدیران آینده را تربیت کنند. اما در حال حاضر نظام آموزش دانشگاهی کشور بر اساس مدیریت غربی به تربیت نسل آینده مدیر می‌پردازد (بیانات مقام معظم رهبری، ۱۳۹۲).

۳-۱-۲. فرهنگ و روحیه جهادی

فرهنگ جهادی همان فرهنگ دین و مکتب اسلام است. همان فرهنگ خداپاواران و یکتاپرستان است. در «فرهنگ جهادی» فرد تنها به خود نمی‌اندیشد، بلکه به عنوان یک انسان مؤمن و بنده خدا وظیفه دارد تا آنجاکه می‌تواند به دیگران خدمت کند و در پی تحقق بخشیدن به اهداف اسلام و گسترانیدن ایمان باشد و در این خدمت‌رسانی، ایمان‌خواهی و استوارسازی آرمان‌ها چنان غرقه شود که دیگر خود را نبیند و فردیت خود را به دست فراموشی بسپارد. فرهنگ و روحیه جهادی از مهم‌ترین اموری است که جهت پیشرفت و رسیدن به هدف باید به کار گرفته شود. الگوی عملی در داشتن روحیه جهادی در عصر حاضر بنیان‌گذار انقلاب اسلامی امام خمینی (رحمت‌الله‌علیه) و نائب بر حق ایشان امام خامنه‌ای می‌باشند که این انقلاب عظیم را در این دنیای پر از حوادث و فتنه به خوبی هدایت کرده‌اند. با توجه به اینکه ملت‌ها در زمان طغوت‌های گذشته از ابعاد مختلف عقب‌نگه داشته شده‌اند، لازمه جبران این عقب‌ماندگی، روحیه جهادی می‌باشد. اساساً روش صحیح کار در فرهنگ غنی اسلام، روش جهادی می‌باشد. در این روش، فرد منتظر دستور و پاداش و نتیجه نیست بلکه هدفش ادای تکلیف و کسب رضایت خدا می‌باشد (افتخاری و دیگران، ۱۳۹۷، ص. ۵۳).

۳-۱-۳. بصیرت

بصیرت و عدم غفلت از وجود دشمن، جزء مقدمات «مدیریت جهادی» به‌شمار می‌روند. همان‌طور که مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی) تأکید کرده‌اند: «هر تلاشی را جهاد نمی‌گویند، ممکن است کسی یک کار علمی هم بکند، {اما} جهاد نباشد. جهاد آن حرکتی است که در مواجهه با یک دشمن، انجام می‌گیرد» (بیانات مقام معظم رهبری). در واقع بصیرت با نگاه به ظواهر امور و حقایق هستی و واقع‌نگری به دور از سطح نگری به‌دست می‌آید که یک فرد با این ویژگی، با تعمق و ادراک باطن اشیاء امور ناپیدای وراء ظاهری را با چشم عقل و دل به‌روشنی چشم سر می‌بیند (برزگر شانی، ۱۳۹۶، ص. ۴۸).

۳-۱-۴. چابکی راهبردی

توانایی سازمان در کشف فرصت‌های جدید مزیت رقابتی و استفاده از دانش، دارایی‌ها و روابط به‌منظور تصاحب این فرصت‌هاست (Setia & at el., 2008). چابکی راهبردی توانایی شناسایی فرصت‌های نوآورانه و کسب فرصت‌های بازار رقابتی از طریق فراهم نمودن دارایی‌های حیاتی، دانش و ارتباطات سریع و ناپیوسته است همچنین توانایی پاسخ به تغییرات غیرقابل پیش‌بینی و توانایی اقدام پیش‌کنشی در رابطه با تغییر است (Arteta & Giachetti, 2004, p. 495). درواقع چابکی راهبردی بر مفهوم و معنی توسعه و اجرای همزمان و مشترک راهبرد و نه تفکیک و جدایی آنها تأکید دارد (Long, 2000, p. 137). ایجاد چابکی راهبردی در عصر اقتصاد نوآوری، چالشی است که بیشتر شرکت‌ها و سازمان‌ها در انجام آن موفق نیستند و حتی برخی شرکت‌ها بعد از کسب آن، قادر به حفظ آن نمی‌باشند؛ بنابراین سازمان‌ها نیاز دارند که بطور مستمر از قابلیت چابکی راهبردی خود به‌عنوان یک قابلیت پویا از طریق سنجش آن آگاه شوند (Ojha, 2008, p. 33).

در مواجهه با گسستگی‌ها و تلاطم‌های فناورانه و رقابت فشرده و همگرا در سازمان تأمین اجتماعی نیازمند تغییر مدل‌های کسب‌وکار و راهبردهای خود در هر یک از شعب مورد تمرکز، بسیار سریع‌تر از گذشته هستند. برای تبیین ابعاد چابکی راهبرد سازمانی، مبانی نظری موجود نشان می‌دهد که تعداد محدودی تحقیقات در این زمینه صورت گرفته است. در تحقیقات انجام شده نیز به‌طور جامع و با رویکرد درون سازمانی به این عامل پرداخته نشده است و تنها بخشی از ابعاد و شاخص‌ها ارائه شده‌اند.

همچنین مدلی جامع که بر اساس آن بتوان توانمندی چابکی راهبردی را در سازمان تأمین اجتماعی بررسی کرد مشاهده نمی‌شود. بر اساس فلسفه چابکی راهبرد، چابکی راهبردی در سازمان تأمین اجتماعی باید منجر به کاهش هزینه‌های توسعه فناوری، افزایش سهم بازار، پاسخ به موقع به نیازمندی‌های، تسهیل و تسریع ارائه فناوری‌های جدید دارای مزیت رقابتی، حذف حوزه‌ها و فعالیت‌های فاقد ارزش افزوده، و افزایش توان رقابت‌پذیری مربوط و مرتبط شود (Doz & Kosonen, 2010, p. 380).

در این پژوهش به منظور شناسایی ابعاد و شاخص‌های چابکی راهبرد در سازمان تأمین اجتماعی کلیه تحقیقات انجام شده در زمینه چابکی راهبردی در چند سال اخیر بررسی و پس از تطابق و تعدیل با ماهیت، ویژگی‌ها و الزام‌های سازمان تأمین اجتماعی، در نهایت هفت بعد (عامل کلیدی) استخراج و تعریف گردید که ابعاد کلیدی آن در جدول ذیل ارائه شده است.

جدول (۱): ابعاد چابکی راهبردی در سازمان تأمین اجتماعی

چابکی راهبردی در سازمان تأمین اجتماعی		ابعاد درون سازمانی	حسیاسیت راهبردی
			چشم‌انداز واضح و روشن
			انتخاب اهداف دانشی راهبردی
			شناسایی توانمندی‌های کلیدی مورد نیاز برای
		ابعاد برون سازمانی	حصول به اهداف دانشی
			تصاحب و بهره‌برداری از فرصت‌ها
			نوآوری مستمر
			پیش‌کنشی بودن

پس از تعیین ابعاد چابکی راهبردی، برای تعریف و تطبیق شاخص‌های چابکی راهبردی نیز مطابق مرحله قبل از بررسی ادبیات آن استفاده شد. در جدول ذیل تعاریف و شاخص‌های هر یک از هفت بُعد کلیدی ارائه شده است.

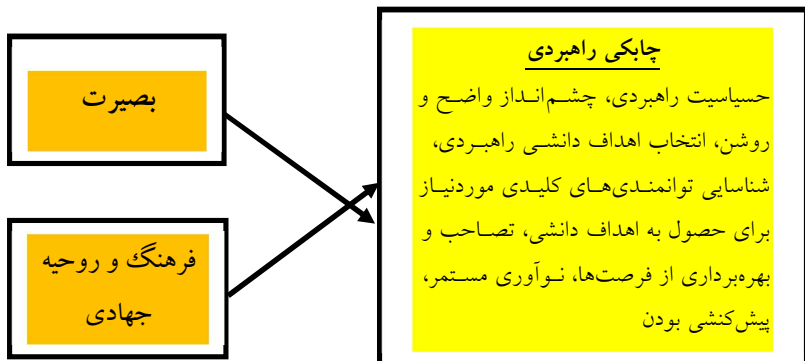
جدول (۲): شاخص‌های شناسایی شده چابکی راهبردی در سازمان تأمین اجتماعی

ابعاد	تعریف	شاخص‌های شناسایی شده
حساسیت راهبردی	ترکیبی از هوشمندی، پیش‌بینی، بصیرت و اکتشاف برای شناسایی مستمر و تصاحب فرصت‌ها است (Doz, 2019؛ Doz & Kosonen, 2010؛ بندریان، ۱۳۹۶)	بهره‌گیری از رویکردهای باز در فرایند نوآوری بهره‌گیری از ارتباطات مؤثر به‌منظور بهره‌برداری جهت هوشمندی هوشمندی راهبردی
	یک چشم‌انداز واضح و شفاف از سازمان تأمین اجتماعی در افق زمانی مشخص که حرکت سازمان در جهت آن است و دورنمایی را که سازمان امیدوار است به آن دست یابد را دربرمی‌گیرد (Ojha, 2008؛ Long, 2000؛ بندریان، ۱۳۹۶)	ماموریت سازمانی شفاف و ارزشی از نظر حوزه صنعت در درون سازمان درک روشنی از آینده مطلوب سازمان و چگونگی اثربخشی دورنمای تعیین شده توافق بر سر ارزش‌های هدایت‌کننده سازمان و افراد به سمت دورنمای تعیین‌شده وجود فضای اعتماد، تعهد، درک متقابل و مشترک و هماهنگی و همکاری وجود جهت‌گیری راهبردی در راستای چشم‌انداز تعیین شده
انتخاب اهداف دانشی راهبردی	سازمان باید اهداف خود (که حوزه‌های شایستگی سازمان خواهند بود) را در جهت پاسخگویی فناورانه به چالش‌های راهبردی آنها قرار دهد (Ojha, 2008؛ Setia & et al., 2008)	شناسایی چالش‌های راهبردی مشتریان (صنایع مربوط و مرتبط) در حال و آینده تعیین اهداف دانشی در تطابق با چالش‌های راهبردی وجود درک روشن از اهداف دانشی سازمان در درون سازمان وجود فرایندهایی برای شناسایی و ارزیابی مسیرهای مختلف که قابلیت پاسخگویی به چالش‌های راهبردی شناسایی شده را دارند اطمینان از اینکه کارکنان از اهداف اطلاع دارند و آن را پذیرفته‌اند
	سازمان باید توانمندی‌های موردنیاز برای بهره‌برداری از فرصت‌های موجود و فرصت‌های فناورانه خلق/اکشف شده جدید را به‌منظور حصول به شایستگی‌های هدف‌گذاری شده، شناسایی و چگونگی	شناسایی توانمندی‌های موجود و فرصت‌های فناورانه خلق/اکشف شده جدید برای دستیابی به اهداف دانشی تعیین‌شده تشریح مهارت‌ها، دانش و نقاط قوتی که منجر به مزیت رقابتی در حصول به اهداف دانشی فناورانه تعیین شده می‌شوند

ابعاد	تعریف	شاخص‌های شناسایی شده
تأمین و بهره‌برداری از فرصت‌های فناورانه	توسعه و یا تأمین آن توانمندی‌ها را مشخص نماید (Priem & Butler, 2001; Ojha, 2008)	آگاهی از فرایندها، منابع، توانمندی‌ها و شایستگی‌هایی که برای دستیابی به اهداف دانشی فناورانه باید توسعه یابند
	توانمندی سازمان تأمین اجتماعی در بهره‌برداری بی‌درنگ برای تصاحب و بهره‌برداری از فرصت‌ها به منظور حصول به شایستگی‌های فناورانه هدف‌گذاری شده، هنگامی که فرصتی را کشف یا خلق می‌کند (Setia & et al., 2008; Ojha, 2008)	شناسایی تأمین‌کنندگان توانمندی‌های کلیدی موردنیاز که سازمان فاقد آنهاست
تأمین و بهره‌برداری از فرصت‌های فناورانه	ایجاد تعهد نسبت به نوآوری مستمر از طریق تجاری‌سازی و ارائه دستاوردهای جدید و رهبری فناورانه با استفاده از پیش‌تلاشی و پیش‌کنشی (Sambamurthy & Priem & Butler, 2001; et al., 2003)	توانمندی سازمان در شناسایی اقدامات لازم برای تصاحب و بهره‌برداری از فرصت‌ها
	توانایی ایجاد ویژگی‌های جدید برای فناوری‌های موجود	پیکره‌بندی توانمندی‌های موردنیاز برای دستیابی به اهداف تعیین شده
تأمین و بهره‌برداری از فرصت‌های فناورانه	توانایی تجاری‌سازی و معرفی فناوری‌های اکتساب شده به بازار	بهره‌برداری از فرصت‌های فناورانه جدید کشف / خلق شده
	وجود فضای مسئولیت‌پذیری در قبال حمایت از رقابت‌پذیری	توانمندی تغییر مسیرها با تغییر شرایط بدون از دست دادن اهداف نهایی
تأمین و بهره‌برداری از فرصت‌های فناورانه	حصول به دستاوردهای فناورانه مورد نیاز صنعت سریع‌تر از رقبای و ارائه آنها فراتر از رقبا و پیشرو بودن در پیش‌بینی چالش‌های آتی صنعت است (Mohammad & et al., 2019; Sherehiy, Karwowski & Layer, 2007; Arteta & Giachetti, 2004; Meredith & Francis, 2000)	وجود فضای کارآفرینی در سازمان تأمین اجتماعی
	مخاطره‌پذیری و سرمایه‌گذاری	بهره‌برداری از فرصت‌ها سریع‌تر از رقبای پاس‌گویی پیش‌کنشی به تغییرات محیطی و چالش‌های آتی صنعت

با توجه به بررسی ادبیات پژوهش، مؤلفه‌های مدیریت جهادی اسلامی مدنظر شامل بصیرت و فرهنگ و روحیه جهادی می‌باشد. با توجه به مجموع بررسی‌های بالا مدل چابکی راهبرد سازمان تأمین اجتماعی با رویکرد مدیریت جهادی اسلامی به

شرح ذیل ترسیم می‌گردد.



منبع: (طراحی توسط نویسندگان)

شکل (۱): مدل مفهومی

۴. روش پژوهش

این پژوهش از نظر ماهیت و روش از نوع توصیفی - همبستگی و از منظر هدف، کاربردی است. ابزار جمع‌آوری داده‌ها با پرسشنامه مدیریت جهادی (بصیرت، فرهنگ و روحیه جهادی) (۶ سؤالی) و چابکی راهبردی سازمان (۲۲ سؤالی) محقق ساخته بوده است. جامعه آماری شامل مدیران ارشد سازمان تأمین اجتماعی که شامل ۱۴۰ نفر بوده است. در این گروه به علت محدود بودن جامعه آماری از روش سرشماری در این سازمان استفاده شده و تمامی افراد جامعه آماری به عنوان نمونه آماری انتخاب گردیده‌اند. به منظور حصول اطمینان از روایی پرسشنامه‌ها، روایی سازه به کار گرفته شد. نتایج حاصل از پرسشنامه در نرم‌افزارهای آماری SPSS 21 و همچنین نرم‌افزار smart pls تجزیه و تحلیل شده‌اند. مطالب گردآوری شده در پرسشنامه‌ها بر اساس نرم‌افزار SPSS مورد تحلیل و بررسی قرار گرفت. همچنین برای تعیین روایی پرسشنامه‌ها، از شاخص نسبت روایی محتوایی^۱ (CVR) و شاخص روایی محتوایی^۲ (CVI) استفاده شد و در نهایت برای تعیین پایایی پرسشنامه‌ها از ضریب آلفای کرونباخ و پایایی مرکب استفاده شد.

همان‌طور که در جدول ۳ قابل مشاهده است، ضرایب بالاتر از مقدار حداقلی ۰/۷ بیشتر هستند که بیانگر پایایی مناسب معرف‌ها است. همچنین برای تجزیه و تحلیل

1. content validity ratio

2. content validity index

داده‌ها از آمار توصیفی و آمار استنباطی استفاده شد. در آمار توصیفی پژوهش به بررسی متغیرهای پژوهش از قبیل میانگین، انحراف معیار و واریانس و متغیرهای جمعیت‌شناختی از قبیل جنسیت، سن، وضعیت تحصیلات پرداخته شد و پس از آن در آمار استنباطی، به‌منظور بررسی روایی پرسشنامه از تحلیل عاملی تأییدی و به‌منظور بررسی فرضیات پژوهش از مدل‌سازی معادلات ساختاری روش الگویابی معادلات ساختاری (SEM)^۱ با کمک نرم‌افزار SmartPLS 3 بهره گرفته شد.

جدول (۳): پایایی سازه‌های پژوهش

مؤلفه	آلفای کرونباخ	گوبه‌ها
چابکی راهبردی	۰/۹۰۸	۱-۲۲
حساسیت راهبردی	۰/۸۹۶	۱-۳
چشم‌انداز واضح و روشن	۰/۷۸۶	۴-۷
انتخاب اهداف دانش	۰/۷۰۰	۸-۱۰
شناسایی توانمندی‌های کلیدی	۰/۸۳۲	۱۱-۱۳
تصاحب و بهره‌برداری از فرصت‌ها	۰/۹۰۷	۱۱-۱۶
نوآوری مستمر	۰/۹۲۲	۱۷-۱۹
پیش‌کنشی بودن	۰/۸۴۷	۲۰-۲۲
مدیریت جهادی اسلامی	۰/۸۹۵	۱-۶
فرهنگ و روحیه جهادی	۰/۹۰۵	۱-۳
بصیرت	۰/۸۳۰	۴-۶

۴-۱. روایی

در روش حداقل مربعات جزئی از متوسط واریانس استخراج شده (AVE) برای محاسبه روایی همگرا سازه‌ها استفاده می‌شود.

جدول (۴): روایی همگرایی سازه‌ها

متغیر	واریانس استخراج شده (AVE)	تعداد مؤلفه‌های متغیر
چابکی راهبردی سازمان	۰/۵۷۰	۷
مدیریت جهادی اسلامی	۰/۵۹۲	۲
مقدار قابل قبول		> ۰/۵

نتایج در جدول ۴ نشان می‌دهد که مقدار متوسط واریانس استخراج برای متغیرها از مقدار حداقلی ۰٫۵، بیشتر است که نشان‌دهنده روایی همگرایی مناسب سازه‌ها در پژوهش است.

۵. یافته‌های پژوهش

۵-۱. آمار توصیفی

به‌منظور شناخت بهتر جامعه آماری و آشنایی بیشتر با متغیرهای پژوهش، قبل از تجزیه و تحلیل داده‌های آماری لازم است این داده‌ها توصیف شوند. با توجه به تجزیه و تحلیل داده‌ها، ۷۸ نفر (۶۲٫۴ درصد) از پاسخگویان مردان و ۴۷ نفر (۳۷٫۶ درصد) زنان بودند، تحصیلات ۳۲ نفر (۲۵٫۶ درصد) لیسانس و ۵۳ نفر (۴۲٫۴ درصد) فوق لیسانس و ۴۰ نفر (۳۲٫۰ درصد) دکترا بود، ۳۳ نفر (۲۶٫۴ درصد) از پاسخگویان در رده سنی بین ۳۱ تا ۴۰ سال، ۵۲ نفر (۴۱٫۶ درصد) بین ۴۱ تا ۵۰ سال و ۴۰ نفر (۳۲٫۰ درصد) ۵۱ سال به بالا بودند. همچنین ۱۱ نفر (۸٫۸ درصد) از پاسخگویان دارای سابقه کار بین ۶-۱۰ سال، ۳۲٫۰ درصد بین ۱۱ تا ۱۵ سال، ۳۲ نفر (۲۵٫۶ درصد) ۱۶ تا ۲۰ سال و ۲۳ نفر (۱۸٫۴ درصد) دارای سابقه کار بین ۲۱ تا ۲۵ سال و ۱۶ نفر (۱۲٫۸ درصد) بین ۲۶ تا ۳۰ سال و ۳ نفر (۲٫۴ درصد) ۳۰ سال به بالا سابقه خدمت داشتند، ۱۱ نفر (۸٫۸ درصد) از پاسخگویان مجرد و ۱۱۴ نفر (۹۱٫۲ درصد) متأهل بودند.

۵-۲. آمار استنباطی

در این مرحله جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی^۱ استفاده می‌شود. مدل‌سازی معادلات ساختاری یکی از روش‌های پیچیده آماری است و این امکان را ایجاد می‌کند تا تأثیر چندین متغیر را به‌صورت همزمان بر روی یکدیگر سنجیده و مورد ارزیابی و آزمون قرار داد. نسل دوم معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی به دلیل داشتن مزایایی از قبیل عدم نیاز به نرمال بودن داده‌ها، اجرای صحیح مدل با نمونه‌های پایین و سنجش متغیرهای مکنون حتی با یک گویه، منجر به استفاده از این رویکرد و نرم‌افزار smartpls2 در این پژوهش می‌باشد. در بخش آمار استنباطی از مدل‌سازی معادلات

1. Partial Least Squares

ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی و آزمون کلموگروف اسمیرنف استفاده شده است.

۳-۵. آزمون کلموگروف اسمیرنف

از طریق آزمون کلموگروف اسمیرنف، نرمال بودن توزیع داده‌ها بررسی می‌شود. آزمون کلموگروف اسمیرنف یکی از پرکاربردترین آزمون‌های آماری است که در آن فرض صفر نرمال بودن داده‌ها و فرض مقابل عدم نرمال بودن توزیع داده‌هاست. اگر سطح معناداری این آزمون از مقدار خطای ۰,۰۵ کمتر باشد، نشان از غیرنرمال بودن و اگر سطح معناداری آزمون از ۰,۰۵ بیشتر باشد، نشان از نرمال بودن داده‌های آن متغیر می‌باشد. طبق یافته‌های جدول ۵ می‌توان گفت که توزیع داده‌های تمامی متغیرها دارای توزیع غیرنرمال می‌باشند ($P < 0.05$).

جدول (۵): نتایج آزمون کولموگروف اسمیرنف برای بررسی فرض نرمال بودن یا غیرنرمال بودن

متغیرها	حجم نمونه	آماره آزمون	P-value
چابکی راهبردی	۱۲۵	۱,۷۷۶	۰,۰۰۰
حساسیت راهبردی	۱۲۵	۱,۸۵۳	۰,۰۰۰
چشم‌انداز واضح و روشن	۱۲۵	۱,۹۸۳	۰,۰۰۰
انتخاب اهداف دانش	۱۲۵	۱,۱۳۴	۰,۰۱۰
شناسایی توانمندی‌های کلیدی	۱۲۵	۲,۲۶۷	۰,۰۰۰
تصاحب و بهره‌برداری از فرصت‌ها	۱۲۵	۱,۰۰۹	۰,۰۰۱
نوآوری مستمر	۱۲۵	۱,۱۱۲	۰,۰۰۰
پیش‌کنشی بودن	۱۲۵	۱,۱۳۵	۰,۰۰۰
مدیریت جهادی اسلامی	۱۲۵	۱,۲۳۲	۰,۰۰۰
ارزش‌گرایی	۱۲۵	۱,۴۴۴	۰,۰۰۰
نوآوری و خلاقیت	۱۲۵	۱,۱۰۶	۰,۰۰۳
فرهنگ و روحیه جهادی	۱۲۵	۲,۳۳۰	۰,۰۰۰
بصیرت	۱۲۵	۱,۹۰۰	۰,۰۰۰
جدیت و شوق به کار	۱۲۵	۱,۵۱۶	۰,۰۰۰

۴-۵. بررسی مدل ساختاری

مدلی که در آن روابط بین متغیرهای مکنون مستقل (برون‌زا) و وابسته (درون‌زا) مورد توجه قرار می‌گیرد، مدنظر است. مدل ساختاری برخلاف مدل‌های اندازه‌گیری، به سؤال‌ها (متغیرهای آشکار) ارتباط ندارد و تنها متغیرهای پنهان را به همراه روابط میان آنها بررسی می‌کند. جهت بررسی مناسب مدل ساختاری از ضرایب معناداری z (مقادیر t -value)، معیار R^2 ، معیار اندازه تأثیر f^2 و معیار Q^2 استفاده می‌شود. با توجه به نتایج جدول شماره ۶، اگر تمام تغییرات در متغیر وابسته توسط رابطه رگرسیون توضیح داده شود، مقدار ضریب تعیین برابر یک خواهد بود و مقادیر دیگر بین این دو حد قرار می‌گیرند، مقادیر R^2 نزدیک به ۰٫۶۷، مطلوب، نزدیک به ۰٫۳۳، معمولی و مقادیر نزدیک به ۰٫۱۹، ضعیف محسوب می‌شوند. در نهایت قابلیت پیش‌بینی مدل نیز با استفاده از آزمون ناپارامتری استون‌گیسر مورد ارزیابی قرار گرفته است. در آزمون استون‌گیسر دو مقدار (مقادیر) Q^2 ارائه می‌شود: CV.Redundancy و CV.Community. مقدار CV.Redundancy به ارزیابی مدل ساختاری و مدل سنجش به‌طور هم‌زمان می‌پردازد و مقدار CV.Community فقط به ارزیابی مدل سنجش می‌پردازد. مقادیر (Q^2) مثبت و بزرگ، نشان از قابلیت بالای پیش‌بینی مدل دارد و مقادیر Q^2 منفی نشان‌دهنده تخمین بسیار ضعیف متغیر پنهان است.

جدول (۶): بررسی مدل ساختاری متغیرهای پژوهش

متغیر	ضریب تعیین R^2	CV.Red	CV. Com
چابکی راهبردی	-	۰٫۵۷۰	۰٫۷۷۹
حساسیت راهبردی	-	۰٫۶۸۰	۰٫۷۱۰
چشم‌انداز واضح و روشن	-	۰٫۶۳۴	۰٫۶۶۲
انتخاب اهداف دانش	-	۰٫۷۷۲	۰٫۸۷۴
شناسایی توانمندی‌های کلیدی	-	۰٫۷۱۰	۰٫۷۸۳
تصاحب و بهره‌برداری از فرصت‌ها	-	۰٫۷۹۹	۰٫۶۷۵
نوآوری مستمر	-	۰٫۷۷۷	۰٫۷۲۳
پیش‌کنشی بودن	-	۰٫۷۷۱	۰٫۷۷۸
مدیریت جهادی	-	۰٫۵۹۲	۰٫۷۹۴
ارزش‌گرایی	-	۰٫۵۳۸	۰٫۷۳۱
نوآوری و خلاقیت	-	۰٫۶۳۰	۰٫۷۷۴
فرهنگ و روحیه جهادی	-	۰٫۶۲۸	۰٫۷۲۹

متغیر	ضریب تعیین R^2	CV.Red	CV. Com
بصیرت	-	۰,۸۲۴	۰,۸۲۴
جدیت و شوق به کار	-	۰,۵۹۹	۰,۸۹۵

۵-۵. بررسی مدل کلی

مدل کلی شامل هر دو بخش مدل اندازه‌گیری و مدل ساختاری می‌شود و با تأیید برازش آن، بررسی برازش در یک مدل کامل خواهد شد. برای بررسی برازش مدل کلی تنها یک معیار به نام GOF^1 وجود دارد. معیار GOF توسط تننهاوس و همکاران^۲ (۲۰۰۴) ابداع گردید و طبق فرمول موجود در جدول محاسبه می‌گردد. سه مقدار ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای GOF معرفی شده است.

مقدار میانگین مقادیر اشتراکی (Communalities) مقدار ۰,۷ و میانگین مقادیر R^2 مقدار ۰,۸۱ به دست آمده است. با توجه به فرمول زیر مقدار معیار GOF معادل ۰/۷ به دست آمد که با توجه به دسته‌بندی مذکور نشان از برازش قوی مدل کلی پژوهش است.

جدول (۷): نتایج برازش کلی مدل با معیار GOF

متغیر	واریانس تبیین شده	مقادیر اشتراکی Communality	GOF
چابکی راهبردی	۰,۶۲۴	۰,۷۷۹	۰,۶۸
حساسیت راهبردی	-	۰,۷۱۰	
چشم‌انداز واضح و روشن	-	۰,۶۶۲	
انتخاب اهداف دانش	-	۰,۸۷۴	
شناسایی توانمندی‌های کلیدی	-	۰,۷۸۳	
تصاحب و بهره‌برداری از فرصت‌ها	-	۰,۶۷۵	
نوآوری مستمر	-	۰,۷۲۳	
پیش‌کنشی بودن	-	۰,۷۷۸	
مدیریت جهادی	-	۰,۷۹۴	
ارزش‌گرایی	-	۰,۷۳۱	

1. Goodness Of Fit
2. Tenenhaus et al.

متغیر	واریانس تبیین شده	مقادیر اشتراکی Communality	GOF
نوآوری و خلاقیت	-	۰,۷۷۴	
فرهنگ و روحیه جهادی	-	۰,۷۲۹	
بصیرت	-	۰,۸۲۴	
جدیت و شوق به کار	-	۰,۸۹۵	
میانگین	۰/۶۲۴	۰/۷۴۵	

$$GOF = \sqrt{(0/624 \times 0/745)} = 0/68$$

* معیار بالای GOF مدل کلی را با قدرت تأیید کرده و اجازه ورود به بخش بررسی آزمون صادر می‌گردد.

۱- بین بصیرت و چابکی راهبردی با مدیریت جهادی در سازمان تأمین اجتماعی رابطه وجود دارد.

با توجه به ضریب مسیر متغیر بصیرت و چابکی راهبردی سازمان تأمین اجتماعی که به مقدار ۰,۹۹۳ و همچنین آماره t به مقدار ۱۳,۰۴۷ شده است می‌توان گفت: بین بصیرت و چابکی راهبردی با مدیریت جهادی در سازمان تأمین اجتماعی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

۲- بین فرهنگ و روحیه جهادی و چابکی راهبردی با مدیریت جهادی در سازمان تأمین اجتماعی رابطه وجود دارد.

با توجه به ضریب مسیر متغیر فرهنگ و چابکی راهبردی سازمان تأمین اجتماعی که به مقدار ۰,۸۱۴ و همچنین آماره t به مقدار ۹,۷۵۲ شده است می‌توان گفت: بین فرهنگ و چابکی راهبردی با مدیریت جهادی در سازمان تأمین اجتماعی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

خلاصه نتایج الگویابی معادلات ساختاری در جدول شماره ۸ ارائه شده است:

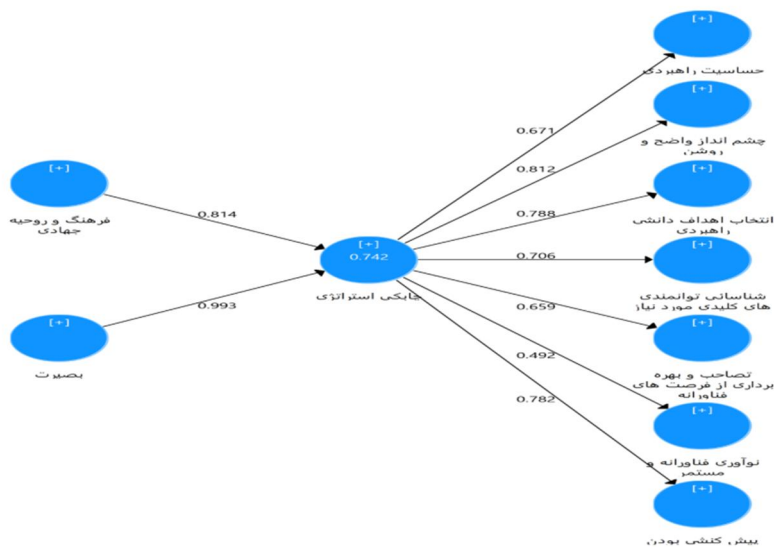
جدول (۸): نتایج اجرای الگویابی معادلات ساختاری پژوهش

روابط متغیرهای پژوهش	اعداد معناداری (ارزش t)	اثر مستقیم (R)	اثر کل	نتیجه
مدیریت جهادی و چابکی راهبردی سازمان	۱۰,۸۷	۰,۸۷	۰,۸۷	مثبت و معنادار
بصیرت و چابکی راهبردی سازمان	۱۳,۰۴۷	۰,۹۹	۰,۹۹	مثبت و معنادار
فرهنگ و روحیه جهادی و چابکی راهبردی سازمان	۹,۷۵۲	۰,۸۱	۰,۸۱	مثبت و معنادار

همان‌طور که از جدول ۸ مشخص می‌شود، تمامی ضرایب بارهای عاملی از ۰/۴

بیشتر است که نشان از مناسب بودن این مدل دارد.

با توجه به شکل ۳ و ۲ در صورتی که ارزش t بین $+1/96$ و $-1/96$ باشد، روابط بین متغیرها در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنی‌دار نخواهد بود و در صورتی که ارزش t بزرگ‌تر از $+1/96$ و یا کوچک‌تر از $-1/96$ باشد، روابط بین متغیرها در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنی‌دار خواهد بود، بنابراین در صورتی که مقدار آماره T از $1,96$ بیشتر شود، نشان از صحت رابطه بین سازه‌ها و در نتیجه تأیید فرضیه‌های پژوهش در سطح اطمینان ۹۵٪ است که بر این اساس کلیه روابط موجود در مدل معنی‌دار است.



منبع: (طراحی توسط نویسندگان)

شکل (۲): اعداد استاندارد سؤال‌های پژوهش



منبع: (طراحی توسط نویسندگان)

شکل (۳): اعداد معناداری سؤال‌های پژوهش

نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف بررسی مدل چابک‌سازی راهبردی با رویکرد مدیریت جهادی در سازمان تأمین اجتماعی می‌باشد. با توجه به اینکه امروزه سازمان تأمین اجتماعی با چالش‌های فراوانی از جمله تغییرات سریع فناوری، گسترش سیستم‌ها، تقاضای زیاد تعداد ارباب رجوع، افزایش هزینه‌ها، نیاز به وفق‌دادن خود با محیط و پاسخگویی سریع به مراجعان دارد؛ پس چنین سازمانی باید مدیرانی با راهبردهای چابک‌سازی داشته باشد. رسیدن به چابکی برای سازمان‌ها کار ساده و آسانی نیست و سازمان‌ها باید با تمرکز بر روی منابع اصلی خود (کارکنان) و بهره‌مندی از عوامل تأثیرگذار بر چابکی به این مهم دست یابند. همچنین در بازار رقابتی، نیاز جدی به انعطاف‌پذیر بودن و پاسخ بودن است. در حال حاضر شرکت‌های زیادی با رقابت‌های



غیرقابل پیش‌بینی مواجه هستند که البته با توسعه و گسترش توان نوآوری و فناوری سایر کسب‌وکارها و همچنین تغییر مداوم نیازهای مشتریان این رقابت بیشتر شده است. موقعیت حساس و بحرانی باعث اصلاح کردن در مأموریت و چشم‌انداز سازمان و اولویت‌های کسب‌وکاری، شده است، چابکی راهبردی رویکردی است که نه فقط چابکی تولید را در این محیط رقابتی شامل می‌شود، بلکه مفهوم بسیار وسیع‌تری را دربرمی‌گیرد. پژوهش‌های زیادی در حوزه چابکی به‌عنوان یک عامل موفقیت در سازمان‌ها در بازار رقابتی به عمل آمده است. اما اغلب آنها بر مفهوم چابکی تولید تمرکز داشته‌اند و تعداد کمی از مطالعات به بررسی عوامل تعیین‌کننده چابکی راهبردی و اثر آن بر موفقیت سازمان پرداخته‌اند.

مدیریت جهادی بر اساس عوامل و شاخص‌های بومی و ارزش‌های ملیتی و اعتقادات مذهبی به‌عنوان یکی از مهم‌ترین عواملی است که می‌تواند فرهنگ ایرانی و اسلامی را به اقتصاد مقاومتی نزدیک کند. امام خمینی نمونه بارز چنین مدیریتی در سال‌های آغاز انقلابی اسلامی بود که نشان‌دهنده ایجاد یک نظام مدیریتی تکیه بر اعتقادات مذهبی است. مدیریت مبنی بر جهاد در ساختار و سازماندهی جهاد سازندگی و دفاع کردن از حق و حقوق جمهوری اسلامی ایران در هشت سال جنگ و دفاع مقدس در برابر همه قدرت‌های استکبار دنیا نشان دهند. مدیریت درست و اصولی در کشور ما بوده است که بعد از هشت سال جنگ فراموش شده است. شیوه‌هایی که بعد از دفاع مقدس جایگزین شد شامل شیوه‌ها و اصول مدیریتی مبتنی بر علوم انسانی غرب بود منتها به‌جای نگاه ارزشمندانه اعتقاد به اسلام، نگاه اومانستی و لیبرالیستی جایگزین آن شد. اما انتظار می‌رفت تا مدل‌های جایگزین اصلاح ساختار شوند و برای ساختار مدیریت کشور در تمامی بخش‌ها مورد استفاده قرار گیرند و با مبنا قرار دادن آن در دانشگاه‌های کشور مدیران آینده را تربیت کنند. اما در حال حاضر نظام آموزش دانشگاهی کشور بر اساس مدیریت غربی به تربیت نسل آینده مدیر می‌پردازد (بیانات مقام معظم رهبری، ۱۳۹۲).

نتایج نشان می‌دهد که بین بصیرت و چابکی راهبردی با مدیریت جهادی در سازمان تأمین اجتماعی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد زیرا با افزایش مقدار عددی در مدیریت جهادی، چابکی راهبردی نیز افزایش می‌یابد. بنابراین، با توجه به ضریب مسیر متغیر بصیرت و چابکی راهبردی سازمان تأمین اجتماعی که به مقدار ۰,۹۹۳ و همچنین آماره t به مقدار ۱۳,۰۴۷ شده است؛ بنابراین، این یافته با نتایج پژوهش‌های حصیرچی و همکاران (۱۴۰۰)، وحیدی و همکاران (۱۳۹۸)، پورصادق و



ذاکری قزآنی (۱۳۹۴) همخوانی دارد زیرا مدیریت جهادی در عرصه مدیریت اجرایی کشور است با بهره‌وری بالا در طرح‌هایی با مقیاس جهانی توانسته‌اند تحت نام «مدیریت جهادی»، مدیریت روز دنیا را که مدیریت چابکی است به چالش بکشند. بنابراین بصیرت سبب آگاهی مدیران شده و جهت‌گیری درست و منطقی را در امور کاری برای آنان در سازمان رقم بزنند.

نتایج نشان می‌دهد که بین فرهنگ و روحیه جهادی و چابکی راهبردی با مدیریت جهادی در سازمان تأمین اجتماعی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. با توجه به ضریب مسیر متغیر فرهنگ و چابکی راهبردی سازمان تأمین اجتماعی که به مقدار ۰.۸۱۴، و همچنین آماره t به مقدار ۹.۷۵۲ شده است؛ بنابراین، این یافته با نتایج پژوهش‌های موسی‌زاده و همکاران (۱۳۹۹)، عسگری وزیری و همکاران (۱۳۹۷)، اشرفی و همکاران (۲۰۱۹) همخوانی دارد؛ زیرا مدیریت جهادی به مدیریتی اطلاق می‌شود که از یک‌سو با علم و دانش روز بشری سروکار دارد و از سوی دیگر با مفهوم جهاد و بار معنایی انقلابی و ارزشی آن، ارتباطی تنگاتنگ دارد. تقویت و ترویج فرهنگ جهادی در بین مدیران کشور، می‌تواند به‌عنوان منطقی‌ترین و کارآمدترین الگوی مدیریتی برای تحقق آرمان‌ها و اهداف انقلاب و نظام اسلامی موردتوجه و تأکید قرار گیرد.

با توجه به نقش و اهمیت سازمان تأمین اجتماعی که در راستای نگرش مدیریت نسبت به منابع انسانی نیز متناسب با راهبرد و رویکرد اصولی حاکم بر سازمان، مبتنی بر جامع‌نگری است راهکارهای پیشنهادی ذیل ارائه می‌گردد:

زمینه ایجاد تحول و ارتقاء همه‌جانبه خدمات تأمین اجتماعی برای افزایش رضایتمندی جامعه فراهم شود.

۱- با توجه به ارتباط بصیرت و چابکی راهبردی در این الگو پیشنهاد می‌شود که این مؤلفه‌ها به‌طور ویژه مدنظر مدیران ارشد سازمان تأمین اجتماعی قرار گرفته است که با بصیرت‌افزایی و برنامه‌ریزی دقیق در قالب سند چشم‌انداز ۲۰ ساله کشور می‌توان در راستای تحقق اهداف، روش‌های ویژه و ارزش‌های انقلابی را در سازمان پیشرفت کرد که با ضمانت موفقیت و پشتوانه و با داشتن برنامه صحیح می‌توان مدیریت جهادی را در سازمان امری مهم تلقی کرد.

۲- با توجه به ارتباط فرهنگ و روحیه جهادی در این الگو پیشنهاد می‌شود تا فرهنگ‌افزایی در سطح مدیران ارشد بالا برد زیرا بنا به فرمایش رهبر معظم انقلاب اسلامی، فرهنگ و روحیه جهادی و مدیریت جهادی گنجینه گرانبهایی

است که فرهنگ جهادی مجموعه‌ای از ویژگی‌ها و ارزش‌های مثبت مدیریت و مدیران جهادی برخاسته از رفتار و روابط کارکنان است که به نوعی نقش الگویی و مثال‌زدنی برای جامعه، رفتار اداری و رویه‌های اجرایی و مدیریتی در سایر حوزه‌ها و ارگان‌ها داشته است. فرهنگ جهادی یک مفهوم کلی است که از جمله مصادیق آن دین‌محوری، ولایت‌مداری، ایثار و از خودگذشتگی، مردم‌گرایی، ارزش‌مداری، انعطاف‌پذیری، خودباوری، پویایی و مأموریت‌پذیری است.

فهرست منابع

- افتخاری، اصغر؛ زرگرزاده، محمدعلی و شمشیری، مهدی (۱۳۹۷). مؤلفه‌های مدیریت جهادی در بیانات امام خامنه‌ای (مدظله‌العالی). *فصلنامه مدیریت نظامی*، سال هجدهم، (۳)، ۵۳-۸۷.
- برزگر شانی، یعقوب (۱۳۹۶). بصیرت انقلابی و شاخصه‌های آن از نگاه مقام معظم رهبری، *مجموعه مقالات رگزیده دهمین همایش بین‌المللی پژوهش‌های قرآنی*.
- بندریان، رضا (۱۳۹۵). ارائه مدل مفهومی چابکی استراتژیک در سازمان‌های پژوهش و فناوری، *نشریه رشد فناوری*. سال دوازدهم، (۴۶).
- پورصادق، ناصر و ذاکری قزآنی، زهرا (۱۳۹۴). بررسی تأثیر مدیریت جهادی بر اثربخشی سازمان در سه بُعد رهبر، پیرو و زمینه. *پژوهش‌های مدیریت منابع انسانی*، (۴)۷، ۹۵-۱۱۶.
- حصیری، امیر؛ تولایی، روح‌اله و عبدالهی، عبادالله (۱۴۰۰). ارائه الگوی مدیریت جهادی در فعالیت‌های سازندگی با رویکرد الگوسازی ساختاری تفسیری (ISM) نمونه پژوهش: قرارگاه سازندگی خاتم‌الانبیاء (صلی‌الله‌علیه‌وآله‌وسلم)). *نشریه مدیریت اسلامی*، (۲)۲۹، ۹۹-۴۳.
- سیلاوی، عیسی (۱۳۸۹). *بررسی ارتباط بین‌گرایش به دولت الکترونیکی با چابکی سازمان در شرکت گاز استان تهران*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت دولتی. دانشگاه شاهد تهران، دانشکده علوم انسانی.
- عسکری وزیری، علی؛ نادری، محمد مهدی؛ زارعی متین، حسن و نوروزی فرانی، محمدتقی (۱۳۹۷). تبیین مدیریت جهادی و طراحی الگوی آن در نظام جمهوری اسلامی ایران. *اسلام و پژوهش‌های مدیریتی*، سال هفتم، (۱۶)، ۲۱-۳۶.
- عظیمی، سیدعلی اکبر و حدائق، محمدرفیع (۱۳۸۶). آینده پژوهی از نگاه اسلام -

پیش نیاز مدیریت جهادی، مجموعه مقالات همایش فرهنگ و مدیریت جهاد. کریم، محمدحسین و امیری، حسین (۱۳۹۶). راهبردها و چالش‌های اقتصاد مقاومتی و ریاضتی، سیاست‌های راهبردی و کلان (ویژه‌نامه اقتصاد مقاومتی)، (۹)، ۸۵-۱۰۶.

کلانی، امین؛ ترخانی، عزت‌الله و محمدی شمس‌آبادی، امیرمسعود (۱۳۹۲). رابطه قابلیت‌های یادگیری سازمانی و چابکی سازمانی در وزارت ورزش و جوانان. نشریه مدیریت منابع انسانی در ورزش، ۱(۱)، ۷۳-۸۴.

موسی‌زاده، مهدی؛ باقرزاده، محمدرضا؛ طبری، مجتبی و بالویی جامخانه، عزت‌اله (۱۳۹۹). تدوین مدل مدیریت جهادی در شرکت‌های تابعه وزارت نیرو. نشریه مدیریت اسلامی، سال بیست و نهم، (۳)، ۴۱-۷۴.

وحیدی، محمد؛ رستگار، عباسعلی و ابراهیمی، سید عباس (۱۳۹۸). شناسایی نگرش‌ها و ذهنیت‌های موجود در حوزه مدیریت جهادی (نمونه پژوهش: مدیران کمیته امداد امام خمینی). فصلنامه مدیریت اسلامی، ۲۷(۳)، ۸۳-۱۱۲.

Askareivazeri, Ali, Naderi, Mohammad Mahdi, Zaree Matin, Hassan, Norouzi Farani, Mohammad Taghi (1397). Tabein Modiriyat Jahadi va Tarahi Olgoyey An dar Nezameh Iran. *Islam va Pajoheshahy Modiriyati*, Saleh Haftom, (2), Peiyapi 16.

Azeimei, Seyyed Akbar Va Hadehgh, Mohmmad Rafei (1386). Ayaneh Pajohi Az Negaheh Islam- Pishniyaz Modiriyat Jahadi, Majmoyeh Maghalat Hamayesh Farhang va Modiryat jahad, p. 55.

Bandarian, Reza (1395). Eraeh Model Mahfohimii Chaboki Estertegic dar Sazmanhay Pajohesh Va Fanavari. *Nashriyeh Roshed Fanavari*, Sale 12th. (46), P. 11.

Barzegar Shani, Yaqoub (1396). Basirat Enghelai Va Shakheshay An Az Negeh Maghame Moazam Rahbari. *Majmoyeh Maghalat Bargozideh 10th Hamayesh Pajoheshay Qorani*, 6-45.

Eftekhari, Asghar; Mohammad Ali Zargarzadeh; Mehdi Shamshiri (1397). Molafehay Modiriyat Jahadi Dar Bayanate Emam Khameni (Modezeleh Alalei), *Faslnameh Modiriyat Nezamei*, Sale 18th, (3), 53-87.

Ghaffarian, Vafa; Emadzadeh, Morteza (1385). Maanei Neo Zohor Dar Mahfeom Esterategghi, Chape Dovom, Tehran: Sazaman Modiriyat Saaneti, P. 63.

Jerfi, Hassan (1392). Barasi Rabeteh Beyneh Neuavari Sazmani Va Chaboki Sazmani, Payannameh Arshad, Daneshgah Aaza Islamei. Vahed Gearemi, P. 119.

Kalani, Amin; Tarkhani, Ezzatullah; Mohammadi Shamsabadi, Amir Masoud (1392). Rabeteh Ghabeliyathay Yadgiri Sazmani Va Chaboki Sazmani Dar Veazarat Varzesh Va Nojavanan, Nashriyeh Modiriyat

Manebe Ensanei Dr Varzeh, 1(1), 73-84.

Karim, Mohammad Hossein, Amiri, Hossein (1396). Rahbordha Va Chaleshhay Eghetsad Moghavamti Va Reyazati, Siyasathay Rahbordi Va Kalan, 61-80.

Mouszadeh, Mehdi, Baqerzadeh, Mohammadreza, Tabari, Mojtabi, Baloyi Jamkhaneh, Ezzatullah (1399). Tadvin Model Modiriyati Jahadi Dar Shekathay Tabeh Vezarat Niroo, Nashriyeh Modiriyat Islami, Saleh 29, (74), 3-41.

Poursadegh, Nasser; Zakari Ghazaani, Zahra (1394). Barasi Tasir Modiriyat Jahadi Bar Asarbakhshi Sazman Dar 3 Beodeh Rahbar, Piyro Va Zamineh, Pajoheshhay Modiriyat Mananbeh, 7(4), 95-116.

Silvaei. Isa (1389). Barasei Ertebat beyn Gerayesh Be Dolat Electronicy Ba Sazman Dar sherkat gas ostan Tehran, paynameh karshnasi arsshad reshteh modiriyat dolat, daneshgah shahed Tehran, Daneshkadeh Olomeh ensani, p. 25.

Vahidi, Mohammad, Rastegar, Abbas Ali, Ebrahimi, Seyed Abbas (1398). Shensaei Negareshah Va Zehniyathay Moujod Dar Hozeh Modiriyat Jahadi, Faslanameh Modiriyat Islami, 27(3), 83-112.

References

Arteta, B. M. & Giachetti, R. E. (2004). A measure of agility as the complexity of the enterprise system, Robotics and Computer-Integrated Manufacturing, 20(6), 495-503.

Askari Waziri, Ali; Naderi, Mohammad Mahdi; Zarei Matin, Hassan; Nowruzi Farani, Mohammad Taghi (2018). Explaining Jihadi Management and Designing Its Model in the System of the Islamic Republic of Iran, Islam and Management Research, Year 7, (2), Consecutive 16. (in Persian)

Azimi, Seyyed Ali Akbar & Hadayegh, Mohammad Rafi (2007). Futurology from the perspective of Islam - a prerequisite for jihadi management, Proceedings of the Conference on Culture and Management of Jihad, p. 55. (in Persian)

Bandarian, Reza (2016). Presenting a Conceptual Model of Strategic Agility in Research and Technology Organizations, Journal of Technology Growth, Twelfth Year, (46), 11 (in Persian)

Barzegar Shani, Yaqoub (2016). Revolutionary vision and its characteristics from the point of view of the Supreme Leader, selected articles of the 10th International Conference on Quranic Studies, 6-45. (in Persian)

Chana Alan T. L.; Eric W. T. Ngai, Karen K. L. Moon (2017). The effects of strategic and manufacturing flexibilities and supply chain agility on firm performance in the fashion industry, European Journal of Operational Research, (259), 486-499.

Doz, Y. L. & Kosonen, M. (2010). Embedding Strategic Agility: A Leadership Agenda for Accelerating Business Model Renewal, Long

- Range Planning, (4)3, Iss: 2-3, 370-382.
- Doz, Yves (2019). Fostering strategic agility: How individual executives and human resource practices contribute, Human Resource Management Review, <https://doi.org/10.1016/j.hrmr.2019.100693>.
- Ebrahimian Jelodar, Seyed Yaser (2011). Organizational Agility: Responsiveness and Organizational Flexibility, Police Human Development Bimonthly, 8(39), 14-34. (in Persian)
- Eftekhari, Asghar; Mohammad Ali Zargarzadeh & Mehdi Shamshiri (1397). Components of Jihadi Management in the Statements of Imam Khamenei (as). Military Management Quarterly, 18(3), 53-87. (in Persian)
- Hasirchi, Amir; Tavalaei, Rouhoollah & Abdollahi, Abdollah (2020). Presenting a model of jihadi management in construction activities with the interpretive structural modeling (ISM) approach (research sample: Khatam al-Anbiya (PBUH) construction camp). Islamic Management Journal, 29(2), 99-43. (in Persian)
- Kalani, Amin; Tarkhani, Ezatullah & Mohammadi Shamsabadi, Amir Massoud (2013). The Relationship between Organizational Learning Capabilities and Organizational Agility in the Ministry of Sports and Youth, Journal of Human Resource Management in Sports, 1(1), 73-84. (in Persian)
- Karim, Mohammad Hussein, Amiri, Hussein. (2017). Strategies and Challenges of Resistance and Austerity Economics, Strategic and Macro Policies (Special Issue on Resistance Economics), 61-80. (in Persian)
- Long, C. (2000). Measuring your strategic agility, Consulting to Management, (11), Iss: 3, 25-28.
- Meredith, S. & Francis, D. (2000). Journey towards agility: the agile wheel explored, The TQM Magazine, (12), Iss: 2, 137-143.
- Mohammad F. Ahammada, Keith W. Glaistera, Emanuel Gomesb (2019). Strategic agility and human resource management, Human Resource Management Review, <https://doi.org/10.1016/j.hrmr.2019.100700>.P43
- Mouszadeh, Mehdi, Baqerzadeh, Mohammadreza, Tabari, Mojtabi, Baloyi Jamkhaneh, Ezzatullah (2019), compilation of jihadi management model in the subsidiaries of the Ministry of Energy, Islamic Management Journal, year 29, (3), 74-41. (in Persian)
- Ojha, D. (2008). Impact of strategic agility on competitive capabilities and financial performance, Ph.D. thesis, CLEMSON UNIVERSITY.p.33.
- Poursadegh, Nasser & Zakeri Ghazani, Zahra (2015). Study of the effect of jihadi management on the effectiveness of the organization in three dimensions of leader, follower and background, Human Resource Management Research, 7(4), Winter 2015, 16-195. (in Persian)
- Priem R. L. & Butler, J. E. (2001). Is the Resource-Based "View" a Useful Perspective for Strategic Management Research?, The Academy of Management Review, 26(1), 22-40.
- Sambamurthy, V.; Bharadwaj, A. & Grover, V. (2003). Shaping agility

through digital options: reconceptualizing the role of information technology in contemporary firms, *MIS Quarterly*, (27), Iss: 2, 237-263.

- Setia, P.; Sambamurthy, V. & Closs, D. J. (2008). Realizing business value of agile IT applications: antecedents in the supply chain networks, *Information Technology and Management*, (9), Iss: 1, 5-19.
- Sherehiy, B.; Karwowski, W. & Layer, J. K. (2007). A review of enterprise agility: Concepts, frameworks, and attributes, *International Journal of Industrial Ergonomics*, 37(5), 445-460.
- Silavi, Issa (2010). A Study of the Relationship between Tendency to e-Government and Organizational Agility in Tehran Gas Company, M.Sc. Thesis in Public Management, Shahed University, Tehran, Faculty of Humanities. (in Persian)
- Vahidi, Mohammad; Rastegar, Abbas Ali, Ebrahimi, Seyed Abbas (1398). "Identifying the existing attitudes and mentalities in the field of jihadi management (research sample: managers of Imam Khomeini Relief Committee)", *Islamic Management Quarterly*, 27(3), 83-112. (in Persian)

تصویر ذهنی مسلمانان بوسنی و هرزگوین از مذهب تشیع

نعمت‌اله کرم‌اللهی

دانشیار و مدیر گروه جامعه‌شناسی دانشگاه باقرالعلوم (علیه‌السلام)، تهران، ایران (نویسنده مسئول).
N.karamollahi@Gmail.com

آرمینا رضوانی

دانش‌آموخته کارشناسی ارشد تبلیغ و ارتباطات دانشگاه باقرالعلوم (علیه‌السلام)، تهران، ایران.
ARMINA.H.HASAGIC@GMAIL.COM

سلمان رضوانی

دانشجوی مقطع دکتری جامعه‌شناسی فرهنگی، تهران، ایران.
REZVANI.SALMAN@GMAIL.COM

چکیده

شناخت نگرش‌های مختلف به تشیع می‌تواند در تبلیغ و معرفی آن نقش مهمی ایفا کند. مقاله حاضر به بررسی تصویر ذهنی مسلمانان کشور بوسنی و هرزگوین از مذهب تشیع می‌پردازد. هدف آن کشف تعریفی است که مسلمانان بوسنی در تجربه‌زیسته خود از مذهب تشیع دارند. این پژوهش با اتخاذ رویکرد «چندروشی» کوشیده است تا سؤال‌های مطروحه را با روش «پدیدارشناسی» و روش «دلال‌پژوهی» پاسخ دهد. در بخش اول مقاله، تحلیل داده‌های ۲۰ مصاحبه پدیدارشناسانه، ۱۵ مضمون اصلی در دو حوزه معنایی به‌دست آمده است. بر اساس یافته‌های این بخش، تشیع در تجربه‌زیسته مسلمانان بوسنی دو معنی دارد. گروهی آن را «فرقه ضاله» و گروهی نیز آن را «یکی از مذاهب اسلامی» می‌دانند. در بخش دوم، با بهره‌گیری از روش دلال‌پژوهی مهم‌ترین دلالت‌های تبلیغی ناظر به این حوزه‌های معنایی استخراج و پیشنهادهایی نیز جهت تحقق آنها ارائه شد. برخی از دلالت‌های تبلیغی عبارت‌اند از: «مخاطب‌شناسی و رعایت سطوح مخاطبین»، «تفہیم مواضع سیاسی ایران و جبهه مقاومت و دستاوردهای انقلاب اسلامی»، «تبلیغ تشیع توسط شیعیان» و «توجه به اهمیت دین در زندگی».

کلیدواژه‌ها: پدیدارشناسی، تشیع، مسلمانان بوسنی و هرزگوین، تجربه‌زیسته.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۱۱/۱۱ تاریخ بازبینی: ۱۴۰۱/۰۶/۲۹ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۷/۰۳
فصلنامه راهبرد اجتماعی فرهنگی، سال ۱۲، شماره ۱، پیاپی ۴۶، بهار ۱۴۰۲، صص ۲۲۹-۲۵۴

مقدمه و بیان مسئله

تبلیغ و معرفی آموزه‌های دین اسلام و مذهب اهل بیت (علیهم‌السلام) از وظایفی است که قرآن کریم آن را برعهده متدینین و حکومت‌های دینی گذاشته است، تا از طریق رساندن پیام حقیقت به مخاطب و آگاهی او از کلام وحی، وی را در مسیر رشد و هدایت قرار دهند.^۱ بدیهی است که ابلاغ پیام دین در عصر ارتباطات به مخاطب جهانی مستلزم شناخت عمیق فرهنگی و به تبع برقراری ارتباطات میان فرهنگی با مردم سایر جوامع به شیوه‌های گوناگون است.

یکی از این ملت‌ها، مردم بوسنی و هرزگوین هستند؛ کشور بوسنی به مثابه دروازه ورود اسلام به غرب و اروپا و نیز نقطه تلاقی و برخورد دو تمدن شرق و غرب قلمداد می‌شود. اکثریت مردم این کشور مسلمانان اروپایی‌الاصلی هستند که سابقه اسلام آوردن آنها به دوران حکومت عثمانی برمی‌گردد. مسلمانان بوسنی توانسته‌اند تا امروز اعتقادات و آداب و رسوم خود را نگه‌دارند، به طوری که به رغم تلاش دشمنان غیرمسلمان در دهه‌های اخیر و به ویژه در جنگ سال‌های ۱۹۹۲ تا ۱۹۹۵م برای از بین بردن این نسل، اما با ایستادگی و مقاومت مردم مسلمان این منطقه و نیز کمک کشورهایی چون ایران، تاکنون موفق به این امر نشده‌اند.

امروزه جمهوری اسلامی ایران به رغم تأسیس شماری از مراکز آموزشی و فرهنگی - بنیاد فرهنگی آموزشی ملاصدرا، مؤسسه ابن سینا، مدرسه طه - با هدف تبلیغ آموزه‌های تشیع در کشور بوسنی و هرزگوین، اما، درصد بسیار اندک شیعیان بوسنی - کمتر از نیم درصد - نشانگر موفقیت اندک این قبیل فعالیت‌ها است.

به اعتقاد نگارنده و بر اساس تجربه زیسته حضور و زندگی در کشور بوسنی، یکی از علل ناکامی در معرفی تشیع در این کشور، عدم مطالعه علمی و شناخت واقع‌نگرانه مردم و فرهنگ این کشور و نیز دیدگاه آنان نسبت به تشیع است؛ این در حالی است که مخاطب‌شناسی از اصول مهم برقراری ارتباطات تبلیغی موفق است.

۱. خداوند در سوره توبه آیه ۱۲۲ می‌فرماید: «وَمَا كَانَ الْمُؤْمِنُونَ لِيَنفِرُوا كَافَّةً فَلَوْلَا نَفَرَ مِن كُلِّ فِرْقَةٍ مِّنْهُمْ طَائِفَةٌ لِّيَتَفَقَّهُوا فِي الدِّينِ وَ لِيُنذِرُوا قَوْمَهُمْ إِذَا رَجَعُوا إِلَيْهِمْ لَعَلَّهُمْ يَحْذَرُونَ»؛ و شایسته نیست مؤمنان، همگی (برای جهاد) کوچ کنند. پس چرا از هر فرقه‌ای از آنان، دسته‌ای کوچ نمی‌کنند تا در دین، آگاهی پیدا کنند و قوم خود را وقتی به سوی آنان بازگشتند، بیم دهند، باشد که آنان (از کیفر الهی) بترسند؟».

همچنین، این واقعیت را نیز باید در نظر داشت که مسلمانان بوسنی و هرزگوین، که حدود نیمی از جمعیت نزدیک به چهار میلیونی این کشور را تشکیل می‌دهند، قرن‌هاست که پیرو مذهب حنفی بوده و این مذهب را تنها مذهب اسلامی یا همان «اسلام اصیل» می‌پندارند و به علت دوری از مناطق مسلمان‌نشین آسیایی، با مذاهب و فرق اسلامی دیگر آشنایی چندانی نداشتند.

با توجه به اینکه روش ارائه آموزه‌های دینی و به‌خصوص شیعی برای افراد و گروه‌های مختلف باید متناسب با ویژگی‌های فکری و فرهنگی آنان باشد، این پژوهش بر آن است تا با گونه‌شناسی کلی مسلمانان بوسنی برحسب نوع نگاه به تشیع، ویژگی‌های هر نگاه را نیز توصیف نماید؛ با این هدف که مشخص شود اساساً چه نوع نگاه‌هایی میان مردم بوسنی نسبت به تشیع وجود دارد و آنها چگونه شیعه را فهم می‌کنند؟ و همچنین، کدام روش ورود به مباحث اهل بیت (علیهم‌السلام) می‌تواند برای هر کدام از آنها مناسب باشد تا بتواند در وضع سیاست‌های جامع و درعین‌حال واقع‌نگرانه و دقیق، برای آن منطقه نقش داشته باشد و همچنین مبلغینی را که علاقه‌مند به تبلیغ در آن دیار هستند، یاری نماید.

به علت کمک‌ها و حمایت‌های فراوان ایران در سال‌های جنگ داخلی بوسنی و نیز وجود فرهنگ محبت اهل بیت (علیهم‌السلام) در بین مسلمانان، به‌خصوص اهل تصوف بوسنی، ظرفیت بالقوه بالایی برای ایجاد ارتباطات دوسویه موفق وجود دارد. اگرچه هنوز خاطرات کمک‌های ایران در دوران جنگ داخلی در ذهن افراد میان‌سال و کهن‌سال حضور دارد، اما برای نسل جوانی که تحت‌تأثیر فرهنگ و تبلیغات غرب و یا تحت‌تأثیر برخی کشورهای اسلامی معاند قرار دارند، ایران را کشوری غریبه و گاهی حتی دشمن تلقی می‌کنند. در میان این تهدیدات و چالش‌ها، تبلیغ صحیح مذهب اهل بیت (علیهم‌السلام) در عصر نوین، قطعاً نیازمند پژوهش‌هایی میدانی و به‌ویژه پژوهش‌های کیفی، ازجمله پژوهش‌های پدیدارشناسانه است، که بتواند به‌طور عمیق ابعاد مختلف نگرش مسلمانان به تشیع را نمایان سازد. این پژوهش با اتخاذ موضع پدیدارشناسانه بر آن است تا تصویری ژرف و درون‌نگرانه از معنای مذهب تشیع در تجربه‌زیسته مردم بوسنی استخراج و ارائه نماید.

۱. هدف پژوهش

بررسی و صورت‌بندی معنایی نوع نگاه مردم بوسنی و هرزگوین به مذهب تشیع و استخراج و ارائه دلالت‌های این نحوه شناخت در عرصه تبلیغ دینی و پیشنهاد راهبردها.

۲. سؤالات پژوهش

- ۱- مردم کشور بوسنی و هرزگوین بر اساس تجربه‌زیسته خود، مذهب تشیع را چگونه تعریف و توصیف می‌کنند؟
- ۲- بر اساس تصویر ذهنی مردم بوسنی از مذهب تشیع، چه دلالت‌های تبلیغی می‌توان استخراج کرد و برای تحقق آنها چه راهبردهای علمی، سیاستی و اجرایی را می‌توان ارائه کرد؟

۳. پیشینه پژوهش

در بررسی پیشینه پژوهشی مسئله این تحقیق، پژوهشی که مشخصاً به دیدگاه مسلمانان یا پیروان ادیان دیگر در بوسنی و هرزگوین درباره مذهب تشیع یا ایران بپردازد، یافت نشد، اما برخی آثار را می‌توان تا حدی با موضوع این پژوهش مرتبط دانست و به‌عنوان پیشینه معرفی کرد که در ادامه به چند نمونه اشاره می‌شود:

- نخستین کتابی که در بوسنی و هرزگوین و توسط خالد تولیچ از مبلغین وهابی بوسنیایی در باب تشیع نوشته شد، کتابی است که یک سال پس از پایان جنگ بوسنی و در سال ۱۹۹۶، با عنوان «شیطان بزرگ» نوشته شد. این اثر در تلاش است تا با معرفی مذهب شیعه به بوسنیایی‌ها، آنان را از تشیع بازدارد. این کتاب را می‌توان به‌عنوان مانیفست نگاه افراطی یا همان وهابی‌ها یا سلفی‌ها در بوسنی نسبت به تشیع دانست، چراکه سال‌ها بعد نیز این گروه‌ها در احتجاجات خود به آن رجوع می‌کنند و آن را یکی از منابع شناخت شیعه می‌دانند. «تولیچ» در این کتاب هم شبهات شخصی و نگاه بسیار منفی خود را نسبت به شیعه نشان می‌دهد و هم شبهات فراوانی را علیه این مذهب مطرح می‌کند. او همچنین به گفته خود، تجربه‌های همسایگان شیعه را در کشورهای اسلامی به‌عنوان شاهد مثال می‌آورد که آکنده از اغراق و افراط و دروغ است. به‌هرحال، این کتاب نمونه‌ای است از دیدگاه‌های مسلمانان سلفی بوسنیایی و محتوای آن می‌تواند به فهم دیدگاه منفی آنها به شیعه بیافزاید. البته، این کتاب فاقد روش علمی خاصی است و نگارنده اعتقادات خود را پشت‌سرهم بیان می‌کند، بنابراین معرفی آن نه به دلیل ارزش علمی، بلکه از این جهت است که معرف نگاه این جماعت به تشیع است.

- کتابی دیگری که از حیث محتوا به کتاب شیطان بزرگ شباهت دارد نیز در سال ۲۰۱۶ با عنوان «تفاوت‌های شیعیان با بقیه مسلمانان» به رشته تحریر درآمده

است. نویسنده کتاب سمیر امامویچ، از مبلغین معاصر سلفی در بوسنی است. این کتاب نیز با هدف معرفی اعتقادات شیعه به بوسنیایی‌ها نوشته شد و مملو از شبهات اعتقادی و تاریخی است که نگارنده با دیدگاه سلفی خود به آنها پاسخ می‌دهد. او با بهره‌گیری از روش کتابخانه‌ای سعی دارد بر اساس آیات و روایات نشان دهد که شیعه با بقیه مسلمانان تفاوت‌های بنیادین دارد و به بوسنیایی‌ها هشدار می‌دهد که از مبلغین شیعه بپرهیزند. این کتاب به‌طور منظم شبهات و دیدگاه‌های وهابی‌ها درباره شیعه را معرفی کرده است.

- پژوهشی به‌عنوان «زن مسلمان بوسنیایی و نمونه حضرت فاطمه (سلام‌الله‌علیها)» به قلم خانم «آمیلا عمرسفتیچ» از پژوهش‌هایی است که بی‌طرفانه دنبال شناخت میزان آشنایی زنان بوسنیایی با شخصیت حضرت فاطمه زهرا (سلام‌الله‌علیها) است. این مقاله در سال ۲۰۰۳ در سارایوو در مجموعه مقالات همایش «اهل بیت (علیهم‌السلام) در بوسنی و هرزگوین» توسط انستیتوی «بن سینا» به چاپ رسیده است. از آنجایی که روش این تحقیق پیمایشی است و در واقع یک پژوهش میدانی درباره مردم بومی بوسنی است، برای پژوهش حاضر ارزشمند است، مخصوصاً که نگارنده آن به این نتیجه می‌رسد که آشنایی زنان مسلمان در بوسنی با این الگوی زن اسلامی بسیار کم و سطحی است و از این واقعیت ابراز تأسف می‌کند.

پس از مرور اجمالی برخی از پژوهش‌های پیشین، در مقام بیان نوآوری این پژوهش می‌توان به فقدان مطالعه روشمند و همدلانه علمی درخصوص شناخت نوع نگاه مردم بوسنی و هرزگوین از مذهب تشیع و استخراج دلالت‌های این شناخت در عرصه تبلیغ دینی، اشاره کرد.

همچنین بومی بودن پژوهشگر و تجربه‌زیسته او از میدان پژوهش و نیز درون‌نگرانه بودن این پژوهش، بداعت دیگری است که می‌تواند به لایه‌های عمیق نگاه مسلمانان بوسنی درباب شیعه دست پیدا کند؛ کاری که نتایج آن برای پژوهش‌های بعدی و نیز تصمیم‌سازی‌های تبلیغی، ارتباطی و فرهنگی راه‌گشا خواهد بود.

۴. تعریف مفاهیم

۴-۱. شیعه

در لغت به معنای پیرو است و در اصطلاح، به مسلمانانی که پیروان حضرت علی

(علیه‌السلام) و خاندان ایشان هستند، اطلاق می‌شود؛ کسانی که به جانشینی بلافصل ایشان پس از پیامبر اکرم (صلی‌الله‌علیه‌وآله‌وسلم) معتقدند.

در یک تعریف کلی می‌توان گفت: «شیعه» نام عمومی تمامی فرقه‌هایی است که قائل به امامت و خلافت بلافصل حضرت علی (علیه‌السلام) پس از پیامبر (صلی‌الله‌علیه‌وآله‌وسلم) هستند و اعتقاد دارند: امامت از اولاد ایشان خارج نمی‌شود. تمام فرقه‌های شیعی معتقد به وجوب تعیین و تنصیب امام از جانب خدا و پیامبر (صلی‌الله‌علیه‌وآله‌وسلم) بوده، انبیاء و امامان معصوم (علیهم‌السلام) را از گناه مبرا و معصوم می‌دانند (دائرةالمعارف تشیع، ۱۳۷۳، ص. ۶۲).

امامیه یا اثنی عشریه (شیعه دوازده‌امامی) به کسانی گفته می‌شود که گذشته از اعتقاد به امامت و خلافت بلافصل علی (علیه‌السلام)، پس از او حسن بن علی (علیه‌السلام) و حسین بن علی (علیه‌السلام) و نه فرزند حسین (علیه‌السلام) را که آخرین آنها مهدی موعود (عج) و امام قائم و غایب از دیده‌هاست، به امامت می‌پذیرند (برنجکار، ۱۳۹۰، ص. ۶۵).

شیعه فقط به یک گروه اطلاق نمی‌شود، بلکه به چند فرقه تقسیم می‌شود که مهم‌ترین آنها شیعه امامیه است و فرق اسماعیلیه و زیدیه نیز ذیل این مذهب قرار می‌گیرند.

پژوهش حاضر اصطلاح شیعه و تشیع را برای شیعه امامیه که مهم‌ترین و بزرگ‌ترین گروه شیعی است، به کار می‌گیرد و بقیه فرقه‌ها را از این تعریف خارج می‌داند.

۴-۲. مسلمانان بوسنی و هرزگوین

بوسنی و هرزگوین کشوری است در منطقه بالکان در جنوب شرق اروپا، که در سرشماری سال ۲۰۱۳ دارای حدود ۵،۳ میلیون نفر جمعیت بوده که ۷،۵۰ درصد آن مسلمان هستند. این کشور کوچک بالکانی غربی‌ترین کشور اروپایی است که اکثریت مردم آن مسلمان هستند (Jašarević, 2018, p. 2).

آنچه معروف و مسلم است از زمان تسلط امپراتوری عثمانی در سال ۱۴۶۳ تاکنون اسلام، دین اکثریت مردم این منطقه بوده است. اسلام در بوسنی و هرزگوین همیشه با دو قرائت عرفانی و شریعت‌گرا بین عده زیادی از مردم نفوذ و رواج داشته است. مسلمانان بوسنی و هرزگوین در شریعت غالباً حنفی و در طریقت پیرو نقشبندیه، عبدالقادر گیلانی و مولانا جلال‌الدین رومی هستند و از لحاظ کلامی از دیدگاه‌های

ابوالحسن اشعری و ماتریدی پیروی می‌کنند (پیرمرادی، ۱۳۸۸، ص. ۶۴).

امروزه، مسلمانان بوسنی و هرزگوین با چالش‌های فراوانی مواجه هستند. با توجه به اینکه کشور بوسنی با کشورهای صربستان در شمال شرق و مونته‌نگرو در جنوب شرقی و کرواسی در غرب و شمال غربی هم‌مرز است، بوسنی و هرزگوین از نظر جغرافیایی و سیاسی در طول ۱۵۰ سال گذشته در بین دو قدرت ناسیونالیستی صرب و کروات قرار دارد. درواقع، این دو قدرت در عمق جغرافیایی و سیاسی بوسنی نفوذ کرده‌اند. به‌طوری‌که هم‌اکنون هرگونه تغییر در وضعیت سیاسی و اجتماعی بوسنی و هرزگوین، بدون دخالت مثبت یا منفی بلگراد و زاگرب غیرممکن است (عابدپور، ۱۳۸۴، ص. ۲۶).

افزون‌براین، گسترش تفکر سکولار و نزدیکی بوسنی به غرب، گرایش به دین اسلام را، مخصوصاً در میان جوانان به چالش کشیده است.

۴-۳. تجربه زیسته

پدیدارشناسی به مثابه روش در پی مطالعه «تجربه زیسته» افراد مورد مطالعه است. تجربه زیسته درکی مستقیم و بی‌واسطه است که فرد در بافت^۱ یا موقعیتی معین آن را می‌فهمد. تجربه زیسته مورد مطالعه روش‌های کیفی پژوهش است که در آن، با نوعی آگاهی بی‌واسطه همراه است (منصوریان، ۱۳۹۳). پژوهشگران با استفاده از مصاحبه و مشاهده مشارکتی می‌توانند به قلمروی تجربه زیسته جامعه پژوهش خود، نزدیک شوند. در میان روش‌های کیفی، پدیدارشناسی تأکید بیشتری بر این امر دارد.

ماکس وان مانن در کتاب خود به مفهوم «زیست جهان»^۲ اشاره می‌کند که به معنای «دنیایی از تجربه‌های زیسته» است. دنیایی که برای هر یک از ما زندگی روزمره را می‌سازد (منصوریان، ۱۳۹۳). مانن تأکید می‌کند که زیست جهان شامل چهار بعد می‌شود که عبارت‌اند از: تن زیسته، زمان زیسته، فضای زیسته و روابط انسانی زیسته. به عبارت دیگر، تجربه زیسته در این چهار قلمرو صورت می‌پذیرد و کلیت دنیای زندگی شامل همه این ابعاد می‌شود.

۴-۴. تبلیغ

معنی لغوی «تبلیغ» در لغت‌نامه دهخدا رساندن، وصل کردن، رسانیدن عقاید دینی

یا غیر آنها با وسایل ممکنه عنوان شده است. مریجی در کتاب خود این تعریف لغوی از واژه تبلیغ ارائه می‌نماید: «تبلیغ در لغت به معنی رسانیدن و خواندن کسی است به دینی، عقیده‌ای و مذهبی و مسلکی و روشی و کشیدن کسی به راهی که تبلیغ‌کننده قصد دارد. در فرهنگ عربی نیز تبلیغ، بلاغ و ابلاغ سه واژه در یک ریشه و به معنی رساندن است» (مریجی، ۱۳۹۵، ص. ۵۰).

در اصطلاح نیز تبلیغ معانی متعددی دارد که منظور از تبلیغ در این پژوهش، تبلیغ دینی است و سایر تعاریف تبلیغ مانند تبلیغ تجاری یا سیاسی مدنظر نیست. «فراگرد انتقال پیام اسلام از سوی فرستنده (با شرایط و ویژگی‌هایی که اسلام تعیین کرده است) برای گیرنده (همه مردم، مسلمانان، مؤمنان و...) با هدف آموزش یا اقناع یا برانگیختن مخاطب برای انجام یک عمل معین، مشروط بر آنکه در گیرنده پیام، مشابهت معنی یا معنی موردنظر فرستنده پیام ایجاد شود» (خندان، ۱۳۷۴، ص. ۱۸۹).

با توجه به موضوع مورد مطالعه که بر مخاطب‌شناسی به‌منظور تبلیغ تشیع تأکید دارد و به‌دنبال شناخت معنی تشیع در ذهن و تجربه‌زیسته مخاطب دارد، به نظر می‌رسد تعریف محسن خندان تناسب بیشتری با هدف این پژوهش دارد و به‌عنوان تعریف مختار این پژوهش، انتخاب شده است.

گرچه در پژوهش کیفی و به‌ویژه پژوهش پدیدارشناختی، که تلاش دارد معنای یک پدیده را در ذهن و تجربه اعضای جامعه یا گروه را کشف و تبیین نماید، چارچوب نظری به‌عنوان محدودیت آن در نظر گرفته نمی‌شود، اما پرداخت نظری و تعریف مفاهیم مدنظر پژوهش گر نقش مهمی دارد. تعریف مفاهیم و تبیین ابعاد و زوایای آن می‌تواند در طراحی سؤال‌ها برای انجام مصاحبه‌های پدیدارشناسانه کمک فراوانی نماید. بر این اساس، تشیع مفهومی اصلی است که در این پژوهش با آن سروکار داریم و معنای آن را در تجربه‌زیسته مسلمانان کشور بوسنی و هرزگوین جست‌وجو می‌کنیم.

۵. روش پژوهش

این پژوهش از نوع پژوهش‌های چندروشی است به این معنی که برای پاسخگویی به سؤالات آن، پژوهشگر به‌جای یک روش، از چند روش بهره می‌گیرد. سؤال اول با استفاده از روش پدیدارشناسی و سؤال دوم با استفاده از روش دلالت‌پژوهی پاسخ داده شده است.

از آنجاکه بخش اول هدف پژوهش حاضر دستیابی به فهم عمیق از معنای تشیع

در ذهنیت مسلمانان بوسنی و هرزگوین است، بنابراین دستیابی به آن مستلزم بهره‌گیری از روش کیفی است. در ذیل انواع پژوهش‌های کیفی، «روش پدیدارشناسی» به علت تناسب ویژگی‌های آن با این هدف، برای پاسخگویی به سؤال نخست پژوهش «معنی تشیع در تجربه‌زیسته مسلمانان بوسنی و هرزگوین» انتخاب شده است.

در روش تحقیق پدیدارشناسی، درک معنی در تجربه زیست‌جهان انسان‌ها محور اصلی را تشکیل می‌دهد. به گفته مائن، از نگاه پدیدارشناختی، «تحقیق کردن همواره به معنی پرسیدن در مورد نحوه تجربه ما از جهان است و به معنی خواستن شناخت جهانی که در آن به‌عنوان موجودات انسانی زندگی می‌کنیم و چون شناخت جهان عمیقاً به معنی بودن در جهان به نحو معین است، عمل جستجو کردن - مورد سؤال قرار دادن - نظریه‌پردازی کردن عمل ارادی پیوستن خود را به جهان است، تا به‌طور کامل‌تر بخشی از آن شویم یا به عبارت بهتر، خود آن جهان شویم» (Van Manen, 1990, p. 25).

هدف کلی تحلیل زیست‌جهان، که به سمت مسائل معرفت‌شناختی علوم اجتماعی جهت یافته، تحلیل فهم معنی با استفاده از توصیفی‌سازی از ساختارهای بنیادی غیرقابل تغییر ایجاد معنی در آگاهی ذهنی کنش‌گران است (فلیک و دیگران، ۱۳۹۷، ص. ۱۲۸).

در مراحل عملی انجام پژوهش حاضر، غالباً از مشارکت‌کنندگان دو سؤال گسترده و عمومی پرسیده شد:

- در مورد پدیده موردنظر چه تجربه‌ای دارید؟
- چه زمینه یا وضعیتی نوعاً بر تجربه شما از پدیده موردنظر تأثیرگذار است؟ (بودلایی، ۱۳۹۸، ص. ۴۵).

همان‌طور که در روش پدیدارشناسی متداول است، نمونه‌های این پژوهش هدفمند انتخاب شدند. پژوهشگران، برحسب مطالعات و تجربه‌زیسته خود از کشور بوسنی و هرزگوین، به دلیل تراکم جمعیت مسلمان در استان‌های اصلی مرکزی کشور، نمونه مورد مطالعه را از مسلمانان ساکن در این مناطق انتخاب کردند. در اجرای مصاحبه‌ها از روش نمونه‌گیری زنجیره‌ای استفاده شده است.

غیر از دو سؤال اصلی که قبلاً آمد، چند سؤال نیمه‌باز کمکی دیگر نیز از مصاحبه شونده‌ها، پرسیده شد که هدف از آن، تکمیل جواب‌های کلی بود. سؤال‌های تکمیلی، شامل سؤال‌هایی درخصوص امکان همزیستی مذاهب مختلف اسلامی، نحوه نگرش به جریان‌ات سیاسی جهان اسلام و تشیع، منابع کسب اطلاعات درباره اسلام و تشیع،

نحوه نگرش به فعالیت مؤسسات شیعی یا ایرانی در بوسنی و هرزگوین و... بود. پس از گردآوری داده‌ها، فرایند تحلیل آنها آغاز شد. پدیدارشناسی نه به‌دنبال کشف ماهیت پشت‌پرده پدیده‌ها و نه رابطه علی و معلولی آنهاست؛ در پدیدارشناسی، هدف تحلیل داده‌ها رسیدن به یک هسته و جوهره اصلی است که پاسخگوی سؤال اصلی پژوهش باشد. به گفته بودلایی (۱۳۹۸) و خنیفر و مسلمی (۱۳۹۶) گام‌های تحلیل در پدیدارشناسی متعدد بوده و مشابهت‌های فراوانی باهم دارند. تحلیل داده‌های این پژوهش گام‌های شش‌گانه ذیل را طی کرده است:

- **مواجهه اولیه و بررسی داده‌ها:** در این مرحله، پژوهشگر با مطالعه مکرر داده‌ها، آزادانه افکار اولیه خود را یادداشت می‌کند.
- **تشخیص و برجسب‌زدن به مقوله‌ها - افق‌سازی:** در این مرحله، جملات کلیدی شناسایی و برجسته می‌شوند. آنها فراهم‌کننده نحوه شکل‌گیری تجارب مشارکت‌کنندگان در خصوص پدیده موردنظر هستند. به این گام افق‌سازی نیز گفته می‌شود چراکه همه گزاره‌ها باید دارای ارزش برابر باشند.
- **احصای گزاره‌های معنی‌دار و مهم مرتبط با پدیده موردنظر همراه با توصیف تجارب مشارکت‌کنندگان.**
- **فرموله کردن معنی:** در این گام پژوهشگر دسته‌ها و خوشه‌هایی از درون گزاره‌های مهم و معنی‌دار به شکل مضمون توسعه می‌دهد. تعیین حدود افق‌ها به‌عنوان کیفیت‌های ثابت و دسته‌های غیرتکراری و غیرهم‌پوشان سازنده تم‌ها، حائز اهمیت است.
- **فهرست کردن و خوشه‌بندی مقوله‌ها:** این مرحله، سازمان‌دهی مضامین استخراج‌شده از طریق تجزیه و تحلیل داده‌ها است. خوشه‌ها باید در رابطه با متن قابل درک باشند و این ارتباط از رفت‌وبرگشت پژوهشگر بین متن اولیه و مضامین استخراج‌شده به‌دست می‌آید. در این مرحله، یک جدول خلاصه از مضامین استخراج‌شده و نقل‌قول‌هایی که نشانگر آن هستند، تهیه می‌شود.
- **ترکیب نتایج:** در این گام، پژوهشگر توصیفی جامع از طریق اعمال یک نظم و ساختار به خوشه‌ها به‌دست می‌آورد. پژوهشگر از طریق یکپارچه‌سازی توصیفات متنی و ساختاری، به نگارش و توصیفی جامع، که جوهره پدیده را نمایان می‌کند، می‌پردازد (خنیفر و مسلمی، ۱۳۹۶، ج ۱، صص. ۱۸۴-۱۸۵؛ بودلایی، ۱۳۹۸، صص. ۴۳-۴۶).

جدول (۱): ویژگی‌های مصاحبه‌شونده‌ها

ردیف	مصاحبه‌شونده	سن	جنسیت	شغل	شهر اقامت	گرایش دینی
۱	۱ م	۵۶	مرد	راننده بین‌الملل	کاکانی	گرایش به تشیع
۲	۲ م	۴۵	مرد	راننده کامیون	کاکانی	اسلام سنتی بوسنیایی
۳	۳ م	۴۵	مرد	کارمند راه‌آهن	زنی‌تسا	گرایش به تشیع
۴	۴ م	۵۶	زن	کارمند کارخانه	کاکانی	اسلام سنتی بوسنیایی
۵	۵ م	۲۲	زن	دانشجوی معماری	سارایوو	اسلام سنتی بوسنیایی
۶	۶ م	۳۲	مرد	مهندس برق	کاکانی	اسلام سنتی بوسنیایی
۷	۷ م	۶۰	مرد	بازنشسته	کاکانی	سلفی (وهایی)
۸	۸ م	۳۵	مرد	کارشناس بازرگانی	فونیتسا	اسلام سنتی بوسنیایی
۹	۹ م	۳۱	زن	دانشجوی ترافیک	کاکانی/سارایوو	اسلام سنتی بوسنیایی
۱۰	۱۰ م	۲۸	مرد	دانشجو	ویسوکو	اسلام سنتی بوسنیایی
۱۱	۱۱ م	۲۸	مرد	مهندس	ویسوکو	گرایش به تصوف
۱۲	۱۲ م	۴۵	مرد	دبیر علوم اسلامی	گراچانی‌تسا	تصوف
۱۳	۱۳ م	۳۲	مرد	مهندس رایانه	ویسوکو/موستار	سلفی (وهایی)
۱۴	۱۴ م	۳۴	مرد	کارمند	برزا	اسلام سنتی بوسنیایی
۱۵	۱۵ م	۳۱	زن	مهندس	فونیتسا	اسلام سنتی بوسنیایی
۱۶	۱۶ م	۳۹	زن	خانه‌دار	کاکانی	اسلام سنتی بوسنیایی
۱۷	۱۷ م	۲۶	مرد	تاجر	کاکانی	اسلام سنتی بوسنیایی
۱۸	۱۸ م	۳۱	زن	دانشجو	کاکانی	گرایش به تشیع
۱۹	۱۹ م	۲۷	مرد	روحانی	کاکانی	اسلام سنتی بوسنیایی
۲۰	۲۰ م	۲۲	زن	دانشجو	سارایوو	اسلام سنتی بوسنیایی

بخش دوم هدف پژوهش که در قالب سؤال دوم صورت‌بندی شده است، مربوط به دلالت‌های تبلیغی یافته‌های دست آمده از مصاحبه‌های پدیدارشناختی است. برای جواب دادن به آن، از روش دلالت‌پژوهی استفاده شده است.

دانایی‌فرد در تعریف «دلت‌پژوهی» می‌نویسد: «گاهی اوقات پژوهشگران می‌خواهند از سایر رشته‌ها از فلسفه‌های مختلف، از رشته‌های پایه‌ای، از یک چارچوب، از یک نظریه، از یک مدل، از یک ایده ابتدایی مطرح در سایر رشته‌ها رهنمودهایی قرض‌کنند و آن را در حوزه تخصصی خود به کار گیرند. نویسنده به این عمل، «دلت‌پژوهی» اطلاق می‌کند» (دانایی‌فرد، ۱۳۹۵، صص. ۴۸-۴۹).

در این نوع پژوهش، پژوهشگر ابتدا مفاهیمی را که می‌خواهد از آنها دلالت‌هایی استخراج کند، مشخص می‌نماید، سپس به دنبال دلالت‌ها برای تک‌تک عناصر

مفهومی را جستجو می‌کند.

در پژوهش حاضر نیز، ابتدا مضامین و مفاهیم مربوط به معنی تشیع در تجربه‌زیسته مسلمانان بوسنی و هرزگوین به تفصیل توضیح داده شده و آنهایی که قرار است منبع دلالت‌ها باشد، تعیین شده است. سپس برحسب آنها، دلالت‌های ده‌گانه کلی جهت تبلیغ تشیع در آن کشور استخراج شده‌اند.

۶. یافته‌های پژوهش

از آنجاکه بر اساس سؤال‌های اصلی تحقیق، این پژوهش با اتخاذ موضع درون‌نگرانه و پدیدارشناختی، در پی کشف معنای تشیع در تجربه‌زیسته مردم بوسنی و هرزگوین است (سؤال اول)، تا بر اساس آن دلالت‌هایی ناظر به تبلیغ تشیع در این کشور را تنظیم و بر اساس این دلالت‌های پیشنهادهایی ارائه کند (سؤال دوم)، بنابراین در ادامه، ابتدا با بهره‌گیری از روش پدیدارشناسی، «معنای تشیع در تجربه‌زیسته مردم بوسنی» استخراج و صورت‌بندی خواهد شد و سپس «مهم‌ترین دلالت‌های تبلیغی» متناظر با این معنای کشف شده ارائه خواهد شد.

۶-۱. معنای تشیع در تجربه‌زیسته مردم بوسنی و هرزگوین

این بخش از یافته‌های پژوهش در صدد پاسخ به این سؤال است که «مردم کشور بوسنی و هرزگوین بر اساس تجربه‌زیسته خود، مذهب تشیع را چگونه تعریف و توصیف می‌کنند؟»

نتایج به‌دست آمده از مصاحبه‌ها، حاصل کوشش در جهت کشف معنا و انگاره‌های ذهنی مصاحبه‌شونده‌ها - مسلمانان بوسنی و هرزگوین - درخصوص تشیع و تلاش برای دریافت تحلیل‌ها و تفاسیر آنهاست. نتیجه تحلیل داده‌ها کشف دو حوزه‌ی کلی موضوعی و معنایی و همچنین ۱۵ مضمون اصلی است.

نتایج به‌دست آمده از داده‌های گردآوری‌شده در دو حوزه معنایی کلی جداگانه تنظیم شده‌اند که در این بخش به توصیف و تفسیر آنها پرداخته می‌شود. با توجه به تجربه‌های کاملاً متفاوت و گاه متضاد مصاحبه‌شونده‌های بوسنیایی از تشیع، مضامین اصلی به‌طور مجزا برای هر حوزه معنایی ساماندهی شدند. این دو حوزه، عبارت است از «تشیع به‌عنوان فرقه ضاله» و «تشیع به‌عنوان مذهب اسلامی»، که با دو دیدگاه کلی مصاحبه‌شونده‌ها مطابقت دارد. به‌بیان دیگر، با مطالعه مصاحبه‌ها، مشخص شد که به‌طور کلی، همه مصاحبه‌شوندگان، تشیع را یا یک فرقه ضاله دور از عقاید اصیل

اسلامی و یا یکی از مذاهب اسلامی با عقاید خاص خود، تعریف می‌کنند. البته، دیدگاه سومی نیز کشف شد که نه فقط تشیع را مذهبی اسلامی می‌داند، بلکه ابعاد برتری آن را نسبت به سایر مذاهب نیز مطرح می‌کند. این دیدگاه در ذیل حوزه معنایی دوم، یعنی «تشیع به‌عنوان مذهب اسلامی» آمده است و یکی از مضامین اصلی آن به حساب می‌آید.

۶-۱-۱. تشیع به‌عنوان فرقه ضاله

درون‌مایه «فرقه ضاله»، با مضامین فرعی آن تشیع را یک فرقه گمراه دانسته و عقاید شیعی را خارج از قلمرو عقاید اسلامی ارزیابی می‌کند. این گروه از افراد مورد مطالعه، به‌طور کلی تشیع را رد کرده‌اند، دلایل و توضیحات آنها در رد تشیع در هسته‌های معنایی ذیل آمده است: «نگرش کلی منفی»، «شبّهات»، «موانع تبلیغ»، «مواضع سیاسی منفی»، «حضور نامناسب» و «همزیستی مشروط». همه این مضامین از منظر ضلالت و طرد تشیع ارائه می‌شوند. برخی از مضامین، مانند «شبّهات» ممکن است در درون‌مایه دوم اصلی، یعنی «تشیع به‌عنوان مذهب اسلامی» شباهت اسمی داشته باشد، اما مضامین فرعی ذیل آن متفاوت است، چراکه افق‌های دید مصاحبه‌شونده‌های دو گروه باهم متفاوت بوده و حتی مقابل هم قرار می‌گیرند.

مصاحبه‌شونده‌هایی که نظرات آنها زیرمجموعه اعتقاد به ضلالت و مردود بودن تشیع است، نگرش کلی منفی را نسبت به آن، صرف‌نظر از جزئیات یا دلایل این نظر، گزارش می‌کنند. آنها حس منفی خود را نسبت به تشیع در دو بعد، که ما آن را به‌عنوان دو مضمون سازمان‌دهنده آورده‌ایم، بیان می‌کنند. این مضامین شامل «بُعد فرهنگی» و «عدم مقبولیت» تشیع است.

این دسته از مشارکت‌کنندگان به ابعاد منفی فرهنگی پدیده تشیع می‌پردازند. آنها فرهنگ تشیع را منفی و غیرقابل‌قبول برای یک جامعه مسلمانان ارزیابی می‌کنند؛ به‌عنوان نمونه یکی از اشکال‌های عمده تشیع را «مناسک‌گرایی» تشیع دانسته، به این معنی که شیعیان بیشتر به مناسک و مراسم خود می‌پردازند، تا به اصول دین اسلام. حتی آن‌را با مناسک‌گرایی برخی بوسنیایی‌ها تشبیه می‌کنند با عبارت: «از عناصر شیعی این است که برای مراسم به مسجد می‌روند، ولی برای نماز نمی‌روند».

همچنین «حوری» را یکی از ایرادهای عمده تشیع مطرح می‌کنند. معتقدند که تشیع به انسان جایگاه مرکزی و اصلی می‌دهد و از خدا غافل می‌شود. یعنی، اعطای

جایگاه بیش از حد به انسان در تشیع را متضاد اسلام می‌دانند. در بُعد دوم نگرش منفی کلی به تشیع، «عدم مقبولیت» تشیع از ابعاد مختلف بررسی شدند.

مصاحبه‌شونده‌ها، معیارهایی را عنوان می‌کنند که بر اساس آنها، تشیع مورد قبول مسلمانان و حتی انسان‌ها، واقع نمی‌شود. یکی از این معیارها «زیبایی‌شناسی» است: «عزاداری‌ها و خودزنی‌های شیعیان نه انسانی هستند و نه زیبا» و «مراسم ایرانی شاد و قشنگ نیست». معیار دوم مردود بودن تشیع، «عقل و منطق» است. برخی مصاحبه‌شونده‌ها بیان می‌کنند که «اعتقادهای شیعه مخالف عقل سلیم هستند»، «خیلی از موضوع‌های شیعه غیرمنطقی است» یا «با عقل سلیم جور در نیاید». معیار سوم، «اصول دین اسلام» است. این گروه باور دارد که تشیع اساساً از اصول دین خارج است و به خاطر همین نمی‌توان آن را یک مذهب معتبر اسلامی دانست. مثال‌هایی از این نظر عبارت‌اند از: «کارهای شیعیان مخالف قوانین خداست»، «چون اصول تشیع از ماهیت اسلام خارج است، دیگر نیازی نیست به جزئیات بپردازیم». در همین راستا، اصطلاح‌هایی مانند «بت‌پرست»، «مشرک» یا «کافر» به پیروان تشیع نسبت می‌دهند. یکی از اصلی‌ترین و پرتکرارترین گزاره‌های مورد اشاره مصاحبه‌شونده‌ها، طرح شبهه‌های متعدد علیه تشیع است. آنها این شبهه‌ها را در قالب اطلاعات یا باورها و یا احساساتی که درباره تشیع دارند، ابراز می‌کنند. این شبهه‌ها در سه حوزه «اعتقادی»، «فقهی» و «تاریخی» مطرح هستند. به نظر می‌رسد که همین شبهه‌ها، از مهم‌ترین دلایل نگرش منفی و گمراه‌انگاری تشیع بوده و گویا شبهه‌ها برای آنها مسائل پاسخ‌ناپذیری هستند و تاکنون نیز پاسخ آنها را دریافت نکرده‌اند؛ به عنوان نمونه در حوزه شبهه‌های اعتقادی شبهه‌هایی در حوزه توحید مانند: «عدم اعتقاد به خدا»، «بت‌پرستی»، «توسل و حاجت‌طلبی»، «مردده‌پرستی» و یا «قائل بودن به کرامات اولیاء» را مطرح می‌کنند.

هچنین شبهه‌های متعددی را در حوزه «نبوت» مطرح می‌کنند؛ شبهه‌هایی مانند: «نقصان و تحریف قرآن»، «ختم نبوت» و در حوزه امامت شبهه‌هایی نظیر «انتظار امام مهدی (عج)»، «جایگاه ائمه (علیهم‌السلام)»، «افراط در گرایش به اهل بیت (علیهم‌السلام)»، «عصمت»، «علم لدنی اهل بیت (علیهم‌السلام)» و «رد خلفا» را مطرح می‌کنند، که به دلیل رعایت اختصار فقط به بیان عناوین آنها بسنده می‌شود. مضمون سوم این درون‌مایه، «حضور مخرب سیاسی» تشیع است. مصاحبه‌شونده‌ها، تشیع را مترادف ایران به عنوان یک کشور شیعی دانسته و از حضور سیاسی آن در منطقه غرب آسیا یا جاهای دیگر و نیز از روابط آن با کشورهای

اسلامی و جهان انتقاد داشته و آن را دلیلی بر گمراهی و مردود بودن تشیع و سیاست‌های ایران می‌دانند. این دیدگاه عمدتاً نتیجه تبلیغات سنگین رسانه‌ای علیه ایران و جبهه مقاومت و نیز فعالیت‌های مستمر ضد تشیع گروه‌های وهابی در بوسنی و هرزگوین است. علاوه بر این، خلأ اطلاعاتی و خبری و عدم حضور مؤثر رسانه‌های شیعی و جبهه مقاومت باعث تقویت این نوع نگرش شده است. حضور مخرب سیاسی خود شامل چند مضمون فرعی است: «جنگ با مسلمانان» که به عنوان نمونه به جنگ سوریه و یمن اشاره دارند. مضمون «رابطه مشکوک با آمریکا» که معتقد به دوستی پنهان با آمریکا هستند و مضمون «اختلاف‌افکنی» که به طور مثال به «اختلاف با عربستان»، «عدم سازش با کشورهای اسلامی» و «قدرت‌طلبی» و «اصرار بر تغییر دیگران» اشاره می‌کنند.

یکی دیگر از مضامین اصلی درون مایه «تشیع به معنی فرقه ضاله»، مضمون «فعالیت وهابیت علیه تشیع» می‌باشد. این مضمون و مضامین فرعی ذیل آن، مبین یکی از مهم‌ترین دلایل نگاه منفی به تشیع است، چرا که اکثر مصاحبه‌شونده‌هایی که این نظر را دارند، یا عضو فعال گروه‌های وهابیت هستند یا به دلیل ارتباط با گروه‌های وهابی از آنها تأثیر می‌پذیرند و ویژگی‌های وهابیت را تحسین می‌کنند. مضامین سازمان‌دهنده ذیل این مضمون اصلی عبارت‌اند از: «ویژگی‌های قانع‌کننده وهابیت»، «آشنایی وهابیت با تشیع»، «فعالیت‌های عملی علیه تشیع» و «انتقاد از جامعه اسلامی».

به گفته مصاحبه‌شونده‌ها، از ویژگی‌های قابل تحسین گروه‌های وهابی، می‌توان به «بیان قوی، مستدل و مستند» آنها اشاره کرد. به نظر می‌رسد که بیانات، سخنرانی‌ها و موضع‌گیری‌های وهابی‌ها در بوسنی و هرزگوین قوی و انکارناپذیر است، از این رو، بسیاری از مردم تحت تأثیر این سخنرانی‌ها قرار می‌گیرند. مصاحبه‌شونده‌ها اینگونه توصیف می‌کنند: «باید منصف باشیم که وهابی‌ها، همه چیز را با دلیل می‌گویند با قرآن و حدیث» یا «آنها بدون دلیل محکم جواب نمی‌دهند. این روش درستی است» و «علمای وهابیت بیان قوی دارند». همان‌طور که در بخش‌هایی از مصاحبه‌ها آمده است، نحوه بیان و استناد به آیات و روایات قابل ستایش و از نقاط قوت وهابیت محسوب می‌شود. علاوه بر نحوه بیان، مصاحبه‌شونده‌ها معتقدند که پیروان وهابیت، «اسلام اصیل» را رعایت می‌کنند و هیچ انحرافی را قبول نمی‌کنند، که این امر بر حقانیت آنها می‌افزاید، مانند این جملات: «اسلام آنها ریشه‌دار و ناب است، اسلامی که از آیه و حدیث گرفته شده است»، «دوست دارند اسلام اصیل و منحرف نشده را رعایت کنند». یکی از اعضای

سابقه‌دار گروه‌های وهابی این‌گونه با افتخار بیان می‌کند: «گروه ما از همه فعال‌تر و مملو از جوانان است. اسلام اصیل و حقیقت، آنها را جذب می‌کند». فراتر از آن، تعدادی از مصاحبه‌شونده‌ها وهابی‌ها را «میراث‌داران اسلام ایثارگر» می‌نامند، یعنی کسانی که برای اعتقاد خود، حاضرند تا پای جان پیش بروند. یکی از مصاحبه‌شونده‌ها می‌گوید: «وهابیت، گروهی بودند که در جنگ نشان دادند که ایثارگرند. سربازان آمریکایی هر چقدر هم که تجهیزات داشته باشند، حاضر نیستند برای اعتقاد جانشان را از دست بدهند. آمریکایی‌ها را گروهی (وهابی‌ها) اذیت می‌کند که حاضرند برای اعتقادهای خود کشته شود. این گروه میراث‌دار این نوع انسان‌ها هستند. واقعاً برای اسلام حاضرند کشته شوند».

همچنین باور دارند که وهابی‌ها در مقابل دشمن «شجاعت» دارند و «اعتماد به نفس» بالایی نیز دارند: «وهابی‌ها شجاع هستند. به غرب وابسته نیستند و از آنها نمی‌ترسند» و «وهابیت، اعتماد به نفس بالایی دارند و از عقایدشان کوتاه نمی‌آیند». مصاحبه‌شونده‌ها، درباره ویژگی‌های مثبت فعالیت‌های تبلیغی وهابی‌ها، چندین نظر دارند. عده‌ای به «جذب جوانان»، «زبان ساده»، «حماسی بودن» و «در دسترس بودن» وهابی‌ها اشاره کردند و برخی نیز از «رهبری قوی آنها» و «صرار بر تبلیغ ارزش‌های واقعی اسلام» نام بردند. جذب جوانان توسط وهابیت از نقاط قوت آن محسوب می‌شود، چراکه به بیان یکی از مصاحبه‌شونده‌ها، قدرت واقعی در دست کسی است که بتواند نیروی جوان را جذب نماید. یکی از مصاحبه‌شونده‌ها اذعان می‌کند «۹۵ درصد جوانانی که به نماز جمعه می‌آیند، توسط این نوع اسلام جذب می‌شوند».

بر اساس گزاره‌های مطرح شده توسط عده‌ای از مصاحبه‌شونده‌ها که تشیع را فرقه گمراه می‌دانند، مؤسسات شیعی و پیروان آنها حضور مناسب و مطلوبی در بوسنی نداشته و ندارند. این معنی را می‌توان در مضامین فرعی مانند «فعالیت‌های مؤسسات شیعی»، «فعالیت شیعیان بومی در شبکه‌های اجتماعی» و «سوءاستفاده از کمک در جنگ بوسنی» یافت.

مضمون اصلی بعدی که از گزاره‌های مطرح شده توسط مصاحبه‌شونده‌ها در حوزه معنایی «تشیع؛ فرقه ضاله» استخراج شده است، مضمون «موانع تبلیغ» است که شامل مضامین فرعی چندگانه است. به بیان دیگر، گروهی از مصاحبه‌شونده‌ها که تشیع را یک فرقه گمراه و افراطی می‌دانند، قائل به عدم موفقیت تشیع در تبلیغ خود در بوسنی و هرزگوین بوده و برای این باور خود، دلایل مختلف می‌آورند، که به عنوان مضامین سازمان‌دهنده «پایبندی بوسنیایی‌ها به مذهب خود»، «نقش

جامعه اسلامی» و «شرایط سیاسی» آمده است.

مضمون «همزیستی مشروط»، آخرین مضمون حوزه معنایی «تشیع به‌عنوان فرقه ضاله» است. با توجه دیدگاه قائلین به این معنی از تشیع، از آنان سؤال شد که آیا با چنین فرقه‌ای، همزیستی یا وحدت امکان‌پذیر هست؟ در پاسخ به این سؤال، همه مصاحبه‌شونده‌های این گروه، قائل به وحدت واقعی با تشیع نبوده و برای همزیستی با تشیع شرایطی را مطرح می‌کنند. گزاره‌های این مضمون در دو مضمون فرعی: «عدم اتحاد واقعی» و «شروط همزیستی و تقریب» سازمان‌دهی شدند، که هر کدام نیز دارای چند مضمون فرعی هستند.

جدول (۱): جدول مضامین تشیع به‌عنوان فرقه ضاله

پدیده	حوزه موضوعی	مضامین استخراجی
معنای تشیع در تجربه‌زیسته مسلمانان بوسنی و هرزگوین	تشیع به‌عنوان فرقه ضاله	نگرش منفی کلی
		شبهه‌ها
		موانع تبلیغ
		تبلیغ وهابیت علیه تشیع
		مواضع سیاسی منفی
		حضور نامناسب
		همزیستی مشروط

۶-۱-۲. تشیع به‌عنوان مذهب اسلامی

بنابر یافته‌های این پژوهش، مسلمانان بوسنی و هرزگوین و همچنین مصاحبه‌شونده‌ها، تجربه و درک واحد و یکسان از پدیده تشیع ندارند، هر چند برخی از گزاره‌ها ممکن است میان همه آنها مشترک باشد.

در حوزه دوم موضوعی استخراج شده در این پژوهش، به هشت مضمون اصلی می‌پردازیم که تشیع را یکی از مذاهب اسلامی با عقاید خاص خود می‌داند. مصاحبه‌شونده‌های این گروه، قائل به گمراهی تشیع و تکفیر آن نیستند، حتی تعدادی از مصاحبه‌شونده‌ها تشیع را به‌عنوان صحیح‌ترین مذهب می‌پذیرند. این دسته از مصاحبه‌شونده‌ها، برآنند که انسان‌ها در انتخاب دین و مذهب خود آزادند و داشتن عقاید متفاوت به معنای گمراهی صاحب آن نیست. داده‌های این حوزه موضوعی در هشت مضمون اصلی ذیل آمده است که در ادامه به هر کدام از آنها

به‌طور جداگانه خواهیم پرداخت: «ابعاد برتری تشیع»، «شبیهات»، «اختلاف؛ پدیده پذیرفته‌شده»، «تشیع؛ مذهب شناخته‌نشده»، «تشیع مورد تهمت و حمله»، «امکان هم‌زیستی»، «شرایط تبلیغ موفق» و «عوامل مؤثر بر دیدگاه مثبت به تشیع». یک گروه از مصاحبه‌شونده‌ها، نه‌تنها قائل به گمراهی و تکفیر تشیع نیست، بلکه حتی آن را مذهب برتر می‌دانند. این افراد به تشیع علاقه و گرایش دارند و به زوایای مثبت تشیع می‌پردازند؛ البته این زوایای مثبت عمدتاً از دریچه سیاست، قدرت و استقلال جمهوری اسلامی ایران مطرح شده است. این مضمون اصلی شامل چهار مضمون سازمان‌دهنده می‌شود: «صحت تشیع»، «برتری سیاسی»، «برتری فرهنگی» و «برتری علمی».

گرچه مصاحبه‌شونده‌های ذیل این حوزه معنایی، تشیع را یک مذهب اسلامی می‌دانند که مانند سایر مذاهب عقاید خاص خود را دارد، اما آنها نیز شبیهه‌های مختلفی در مورد تشیع به زبان می‌آورند. البته، شبیهه‌های آنها به مراتب کمتر از شبیهاتی است که قائلین به گمراه بودن تشیع، مطرح می‌کنند. برخی از شبیهه‌ها میان این دو گروه مشترک است، اما تفاوت عمده این دو دیدگاه این است که اولی تشیع را گمراه و منحرف می‌داند و دومی شبیهه‌ها را نه نشانه گمراهی تشیع، بلکه به‌عنوان شنیده‌های غیرقابل فهم از تشیع بیان می‌کند، که لزوماً دلیل بر گمراهی تشیع نیست. اما به دلیل فقر شناخت و نیز خلأ اطلاعاتی موجود چه در فضای مجازی و چه در فضای حقیقی و مجالس و مساجد، این قبیل شبیهه‌ها، ذهن این دسته از مصاحبه‌شونده‌ها را مشغول کرده است. این شبیهه‌ها در چهار مضمون فرعی «شبیهه‌های اعتقادی»، «شبیهه‌های فقهی»، «شبیهه‌های تاریخی» و «شبیهه‌های فرهنگی» قابل طرح هستند.

مضمون اصلی بعدی، «اختلاف؛ امری پذیرفته‌شده» است. این مضمون بیانگر دیدگاه تعدادی از مصاحبه‌شونده‌هاست که وجود اختلاف در جوامع انسانی را امری رایج و پذیرفته شده می‌دانند. بنابراین دلیلی برای محکومیت یا تکفیر دیگران وجود ندارد. آنها معتقدند که همه انسان‌ها نمی‌توانند مثل هم زندگی و فکر کنند و یا باوری یکسان داشته باشند و به همین دلیل ادیان و مذاهب مختلف در دنیا وجود دارد. این مضمون در خود هشت مضمون فرعی را جای داده است: «رد ظاهرگرایی»، «اهمیت باطن»، «اختلاف امری طبیعی و انسانی»، «وعده اختلاف میان مذاهب اسلامی توسط پیامبر (صلی‌الله‌علیه‌وآله‌وسلم)»، «نقش دشمن در تشدید اختلاف‌ها»، «شبهات در عین تفاوت»، «تشیع به‌عنوان یک مذهب متفاوت».



یکی از مضامین اصلی این پژوهش، ناظر به «ناشناختگی تشیع» و عدم آگاهی یا ناکافی بودن شناخت بوسنیایی‌ها، نسبت به این مذهب است. بسیاری از مصاحبه‌شونده‌ها به این موضوع پرداخته و نسبت به تشیع اظهار بی‌اطلاعی و یا کم‌اطلاعی کردند. ناشناخته بودن تشیع یکی از مهم‌ترین مسائل در تجربه‌زیسته بوسنیایی‌ها است. حتی افراد علاقه‌مند به تشیع نیز آشنایی اندکی از آن دارند. دلایل این امر را می‌توان در چندین زمینه جستجو کرد. در این پژوهش، این زمینه‌ها به‌عنوان مضامین فرعی ذیل مضمون اصلی ناشناختگی تشیع ارائه شده‌اند. مضامینی شامل: «ویژگی‌های مردم بوسنی»، «مذاهب به‌مثابه پدیده نوین در بوسنی»، «کمبود شناخت از تشیع»، «نقش جامعه اسلامی بوسنی» و «عدم حضور شیعیان».

از درون‌مایه «تشیع به‌عنوان مذهب اسلامی» مضمون دیگری نیز استخراج شده است که قابل توجه است و آن «تشیع مورد تهمت و حمله» می‌باشد. این مضمون شامل سه مضمون فرعی است که عبارتند از «جو منفی رسانه‌ای»، «فعالیت‌های وهابیت» و «دشمنی غرب با تشیع». همه مضامین فرعی بر زمینه‌های پیدایش مضمون اصلی، یعنی تهمت زدن و هدف قرار دادن تشیع، مؤثر بوده‌اند.

اکثر مصاحبه‌شونده‌هایی که تشیع را به‌عنوان مذهب اسلامی قلمداد کردند، امکان هم‌زیستی یا تقریب با آن را نیز پذیرفتند. البته، برخی برای هم‌زیستی و وحدت مذاهب شرایطی مطرح کردند و برخی نیز وحدت میان مسلمانان را ضروری دانستند. مضمون «مکان هم‌زیستی» شامل مضامین فرعی ذیل است: «بعید بودن شکل‌گیری جامعه اسلامی فراگیر»، «آزادی و معارفه»، «هم‌زیستی مشروط» و «وحدت».

مصاحبه‌شونده‌هایی که تشیع را یکی از مذاهب اسلامی می‌دانند، درباره شرایط و بهبود تبلیغ آن در میان مردم بوسنی و هرزگوین نیز سخن گفتند. از این مضمون اصلی، سه مضمون فرعی استخراج شده است که عناوین آنها عبارت‌اند از: «لزوم گسترش فعالیت‌های شیعی»، «تبلیغ وحدت‌محور» و «رشد تدریجی آگاهی». این موضوع به‌ویژه توسط مصاحبه‌شونده‌هایی مطرح شد که گرایش به تشیع دارند یا مواضع سیاسی ایران را تحسین می‌کنند و یا به پژوهش بیشتر علاقه دارند.

آخرین مضمون حوزه معنایی «تشیع به‌عنوان مذهب اسلامی»، ناظر به عوامل مؤثر بر دیدگاه مثبت نسبت به تشیع است. گروهی از مصاحبه‌شونده‌ها با سوابق و گرایش‌های مختلف، نگاهی بسیار مثبت به تشیع دارند. آنها اغلب با دفاع از مواضع سیاسی ایران در منطقه و جهان، بسیاری از ویژگی‌های ایران و شیعیان را تحسین کردند. با توجه به اینکه در حوزه معنایی قبلی «تشیع به‌عنوان فرقه ضاله» نگاه



متضاد نگرش حاضر ارائه شد، به نظر می‌رسد که کاوش زمینه‌ها و عوامل این نگرش مثبت دارای اهمیت است.

جدول (۲): جدول مضامین تشیع به عنوان مذهب اسلامی

پدیده	حوزه موضوعی	مضامین استخراجی
معنای تشیع در تجربه زیسته مسلمانان بوسنی و هرزگوین	تشیع به عنوان مذهب اسلامی	ابعاد برتری نسبت به سایر مذاهب
		شبهه‌ها
		اختلاف؛ امری پذیرفته شده
		امکان همزیستی
		مذهب شناخته نشده
		مذهب مورد تهمت
		شرایط تبلیغ موفق
		عوامل مؤثر بر دیدگاه مثبت به تشیع

۶-۲. دلالت‌های تبلیغی و پیشنهادی راهبردی

پس ارائه پاسخ به سؤال اول، در این بخش از یافته‌های پژوهش پاسخ سؤال دوم ارائه خواهد شد و «- بر اساس تصویر ذهنی مردم بوسنی از مذهب تشیع، چه دلالت‌های تبلیغی می‌توان استخراج کرد و برای تحقق آنها چه راهبردهای علمی، سیاستی و اجرایی را می‌توان ارائه کرد؟»

همان‌طور که آمد، در کنار کشف و توصیف تصویر ذهنی مسلمانان بوسنی و هرزگوین نسبت به مذهب تشیع، بخش دوم هدف این پژوهش ناظر به بهره‌گیری از این تصویر ذهنی به عنوان منبع دلالت‌های تبلیغی و ارائه پیشنهادها علمی، سیاستی و اجرایی برای تبلیغ اثربخش‌تر تشیع در کشور بوسنی و هرزگوین است. به عبارت دیگر، در این پژوهش، بعد از درک نگرش مسلمانان بوسنیایی به تشیع، سعی می‌شود رهنمودهایی جهت معرفی صحیح تشیع در آن دیار استخراج و ارائه شود.

برای پرهیز از تفصیل بحث، دلالت‌های تبلیغی درون‌مایه‌های معنایی استخراج و پیشنهادهایی در سه حوزه سیاست‌گذاری، علمی - پژوهشی، عملی و اجرایی در قالب جدول شماره ۳ ارائه شده است:

جدول (۳): دلالت‌های تبلیغی درون‌مایه‌های معنایی و پیشنهادها

پیشنهادها	دلالت‌های تبلیغی	علمی - پژوهشی	سیاست‌گذاری	عملی و اجرایی توسط مؤسسات شیعی در بوسنی
مخاطب‌شناسی و رعایت سطوح مخاطبین		انجام پژوهش‌هایی با موضوعات مشابه جهت شناسایی انواع دیدگاه‌های مردم بوسنی و هرزگوین به تشیع و سنجش فراوانی و عوامل آن	برنامه‌ریزی و آماده‌سازی محتوای معرفی تشیع و ارزش‌های آن برای سطوح مختلف از مخاطبین	تنوع بخشی به فعالیت‌های فرهنگی در قالب فعالیت‌های پوششی نظیر اقتصادی، خیریه‌ای، ارتباطات توریستی، ازدواج‌های میان‌فرهنگی
پاسخگویی به شبهه‌ها		تهیه پاسخ‌های متقن و کوتاه و عامه‌فهم برای شبهه‌های مطرح علیه تشیع به زبان بوسنیایی	برنامه‌ریزی در راستای تقویت و آمادگی شیعیان جهت پاسخگویی به شبهه‌ها پرورش متخصصین مذاهب سنی و وهابیت در میان مبلغین تشیع ایجاد وبگاه و پایگاه‌های اطلاع‌رسانی غنی به‌منظور پاسخ به شبهه‌ها	فعالیت در فضای مجازی ویژه پاسخگویی به شبهه‌ها
تفہیم مواضع سیاسی ایران و جبهه مقاومت و دستاوردهای انقلاب اسلامی		تهیه، تألیف و ترجمه آثار علمی مربوط به مواضع سیاسی ایران، انقلاب اسلامی و جبهه مقاومت	اختصاص بودجه و برنامه‌ریزی جهت معرفی سیاست‌های بین‌المللی ایران و انقلاب اسلامی در قالب نوشته‌ها و فیلم مستند	برگزاری نشست‌ها با موضوع معرفی ایران اسلامی معرفی ایران اسلامی در فضای مجازی
تبلیغ تشیع توسط شیعیان		پژوهش‌ها برای شناخت تاریخچه ورود تشیع به بوسنی و منطقه بالکان	برنامه‌ریزی جهت تربیت مبلغین آشنا به فرهنگ و زبان بوسنیایی در جهت تبلیغ اعتقادات اسلامی برنامه‌ریزی دوره‌های کوتاه‌مدت معرفی تشیع برای مبلغین و علاقه‌مندان	اعمال دقت لازم در انتخاب افراد جهت اعزام برای تحصیل در ایران و توجه به توانایی‌ها و استعدادهای آنها
توجه به دشواری‌های تبلیغ در بوسنی		انجام پژوهش‌ها در حوزه جامعه‌شناسی و فرهنگ بوسنی و هرزگوین	با توجه به وضعیت اقتصادی نامساعد کشور بوسنی، در گسترش فعالیت‌های تبلیغی، امور خیریه و عام‌المنفعه مدنظر قرار گیرد	توجه به تقویت شیعیان سرشناس به‌منظور سپردن مسئولیت رهبری شیعیان آن کشور به فردی بوسنیایی ایجاد پایگاه‌های اطلاع‌رسانی جهت معرفی تشیع به زبان بومی و با توجه به ظرافت‌های فرهنگی میزبان
توجه به اهمیت دین در زندگی		انجام پژوهش‌های کیفی و کمی در خصوص اصل جایگاه دین در زندگی مسلمانان بوسنی و هرزگوین	توانمندسازی و آموزش افرادی که طلبه حوزه‌های علمیه در ایران می‌شوند، در رشته‌های دیگر علمی و فنی حرفه‌ای	راهنمایی و هدایت شیعیان بوسنی و هرزگوین در امور روزمره زندگی و سبک زندگی

پیشنهادهای دلالات‌های تبلیغی	علمی - پژوهشی	سیاست‌گذاری	عملی و اجرایی توسط مؤسسات شیعی در بوسنی
فعالیت مستمر و پرنرگ در رسانه‌ها	تحقیقات بیشتری در حوزه جامعه‌شناسی و فرهنگ، تأثیرپذیری مردم از رسانه‌ها و نقش روش‌های تبلیغی مختلف	در اختصاص بودجه‌های تبلیغی، فعالیت‌های فضای مجازی و روش‌های نوین تبلیغ جایگاه ویژه‌ای داشته باشد.	در جهت فعال نمودن شیعیان بوسنی در فضای مجازی به‌طور تخصصی و مستمر اقدام نمایند. توجه ویژه به فرآوری منابع سنتی شیعی و ارائه آن به روش‌های نوین تبلیغی و رسانه‌ای
تبلیغ وحدت‌محور	پژوهش‌هایی در حوزه نقش زبان، آداب و رسوم فارسی و شیعی در بوسنی و هرزگوین پژوهش‌ها در خصوص تقریب مذاهب و امکان همزیستی ادیان و مذاهب	برنامه‌ریزی و اختصاص بودجه برای برگزاری دیدارها و گفتگوهای بین دینی و بین مذهبی	اجرای فعالیت‌های وحدت‌بخش برای شیعیان بوسنی مانند گفت‌وگوهای بین مذهبی و دینی
حضور در بین مردم	انجام پژوهش‌هایی با استفاده از روش‌های ارزیابانه در خصوص نقش و تأثیر فعالیت‌های مؤسسات شیعی بین مردم بوسنی	تقویت وضعیت اقتصادی و معیشتی شیعیان در بوسنی و هرزگوین به‌منظور رهایی شیعیان از دغدغه‌های معیشتی و حضور مؤثر آنها در جامعه بوسنی و هرزگوین	فعال نمودن شیعیان بوسنی در فضای عمومی جامعه شرکت در مراسم بزرگ فرهنگی و مذهبی بوسنی و هرزگوین به‌منظور تقویت حضور شیعیان در میان مردم

نتیجه‌گیری

بر اساس یافته‌های پژوهش، افراد مورد مطالعه از طریق مصاحبه عمیق، با ارائه فهم و تعریف خود از پدیده تشیع، آن را از افق‌های معنایی مختلف خود به بحث گذاشتند. آن گونه که گذشت، دو حوزه معنایی اصلی می‌تواند پدیده تشیع را در ذهن مسلمانان بوسنیایی شرکت‌کننده در این پژوهش، تفسیر نماید. حوزه اول، تشیع را یک فرقه ضاله، گمراه، نامطلوب و خارج از چارچوب مذاهب اسلامی می‌داند. این نحوه نگاه به تشیع در قالب مضامین و گزاره‌های مختلفی از سوی مصاحبه‌شونده‌ها بیان شده است. «تشیع به‌عنوان فرقه ضاله» شامل درون‌مایه‌هایی چون نگرش کلی منفی، شبهات علیه تشیع، تبلیغ وهابیت علیه تشیع، مواضع مخرب سیاسی، موانع تبلیغ، حضور نامناسب شیعیان در بوسنی و همزیستی مشروط است. اما، حوزه معنایی دوم با عنوان «تشیع به‌عنوان مذهب اسلامی»، تشیع را یکی از مذاهب رسمی دین اسلام می‌داند و آن را به گمراهی و ضلالت متهم نمی‌کند. حتی در پاره‌ای موارد قائل به



برتری برخی از ابعاد تشیع بر اهل سنت، هستند. در این حوزه معنایی، گرچه مصاحبه‌شونده‌ها شبهه‌هایی را درباره تشیع مطرح کردند، اما درعین حال این شبهه‌ها را دلیل گمراهی شیعیان ندانسته و همچنین اختلاف عقیدتی را امری طبیعی و انسانی تفسیر می‌کنند. این گروه از افراد مورد مطالعه، کمبود اطلاعات، توجه کم به اختلاف‌های مذاهب و نیز سابقه طولانی غلبه مذهب حنفی در بوسنی را موجب عدم آشنایی مردم بوسنی و هرزگوین با تشیع می‌دانند. این دسته از مصاحبه‌شونده‌ها همچنین معتقدند، وابستگی رسانه‌های آن کشور به رسانه‌های جریان غالب غربی، فعالیت‌های وهابیت و اصرار جامعه اسلامی بوسنی بر پیروی مردم از یک مذهب واحد، موجب شده تا تشیع هدف تهمت، شایعات و حملات مختلف قرار گیرد.

مضامینی که در دو حوزه معنایی به‌دست آمده‌اند، پژوهشگران و متولیان امر تبلیغ تشیع در بوسنی و هرزگوین و نیز شیعیان دغدغه‌مند بوسنیایی را به این نتیجه می‌رساند که عدم شناخت صحیح و عدم حضور پُررنگ شیعیان و همچنین شمار اندک آنها باعث شده که نگرش‌ها به تشیع بسیار متفاوت و متنوع و معمولاً همراه با شبهات و تردید یا آشنایی سطحی باشد. همه مصاحبه‌شونده‌ها از کمبود منابع عمیق و مؤثر درباره تشیع و حتی ایران ابراز گله‌مندی کردند. به نظر می‌رسد پراکندگی شیعیان و مؤسسات شیعی ایرانی و نداشتن یک هویت مشخص باعث شده که آنها در جامعه بوسنی و هرزگوین به شمار نیامده و فعالیت‌های آنها با تأثیر اندکی همراه باشد. حتی کمک‌های ایران در جنگ بوسنی، که اکثر بوسنیایی‌ها از آن خاطره مثبتی دارند، در آستانه فراموشی و یا در دست تحریف از سوی گروه‌های وهابی است. به نظر می‌رسد که گروه‌های رقیب تشیع و در رأس آن گروه‌های وهابی، که توسط کشورهای غربی و عربی حمایت می‌شوند، در حوزه تبلیغ چهره‌به‌چهره در میان مردم و نیز تبلیغ در فضای مجازی، اعم از فعالیت در وبگاه‌ها و شبکه‌های اجتماعی، موفق شدند ویژگی‌هایی چون شجاعت، مردمی بودن، الگوی عملی بودن، در دسترس بودن و... را که معمولاً مختص مبلغین شیعی بوده است، به خود نسبت بدهند. وهابیت در طول سال‌های پس از جنگ توانسته است خود را به‌عنوان واسطه اطلاعات درباره تشیع و متخصص اختلافات میان شیعه و سنی، جا بزنند و اعتماد بسیاری از مردم کم‌اطلاع را نیز جلب کنند. گرچه علمای زیادی در بوسنی خواهان عدم اطلاع و شناخت مردم بوسنی از دیگر مذاهب اسلامی هستند، اما در عصر حاضر و به مدد رسانه‌های متنوع عمومی و مجازی، چنین خواستی امکان تحقق ندارد. بنابراین، بهتر است مبلغان شیعی با بهره‌گیری از فرصت‌های موجود، تشیع را به



جهانیان معرفی نمایند. متأسفانه، پراکندگی و عدم وحدت مراکز شیعی ایرانی و به تبع آن، پراکندگی و عدم ارتباط مستمر شیعیان بومی فعال در این قبیل مراکز، از قدرت تأثیر تشیع در بوسنی کاسته و باعث شده تا شیعیان موفق به ایفای نقش تبلیغی مؤثر، نشوند؛ البته در میان شیعیان بوسنی افراد سرشناسی حضور دارند که توانایی احراز جایگاه مرجعیت فکری و تبلیغی تشیع را داشته و خواهند توانست در درازمدت محور اتحاد شیعیان و نیز محل مراجعه علاقه‌مندان به تبیین عقاید تشیع در جامعه بوسنی و هرزگوین قرار گیرند.

فهرست منابع

قرآن کریم.

- برنجکار، رضا (۱۳۹۰). *آشنایی با فرق و مذاهب اسلامی*. قم: کتاب طه.
- بودلایی، حسن (۱۳۹۸). *روش تحقیق پدیدارشناسی*. تهران: اندیشه احسان.
- پیرمرادی، محمدجواد (۱۳۸۸). *بررسی وضعیت فرهنگی مسلمانان بوسنی و هرزگوین*. مطالعات راهبردی جهان اسلام، (۴۰)، ۸۴-۵۹.
- خندان، محسن (۱۳۷۴). *تبلیغ اسلامی و دانش ارتباطات اجتماعی*. تهران: سازمان تبلیغات اسلامی.
- خنیف، حسین و مسلمی، ناهید (۱۳۹۶). *اصول و مبانی روش‌های پژوهش کیفی*. تهران: انتشاران نگاه دانش.
- دانایی‌فرد، حسن (۱۳۹۵). *روش‌شناسی مطالعات دلالت‌پژوهی در علوم اجتماعی و انسانی: بنیادها، تعاریف، اهمیت، رویکردها و مراحل اجرا*. فصلنامه علمی - پژوهشی روش‌شناسی علوم اجتماعی، (۸۶)، ۷۲-۳۹.
- دائرة المعارف تشیع (۱۳۷۳). *سیری در فرهنگ و تاریخ تشیع*. تهران: انتشارات شهید سعید محبی.
- دهخدا، اکبر (۱۳۶۳). *لغت‌نامه دهخدا*. تهران: دانشکده ادبیات و علوم اسلامی.
- عابدپور، سعید (۱۳۸۴). *مسئله هویت در بوسنی و هرزگوین*. مطالعات راهبردی جهان اسلام، (۲۱-۲۲)، ۳۱-۲۲.
- فلیک، اووه؛ فون کاردورف، ارنست و اشتاینکه، اینس (۱۳۹۷). *راهنمای روش تحقیق کیفی*. ترجمه ستار محمدی تلور، تهران: انتشارات روش‌شناسان و جامعه‌شناسان.



مریجی، شمس‌الله (۱۳۹۵). *جامعه‌شناسی در عرصه تبلیغ دینی*. قم: دانشگاه باقرالعلوم (علیه‌السلام).

منصوریان، یزدان (۱۳۹۳). بازتاب «تجربه‌های زیسته» در پژوهش. *سخن هفته لیزنا*, (۱۹۲): <https://www.lisna.ir/Note/16060>

JAŠAREVIĆ (2018). *Eldina, Islam i muslimani u Bosni i Hercegovini*. Institut Goethe, Sarajevo.

VAN MANEN, Max (1990). *Researching Lived Experience: Human Science for an Action Sensitive Pedagogy*. State University of New York Press, Albany.

Reference

The Holy Quran.

Abidpour, Saeed (1384). The issue of identity in Bosnia and Herzegovina, *Strategic Studies of the Islamic World*, 86.

Boudelai, Hassan (1398). *Phenomenological research method*, first edition, Tehran: Andisheh Ehsan.

Brajnkar, Reza, (1390). *Familiarity with Islamic sects and religions*, 14th edition, Qom: Taha book.

Danai-Fard, Hassan (1395). *Methodology of implication studies in social and human sciences: foundations, definitions, importance, approaches and implementation stages*, *Social Sciences Methodology*, No. 86.

Dehkhoda, Akbar (1363). *Dehkhoda dictionary*, first edition, Tehran: Faculty of Islamic Literature and Sciences.

Encyclopedia of Shiism (1373). "A Tour of Shiism Culture and History", Tehran: Shahid Saeed Mohebi Publications.

Flick, Uwe, Ernst von Kardorff, Innes Steinke (1397). *Qualitative Research Methodology Guide*, translated by Sattar Mohammadi Tellor, first edition, Tehran: Methodology and Sociology Publications.

JAŠAREVIĆ (2018). *Eldina, Islam i muslimani u Bosni i Hercegovini*, Institut Goethe, Sarajevo.

Khandan, Mohsen (1374). *Islamic Propaganda and Knowledge of Social Communication*, first edition, Tehran: Islamic Propaganda Organization.

Khanifar, Hossein, Moslami, Nahid (1396). *The Principles and Basics of Qualitative Research Methods*, (1), 1st Edition, Tehran: Negah Danesh Publications.

Mansourian, Yazdan, (1393). reflection of "lived experiences" in research, *Lizna weekly speech*, (192).

Mariji, Shamsullah (1395). *Sociology in the field of religious propaganda*, third edition, Qom: Bagheral Uloom University (AS).



Pirmoradi, Mohammad-Javad (1388). Studying the cultural situation of Muslims in Bosnia and Herzegovina, Strategic Studies of the Islamic World, No. 40.

VAN MANEN, Max (1990). Researching Lived Experience: Human Science for an Action Sensitive Pedagogy, State University of New York Press, Albany.



بررسی عوامل اجتماعی - اقتصادی مؤثر بر ایجاد بازارچه روستایی در بخش بهار همدان

شمسی عابری منصور

دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی اقتصادی و توسعه، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات، تهران، ایران.
Sh_aberim@yahoo.com

میثم موسایی

استاد گروه برنامه‌ریزی و توسعه اجتماعی، دانشگاه تهران، تهران، ایران (نویسنده مسئول).
mousaaci@ut.ac.ir

عادل عبداللہی

دکترای جامعه‌شناسی اقتصادی و توسعه، گروه اقتصاد جمعیت و سرمایه انسانی مؤسسه مطالعات و مدیریت جامع و تخصصی جمعیت کشور، تهران، ایران.
Abdolah1980@gmail.com

چکیده

هدف از انجام این پژوهش بررسی عوامل اجتماعی اقتصادی مؤثر بر ایجاد بازارچه روستایی در بخش بهار همدان است. در این پژوهش از رویکرد فرهنگی اجتماعی در توسعه روستایی بهره گرفته شده است. روش این پژوهش پیمایش و ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه محقق ساخته است. جامعه آماری این پژوهش را ساکنین روستاهای بخش بهار همدان تشکیل می‌دهند که از این بین تعداد ۴۵۰ نفر به عنوان حجم نمونه از طریق نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای جهت مصاحبه انتخاب شدند. نتایج این پژوهش بیانگر آن است که تشکیل بازارچه روستایی برای فروش محصولات روستاییان از دیدگاه ساکنین روستاهای بخش بهار همدان ضرورت اجتناب‌ناپذیر است. همچنین نتایج نشان داد که بین عوامل اجتماعی اقتصادی درآمد، امنیت اقتصادی، امنیت اجتماعی و امید به آینده با ایجاد بازارچه رابطه وجود دارد. نتایج این پژوهش در مجموع بیانگر آن بود ایجاد بازچه‌ای جهت عرضه محصولات در روستاهای بخش بهار همدان، می‌تواند این منطقه را در مسیر توسعه اجتماعی اقتصادی قرار دهد.

کلیدواژه‌ها: عوامل اجتماعی اقتصادی، بازارچه روستایی، روستاییان، بخش بهار همدان.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۳/۱۱ تاریخ بازبینی: ۱۴۰۱/۰۶/۲۱ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۷/۰۴
فصلنامه راهبرد اجتماعی فرهنگی، سال ۱۲، شماره ۱، پیاپی ۴۶، بهار ۱۴۰۲، صص ۲۷۸-۲۵۵

مقدمه و بیان مسئله

توسعه روستایی از جمله مباحث مهم در توسعه هر کشور به حساب می‌آید و اولویت آن در برنامه‌های توسعه اقتصادی - اجتماعی بسیار اهمیت دارد؛ تاجایی که بی‌توجهی یا کم‌توجهی به آن، نتیجه‌ای جز تخریب و نابودی روستاها و گسترش مشکلات و مسائل شهری نخواهد داشت (ازکیا و دیباجی فروشانی، ۱۳۹۵). حل مسائل اقتصادی و اجتماعی از طریق برنامه‌ریزی عملی و فنی در ایران، دیر شروع شد. برنامه‌ریزی با روش جدید در ایران بیش از ۶۰ سال سابقه دارد و مسیر تاریخی آن از آغاز تا کنون تقریباً همگام با مسیر تکاملی نظریه‌های برنامه‌ریزی در ممالک غربی و روش‌های گوناگون اجرایی در آن کشورها بوده که غالباً به‌وسیله مهندسان مشاور آنان نیز اجرایی می‌شده است. تا قبل از پیروزی انقلاب اسلامی، شش برنامه تهیه و تنظیم شد که پنج برنامه اجرا گردید و برنامه ششم به دلیل تقارن با پیروزی انقلابی در سال ۱۳۵۷ اجرا نشد. اولین برنامه که در سال ۱۳۲۷ آغاز شد، با فکر و نگرش برنامه‌ریزی در کشور از طریق ایجاد سازمان برنامه با سازوکار انجام کار و ایجاد نظم در امور اقتصادی مطرح گردید. برنامه دوم با همان روش تهیه شد، ولی به‌عنوان شالوده ریز توسعه اقتصادی و اجتماعی کشور شهرت یافت. گفتنی است که برنامه اول و دوم شامل تعداد مشخصی طرح بود که با اعتبارات دولتی و توسط دولت به اجرا درآمده و مردم مشارکت و مداخله‌ای در این زمینه‌ها نداشتند. برنامه سوم، اولین برنامه نظام‌یافته جامع بود که تمامی بخش‌ها را دربرمی‌گرفت و مشارکت بخش دولتی و خصوصی در آن دیده می‌شد. در برنامه چهارم نیز نظام برنامه‌ریزی از غنای خاصی برخوردار شده و مشارکت دولت و بخش خصوصی در آن دیده شد و سهم سرمایه‌گذاری بخش خصوص نسبت به بخش دولتی پیشی گرفت. همچنین نظام برنامه‌ریزی در برنامه پنجم نسبت به برنامه‌های گذشته تکامل یافته‌تر شده و طرح آمایش سرزمین به‌عنوان فکری جدی در نظام برنامه‌ریزی مورد توجه قرار گرفت (قدیری معصوم و نجفی کانی، ۱۳۸۲).

پس از پیروزی انقلاب اسلامی نیز چند برنامه در زمینه توسعه، برنامه‌ریزی و اجرا گردید که دارای نقاط قوت و ضعف بود. تجربیات حاصل از ۶۰ سال برنامه‌ریزی در ایران حاکی از آن است که هر چند به اهداف خوب توجه شده، ولی در برخی

موارد توسعه روستایی ناموفق بوده است (قدیری معصوم و نجفی کانی، ۱۳۸۲). بر همین اساس با گسترش و رشد شهرنشینی، مناطق روستایی به میزان شهر توسعه پیدا نکردند. این امر باعث ایجاد مسائل اجتماعی و اقتصادی مختلفی از قبیل کمبود درآمد روستاییان نسبت به شهرنشینان و به طبع آن مهاجرت از روستا به شهر شده است. از آنجایی که عموماً روستاییان نسبت به شهرنشینان دارای درآمد کمتری هستند و از خدمات اجتماعی ناچیزی برخوردارند، روستاییان آسیب‌پذیراند.

امروزه بیش از گذشته تولیدات روستایی جنبه بازاری و تجارتی دارد و برای تولید محصولات کشاورزی تنها آشنایی با فعالیت‌های فنی و عملیات کشاورزی و دامداری و صنایع دستی کافی نیست بلکه برای اداره یک واحد روستایی کشاورزی لازم است کشاورز با اصول اقتصاد روستایی و طریقه برآورد درآمد و هزینه‌های هر یک از عملیات کشاورزی و دیگر تولیدات روستایی و همچنین انجام معاملات و تهیه اعتبار و وجود لازم جهت انجام عملیات و شناخت بازارهای عمده و خرده آشنا باشد (مهدوی حاجیلویی و احمدی‌زاده هندخاله، ۱۳۹۰).

توسعه روستایی به‌عنوان راهکاری عملی در توسعه اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و منطقه‌ای مطرح می‌باشد. در بُعد اقتصادی، توسعه به‌دنبال افزایش اشتغال، کاهش مهاجرت، افزایش درآمد و بازاریابی محصولات تولیدی کشاورزان می‌باشد. در بُعد اجتماعی نیز توسعه مشارکت مردمی و ارتقاء موقعیت اجتماعی مردم روستایی را سبب می‌گردد و در بُعد فرهنگی هدفش گسترش فرهنگ محلی و بومی و گسترش تولیدات فرهنگی همچون صنایع دستی است (مطیعی لنگرودی و دیگران، ۱۳۹۰).

روستاییان به دلیل نبود اطلاعات دقیق قیمت، هزینه بالا رفت‌وآمد، ناتوانی در تأیید کیفیت محصول، عدم امکانات لازم جهت نگهداری محصول و... اغلب به ناچار محصولات خود را به‌صورت نقدی و با قیمتی پایین‌تر به واسطه‌ها می‌فروشد. اقتصاددانان و سیاست‌گذاران بر این عقیده‌اند که این امر باعث کاهش سوددهی کشاورز شده و درنهایت باعث بی‌انگیزه شدن او در راستای تولید محصولات کشاورزی می‌شود (Goyal, 2010). وجود یک مکان مناسب جهت عرضه محصولات کشاورزی نه‌تنها باعث افزایش آگاهی روستاییان در زمینه خرید و فروش محصولات می‌شود، بلکه توسعه اجتماعی اقتصادی روستاها را نیز به‌دنبال دارد. حتی این امر می‌تواند باعث افزایش بازدهی تولیدات کشاورزی نزد روستاییان نیز شود.

آخرین سیاست‌های منطقه‌ای تمرکز خود را به منابع درون‌زای مناطق معطوف کرده است، بنابراین با یافتن مزیت‌های نسبی آنها، ارزش‌های منحصربه‌فرد آنها را

می‌توان برجسته کرد. با توجه به منابع در حال تغییر، چنین عواملی می‌توانند محرک توسعه پایدار مناطق باشند. در گذشته نظریه‌های رشد منابع درون‌زا را نادیده می‌گرفتند، زیرا به دلیل سهم کار، مهم‌ترین منابع (سرمایه، قدرت، اطلاعات) در مراکز متمرکز می‌شد که منجر به تخصصی شدن قوی حوزه‌ها می‌شد (Nagy et al., 2012). در اقتصاد و علم نیز از بومی‌سازی در مقابل جهانی‌شدن یاد می‌شود. به گفته لورانت کارولی (۲۰۰۰): «محل‌سازی اساساً به معنای تغییر در سهم قدرت و جابجایی حقوق تصمیم‌گیری از شرکت‌های فراملی به جوامع محلی منتخب مردم‌سالارانه است (Nagy et al., 2012).

برخی از سیاست‌گذاران و نظریه‌پردازان توسعه روستایی را مترادف توسعه کشاورزی می‌دانند اما زاهدی در کتاب توسعه و نابرابری می‌گوید: «گرچه در اغلب موارد توسعه روستایی به صورت مترادف با توسعه کشاورزی و گاهی به همان معنا به کار برده می‌شود ولی بر حسب آنکه دلالت‌های اجرایی و عملیاتی این دو فرایند تا حدودی متفاوت است، اشاره جداگانه به موضوع و فرایند توسعه روستایی به عنوان یک مؤلفه اساسی و مستقل الگوهای توسعه ضروری است» (زاهدی، ۱۳۸۲). بر اساس نظر وی توسعه و عمران روستایی عبارت است از نوسازی روستاها و شیوه‌های بهره‌برداری کشاورز، پرورش و تجهیز نیروی انسانی و تأمین خدمات عمومی مورد نیاز روستائینان به منظور ارتقاء سطح زندگی ساکنان روستا و ادغام جمعیت روستائین در جامعه و اقتصاد ملی (زاهدی، ۱۳۸۲)؛ اما در عمل نه تنها به این موارد توجه نشده است بلکه با گسترش شهرنشینی و تمرکز بازار در مناطق شهری، عملاً توسعه اقتصاد محلی نادیده گرفته شده است. عدم وجود مکانی جهت عرضه محصولات روستایی باعث شده روستاییان محصولات تولیدی خود را با قیمتی بسیار پایین به واسطه‌ها بفروشند و در چرخه توزیع محصولات نقش بسیار کم‌رنگی داشته باشند. به همین دلیل درآمدشان به شدت پایین بوده و انگیزه آنها برای تولید محصولات بومی کاهش پیدا کند.

بخش بهار همدان که دارای ۶۹ روستا است و محصولات کشاورزی متنوعی را تولید می‌کند اما از وجود بازارچه‌ای که تولیدکنندگان بتوانند محصولات خود را در آن به فروش برسانند بی‌بهره هستند. این امر باعث شده که جوانان روستایی جهت کسب درآمد بیشتر به شهرها مهاجرت کرده و در پی آن محصولات کشاورزی تولید شده در روستاها به شدت کاهش پیدا کرده است. عوامل اجتماعی اقتصادی مختلفی ضرورت ایجاد یک بازارچه را آشکار می‌سازد و یکی از راهکارهایی که می‌توان در

زمینه توسعه اجتماعی و اقتصادی روستاها مورد بررسی قرار داد ایجاد بازارچه‌های روستایی است.

در این پژوهش محقق به دنبال پاسخگویی به این سؤال است که عوامل اجتماعی اقتصادی مؤثر بر ضرورت ایجاد بازارچه روستایی کدامند؟

۱. اهداف و سؤال‌های پژوهش

۱-۱. هدف کلی

- تبیین نقش ایجاد بازارچه روستایی در توسعه اجتماعی - اقتصادی بخش بهار همدان از دیدگاه ساکنین محلی.

۲-۱. اهداف جزئی

- بررسی رابطه بین درآمد روستاییان و ایجاد بازارچه روستایی.
- بررسی رابطه بین امنیت اقتصادی و ایجاد بازارچه روستایی.
- بررسی رابطه بین امید به آینده و ایجاد بازارچه روستایی.
- بررسی رابطه بین امنیت اجتماعی و ایجاد بازارچه روستایی.

۳-۱. سؤال‌های پژوهش

- آیا بین درآمد روستاییان و ایجاد بازارچه روستایی رابطه وجود دارد؟
- آیا بین امنیت اقتصادی و ایجاد بازارچه روستایی رابطه وجود دارد؟
- آیا بین امید به آینده و ایجاد بازارچه روستایی رابطه وجود دارد؟
- آیا بین امنیت اجتماعی و ایجاد بازارچه روستایی رابطه وجود دارد؟

۲. پیشینه پژوهش

شفیعی و براتی طرقی (۱۳۸۸) در مقاله‌ای به بررسی نقش بازارچه‌های هفتگی روستایی در تحولات اقتصادی روستاهای استان تهران پرداخته‌اند. این پژوهش، با هدف تبیین اثرات اقتصادی بازارچه‌های هفتگی روستایی در فاصله زمانی ۱۳۸۳ تا ۱۳۸۵، به عدم دسترسی مستقیم و بدون واسطه نواحی روستایی به بازار فروش و نیز عدم شکل‌گیری کامل و سازمان‌یافته واحدهای تجاری در آنها می‌پردازد؛ مشکلاتی که روستاییان را به طی مسافت‌های طولانی تا شهر وامی‌دارد و افزون بر تحمیل هزینه‌های حمل‌ونقل، انتقال منافع تولیدی آنها به‌سوی شهرها را موجب

می‌شود. یافته‌های پژوهش نشان داده است که علت تأمین اجناس از عمده‌فروشی‌های تهران و مراکز شهری استان (۸۰/۳ درصد) به نبود سرمایه اولیه و عدم اعطای وام بانکی بازمی‌گردد که گذشته از تحمیل هزینه‌های حمل‌ونقل به فروشندگان، مانع اصلی تأمین مستقیم اجناس از منابع تولیدی روستایی است. همچنین، به دلیل وابستگی مالی غرفه‌داران به عمده‌فروشان تهران، مزاد تولیدات کشاورزی و غیرکشاورزی قابل عرضه در بازارچه‌ها در شکل‌گیری و گسترش آنها نقشی ندارد؛ البته شکل‌گیری بازارچه‌ها به کاهش هزینه‌های رفت‌وآمد خریداران روستایی انجامیده است. سابقه فروشندگان در میزان فروش و درآمد آنها و نیز میزان عرضه مستقیم محصولات کشاورزی و غیرکشاورزی روستایی مؤثر بوده است (شفیعی ثابت و براتی طرقي، ۱۳۸۸).

نصیری (۱۳۸۸) در مقاله به بررسی استقرار واحدهای صنعتی، عاملی تأثیرگذار بر فرایند توسعه اقتصادی و اجتماعی جوامع روستایی - نمونه تجربی: روستاهای شهر بومهن پرداخته است. وی در این مقاله به‌منظور ارزیابی تأثیر واحدهای صنعتی در توسعه اقتصادی و اجتماعی مناطق روستایی، ده روستا (که در این بین پنج روستا برخوردار از صنایع و پنج روستا فاقد صنایع هستند) پیرامون شهر بومهن که در ۴۰ کیلومتری کلانشهر تهران واقع شده، به‌عنوان جامعه نمونه انتخاب کرده است. نتایج به دست آمده از این پژوهش که با استفاده از روش‌های آماری (پارامتری و ناپارامتری) و مطالعات میدانی در سال ۱۳۸۶ به دست آمده، بیانگر آن است که در دو جامعه نمونه از ده شاخص برگزیده، افزایش درآمد، رضایت و ثبات شغلی و عدم مهاجرت و انگیزه ماندگاری، تغییر در الگوی مصرف، تغییر در ترکیب سنی جمعیت، مشارکت در امور روستا، استفاده از رسانه‌های ارتباط جمعی، سواد، بیمه، کمیت مسکن روستایی) در روستاهای مورد مطالعه تفاوت معناداری را نشان می‌دهند (نصیری هندخاله، ۱۳۸۸).

مهدوی و احمدزاده (۱۳۸۹) در مقاله‌ای به بررسی نقش بازارهای هفتگی استان گیلان در توسعه روستایی و زایش شهرهای جدید در استان «مطالعه موردی: شهرستان صومعه‌سرا» پرداخته‌اند. محققان با بررسی نظام‌مند بازارهای هفتگی شهرستان صومعه‌سرا تأثیر نقش عوامل جغرافیایی در ایجاد بازارهای هفتگی و استمرار آنها و نیز تنوع تولیدات و سهولت دسترسی وجود مراکز زیستی پرجمعیت در حوزه نفوذ بازار هفتگی و کارکردهای اجتماعی - فرهنگی متنوع این بازارها را به‌عنوان عوامل روستایی و زایش شهرهای جدید، قابل توجه و تأمل می‌دانند که خود

می‌تواند به برنامه‌ریزان اقتصادی در جهت خط‌دهی و برنامه‌ریزی در رابطه با توسعه مناطق روستایی کشور کمک قابل توجهی نماید (مهدوی حاجیلویی و احمدی‌زاده همدخاله، ۱۳۹۰).

سلطان‌آبادی و مؤمنی (۱۳۹۶) در مقاله‌ای به بررسی نقش بازارچه‌های محلی در ارتقاء اقتصاد روستایی با مطالعه موردی در دهستان سلطان‌آباد پرداخته‌اند. هدف این پژوهش اولویت‌بندی ایجاد بازارچه‌های محلی در دهستان سلطان‌آباد و تعیین عوامل ترغیب‌کننده و بازدارنده در شکل آن است. روش پژوهش کمی بوده و داده‌های این پژوهش با ابزار پرسشنامه به‌دست آمده است. بر اساس نتایج به‌دست آمده شاخص‌های اولویت‌بندی شده عبارت‌اند از:

- ۱- اولویت بازاریابی سرمایه،
- ۲- اولویت نیروی انسانی،
- ۳- اولویت بازاریابی تولیدات،
- ۴- اولویت خدمات حمل‌ونقل،
- ۵- اولویت توزیع نهاده‌ها (سلطان‌آبادی ملیحه، ۱۳۹۶).

احمدی و همکاران (۱۳۹۸) در مقاله‌ای به بررسی اثرات بازارچه‌های مرزی موقت در امنیت اقتصادی و اجتماعی مناطق روستایی مرزنشین (روستاهای مرزنشین شهرستان مریوان) پرداخته‌اند. این پژوهش از لحاظ هدف کاربردی و از حیث روش و گردآوری اطلاعات توصیفی - تحلیلی است. جامعه آماری این پژوهش را مرزنشینان منطقه موردنظر هستند که ۲۵۰ نفر به‌عنوان حجم نمونه مورد بررسی قرار گرفته‌اند. نتایج این پژوهش نشان داد که بازارچه‌های مرزی موقت نتوانسته‌اند تأثیر مثبتی در امنیت اقتصادی و اجتماعی مناطق روستایی مرزنشین داشته باشند، و روستاهای نزدیک‌تر به مرز تأثیرپذیری بیشتری از بازارچه‌های موقت مرزی دارند. همچنین نتایج این پژوهش نشان داد که درآمد روستاییان به دلیل از بین رفتن فعالیت قاچاق کالا در منطقه، بعد از تأسیس بازارچه‌های مرزی موقت نسبت به قبل از تأسیس بازارچه‌ها، کاهش یافته است (احمدی و دیگران، ۱۳۹۸).

سلطانی و همکاران (۱۴۰۱) در مقاله‌ای به ارزیابی اثرات تجارت مرزی بر شاخص‌های جمعیتی سکونتگاه‌های روستایی بازارچه مرزی تمرچین پرداخته‌اند. این پژوهش با استفاده از روش توصیفی - تحلیلی و به شیوه میدانی و در قالب پرسشنامه به بررسی موضوع پرداخته است. نتایج این پژوهش نشان داده است که توسعه تجارت مرزی در سکونتگاه‌های روستایی مورد مطالعه، تأثیر مثبتی بر تشبیت

و رشد جمعیتی این سکونتگاه‌ها نداشته است و ازجمله دلایل این امر، فقدان زمینه‌های تثبیت جمعیت در این سکونتگاه‌ها از جمله زمینه‌های زیرساختی، خدماتی و رفاهی می‌باشد. اما بر اساس نتایج به‌دست‌آمده از آزمون‌های پژوهش، تجارت مرزی بر روی مؤلفه‌های اجتماعی و سیاسی تأثیر مثبتی داشته و بر بهبود کیفیت و تحرک زندگی سکونتگاه‌های روستایی در اثر تجارت مرزی موثر واقع شده است (سلطانی و دیگران، ۱۴۰۱).

گویال (۲۰۱۰) در مقاله‌ای به بررسی تغییر در راهبرد تدارکات یک خریدار خصوصی در ایالت مادیا پرادش مرکزی هند را بررسی می‌کند. نتایج پژوهش وی نشان داده است که از اکتبر ۲۰۰۰، کیوسک‌ها و انبارهای اینترنتی تأسیس شدند و اطلاعات قیمت عمده‌فروشی و یک مجرای بازاریابی جایگزین را برای کشاورزان سویا در ایالت فراهم کردند. با استفاده از یک مجموعه داده جدید در سطح بازار، برآوردها افزایش قابل توجهی در قیمت سویا پس از معرفی کیوسک‌ها را نشان می‌دهد؛ علاوه‌براین، افزایش قابل توجهی در سطح زیر کشت سویا وجود دارد. وی در پایان به این نتیجه دست می‌یابد که پس از این تغییر عملکرد بازارهای کشاورزی بهبود پیدا کرده است (Goyal, 2010).

جنسون (۲۰۱۰) در مقاله‌ای به بررسی اطلاعات، کارایی و رفاه در بازارهای کشاورزی پرداخته است. وی معتقد است فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT) به سرعت در کشورهای درحال توسعه گسترش یافته است. علاقه قابل توجهی به نقش بالقوه فناوری اطلاعات و ارتباطات، به‌ویژه تلفن‌های همراه، در بازاریابی محصولات کشاورزی در این کشورها وجود دارد. در این مقاله تأثیرات بالقوه ICT که ممکن است بر رفاه داشته باشد، هم از نظر دستاوردهای بالقوه کارایی و هم از نظر افزایش رفاه بین عوامل در زنجیره تأمین بحث شده است (Jensen, 2010).

کانینک (۲۰۰۷) در پژوهشی به بررسی بازارهای مالی در کشورهای درحال توسعه پرداخته است. این بررسی به بررسی بخش‌هایی از ادبیات گسترده در مورد بازارهای مالی روستایی و رفتار خانوارها در مواجهه با ریسک و عدم اطمینان و تعهد محدود می‌پردازد. علاوه بر بررسی راهبردهای خانوار و قراردادهای دوجانبه، بر مطالعه نقش مهم واسطه‌های مالی، رقابت و مقررات در شکل‌دهی ساختار و سازماندهی متغیر بازارهای روستایی تأکید ویژه‌ای داشته است. هدف این پژوهش ارائه چارچوبی است که در آن بتوان تحولات واسطه‌گری مالی در اقتصادهای روستایی را درک کرد (Conning & Udry, 2007).

لاتروب (۲۰۰۱) در مقاله‌ای به بررسی بازارهای کشاورزان: مصرف محصولات محلی روستایی پرداخته است. وی در این پژوهش به این نکته اشاره می‌کند که بازاریابی مستقیم مواد غذایی از تولیدکنندگان به مصرف‌کنندگان، و دور زدن واسطه‌ها مزایای بالقوه زیادی دارد. ابتکارات بازاریابی مستقیم، غذای محلی، تازه، سالم و در بسیاری از موارد ارگانیک را با قیمت‌های مقرون‌به‌صرفه در اختیار مردم قرار می‌دهد. از طریق خرید محصولات محلی، مصرف‌کنندگان از تولیدکنندگان محلی حمایت می‌کنند و همچنین به احیای اقتصاد روستایی کمک می‌کنند. تولیدکنندگان از طریق حفظ ارزش بیشتر محصول خود سود می‌برند، که می‌تواند به آنها کمک کند تا از بحران فعلی در کشاورزی بریتانیا بقای خود ادامه دهند. مزایای زیست‌محیطی نیز وجود دارد. ایجاد بازارهایی که مردم بتوانند محصولات خود را از کشاورزان و پرورش‌دهندگان محلی خریداری کنند، مسافتی را که غذا بین تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان طی می‌کند کاهش می‌دهد، که به نوبه خود باعث کاهش آلودگی محیط زیست جهانی می‌شود. یکی از طرح‌های بازاریابی مستقیم - بازار کشاورزان - به‌ویژه در میان مردم محلی، تولیدکنندگان و شوراهای محلی، سازمان‌ها و مؤسساتی که در راه‌اندازی آنها مشارکت دارند، محبوبیت خاصی دارد (Trobe, 2001).

بررسی‌های صورت گرفته از پیشینه پژوهش در خصوص موضوع پژوهش بیانگر آن است که پژوهش‌های داخلی بیشتر به بررسی بازارچه‌های مرزی پرداخته‌اند و تنها در چند مورد به بررسی تأثیر بازارچه‌های فصلی بر توسعه اجتماعی اقتصادی روستاها پرداخته شده است. پژوهش‌های خارجی نیز بر موضوع باینگر تأثیر بازارچه‌ها بر توسعه اجتماعی اقتصادی روستاها حکایت دارد. این پژوهش بر اساس اینکه تجربه‌های مختلف نشان داده که یک بازارچه می‌تواند تأثیرات مثبتی بر توسعه اجتماعی اقتصادی در روستاها داشته باشد به نگارش درآمده است و به بررسی عوامل اجتماعی و اقتصادی مؤثر بر ضرورت ایجاد بازارچه روستایی در بخش بهار همدان پرداخته است. که از این نظر یک نوآوری در این پژوهش وجود دارد.

۳. مبانی نظری

رویکردهای مختلفی در زمینه توسعه روستایی وجود دارد؛ مانند مکتب تعاملی توسعه (کوششی جهت کشف یک جریان کلی برای توسعه تمام اجتماعات انسانی بوده و این امر معمولاً به تنظیم یکسری از مراحل توسعه منجر شده است) (ازکیا،

۱۳۷۰). نظریه‌های نوسازی (که بر طبق یک سنت جامعه‌شناسی به یک تقسیم‌بندی دوگانه از جوامع، یعنی جوامع سنتی در مقابل جوامع مدرن پرداخته‌اند، به‌طوری‌که در یک‌سو ما با جامعه سنتی - نقطه‌ای که توسعه‌نیافتگی از آن آغاز می‌شود و در سوی دیگر با یک جامعه مدرن، نظیر جوامع مردم‌سالار غربی روبرو هستیم) (ازکیا، ۱۳۷۰). دیدگاه‌های مارکسستی از توسعه (برای مارکسیست‌ها، نقش بورژوازی در مرحله‌گذار از فئودالیسم به سرمایه‌داری در کشورهای جهان سوم، موضوع اصلی به شمار می‌رود) (ازکیا، ۱۳۷۰). نظریه‌های مربوط به شرایط لازم برای توسعه (توسعه موقعی تحقق می‌پذیرد که ترکیب و میزان معینی از پس‌اندار، سرمایه‌گذاری و کمک‌های خارجی وجود داشته باشد) (ازکیا، ۱۳۷۰)، نظریه وابستگی (توسعه نیافتگی محصول و یا ویژگی‌های اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی یک جامعه نمی‌باشد، بلکه تا حد زیادی نتیجه تاریخی ارتباط گذشته و مناسبات مداوم اقتصادی میان کشورهای توسعه‌نیافته (اقمار) و کشورهای توسعه‌نیافته (مادر) می‌باشد) (ازکیا، ۱۳۷۰).

راهبردهای مختلفی در زمینه توسعه روستایی مطرح شده است. کشورها و مناطق مختلف جهان نیز متناسب با شرایط و اولویت‌ها، رویکردها و راهبردهای توسعه روستایی متفاوتی را در پیش گرفته‌اند.

۳-۱. رویکرد فیزیکی کالبدی

بر اساس این رویکرد راهبرد توسعه و بهبود زیرساخت‌های روستایی مطرح شده است. زیرساخت‌های روستایی را می‌توان سرمایه‌های عمومی و اجتماعی روستاها دانست که بدین جهت توسعه این زیرساخت‌های اجتماعی، فیزیکی و نهادی باعث بهبود شرایط و کیفیت زندگی و معیشت مردم محلی و ارتقای کارایی زندگی اجتماعی و اقتصادی آنان خواهد شد (امیرابراهیمی، ۱۳۹۶).

۳-۲. رویکردهای اقتصادی

بر اساس این رویکرد سه نوع راهبرد مطرح شده است، راهبرد انقلاب سبز: این راهبرد دارای دو معنای به‌نسبه متفاوت است: یکی به معنی دگرگونی کلی در بخش کشاورزی است به‌طوری‌که این تحول باعث کاهش کمبود مواد غذایی در کشور و مشکلات کشاورزی گردد. دیگری به معنی بهبود نباتات خاص (به‌ویژه گسترش انواع بذره‌ای اصلاح‌شده گندم و برنج) و تولید زیاد آنان است. راهبرد اصلاحات ارضی: بر

اساس این راهبرد تجدید ساختار تولید و توزیع مجدد منابع اقتصادی را از اهداف عمده برنامه‌های توسعه روستایی خویش قلمداد نموده‌اند. از دیدگاه بسیاری از صاحب‌نظران امر توسعه (همچون میردال و تودارو)، اصلاحات ارضی کلید توسعه کشاورزی است. البته در بعضی موارد نیز، به دلیل سامان‌دهی نامناسب خدمات پشتیبانی و تخصیص اعتبارات موردنیاز، چیزی به درآمد زارعان خرده‌پا افزوده نمی‌شود. راهبرد صنعتی نمودن روستاها: فرایند ایجاد فعالیت‌های صنعتی در مناطق روستایی را می‌توان صنعتی شدن روستا روستایی نامید (Prabhakar, 2018). صنعتی‌سازی روستایی به معنای تشویق مکان‌یابی واحدهای بزرگ و کوچک به دور از مناطق شهری یا جابه‌جایی برنامه‌ریزی شده واحدها از مناطق شهری به روستایی است. بنابراین در مفهوم صنعتی شدن روستایی، دولت باید صنعتی شدن در مناطق روستایی را در مقیاس وسیع تشویق کند (Prabhakar, 2018). محور صنعتی‌سازی روستایی باید با ایجاد فرصت‌های شغلی گسترده در حوزه روستایی، فقرزدایی روستایی باشد. مطالعات مختلف توسعه اقتصادی، اهمیت فعالیت‌های غیرکشاورزی را در فرایند توسعه روستایی خاطرنشان کرده، بر نقش آن به‌عنوان یک عامل مهم در کاهش تفاوت درآمدی و فقر خانوارهای روستایی تأکید دارند (Hare, 1992). تحول ساختاری از اقتصاد مبتنی بر کشاورزی سنتی به یک اقتصاد مبتنی بر بخش‌های صنعت و خدمات توسط برخی از نظریه‌پردازان توسعه به‌عنوان فرایند توسعه در نظر گرفته می‌شود (Joshi, 1997).

راهبرد رفع نیازهای اساسی: این راهبرد در جستجوی اتخاذ شیوه‌ای است تا بر اساس آن نیازهای اساسی فقیرترین بخش از جمعیت روستایی را به درآمد و خدمات (در طول یک نسل)، برطرف نماید. نیازهای اساسی شامل درآمد (کار مولد) و هم خدمات موردنیاز زندگی می‌شود. محورهای اصلی این راهبرد عبارت‌اند از: تغییر معیار برنامه‌های اجرایی از «رشد» به سمت «نیازهای اساسی» که از طریق اشتغال و توزیع مجدد صورت می‌گیرد (به عبارت دیگر از «رشد اقتصادی» به «توسعه اقتصادی» (امیرابراهیمی، ۱۳۹۶).

۳-۳. رویکردهای اجتماعی - فرهنگی

بر اساس این رویکرد نیز چند دسته راهبرد مطرح می‌شود: راهبرد توسعه اجتماعی محلی (جامعه‌ای)، اهداف توسعه اقتصادی - اجتماعی را توأماً شامل می‌شود و نوید می‌دهد که هم پایه‌های نهادهای مردم‌سالارانه را بنا نهد و هم در تأمین رفاه مادی

روستاییان مشارکت نماید. راهبرد مشارکت مردمی از این دیدگاه، مردم هم وسیله توسعه هستند و هم هدف آن. طرح‌های توسعه روستایی چه به لحاظ ماهیت طرح‌ها و چه به خاطر محدودیت امکانات و منابع دولتی، نیازمند مشارکت مردم در ابعاد وسیع هستند. در این راهبرد باید با تلفیق مناسب رویکردهای بالا به پایین و پایین به بالا، امکان مشارکت گسترده مردم را در فرایند توسعه روستایی فراهم آورد. محورهای اصلی این راهبرد عبارت‌اند از:

- تأکید بیشتر بر نیازهای مردم،
 - تشویق و افزایش مشارکت مردم در هر مرحله از فرایند برنامه‌ریزی،
 - بسط و ترویج سرمایه‌گذاری‌های کوچک، که مردم قادر به اجرای آن باشند،
 - کاهش هزینه‌های مردم و در مقابل افزایش درآمدهای آنان،
 - تشویق مردم در جهت تداوم و نگهداری پروژه‌های توسعه (افزایش آگاهی‌های مردم و کاهش زمان و هزینه طرح‌ها) (امیرابراهیمی، ۱۳۹۶).
- مشارکت در حکم وسیله‌ای برای گسترش و توزیع دوباره فرصت‌ها با هدف اتخاذ تصمیم‌های جمعی، همیاری در توسعه و بهره‌مندی همگانی از ثمرات آن است. این مشارکت می‌تواند در تمامی مراحل مختلف تصمیم‌گیری، اجرا (عملیات، مدیریت و اطلاع‌رسانی)، تقسیم منافع، و ارزیابی وجود داشته باشد.

۳-۴. رویکردهای فضایی، منطقه‌ای و ناحیه‌ای

بر اساس این رویکرد نیز چد دسته راهبرد مطرح می‌شود: راهبرد تحلیل مکانی که بر اساس میزان جمعیت، نقش و کارکرد، فاصله، پراکندگی سکونتگاه‌های انسانی به شرح و تبیین ساختار (چارچوب) فضایی سکونتگاه‌ها و حوزه نفوذ آنان (و بالتبع سروسامان‌دهی به نحوه چیدمان نقاط شهری و روستایی) می‌پردازد. راهبرد توسعه روستا - شهری بر مبنای الگوی مرکز - پیرامون (تجمع سرمایه و منافع در نقاط شهری) و متأثر از راهبرد نیازهای پایه (رفع فقر و ایجاد اشتغال، خوداتکایی و تأمین مایحتاج اصلی)، این محورها را برای توسعه مناطق روستایی پیشنهاد می‌کند: درون‌گرایی، حفاظت‌گرایی، خودگردانی (خودکفایی)، و نهادینه‌سازی مشارکت. اگر قرار است منظومه کشت - شهری توسعه یابد، باید توسعه را خود بخش‌ها تعیین کرده، خود راه‌اندازی کرده، خود ساخته و خود صاحب شوند. مدیریت مناسبات نظام‌ها نیز باید توسط شورایی متشکل از نمایندگان بخش‌های مختلف (و مدیران ملی) انجام پذیرد. راهبرد یوفرد بر پایه نقش فعالیت‌ها و کارکردهای شهری در



توسعه روستایی (و منطقه‌ای) تعریف می‌شود که شامل این مراحل می‌گردد: تجزیه و تحلیل منابع ناحیه‌ای، تدوین نقشه تحلیلی منطقه، تحلیل نظام سکونتگاهی، تحلیل ارتباطات فضایی، تحلیل دسترسی‌ها (ارتباطات)، تحلیل شکاف عملکردی، تنظیم راهبردهای توسعه فضایی، تعیین نارسایی طرح‌ها و برنامه‌های توسعه، بازبینی و نهاده‌سازی تحلیل‌های فضایی در برنامه‌ریزی روستایی و ناحیه‌ای. راهبرد نظام سلسله‌مراتبی سکونتگاه‌ها و برنامه‌ریزی مراکز روستایی در الگوی رشد مراکز روستایی (کمسیون پیرسون)، عمدتاً مراکز روستایی نقاطی هستند که باید برای جهت‌دهی مناسب به فرایند توسعه، تسهیلات و امکانات قابل‌قبولی را در آنان متمرکز نمود. تمرکز این تسهیلات نیل به تخصص مناسب و مؤثر در زمینه خدمات و همچنین ایجاد تحرک کنترل‌شده توسعه را در پی خواهد داشت. هدف این الگو، فوریت‌بخشی و تقویت شبکه‌ای از نقاط مرکزی در نواحی روستایی و توزیع مناسب مراکز زیستگاهی (در بخش‌های پایین سطح و واسط میانی) است. راهبرد توسعه یکپارچه ناحیه‌ای. هدف از این راهبرد یکپارچه‌سازی کلیه امور توسعه در ناحیه است. برنامه‌ریزی ناحیه‌ای، برنامه‌ریزی برای مراکز روستایی (فقط ناحیه نه الزاماً جزیی از فرایند برنامه‌ریزی ملی) است، به شرط آنکه به پیوند با مراکز شهری بزرگ‌تر واقع در خارج از سلسله‌مراتب ناحیه نیز توجه کافی مبذول دارد (برنامه‌ریزی توزیع‌شده). راهبرد توسعه «زیست - ناحیه» را می‌توان در کل معادل «قلمرو زندگی» دانست که عبارتست از سطح جغرافیایی قابل‌تشخیصی که شامل نظام‌های زندگی به‌هم‌پیوسته و خودنگهداری (از نظر بازتولید طبیعت) بوده و در نتیجه روابط ارگانیک بین تمامی اعضای ناحیه برقرار است. راهبرد توسعه پایدار و همه‌جانبه روستایی. مطابق این راهبرد باید فرایندی همه‌جانبه و پایدار طی شود تا در چارچوب آن، «توانایی‌های اجتماعات روستایی» در جهت رفع نیازهای مادی و معنوی، در عین برقراری توازن میان اجزای تشکیل‌دهنده نظام سکونت محلی (اکولوژیکی، اجتماعی، اقتصادی و نهادی)، رشد و تعالی یابد. محورهای اصلی این راهبرد عبارت‌اند از:

- ۱- حفاظت، بهره‌برداری مؤثر و متوازن از منابع پایه،
- ۲- افزایش قدرت انتخاب مردم و توانمند نمودن اقشار آسیب‌پذیر روستایی به‌ویژه زنان و جوانان،
- ۳- توسعه و گسترش مشارکت مؤثر و همه‌جانبه مردم و نهادهای محلی در فرایند تصمیم‌سازی و برنامه‌ریزی،

- ۴- ارتقای بهره‌وری، توسعه فرصت‌ها و ظرفیت‌های متنوع اقتصادی،
 - ۵- توسعه فرصت‌های پایدار از حیث دسترسی به منابع، امکانات و منافع میان شهر و روستا،
 - ۶- ارتقای همه‌جانبه کیفیت زندگی اجتماعات روستایی (امیرابراهیمی، ۱۳۹۶).
- در این پژوهش جهت بررسی موضوع عوامل اجتماعی و اقتصادی مؤثر بر ضرورت ایجاد بازارچه بخش بهار همدان از رویکرد اجتماعی فرهنگی بهره گرفته شده است. بر اساس رویکرد اجتماعی فرهنگی ایجاد یک بازارچه با مشارکت مردم می‌تواند اثرات مثبتی از جمله کاهش هزینه‌های رفت‌وآمد به شهر، حذف دلالان و واسطه‌ها، افزایش درآمد روستاییان، افزایش امنیت اجتماعی، اقتصادی و... را در پی داشته باشد. به عبارت دیگر عوامل اجتماعی اقتصادی مختلفی ایجاد یک بازارچه را ضروری می‌کند.

۴. روش پژوهش

پژوهش حاضر از لحاظ روش کمی و از نوع پیمایش است. برای گردآوری داده‌ها از پرسشنامه محقق‌ساخته با سؤال‌های بسته استفاده شد. کلیه ساکنین روستاهای بخش بهار همدان جامعه آماری پژوهش را تشکیل می‌دهند. حجم نمونه از طریق فرمول کوکران محاسبه شد که تعداد آن ۳۸۴ نفر بود به جهت دقت بیشتر تعداد آن به ۴۵۰ نفر افزایش پیدا کرد. روش نمونه‌گیری نیز به صورت نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای بود.

به منظور بررسی اعتبار پرسشنامه مربوط به متغیرهای پژوهش حاضر از روش اعتبار محتوا استفاده شده است؛ که بر قضاوت و داوری متخصصان استوار است. به همین منظور ابتدا معرف‌هایی که مفاهیم پژوهش را می‌سنجند یا از پژوهش‌های پیشین که زیر نظر اساتید مجرب، استفاده و اجرا شده‌اند، استفاده گردید و با برای انتخاب بهترین معرف‌ها برای متغیرهای جدید از نظرات محققان و اساتید دیگر استفاده شد. سپس درنهایت، یک بار دیگر پرسشنامه تدوین شده را به اساتید و متخصصان نشان داده و از نظرات آنها برای تصحیح پرسشنامه کمک گرفته شد. بدین ترتیب پرسشنامه از نوعی اعتبار محتوایی برخوردار است.

برای آزمون پایایی پرسشنامه، شیوه‌های متفاوتی وجود دارد. رایج‌ترین و مناسب‌ترین روش برای سنجش پایایی طیف لیکرت، ضریب «آلفای کرونباخ»^۱ است. در این پژوهش نیز از این روش برای تعیین پایایی هر متغیر به‌طور جداگانه استفاده شده است. هر چقدر مقدار این ضریب به ۱+ نزدیک‌تر باشد، نشان‌دهنده هماهنگی



1. Cronbach

درونی بالای بخش‌ها با معرف‌ها است؛ نقطه برش ضریب آلفای کرونباخ عدد ۰/۷ است. به این معنا که مقدار بالاتر از این عدد نشان‌دهنده هماهنگی درونی بالای بخش‌ها یا معرف‌ها و مقدار پایین‌تر از این عدد نشان‌دهنده هماهنگی درونی پایین بخش‌ها یا معرف‌ها است.

جدول (۱): برآورد آلفای کرونباخ جهت سنجش دقت اندازه‌گیری

متغیر	تعداد گویه	مقدار آلفا
ایجاد بازارچه	۵	۷۹/۵
افزایش درآمد	۵	۷۱/۵
ایجاد کسب‌وکار جدید	۷	۷۲/۵
امنیت اقتصادی	۶	۷۲/۸
امید به آینده	۵	۷۴/۳
امنیت اجتماعی	۴	۷۶

با توجه به نتایج ضرایب جدول فوق می‌توان بیان کرد متغیرهای پژوهش از پایایی لازم برخوردار هستند.

۵. یافته‌های پژوهش

توصیف داده‌ها؛ نتایج حاصل از تحلیل داده‌ها در بخش توصیفی نشان داد ۴۶/۲ درصد از پاسخگویان مرد و ۵۳/۸ درصد از پاسخگویان زن هستند. ۱۹/۸ درصد از پاسخگویان مجرد و ۸۰/۲ درصد از پاسخگویان متأهل بوده‌اند. ۱۱/۷ درصد از پاسخگویان بی‌سواد، ۳۰/۷ درصد از پاسخگویان از سطح تحصیلات ابتدایی برخوردارند، ۳۰/۲ درصد سطح تحصیلاتشان راهنمایی و متوسطه، ۱۱/۲ درصد دارای مدرک دیپلم و ۱۶/۲ درصد نیز دارای تحصیلات دانشگاهی هستند. دامنه سنی پاسخگویان از ۲۰ سال تا ۵۹ سال بوده که که ۲۱/۳ درصد از پاسخگویان در گروه سنی ۲۰-۳۰ سال، ۴۰ درصد در گروه سنی ۳۱-۴۰، ۱۹/۲ درصد در گروه سنی ۴۱-۵۰ سال و ۱۹/۵ درصد نیز در گروه سنی بالای ۵۰ سال قرار دارند. در خصوص وضعیت فعالیت نیز نتایج نشان داد که ۶۴/۱ درصد از پاسخگویان شاغل، ۲۸/۴ درصد دارای درآمد بدون کار و مابقی نیز دارای شغل و درآمد نیستند. همچنین نتایج در مورد وضعیت شغلی نیز بیانگر آن بود که بیش از ۷۳ درصد از پاسخگویان کارکن مستقل هستند و بخش خصوصی و عمومی هر کدام با بیش از ۷

درصد رتبه‌های بعدی وضعیت شغلی را در بین پاسخگویان دارند. یافته‌های توصیفی متغیر ایجاد بازارچه نشان داد که میانگین نمرات به‌دست‌آمده در دامنه ۱ تا ۵، ۳/۶۴ است که این امر بیانگر میانگین متوسط رو به بالا است؛ به عبارت دیگر ایجاد بازارچه از دیدگاه ساکنین ضروری است. میانگین نمرات افزایش درآمد در دامنه ۱ تا ۵، ۲/۶۶ به‌دست آمد که نشان‌دهنده میانگین پایین است. به عبارت دیگر درآمد روستاییان با توجه به اینکه نمی‌توانند محصولات خود را بفروشند درآمد پایینی دارند. میانگین نمرات امنیت اقتصادی در دامنه ۱ تا ۵، ۲/۴۱۴۸ به‌دست آمد که نشان‌دهنده میانگین پایین است. درواقع با توجه به اینکه بازارچه‌ای برای ارائه محصولات وجود ندارد امنیت اقتصادی روستاییان پایین است. میانگین نمرات امید به آینده در دامنه ۱ تا ۵، ۳/۳۷۹۷ به‌دست آمد که نشان‌دهنده میانگین بالا است. به عبارت دیگر روستاییان نسبت به ایجاد بازارچه خوشبین بوده و امید به آینده بالایی دارند. میانگین نمرات امنیت اجتماعی هم در دامنه ۱ تا ۵، ۳/۷۰۹۴ به‌دست آمد که نشان‌دهنده میانگین بالا است. به عبارت دیگر روستاییان معتقدند با ایجاد بازارچه‌های روستایی امنیت اجتماعی بالایی خواهند داشت. در این پژوهش سؤال‌هایی مطرح شده بود که در این بخش به‌طور جداگانه به هر کدام از آنها پاسخ داده خواهد شد.

سؤال اول: آیا بین ایجاد بازارچه‌ها در روستاهای همجوار با افزایش درآمد روستاییان رابطه وجود دارد؟

جدول (۲): برآورد همبستگی پیرسون سطح درآمد و ایجاد بازارچه

متغیر	آماره	مقدار
درآمد	ضریب پیرسون	۰/۱۹- **
	سطح معناداری	۰۰۰.
	تعداد	۴۵۰

بر اساس نتایج جدول مذکور ضریب همبستگی بین درآمد و ایجاد بازارچه ۰/۱۹- است که نشان از رابطه منفی دارد. سطح معنی‌داری آزمون نیز زیر ۰/۰۱ است این بدان معناست که به احتمال ۹۹ درصد فرضیه صفر مبنی بر صفر بودن ضریب همبستگی در مبنای جمعیت نمونه‌گیری رد می‌شود. به عبارت دیگر مقدار ضریب همبستگی مشاهده شده در نمونه در جمعیت نیز وجود دارد. بدین ترتیب روستاییانی که درآمد پایین‌تری دارند ایجاد بازارچه را ضرورت مهمی می‌دانند.

سؤال دوم: آیا بین امنیت اقتصادی روستاییان و ایجاد بازارچه روستایی رابطه وجود دارد؟

جدول (۳): برآورد همبستگی پیرسون بین امنیت اقتصادی و ایجاد بازارچه

متغیر	آماره	مقدار
امنیت اقتصادی	ضریب پیرسون	$0/15^{**}$
	سطح معناداری	۰۰۰.
	تعداد	۴۵۰

بر اساس نتایج جدول مذکور ضریب همبستگی بین امنیت اقتصادی و ایجاد بازارچه $0/15$ - است که نشان از رابطه منفی دارد. سطح معنی داری آزمون نیز زیر $0/01$ است این بدان معناست که به احتمال ۹۹ درصد فرضیه صفر مبنی بر صفر بودن ضریب همبستگی در مبنای جمعیت نمونه گیری رد می شود؛ به عبارت دیگر مقدار ضریب همبستگی مشاهده شده در نمونه در جمعیت نیز وجود دارد. بدین ترتیب روستاییانی که امنیت اقتصادی پایین تری دارند ایجاد بازارچه را ضرورت مهمی می دانند.

سؤال سوم: آیا بین امید به آینده و ایجاد بازارچه روستایی رابطه وجود دارد؟

جدول (۴): برآورد همبستگی پیرسون امید به آینده و ایجاد بازارچه

متغیر	آماره	مقدار
امید به آینده	ضریب پیرسون	$0/39^{**}$
	سطح معناداری	۰۰۰.
	تعداد	۴۵۰

بر اساس نتایج جدول مذکور ضریب همبستگی بین امید به آینده و ایجاد بازارچه $0/39$ - است که نشان از رابطه مستقیم و حد تقریباً متوسط دارد. سطح معنی داری آزمون نیز زیر $0/01$ است این بدان معناست که به احتمال ۹۹ درصد فرضیه صفر مبنی بر صفر بودن ضریب همبستگی در مبنای جمعیت نمونه گیری رد می شود؛ به عبارت دیگر مقدار ضریب همبستگی مشاهده شده در نمونه در جمعیت نیز وجود دارد. بدین ترتیب روستاییانی که امید به آینده بالاتری دارند، ایجاد بازارچه را ضروری می دانند.

سؤال چهارم: آیا بین امنیت اجتماعی روستاییان و ایجاد بازارچه روستایی رابطه وجود دارد؟

جدول (۵): برآورد همبستگی پیرسون امنیت اجتماعی و ایجاد بازارچه

متغیر	آماره	مقدار
امنیت اجتماعی	ضریب پیرسون	0.38^{**}
	سطح معناداری	۰۰۰.
	تعداد	۴۵۰

بر اساس نتایج جدول مذکور ضریب همبستگی بین امنیت اجتماعی و ایجاد بازارچه $0.38-$ است که نشان از رابطه منفی و تقریباً متوسط بین دو متغیر دارد. سطح معنی‌داری آزمون نیز زیر 0.01 است این بدان معناست که به احتمال ۹۹ درصد فرضیه صفر مبنی بر صفر بودن ضریب همبستگی در مبنای جمعیت نمونه‌گیری رد می‌شود؛ به عبارت دیگر مقدار ضریب همبستگی مشاهده شده در نمونه در جمعیت نیز وجود دارد. بدین ترتیب روستاییانی که امنیت اجتماعی پایین‌تری دارند ایجاد بازارچه را ضروری می‌دانند.

نتیجه‌گیری

با گسترش و رشد شهرنشینی، مناطق روستایی به میزان شهر توسعه پیدا نکرده و به نوعی با عقب‌ماندگی مواجه بوده‌اند. این امر باعث ایجاد مسائل اجتماعی و اقتصادی مختلفی از قبیل کم بودن درآمد روستاییان نسبت به شهرنشینان و به طبع آن مهاجرت از روستا شده است. از آنجای که عموماً روستاییان نسبت به شهرنشینان دارای درآمد کمتری هستند و از خدمات اجتماعی ناچیزی برخوردارند، آسیب‌پذیرتر نیز هستند. که بر همین اساس باید برنامه‌ریزی‌های عملی در خصوص توسعه روستایی به وقوع بپیوندد. برنامه‌های توسعه روستایی، جزئی از برنامه‌های توسعه هر کشور محسوب می‌شوند که برای دگرگون‌سازی ساخت اجتماعی - اقتصادی جامعه روستایی به کار می‌روند. توسعه روستایی را می‌توان عاملی در بهبود شرایط زندگی افراد متعلق به قشر کم‌درآمد ساکن روستا و خودکفاسازی آنان در روند توسعه کلان کشور دانست. رویکردهای مختلفی نیز در زمینه توسعه اجتماعی اقتصادی روستاها مطرح شده است اما در این پژوهش با توجه به موضوع در نظر گرفته شده از رویکرد فرهنگی اجتماعی در جهت تبیین بهره گرفته شد. درواقع ایجاد مکانی جهت عرضه



محصولات باید با مشارکت مردم محلی صورت گیرد و اگر مردم محلی به این نتیجه برسند که فعالیتی باعث توسعه روستا خواهد شد بی‌شک در آن زمینه مشارکت خواهند داشت. راهبرد توسعه اجتماعی محلی (جامعه‌ای)، اهداف توسعه اقتصادی - اجتماعی را توأماً شامل می‌شود و نوید می‌دهد که هم پایه‌های نهادهای مردم‌سالارانه را بنا نهد و هم در تأمین رفاه مادی روستاییان مشارکت نماید. مشارکت در حکم وسیله‌ای برای گسترش و توزیع دوباره فرصت‌ها با هدف اتخاذ تصمیم‌های جمعی، همیاری در توسعه و بهره‌مندی همگانی از ثمرات آن است. این مشارکت می‌تواند در تمامی مراحل مختلف تصمیم‌گیری، اجرا (عملیات)، مدیریت و اطلاع‌رسانی، تقسیم منافع، و ارزیابی وجود داشته باشد. بخش بهار همدان که دارای ۶۹ روستا است و محصولات کشاورزی متنوعی را تولید می‌کند اما از وجود بازارچه‌ای که تولیدکنندگان بتوانند محصولات خود را در آن به فروش برسانند بی‌بهره هستند. این امر باعث شده که جوانان روستایی جهت کسب درآمد بیشتر به شهرها مهاجرت کرده و در پی آن محصولات کشاورزی تولید شده در روستاها به شدت کاهش پیدا کند. یکی از راهکارهایی که می‌توان در زمینه توسعه اجتماعی و اقتصادی روستاها مورد بررسی قرار داد ایجاد بازارچه‌های روستایی است.

این پژوهش با هدف بررسی عوامل اجتماعی اقتصادی مؤثر بر ضرورت ایجاد بازارچه روستایی در بخش بهار همدان تدوین شد. روش اصلی این پژوهش پیمایش و ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه محقق ساخته بود. جامعه آماری ساکنین روستاهای بخش بهار همدان و ۴۵۰ نفر نیز به‌عنوان حجم نمونه از طریق نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای به‌منظور بررسی موضوع انتخاب شدند.

نتایج توصیفی این پژوهش نشان داد که روستاییان بخش بهار همدان ایجاد بازارچه را یک امر ضروری دانسته و بر این مهم تأکید دارند. از دیگر نتایج توصیفی این پژوهش می‌توان به درآمد پایین، امنیت اقتصادی و اجتماعی پایین و عدم وجود فعالیت‌های خلاقانه در روستاهای بخش بهار همدان اشاره کرد.

همچنین در این پژوهش جهت تحلیل موضوع پنج فرضیه مطرح شد. در فرضیه اول به بررسی رابطه بین درآمد و ضرورت ایجاد بازارچه پرداخته شد. نتایج نشان داد که روستاییانی که درآمد پایین‌تری دارند ایجاد بازارچه را ضروری دانسته و معتقدند بازارچه روستایی می‌تواند در افزایش درآمد آنها تأثیرگذار باشد. فرضیه دوم در خصوص رابطه بین امنیت اقتصادی و ضرورت ایجاد بازارچه روستایی مطرح شده بود. بررسی این فرضیه نشان داد که روستاییانی که امنیت اقتصادی پایینی دارند



ایجاد بازارچه را یک امر ضروری دانسته و معتقدند بازارچه می‌تواند امنیت اقتصادی روستا را افزایش دهد. بررسی رابطه بین امید به آینده و ضرورت ایجاد بازارچه یکی دیگر از فرضیه‌های پژوهش بود و نتایج نشان داد که روستاییانی امید به آینده بالاتری دارند بر ضرورت ایجاد بازارچه روستایی تأکید دارند. فرضه چهارم نیز در خصوص رابطه بین امنیت اجتماعی و ضرورت ایجاد بازارچه مطرح شد. نتایج بررسی این فرضیه حاکی از آن بود که روستاییانی که امنیت اجتماعی پایین‌تری برخوردارند بر ضرورت ایجاد بازارچه تأکید بیشتری دارند؛ به عبارتی دیگر آنها معتقدند که بازارچه روستایی می‌تواند در ابعاد مختلف امنیت اجتماعی روستاییان را افزایش دهد.

نتایج این پژوهش درمجموع بیانگر آن بود که روستاییان ایجاد بازارچه مشترک روستایی را ضروری می‌دانند و معتقدند که با ایجاد بازارچه روستاهای بخش بهار همدان می‌تواند در مسیر توسعه اجتماعی اقتصادی قرار گیرد. همچنین نتایج این پژوهش حاکی از آن بود که افرادی که به لحاظ اجتماعی اقتصادی در مرتبه پایین‌تری بودند ایجاد بازارچه ضروری‌تر دانسته و معتقدند که بازارچه می‌تواند در بهبود شرایط اجتماعی اقتصادی آنها تأثیرات مثبتی داشته باشد.

پیشنهاده‌ها

مسئولانی که در زمینه توسعه روستایی تأثیر گذارند، پیشنهاد می‌شود ضمن بهره‌گیری از نتایج این مطالعه، نسبت به بررسی ایجاد بازارچه روستایی در بخش بهار همدان اقدام نمایند. چرا که از دیدگاه روستاییان این بخش ایجاد یک بازارچه ضروری بوده و معتقدند می‌تواند در توسعه اجتماعی اقتصادی روستا مؤثر باشد.

فهرست منابع

- احمدی، منیژه؛ سلیمی سبحان، محمدرضا؛ دهقانی، ماندانا و جهانسوزی، مه‌ری (۱۳۹۸). اثرات بازارچه‌های مرزی موقت در امنیت اقتصادی و اجتماعی مناطق روستایی مرزنشین (روستاهای مرزنشین شهرستان مریوان). *پژوهشنامه جغرافیایی/انتظامی*، ۷(۲۷)، ۱۰۱-۱۲۲.
- ازکیا، مصطفی (۱۳۷۰). *جامعه‌شناسی توسعه و توسعه نیافتگی روستایی/ایران*. تهران: انتشارات اطلاعات.
- ازکیا، مصطفی و دیباجی فروشانی، شکوه (۱۳۹۵). نقد برنامه‌های توسعه روستایی در ایران. *مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران*، ۵(۱)، ۱۰۳-۱۲۵.
- امیرابراهیمی، محمدامیر و بابلی یزدی، محمدحسین (۱۳۹۶). *نظریه‌های توسعه روستایی*. تهران: سازمان سمت.
- زاهدی، محمدجواد (۱۳۸۲). *توسعه و نابرابری*. تهران: انتشارات مازیار.
- سلطان‌آبادی، ملیحه و مؤمنی، حسن (۱۳۹۶). *نقش بازارچه‌های محلی در ارتقاء اقتصاد روستایی مورد: دهستان سلطان‌آباد*. همایش ملی بررسی راهکارهای مدیریت توسعه کارآفرینی روستایی در ایران.
- سلطانی، ناصر؛ سانپار، تانیا و حیدری، حسن (۱۴۰۱). ارزیابی اثرات تجارت مرزی بر شاخص‌های جمعیتی سکونتگاه‌های روستایی بازارچه مرزی تمرچین. *پژوهش‌های جغرافیایی سیاسی*، ۲۹(۲)، ۲۰-۳۷.
- شفیعی ثابت، ناصر و براتی طرقي، ابوالقاسم (۱۳۸۸). نقش بازارچه‌های هفتگی روستایی در تحولات اقتصادی روستاهای استان تهران. *روستا و توسعه*، ۱۲(۱)، ۲۹-۵۲.
- قدیری معصوم، مجتبی و نجفی کانی، علی‌اکبر (۱۳۸۲). برنامه‌های توسعه بعد از پیروزی انقلاب اسلامی ایران و تأثیر آنها بر نواحی روستایی. *پژوهش‌های جغرافیایی*، ۳۵(۴۴)، ۱۱۱-۱۲۲.
- مطیعی لنگرودی، سید حسن؛ قدیری معصوم، مجتبی و عزمی، آئیژ (۱۳۹۰). نقش بازارهای دورهای محلی در توسعه اقتصادی - اجتماعی روستاهای استان گیلان. *مطالعات برنامه‌ریزی سکونتگاه‌های انسانی*، ۶(۱۵)، ۱۳۸-۱۵۴.
- مهدوی حاجیلویی، مسعود و احمدی‌زاده هندخاله، تقی (۱۳۹۰). نقش بازارهای هفتگی استان گیلان در توسعه روستایی و زایش شهرهای جدید در استان

«مطالعه موردی: شهرستان صومعه سرا». *جغرافیای سرزمین*، ۸(۲۹)، ۳۷-۵۴.
 نصیری هندخاله، اسماعیل (۱۳۸۸). استقرار واحدهای صنعتی، عاملی تأثیرگذار بر
 فرایند توسعه اقتصادی و اجتماعی جوامع روستایی - نمونه تجربی: روستاهای
 شهر بومهن. *فضای جغرافیایی*، ۹(۲۵)، ۱۰۹-۱۳۴.

- Conning, J., & Udry, C. (2007). Rural financial markets in developing countries. *Handbook of agricultural economics*, (3), 2857-2908.
- Goyal, A. (2010). Information, direct access to farmers, and rural market performance in central India. *American Economic Journal: Applied Economics*, 2(3), 22-45.
- Hare, D. M. (1992). *Rural nonagricultural employment, earnings, and income: Evidence from farm households in southern China* Stanford University].
- Jensen, R. T. (2010). Information, efficiency, and welfare in agricultural markets. *Agricultural Economics*, (41), 203-216.
- Joshi, M. L. (1997). *Industrial recruitment policy and rural development: A case study of pulp and paper industry in Alabama*. auburn university.
- Nagy, H., Tóth, T., & Oláh, I. (2012). The role of local markets in the sustainable economic development of Hungarian rural areas. *Visegrad Journal On Bioeconomy And Sustainable Development*, 1(1), 27-31.
- Prabhakar, D. (2018). Rural Industrialization: Issues and Strategies. *International Journal of Research in Economics and Social Sciences (IJRESS)*, 8(2).
- Trobe, H. L. (2001). Farmers' markets: consuming local rural produce. *International journal of consumer studies*, 25(3), 181-192.

References

- Ahmadi, M., Salimi Sobhan, M., Dehghani, M., & Jahansuzi, M. (2019). The effects of temporary border markets on the economic and social security of rural border areas (border villages of Marivan city). *Journal of Disciplinary Geography*, 7(27), 101-122.
- Amir Ebrahimi, M. (2017). Rural development theories. Side organization.
- Azkia, M. (1991). *Sociology of Rural Development and Underdevelopment in Iran*. etelaat Publishing.
- Conning, J. & Udry, C. (2007). Rural financial markets in developing countries. *Handbook of agricultural economics*, (3), 2857-2908.
- Goyal, A. (2010). Information, direct access to farmers, and rural market performance in central India. *American Economic Journal: Applied Economics*, 2(3), 22-45.
- Hare, D. M. (1992). *Rural nonagricultural employment, earnings, and income: Evidence from farm households in southern China* Stanford University. http://rvt.agri-peri.ac.ir/article_59241_80bf2ddd161caa0a0ddbc310a3fd93dd.pdf

- Jensen, R. T. (2010). Information, efficiency, and welfare in agricultural markets. *Agricultural Economics*, (41), 203-216.
- Joshi, M. L. (1997). Industrial recruitment policy and rural development: A case study of pulp and paper industry in Alabama. auburn university.
- Mahdavi Hajiloui, M. & Ahmadizadeh Handkhaleh, T. (2011). The role of weekly markets in Gilan province in rural development and the birth of new cities in the province "Case study: Sumeh Sara city". *Geography of the Land*, 8 (29), 37-54.
- Nagy, H.; Tóth, T. & Oláh, I. (2012). The role of local markets in the sustainable economic development of Hungarian rural areas. *Visegrad Journal On Bioeconomy And Sustainable Development*, 1(1), 27-31.
- Nasiri Hindkhaleh, A. (1388). Establishment of industrial units, an influential factor on the process of economic and social development of rural communities-Experimental example: villages of Bumhan city. *Geographical space*, 9 (25), 109-134.
- Obedient Langroudi, S. H.; Ghadiri Masoom, M.; Rezvani, M. R. & Azmi, A. (2011). The role of local period markets in the socio-economic development of villages in Guilan province. *Planning Studies for Human Settlements*, 6 (15), 138-154.
- Prabhakar, D. (2018). Rural Industrialization: Issues and Strategies. *International Journal of Research in Economics and Social Sciences (IJRESS)*, 8(2).
- Shafiee Sabet, N. & Barati Targhi, A. (2018). The role of weekly rural markets in the economic developments of rural areas of Tehran province. *Village and Development*, 12(1), 29-52.
- Soltani, N.; Sanyar, T. & Heidari, H. (2022). Assessing the effects of cross-border trade on demographic indicators of rural settlements in the border market of Tamarchin. *Political Geography Research*, (29), 20-37.
- Sultanabadi Maliha, H. (2017). The role of local markets in promoting the rural economy Case: Sultanabad village. *National Student Conference on Geography and Planning*.
- Trobe, H. L. (2001). Farmers' markets: consuming local rural produce. *International journal of consumer studies*, 25(3), 181-192.
- Zahedi, M. (2003). Development and inequality. Maziar Publications.

آزادی اجتماعی از منظر محمد عبده، سید قطب و علامه طباطبائی

یحیی بوذری نژاد

دانشیار گروه علوم اجتماعی اسلامی دانشگاه تهران، تهران، ایران (نویسنده مسئول).
y_bouzarinejad@ut.ac.ir

ریحانه السادات رئیس الساداتی

دانشجوی دکتری دانش اجتماعی مسلمین دانشگاه تهران، تهران، ایران.
r.rsadati@ut.ac.ir

چکیده

مقاله حاضر به بررسی و مقایسه مفهوم آزادی اجتماعی در آراء محمد عبده، سید قطب و علامه طباطبائی و مبتنی بر تفاسیر قرآن آنها می‌پردازد. هدف اصلی مقاله این است که هر یک از متفکران مذکور (نحوی تطبیقی و مقایسه‌ای) در تفاسیر قرآن خویش، آزادی اجتماعی را چگونه تعریف کرده‌اند؟ در این راستا با استفاده از رویکرد مفهومی و مطالعه موردی اسناد، مفهوم آزادی اجتماعی به‌عنوان مفهومی متجدد، در آیات مربوط به امر به معروف و نهی از منکر، جهاد، اقلیت‌های مذهبی و... بررسی و نتایج آن از هر سه تفسیر با یکدیگر مقایسه شده است. تفسیر المنار نوشته محمد عبده با رویکردی عقل‌گرایانه و تجربی تفکری لیبرال نسبت به آزادی اجتماعی داشته و در مقابل دو مفسر دیگر، یعنی سید قطب و علامه طباطبائی رویکردی حداکثری نسبت به اسلام داشته و آزادی اجتماعی را در قالب قوانین اجتماعی اسلام معتبر می‌دانند. البته این دو مفسر نیز با یکدیگر تفاوت‌هایی در موضوع آزادی اجتماعی دارند. علامه طباطبائی و سید قطب معتقدند که احکام اسلامی باید در زمین اجرا شود و وجود غیرمسلمان خارج از حیطه اسلامی و اقتدار آن به رسمیت شناخته نمی‌شود و غیرمسلمانان باید تحت حاکمیت اسلام باشند، با این تفاوت که علامه برخلاف سید قطب، آزادی عقیده برای مشرکین را معتبر نمی‌داند و اهل کتاب حق حضور و پرداخت جزیه در جامعه اسلامی و آزادی عقیده دارند.

کلیدواژه‌ها: آزادی اجتماعی، میزان، المنار، فی ظلال القرآن، اقلیت‌های مذهبی، محمد عبده، سید قطب، سید محمدحسین طباطبائی.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۵/۲۴ تاریخ بازبینی: ۱۴۰۱/۰۷/۰۶ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۷/۰۹
فصلنامه راهبرد اجتماعی فرهنگی، سال ۱۲، شماره ۱، پیاپی ۴۶، بهار ۱۴۰۲، صص ۲۷۹-۳۰۴

مقدمه و بیان مسئله

از قرون ۱۶ و ۱۷ میلادی بدین‌سو و در پی رنسانس، عصر روشنگری و انقلاب صنعتی در اروپا، تحولات بنیادینی در ساحات سیاسی، فلسفی، اقتصادی و فرهنگی در عالم غرب رخساره عیان کرد که در آن واحد از سویی حاکمیت کلیسا و جلوت و جلوه تعالیم آن را در عرصه حیات اجتماعی بشر تخفیف بخشیده و به عزلت کشاند و از سویی دیگر، با اعطای حق حاکمیت مطلق به انسان و ابتدای مفهوم اومانیسم، انسان غربی تحدید و تحقیر گشته در زیر سلطه قوانین شبه‌قدسی و تحریف‌گشته ارباب کلیسا را، در جایگاهی نشاند که مبدأ و میزان قوانین بر گرد اهواء و آراء او می‌گردید. زین‌پس، القای حس آزادی بلاقید و رهیده از حصر تعالیم و تکالیف متافیزیکی و قدسی (که درواقع، به میخ قدرت نفی سلطه کلیسا - که تروخشک را با هم می‌سوزاند - طرد شده بود)، قلب انسان غربی را از شوق به تپش واداشته و دماغ او را از تفاخر علم جلا می‌داد. البته، دیری نپایید که تجرد و تزلزل چنین آرائی نمودار گشته و بشر مدرن و متمدن غربی در همان قله‌ای که باید پرچم افتخار خویش را برمی‌افراشت و سرِ فخر به آسمان می‌سود، با وحشت و سراسیمه به قعر دره‌ای می‌نگریست که کاروان بشری را به ظلمتی دهشتناک در غلتانده و یوغ اغلال و اصرهای^۱ بندگی و بردگی را بر گردن وی می‌افکند. چنین سرنوشتی البته برای جهان شرق به‌طور اعم و عالم اسلامی به‌طور اخص، بسی دور می‌نمود و بسی دیر نمایان می‌شد و انتقال و سوق مفاهیم، فلسفه‌ها و اصطلاحات غربی در عالم اسلامی، بسیاری را مفتون و دل‌باخته خویش ساخته بود. از جمله مهم‌ترین این مفاهیم مفهوم آزادی به‌طور عام و مفهوم آزادی اجتماعی به‌نحوی خاص بود. البته عده‌ای از احیاگران و متفکران اسلامی سعی کردند که در برابر این سیل پر قدرت ورود مفاهیم غربی به جهان اسلام و چالش‌هایی که در پی آن تکوین یافته بود، نگاه خویش را به تراث تاریخی و اسلامی خویش معطوف داشته و از قلب آن به این مفاهیم نگریسته و آن‌ها را تنقید و احیاناً تفسیر و تبیین کنند. از جمله این متفکران و احیاگران می‌توان

۱. وَ يَضَعُ عَنْهُمْ إِصْرَهُمْ وَالْأَغْلَالَ الَّتِي كَانَتْ عَلَيْهِمْ؛ و [پیامبر (صلی‌الله‌علیه‌وآله‌وسلم)] بارهای سنگین، و زنجیرهایی را که بر آنها بود، (از دوش و گردنشان) برمی‌دارد (اعراف / آیه ۱۵۷).



به محمد عبده، سید قطب و علامه طباطبائی اشاره نمود.

درواقع، به دنبال این چالش‌های نوظهور، این متفکران، سمت‌وسوی آثار خود را در مواجهه با مسائل جدید به گسترش آگاهی مبتنی بر منابع اسلامی قرار دادند^۱ و قرآن نیز یکی از مهم‌ترین این منابع بود. درواقع، قرآن به عنوان منبع اصلی اسلام، پناهگاه مطمئنی برای جستجوی منظر راستین آن نسبت به مسائل و چالش‌هاست. از همین‌رو این اندیشمندان در قالب تفسیر به برداشت‌های اجتماعی از قرآن و اسلام پرداخته‌اند^۲ و با تفاسیر و تأویل‌های متفاوت و گاه متعارض خویش، مناظر متفاوتی از برخورد اسلام با چالش‌های جدید معاصر را نشان می‌دهند. از همین‌روست که لزوم بررسی تطبیقی آثار آنان در حوزه‌های اجتماعی بر اساس شیوه تفسیری هر کدام بسیار مورد نیاز و توجه است^۳.

چنانکه پیش از این نیز ذکر شد، آزادی به عنوان یک مفهوم مدرن و باردار از طرز تلقی‌های متفاوت، یکی از مباحث مورد توجه مفسران دوره معاصر بوده تا از زاویه نگاه و تفسیر خود منظر قرآن را نسبت به این مفهوم به‌طور ضمنی آشکار نمایند که مسئله بنیادین و اساسی مقاله نیز حول این مفهوم خواهد بود. باید توجه داشت که ممکن است تفاسیر به‌طور آشکار و دقیق به مبحث آزادی اجتماعی نپرداخته باشند ولی می‌توان با بررسی تفسیر برخی آیات منظر مفسر را دریافت. به عبارتی دیگر، مباحثی همچون امر به معروف و نهی از منکر، آزادی مذهبی و اقشار مختلف فرهنگی و مسئله جهاد، از جمله موضوعاتی هستند که می‌توان از طریق آن رویکرد

۱. اندیشه دینی در دوره جدید با سیدجمال‌الدین اسدآبادی وارد عرصه نوین و دستخوش تحولات گسترده گردید که پیامد آن در حوزه تفسیر، پیدایش سبک‌های جدید تفسیری بوده است. یکی از عوامل تحول در فهم دینی و به‌کاربردن روش‌های جدید علم در فهم متون اسلامی، آشنایی مسلمین و جوامع اسلامی با تجدد است. اعزام دانشجو از کشورهای اسلامی به غرب باعث آشنایی دانشجویان با مکاتب فکری و علمی گشت.

برخی از آن دانشجویان با توسل از علوم جدید سعی در تفسیر و قرائت نوین از قرآن و اسلام نمودند.

۲. تفکر منحصر کردن اسلام در قرآن و حذف سنت از اسلام نمونه‌ای از اثرپذیری دانشجویان اعزامی به دول غربی است. آنها با آشنایی دیدگاه‌های لوتر در محدود کردن مسیحیت در اناجیل و حذف سنت کاتولیک این‌گونه در کشورهای اسلامی تبلیغ نمودند که اگر مسلمین به جای توسل به سنت صرفاً به قرآن توجه کنند راه پیشرفت جوامع مسلمان بازمی‌شود. سر سید احمد خان هندی یکی از اولین کسانی است که قرآن منهای سنت را برای برون‌رفت جوامع مسلمان از انحطاط بیان کرد (بوذری‌نژاد، ۱۳۹۷، ص. ۲۳۲).

۳. به موازات رشد و تطور علوم مختلف در غرب مدرن ما با تفاسیر مختلف از قرآن مواجه هستیم. با رشد علوم تجربی ما تفاسیر علمی و تجربی از قرآن را ملاحظه می‌کنیم مانند تفسیر طنطاوی. هنگامی که جامعه‌شناسی واقعیت‌گرا شکل گرفت ملاحظه می‌شود که در تفسیر امثال عبده به مباحث اجتماعی هم توجه می‌شود. وقتی جریان مارکسیسم رواج پیدا کرد نیز شاهد تفاسیر سوسیالیستی از اسلام در کشورهای مسلمان هستیم.

مفسر را راجع به آزادی اجتماعی دریافت نمود.

۱. اهداف و سؤال‌های پژوهش

چنانکه ذکر شد سؤال اصلی این پژوهش عبارت است از اینکه: علامه طباطبائی، سید قطب و محمد عبده هر کدام در تفاسیر مخصوص خویش، آزادی اجتماعی را چگونه تعریف کرده‌اند؟ و سؤال‌های فرعی پژوهش نیز عبارت‌اند از اینکه: آزادی اجتماعی در تفسیر المنار (محمد عبده) چگونه تعریف می‌شود؟ آزادی اجتماعی در تفسیر فی ظلال القرآن (سید قطب) چگونه تعریف می‌شود؟ آزادی اجتماعی در تفسیر المیزان (علامه طباطبائی) چگونه تعریف می‌شود؟ همچنین در حین تعریف و تبیین مفهوم آزادی اجتماعی در نگرش متفکران مذکور و در پایان مقاله، سعی می‌شود که با نگاهی تحلیلی - مقایسه‌ای نقاط همگرایی و واگرایی آنها نیز تشریح شود.

۲. پیشینه پژوهش

آزادی اجتماعی آن گونه که گاه چنین پنداشته می‌شود یک مفهوم نوین و به اصطلاح «مدرن» نیست؛ بلکه این مفهوم همواره در طول تاریخ بشر و در اندیشه متفکران و صاحب‌نظران، یک «مسئله» اساسی بوده است. در عالم اسلامی و در اندیشه اجتماعی متفکران مسلمان نیز به این موضوع پرداخته شده است.

تاکنون آثار گوناگونی در حوزه آزادی اجتماعی در قرآن و سنت و اندیشه اجتماعی متفکران مسلمان به رشته تحریر درآمده است که از جمله آنها می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

۱- بررسی مفهوم آزادی از منظر قرآن کریم نوشته شریف لک‌زایی و نجمه کیخا در سال ۱۳۹۴: نویسندگان در این مقاله سعی کرده‌اند که مفهوم آزادی را در آیات قرآنی کاویده و آنها را به خوانندگان خویش عرضه کنند. آنان معتقدند که از آنجایی که آزادی مفهومی مهم در اندیشه و وجدان انسانی است. نصوص دینی و از جمله قرآن نمی‌توانند در باب آن سکوت کرده باشند (لک‌زایی و کیخا، ۱۳۹۴، صص. ۸۹-۱۰۶).

۲- آزادی اجتماعی از دیدگاه علامه طباطبائی و کانت، نوشته هاجر نیلی احمدآبادی و علی کرباسی‌زاده در سال ۱۳۹۱: که در این مقاله مشخص می‌شود که علامه طباطبائی آزادی حقیقی را آزادی از همه قیود، جز عبودیت الهی می‌داند اما کانت آزادی حقیقی را آزادی اراده معرفی می‌کند (نیلی



احمدآبادی و کرباسی زاده، ۱۳۹۱، صص. ۵۵-۸۰).

۳- کتاب آزادی از دیدگاه علامه طباطبائی، ترجمه و تنظیم علیرضا فراهانی منش در سال ۱۳۸۸: که نویسنده در این اثر سعی کرده است که آراء علامه طباطبائی در مورد آزادی را از متن تفسیر المیزان استخراج کرده و به نحو فارسی و عربی به خوانندگان عرضه کند (فراهانی منش، ۱۳۸۸).

۴- آزادی در اندیشه سیاسی استاد شهید مرتضی مطهری، نوشته کاظم حسینی در سال ۱۳۹۵: که نویسنده در این مقاله شرح می‌دهد که شهید مطهری آزادی را موهبتی الهی دانسته که دارای بنیانی قرآنی است، لذا استمرار آن در جامعه اسلامی بسیار مهم و ضروری است. در این مقاله همچنین تمایز آزادی سکولار و آزادی اسلامی در اندیشه شهید مطهری مشخص می‌شود (حسینی، ۱۳۹۵، صص. ۵-۱۷).

علاوه بر موارد مذکور آثار دیگری نیز در این حوزه نگاشته شده است که به بررسی افکار برخی از متفکران مسلمان و یا آیاتی از قرآن و سنت در باب آزادی پرداخته‌اند، اما ذکر همه آنها در این مجال اندک امکان پذیر نیست. لیکن آنچه که حائز اهمیت است این است که آثار فوق و آثاری از این دست، هر چند به ابعادی از مفهوم آزادی اجتماعی پرداخته‌اند، اما اتخاذ رویکردی جامع، تطبیقی و مقایسه‌ای در آنها یافت نشد. این مقاله در پی آن است که با اتخاذ این رویکرد، ادراکی جامع از مفهوم آزادی اجتماعی را در اندیشه سه نفر از متفکران و مفسران مؤثر، معاصر و اجتماعی به خوانندگان عرضه دارد. متفکرانی که هر یک از آنها صاحب تفسیری خاص بوده و رویکرد فکری خاصی را دنبال می‌کنند.

۳. تعریف مفاهیم

۳-۱. آزادی اجتماعی^۱

آزادی در مفهوم جامعه شناختی به سه نوع آزادی فردی، آزادی مدنی و آزادی سیاسی تقسیم می‌شود. آزادی فردی مربوط به آن دسته از آزادی‌هایی است که برای انسان قطع نظر از تعلق به جامعه متصور است. اما آزادی مدنی به آن دسته از آزادی‌های اطلاق می‌شود که فرد با برخورداری از حمایت و امنیت قانونی در حوزه عمومی می‌تواند از آن‌ها برخوردار شود و آزادی‌های سیاسی عبارت است از

1. Social freedom

برخورداری شهروندان در یک نظام سیاسی از حق مشارکت در فرایندهای تصمیم‌گیری برای اداره امور و سرنوشت خود (برلین، ۱۳۸۰، ص. ۲۷۴). همچنین در کتب لغت با مفهومی به‌عنوان آزادی اجتماعات^۱ روبه‌رو می‌شویم که به معنای حق تجمع شهروندان به‌منظور بحث و تحلیل مسائل سیاسی است که تجمع می‌تواند محدود یا وسیع، موقت یا مستمر و یا سازمان‌یافته یا ارتجالی باشد (ساروخانی، ۱۳۷۵، ص. ۲۰۱). برخی نیز آزادی اجتماعی را آزادی تعاملات و مناسبات افراد و گروه‌های انسانی در درون و ارتباط با یک نظم اجتماعی خاص در نظر می‌آورند (همایون مصباح، ۱۳۸۸، ص. ۱۸۰). از آنچه بیان شد می‌توان رویکرد پژوهش نسبت به مفهوم آزادی اجتماعی را در آزادی تعاملات و مناسبات گروهی در درون و ارتباط با نظم اجتماعی بزرگ‌تر در جامعه و امکان بروز تشخیص‌های گروهی در جامعه الهی و اسلامی مدنظر تفاسیر در نظر گرفت. این مهم را مقاله در سه شاخص امر به معروف و نهی از منکر، جهاد و برخورد با اقلیت‌های مذهبی از منظر مفسرین در نظر گیرد. زیرا این سه مورد در تعامل اجتماعی مستقیم با مسئله آزادی است. در زیر تعریف خویش از این مفاهیم را هم ارائه می‌نماییم:

۲-۳. امر به معروف و نهی از منکر

امر به معروف و نهی از منکر دو واجب از فروع دین هستند. امر به معروف دعوت کردن کسی که عمل واجبی را ترک کرده به انجام آن و نهی از منکر تلاش برای جلوگیری از انجام کار حرام توسط فرد گناهکار است. از نظر فقهی امر به معروف و نهی از منکر بر کسی واجب است که نسبت به معروف و منکر آگاهی داشته و احتمال تأثیرگذاری نیز بدهد. شرایط دیگری نیز برای وجوب آن گفته‌اند. در قرآن بارها از امر به معروف و نهی از منکر به‌عنوان وظیفه‌ای ویژه برای امت پیامبر (صلی‌الله‌علیه‌وآله‌وسلم) یاد شده و گاه در کنار باورهای چون ایمان به خدا و معاد یا اعمالی چون نماز و زکات آمده است.^۲

۳-۳. جهاد

جهاد، جنگ مشروع در راه خدا و عنوان یکی از ابواب فقه اسلامی است. صاحب جواهر جهاد را گونه‌ای خاص از تلاش می‌داند که مبارزه کردن در راه خدا با جان، مال و دارایی‌های دیگر خود در نبرد با کافران و باغیان، با هدف گسترش و

۱. Freedom of assembly

۲. آل عمران / آیات ۱۰۴، ۱۱۰، ۱۱۴؛ اعراف / آیه ۱۵۷؛ توبه / آیه ۶۷، ۷۱، ۱۱۲؛ حج / آیه ۴۱؛ لقمان / آیه ۱۷.

اعتلای اسلام و برپا داشتن شعائر یا دفاع از آن را شامل می‌شود (صاحب جواهر، ۱۹۸۱، ج ۲۱، ص ۳).

۴. روش پژوهش

این پژوهش با استفاده از سه سند اصلی تفسیر المنار، فی ظلال القرآن و المیزان و مبتنی بر مطالعه موردی اسناد به بررسی موضوع آزادی اجتماعی از منظر مفسرین پرداخته است. پژوهش پس از بررسی اسناد و مطالعه موردی هر یک با توجه به مسئله پژوهش، با روش تطبیقی در پی مقایسه و متعاقباً درک، تحلیل و تبیین نقاط تشابه و تفارق است.

۵. یافته‌های پژوهش

در این بخش سعی می‌شود که یافته‌های پژوهش عرضه شده و به هر یک از سه سؤال فرعی آن پاسخ داده شود و ضمن پاسخ به سؤال‌ها، نقاط همگرایی و واگرایی نظریه‌های اندیشمندان اجتماعی مذکور حول مفهوم آزادی نیز روشن شود.

۶. آزادی اجتماعی از منظر محمد عبده، علامه طباطبائی و سید قطب با تأکید بر تفاسیر ایشان

چنانکه در بخش‌های پیشین و خاصه در بخش اهداف و پرسش‌های پژوهش نیز مشخص شد، سؤال اصلی این مقاله این بود که: علامه طباطبائی، سید قطب و محمد عبده هر کدام در تفاسیر مخصوص خویش، آزادی اجتماعی را چگونه تعریف کرده‌اند؟ که در سؤال‌های فرعی نیز نظرگاه هر یک از این متفکران مورد نظر قرار می‌گرفت. از اینجاست که در ادامه سعی می‌شود که آزادی اجتماعی در دیدگاه هر یک از سه متفکر به‌نحوی ترکیبی آورده شده و درنهایت با هم مقایسه شود.

اولین متفکری که در این حوزه معرفی شده است محمد عبده می‌باشد. محمد عبده در تفسیر المنار با اینکه رویکردی تربیتی داشته و اصلاح اجتماعی را مدنظر دارد اما در مبحث آزادی، بیشتر به آزادی سیاسی توجه داشته و نظریه‌های تفسیری خود را حول و حوش آیات اجتماعی قرآن به مباحث سیاسی اختصاص داده است. بااین حال آزادی عقیده و آزادی مذهب به‌عنوان یکی از موضوع‌های اجتماعی دغدغه وی بوده و بدان پرداخته است. او در حوزه آزادی عقیده، تأکید بسیاری بر امکان و لزوم آزادی عقاید دینی مختلف در جامعه اسلامی داشته است. مبنای اصلی عبده

برای تفسیر آیات جهاد و همچنین مبحث آزادی عقیده که از عبارت «لا اکراه فی الدین»^۱ گرفته شده است را می‌توان بر اساس یک شاکله مفهومی از تفاسیر وی استخراج نمود. مفهوم «فتنه» و مفهوم «و یكون الدین کله لله» دو مفهومی هستند که عده سعی دارد بر اساس آنها، مبحث آزادی مذهب و عقیده را توضیح داده و مسئله جهاد را حل و فصل نماید. به عقیده عده قاعده «لا اکراه فی الدین» از قواعد اصلی دین اسلام و رکن بزرگی از ارکان سیاسی اجتماعی اسلام است. اسلام نه تنها اجبار دیگران به پذیرش خود را نهی می‌کند؛ بلکه به دیگران نیز اجازه نمی‌دهد که پیروانش را به اکراه از دین خارج کنند^۲ (رشید رضا، ۱۹۸۷، ج ۳، ص. ۳۹). درواقع عده در تفسیر این عبارت لا اکراه طرف مورد خطاب آیه را مشرکان می‌داند که مسلمانان را برای پذیرش اسلام مورد آزار و اذیت قرار می‌دادند. در نتیجه برای داشتن و محافظت از آزادی عقیده لازم است قوه بازدارنده‌ای مانند جهاد وجود داشته باشد، تا امنیتی برای آزادی عقیده مسلمانان وجود داشته باشد. در واقع، وی مفهوم ایجابی از جهاد را مدنظر قرار داده تا با استناد به آیه «لا اکراه» دفاع از آزادی دین میسر شود^۳ (رشید رضا، ۱۹۸۷، ج ۳، ص. ۳۱).

واژه فتنه که در قرآن کریم در ۴ آیه مورد استفاده قرار گرفته است، باعث چالش در این برداشت عده می‌شود. در آیه ۱۹۳ سوره بقره^۴ رسماً فرمان قتال آمده تا دین از آن خداوند قرار گیرد. در آیه ۳۹ سوره انفال^۵ به صورت مؤکد فرمان قتال آمده

۱. لا إِكْرَاهَ فِي الدِّينِ قَدْ تَبَيَّنَ الرُّشْدُ مِنَ الْغَيِّ فَمَنْ يَكْفُرْ بِالطَّاغُوتِ وَيُؤْمِنْ بِاللَّهِ فَقَدِ اسْتَمْسَكَ بِالْعُرْوَةِ الْوُثْقَىٰ لَا انْفِصَامَ لَهَا وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ (بقره / آیه ۲۵۶).

۲. لا إِكْرَاهَ فِي الدِّينِ قَاعِدَةٌ كَثِيرٌ مِنْ قَوَاعِدِ دِينِ الْإِسْلَامِ وَرَكْنٌ عَظِيمٌ مِنْ أَرْكَانِ سِيَاسَتِهِ فَهُوَ لَا يُجِيزُ إِكْرَاهَ أَحَدٍ عَلَى الدُّخُولِ فِيهِ، وَلَا يَسْمَحُ لِأَحَدٍ أَنْ يُكْرِهَ أَحَدًا مِنْ أَهْلِهِ عَلَى الْخُرُوجِ مِنْهُ، وَإِنَّمَا نَكُونُ مُتَمَكِّنِينَ مِنْ إِقَامَةِ هَذَا الرُّكْنِ وَحِفْظِ هَذِهِ الْقَاعِدَةِ إِذَا كُنَّا أَصْحَابَ قُوَّةٍ وَمَنْعَةٍ نَحْمِي بِهَا دِينَنَا وَأَنْفُسَنَا مِمَّنْ يُحَاوِلُ فِتْنَتَنَا فِي دِينِنَا اغْتِدَاءً عَلَيْنَا بِمَا هُوَ آمِنٌ أَنْ نَعْتَدِي بِمَنْبَلِهِ عَلَيْهِ إِذْ أَمَرْنَا أَنْ نَدْعُو إِلَى سَبِيلِ رَبِّنَا بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ، وَأَنْ نُجَادِلَ الْمُخَالِفِينَ بِالْبَيِّنَاتِ هِيَ أَحْسَنُ مُقْتَمِدِينَ عَلَى تَبَيَّنِ الرُّشْدِ مِنَ الْغَيِّ بِالْبُرْهَانِ: هُوَ الصَّرَاطُ الْمُسْتَقِيمُ إِلَى الْإِيمَانِ، مَعَ خُرْبَةِ الدَّعْوَةِ، وَأَمْنِ الْفِتْنَةِ، فَالْجِهَادُ مِنَ الدِّينِ بِهَذَا الْإِغْتِبَارِ؛ أَيُّ أَنَّهُ لَيْسَ مِنْ جَوْهَرِهِ وَمَقَاصِدِهِ، وَإِنَّمَا هُوَ سِيَاحٌ لَهُ وَجَنَةٌ، فَهُوَ أَمْرٌ سِيَاسِيٌّ

۳. ... فَلَمْ يَكُنْ لَهُ بَدٌّ مِنْ إِجْلَائِهِمْ عَنِ الْمَدِينَةِ، فَحَاصَرَهُمْ حَتَّى أَجْلَاهُمْ، فَخَرَجُوا مَغْلُوبِينَ عَلَى أَمْرِهِمْ، وَلَمْ يَأْذَنْ لِمَنْ اسْتَأْذَنَهُ مِنْ أَصْحَابِهِ بِإِكْرَاهٍ أَوْ لِأَدْبِهِمُ الْمُتَهَوِّدِينَ عَلَى الْإِسْلَامِ وَمَنْعِهِمْ مِنَ الْخُرُوجِ مَعَ الْيَهُودِ. فَذَلِكَ أَوَّلُ يَوْمٍ خَطَرَ فِيهِ عَلَى بَالِ بَعْضِ الْمُسْلِمِينَ الْإِكْرَاهُ عَلَى الْإِسْلَامِ، وَهُوَ الْيَوْمُ الَّذِي نَزَلَ فِيهِ لَا إِكْرَاهَ فِي الدِّينِ.

۴. وَقَاتِلُوهُمْ حَتَّى لَا تَكُونَ فِتْنَةٌ وَيَكُونَ الدِّينُ لِلَّهِ فَإِنْ انْتَهَوْا فَلَا عُدْوَانَ إِلَّا عَلَى الظَّالِمِينَ.

۵. وَقَاتِلُوهُمْ حَتَّى لَا تَكُونَ فِتْنَةٌ وَيَكُونَ الدِّينُ كُلُّهُ لِلَّهِ فَإِنْ انْتَهَوْا فَإِنَّ اللَّهَ بِمَا يَعْمَلُونَ بَصِيرٌ.

است تا اختصاص همه دین برای خدا باشد. دو آیه ۲۱۷^۱ و ۱۹۱^۲ سوره بقره فتنه را ارشد، اکبر و بزرگتر از قتل بر شمرده‌اند.

مفسران عموماً فتنه را شرک معنا کرده و در نتیجه هدف جهاد را نابودی شرک دانسته‌اند و آن را به قرینه عبارت «وَيَكُونُ الدِّينُ لِلَّهِ» این گونه تفسیر نموده‌اند. اما عبده واژه «فتنه» را شکنجه و عذاب مشرکان بر مسلمانان دانسته که هدف از آن تحت فشار قرار دادن مسلمانان برای تغییر دین است و این نماد بارز اجبار افراد به پذیرش دین و یا ترک دین است.^۳ (رشید رضا، ۱۹۸۷، ج ۹، ص. ۶۶۵). از نظر برخی صاحب‌نظران این برداشت از فتنه می‌تواند با توجه به سیاق آیات مربوط به اخراج مسلمانان درست باشد؛ اما باید در نظر داشت که شأن این آیات مربوط به فتح مکه است و برای همین مفسرین از ابتدا تا به حال فتنه را آن گونه که عبده مربوط به عدم آزادی ابراز عقیده مسلمانان در جامعه مشرکان دانسته، تفسیر نکرده‌اند. عبده با منحصر دانستن فتنه به دوران مکه، آیه «وَيَكُونُ الدِّينُ لِلَّهِ» را به گونه‌ای تفسیر می‌کند که با آزادی عقیده و دین سازگار باشد. وی در بیان معنای این قسمت می‌گوید:

«یعنی دین هر کس خالص برای خدا باشد و نه از روی ترس از دیگری و هیچ

۱. وَ أَقْتُلُوهُمْ حَيْثُ تَقْتُلُوهُمْ وَ أَخْرِجُوهُمْ مِنْ حَيْثُ أَخْرِجُوهُمْ وَ الْفِتْنَةُ أَشَدُّ مِنَ الْقَتْلِ.

۲. يَسْتُلُونَكَ عَنِ الشَّهْرِ الْحَرَامِ قِتَالٍ فِيهِ قُلْ قِتَالٌ فِيهِ كَبِيرٌ وَ صَدَّ عَنْ سَبِيلِ اللَّهِ وَ كَفَرَ بِهِ وَ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ وَ إِخْرَاجُ أَهْلِهِ مِنْهُ أَكْبَرُ عِنْدَ اللَّهِ وَ الْفِتْنَةُ أَكْبَرُ مِنَ الْقَتْلِ.

۳. محمد عبده بر این باور است که فتنه مربوط به دوره مکه می‌باشد که مسلمین در آزار و اذیت مشرکان بودند و نگاه کسانی که فتنه را مربوط به دوره مدینه و قدرت اسلام می‌دانند نفي می‌کند. عبارت وی چنین است: «أقول: هَذَا هُوَ حُكْمُ الدِّينِ الَّذِي يَرْعُمُ الْكُفْرَ مِنْ أَغْدَائِهِ - وَفِيهِمْ مَنْ يَظُنُّ أَنَّهُ مِنْ أَوْلِيَائِهِ - أَنَّهُ قَامَ بِالسَّيْفِ وَالْقُوَّةِ فَكَانَ يَعْزِضُ عَلَى النَّاسِ وَالْقُوَّةَ عَنْ يَمِينِهِ فَمَنْ قَبِلَهُ نَجَا، وَمَنْ رَفَضَهُ حَكَمَ السَّيْفُ فِيهِ حُكْمَهُ، فَهَلْ كَانَ السَّيْفُ يَعْمَلُ عَمَلَهُ فِي إِكْرَاءِ النَّاسِ عَلَى الْإِسْلَامِ فِي مَكَّةَ أَيَّامَ كَانَ النَّبِيُّ - صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ - يُصَلِّي مُسْتَخْفِيًا، وَأَيَّامَ كَانَ الْمُشْرِكُونَ يَفْتِنُونَ الْمُسْلِمَ بِأَنْوَاعٍ مِنَ التَّغْدِيبِ وَلَمْ يَجِدُوا رَادَعًا حَتَّى اضْطُرَّ النَّبِيُّ وَأَصْحَابُهُ إِلَى الْهَجْرَةِ؟ أَمْ يَقُولُونَ إِنَّ ذَلِكَ الْإِكْرَاءُ وَقَعَ فِي الْمَدِينَةِ بَعْدَ أَنْ اغْتَرَزَ الْإِسْلَامُ. وَهَذِهِ آيَةُ قَدْ نَزَلَتْ فِي غَرَّةٍ هَذَا الْغَاثِرَازَ، فَإِنَّ غَزْوَةَ بَنِي النَّضِيرِ كَانَتْ فِي رَبِيعِ الْأَوَّلِ مِنَ السَّنَةِ الرَّابِعَةِ. وَقَالَ الْبُخَارِيُّ: إِنَّهَا كَانَتْ قَبْلَ غَزْوَةِ أَحَدِ الْبَنِي لَا خِلَافَ فِي أَنَّهَا كَانَتْ فِي شَوَّالِ سَنَةِ ثَلَاثٍ، وَكَانَ كُفَّارُ مَكَّةَ لَا يَزَالُونَ يَقْصِدُونَ الْمُسْلِمِينَ بِالْحَرْبِ. تَقْضَى بَنُو النَّضِيرِ عَهْدَ النَّبِيِّ - صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ - فَكَادُوا لَهُ وَهَمُّوا بِاغْتِيَالِهِ مَرَّتَيْنِ وَهُمْ بِجَوَارِهِ فِي ضَوَاحِي الْمَدِينَةِ. فَلَمْ يَكُنْ لَهُ بُدٌّ مِنْ إِجْلَائِهِمْ عَنِ الْمَدِينَةِ، فَحَاصَرَهُمْ حَتَّى أَجْلَأَهُمْ، فَخَرَجُوا مَغْلُوبِينَ عَلَى أَمْرِهِمْ، وَلَمْ يَأْذَنْ لِمَنْ اسْتَاذَنَهُ مِنْ أَصْحَابِهِ بِإِكْرَاءِ أَوْلَادِهِمُ الْمُتَهَوِّدِينَ عَلَى الْإِسْلَامِ وَمَنْعِهِمْ مِنَ الْخُرُوجِ مَعَ الْيَهُودِ. فَذَلِكَ أَوَّلُ يَوْمٍ خَطَرَ فِيهِ عَلَى بَالِ بَعْضِ الْمُسْلِمِينَ الْإِكْرَاءُ عَلَى الْإِسْلَامِ، وَهُوَ الْيَوْمُ الَّذِي نَزَلَ فِيهِ لَا إِكْرَاءَ فِي الدِّينِ».

مانع و آزاری در پذیرش دین در کار نباشد و کسی مجبور به پرده‌پوشی و مدارای از سر استرس نباشد» (رشید رضا، ۱۹۸۷، ج ۳، ص. ۲۱۸).

از منظر عبده فتنه از دو طریق اسلام آوردن معاندان و یا پرداخت جزیه مرتفع می‌شود. با این نظر عبده تناقضی ایجاد می‌شود که انگار غیرمسلمانان مجبور به یکی از این دو راه بوده و اگر هیچ کدام را نپذیرند برایشان مشکل ایجاد می‌شود. محمد عبده در بیان تفسیر آیه ۵ سوره توبه^۱، بر اساس برداشت خود از قتال، مشرکان را در این آیه، برای اهل کتاب، زرتشتیان و بت پرستان غیرعرب مانند ترکان نمی‌داند (رشید رضا، ۱۹۸۷، ج ۱۰، ص. ۱۶۸) و شأن نزول آیه را صرفاً برای مشرکان همان زمان دانسته است. به موجب این نگاه برخی معتقدند که طبق نظر عبده پیروان دین شرک در پیروی از دین خود آزاد بوده و نباید آنان را به ترک عقایدشان مجبور کرد. او در ذیل آیه ۲۱ سوره آل عمران، کشتن کافران و مشرکان عدالت خواه و ظلم‌ستیز را در زمره زشت‌ترین گناهان و نشانه دشمنی با عدالت معرفی می‌کند (رشید رضا، ۱۹۸۷، ج ۳، ص. ۲۶۳). با این توضیح از بیان عبده متوجه می‌شویم که هدف از قتال نابودی شرک نیست بلکه رفع تهدید و آزادی مسلمانان و حمایت از دعوت و تبلیغ دینی است (آرمین، ۱۳۸۸، ص. ۱۵۵). عبده معتقد به حکم قتل مرتد نبوده و ارتداد را مایه سلب آزادی نمی‌دانسته است.

مسئله دیگری که در آرای عبده می‌توان در جهت موضوع آزادی اجتماعی مورد بررسی قرار داد، نگاه عبده به امر به معروف و نهی از منکر است. با توجه به تفسیر عبده از آیات ۱۰۴ و ۱۱۰ سوره آل عمران و منظر خود نسبت به این موضوع را به سمت نقش حاکمان جامعه برده و در پیوندی با مفهوم شورا در آیات ۱۵۹ سوره آل عمران و ۳۸ شوری منظر سیاسی خود را نسبت به سلامت جامعه مطرح می‌کند. عبده معتقد است برای تضمین سلامت جامعه لازم است گروه دارای اقتدار در جامعه به امر به معروف و نهی از منکر بپردازند. این گروه در عین اینکه باید «خیر امه» بوده و در عین برتری از مسائل اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و فرهنگی مطلع باشند، بر اساس آیات شورا حاکمان جامعه اسلامی باید از روی انتخاب و نه از روی انتصاب تعیین شوند. الگوی مورد نظر عبده همان مشروطه سلطنتی بوده که در زمان وی نیز متداول بوده است (رشید رضا، ۱۹۸۷، ج ۱۱، ص. ۲۱۷). البته باید به این نکته اشاره

۱. فَإِذَا أُنْصَلَخَ الْأَشْهُرُ الْحُرُمُ فَاقْتُلُوا الْمُشْرِكِينَ حَيْثُ وَجَدْتُمُوهُمْ وَخُذُوهُمْ وَاحْضَرُوهُمْ وَأَقْلُدُوا لَهُمْ كُلَّ مَرْصَدٍ فَإِنْ تَابُوا وَأَقَامُوا الصَّلَاةَ وَآتَوُا الزَّكَاةَ فَخَلُّوا سَبِيلَهُمْ إِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَحِيمٌ.



نمود که عبده به امر به معروف و نهی از منکر اعتقاد راسخ داشته و آن را همان توصیه به حق و صبر می‌دانسته است. از همین رو امر به معروف را مربوط به گروهی از حاکمان جامعه می‌دانسته که امکان برقراری عدالت دارند و شورا برای او از ارکان اصلی حاکمیت اسلامی است. پس از بیان مطالب فوق باید به نحوی مقایسه‌ای به نظرگاه سید قطب نیز نظر افکند.

آزادی اجتماعی از منظر عبده را زمانی می‌توان با منظر سید قطب مقایسه نمود که نگاه سید را به انسان دریابیم. انسان از دیدگاه سید قطب موجودی است که خداوند زمام امور زمین را به او واگذار کرده و دست وی را در تصرف آن باز گذاشته است (آرمین، ۱۳۸۸، ص. ۱۸۵). درواقع منظر سید به انسان از مفهوم خلیفه‌اللهی می‌آید.

با این تعبیر از انسان، آزادی از منظر سید قطب در آثارش بر سه جنبه اجتماعی اطلاق می‌شود. آزادی به معنای آزادی از عبودیت و بندگی غیرخدا و آزادی از ترس نسبت به جان و اموال و همچنین آزادی از ارزش‌های اجتماعی. درواقع منظور او این است که گاهی می‌شود که جان بشر از ناحیه بندگی خالص و عبودیت در برابر ترس بر زندگی و یا روزی یا مقام رهایی می‌یابد؛ ولی دچار بندگی ارزش‌های اجتماعی از ثروت و جاه و حسب و نسب می‌شود (دکمجیان، ۱۳۹۰، ص. ۳۸۳). در تفسیر فی ظلال القرآن، سید قطب محور آزادی اجتماعی را بر مورد اول یعنی آزادی از عبودیت و بندگی غیر از خدا با مختصات سیاسی و اجتماعی تفکر خود قرار داده و در تفسیر آیه ۱۴۹ سوره انعام می‌نویسد: «اگر خداوند می‌خواست می‌توانست بنی‌آدم را چنان بیافریند که راهی جز هدایت نشناسد و یا آنان را مجبور به پیمودن راه هدایت کند... اما خداوند خواسته تا بنی‌آدم را به پیمودن راه هدایت و ضلالت بیازماید» (سید قطب، ۱۴۱۲ق، ج ۳، ص. ۱۲۲۷).

از منظر سید قطب، آیات ۱ تا ۵ سوره توبه شامل احکام نهایی ارتباط با مشرکان بوده و به اعتقاد او با نزول این احکام نهایی، مردمان زمین از سه گروه خارج نخواهند بود: یا محاربند که با آنها جنگ می‌شود، یا مسلمانند که اعمال و حقوقشان تابع شریعت الهی است و یا اهل ذمه هستند و جزیه پرداخت می‌کنند و متعهد به پایداری بر پیمان ذمه خواهند بود (سید قطب، ۱۴۱۲ق، ج ۳، ص. ۱۵۴۵). پس مسئله اساسی برای سید درهم‌شکستن شوکت و اقتدار سیاسی اهل کتاب و مشرکین و تحت سلطه اسلام در آمدن آنهاست. در واقع آزادی سیاسی و اجتماعی آنها تحت اقتدار حکومت اسلامی قرار می‌گیرد. سید قطب در ذیل آیه ۴۶ سوره

عنکبوت به رفتار پیامبر اکرم (صلی‌الله‌علیه‌وآله‌وسلم) با اهل کتاب پرداخته است. می‌توان از تفاوتی که سید میان شرایط رفتار با اهل کتاب بیان نموده (سید قطب، ۱۴۱۲ق، ج ۴، ص. ۲۷۴۵) نتیجه گرفت که آزادی اجتماعی غیر مسلمانان فقط در محدوده قوانین حکومت اسلامی امکان‌پذیر بوده است. درواقع او می‌پذیرد که تمامی اهل کتاب ظالم نبوده و می‌توان با آنها هم‌زیستی مسالمت‌آمیز برقرار نمود. از منظر وی حکومت و دولت اسلامی چیزی جدا از جامعه اسلامی نیست. اگر جامعه اسلامی با ویژگی‌های اسلامی و دارای مسلمان حقیقی شکل بگیرد خود به سمت برقراری دولت اسلامی و حاکمیت آن بر حیات فردی و اجتماعی می‌شود. نظام اسلامی با صورتی مناسب با اوضاع و شرایط زیست آنان خودبه‌خود ایجاد می‌شود و مبانی کلی اسلامی به بهترین شکل محقق می‌گردد (سید قطب، ۱۴۱۲ق، ج ۵، ص. ۳۱۶۵). درواقع جامعه به اختیار و آزادی به سمت اسلامی شدن پیش می‌رود و زندگی اسلامی مردم برای برقراری دولت اسلامی راهگشا است. جامعه پیش از برقراری حکومت اسلامی به‌صورت آزادانه به سمت برقراری حکومت اسلامی پیش می‌رود. سید قطب جهاد را راهی برای تثبیت حاکمیت خداوند در زمین و طرد حکومت جاهلیت و طاغوت می‌داند و در بیان موضوع «فتنه» در آیه ۱۹۳ سوره بقره که رفع آن هدف جهاد شمرده شده است، آن را تنها تهدید و شکنجه مسلمانان و یا تجاوز نظامی نمی‌داند؛ بلکه کلیه اشکال بازدارنده مستقیم و غیرمستقیم علیه عقیده و ایمان از جمله فضای فسادانگیز نظام‌های سیاسی غیرمسلمان که مردم را از روش خدا دور می‌کند مصداق فتنه است (سید قطب، ۱۴۱۲ق، ج ۱، ص. ۱۸۹) و هدف جهاد نیز از بین بردن و مبارزه با این فتنه‌هاست که باعث حمایت از ایمان‌آوردگان به اسلام می‌شود.^۱

یکی از انتقادهایی که به سید قطب برای محدود کردن آزادی اجتماعی در تفسیر وی می‌شود مربوط به نظر وی در ذیل آیه «وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى

۱. إنه القتال لله، لا لأى هدف آخر من الأهداف التي عرفتها البشرية في حروبها الطويلة. القتال في سبيل الله، لا في سبيل الأمجاد والاستعلاء في الأرض، ولا في سبيل المغنمات والمكاسب ولا في سبيل الأسواق والخامات ولا في سبيل تسويد طبقة على طبقة أو جنس على جنس... إنما هو القتال لتلك الأهداف المحددة التي من أجلها شرع الجهاد في الإسلام، القتال لإعلاء كلمة الله في الأرض، وإقرار منهجه في الحياة، وحماية المؤمنين به أن يفتنوا عن دينهم، أو أن يجرفهم الضلال والفساد، وما عدا هذه فهي حرب غير مشروعة في حكم الإسلام، وليس لمن يخوضها أجر عند الله ولا مقام.



الْخَيْرِ وَ يَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَ يَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَ أُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ» (آل عمران / آیه ۱۰۴) است. او معتقد است که باید سلطه‌ای در روی زمین به خیر دعوت کند و به معروف فرمان دهد و از منکر باز دارد. آنچه مسلم است امر و نهی جز با قدرت ممکن نخواهد بود. «روش خدا بر روی زمین صرفاً با وعظ و ارشاد و بیان جریان نمی‌یابد... ایجاد قدرت امر و نهی به‌منظور تحقق معروف و نفی منکر از حیات بشری و حفاظت و دفاع از سنت‌های اجتماعی نیک در برابر دست‌اندازی و بازیچه شدن به دست هواپرستان و شهوترانان و صاحبان اغراض و منافع است. ایجاد قدرتی برای حفاظت از این سنت‌های صالح در برابر اینکه هر کس به تصور اینکه نظرش درست و صحیح است هر چه خواست و هر چه به نظرش درست بود راجع به آن بگوید»^۱ (سید قطب، ۱۴۱۲ق، ج ۱، ص. ۴۴۴).

از این بیان سید می‌توان برداشت نمود که امر به معروف و نهی از منکر وظیفه حکومت اسلامی برای تحقق جامعه و ارزش‌های اسلامی است. این امر بیان جنبه سلبی داشته زیرا آزادی افرادی که مخالف ارزش‌ها اقدام می‌کنند باید محدود شود. اما باید در نظر داشت که بیان سید مربوط به حدود و قوانین جامعه است. به عبارت دیگر حکومت را ضامن قوانین اسلامی دانسته لذا امر به معروف را به‌عنوان ابزار ضامن ارزش‌های جامعه اسلامی معرفی می‌کند. همچنین باید در نظر داشت که سید قطب حق حیات برای انسان را به رسمیت می‌شناسد اما وقتی بحث از جامعه اسلامی و جاهلی می‌شود، این مسلمانان و اهل ذمه و پناهندگان در دارالاسلام‌اند که از حقوق اجتماعی برخوردارند و گرنه جان و مال کسانی که در دارالکفر زندگی می‌کنند، مادامی که معاهده‌ای منعقد نشده است فاقد هر گونه حرمت و احترامی است^۲ (سید قطب، ۱۴۱۲ق، ج ۲، ص. ۸۷۸).

۱. فمنهج الله في الأرض ليس مجرد وعظ و إرشاد و بيان. فهذا شطر. أما الشطر الآخر فهو القيام بسلطة الأمر و النهي، على تحقيق المعروف و نفى المنكر من الحياة البشرية، و صيانة تقاليد الجماعة الخيرة من أن يعيث بها كل ذي هوى و كل ذي شهوة و كل ذي مصلحة.

۲. سید قطب پس از بیان گناه بودن قتل نفس به این مسئله اشاره می‌کند که حرام بودن قتل نفس برای مسلمین و دارالاسلام است نه برای دارالحرب و جامعه جاهلی وی نوشته است: «و بالرجوع إلى البيان الذي قدمنا به لهذه الأحكام، يتبين أن هذا التقرير ينطبق - فقط - على أهل دار الإسلام - من مسلمين و ذميين و مستأمنين - فأما دم أهل دارالحرب فهو مباح - ما لم تقم بينهم و بين أهل دارالإسلام معاهدة - و كذلك مالهم. فيحسن أن نكون دائماً على ذكر من هذه القاعدة التشريعية و أن نتذكر كذلك أن دارالإسلام هي الأرض التي تقام فيها شريعة الإسلام، و

درواقع سید قطب در محدوده نظام اسلامی به آزادی‌های شهروندی و اجتماعی معتقد بوده و در تفسیر خود می‌نویسد که در نظام اسلامی حریم تمامی غیرمسلمانان صیانت می‌شود، حقوق شهروندی تمامی شهروندان صرف‌نظر از عقیده و مذهب محفوظ است و هیچ‌کس حق ندارد دیگری را به پذیرش اسلام مجبور سازد: «...انسان‌ها در سایه این نظام در حفظ عقیده خود آزادند. آنان هیچ الزامی جز اطاعت از قوانین اجتماعی و اقتصادی و اخلاقی و بین‌المللی این نظام ندارند. آنان در عقیده قلبی و احوال شخصی خود آزادند و در این محدوده می‌توانند بر اساس عقاید خود عمل کنند و اسلام از آزادی عقیده و حقوق ایشان در مرزهای نظام حمایت و دفاع می‌کند» (سید قطب، ۱۴۱۲ق، ج ۲، ص. ۲۹۵). این حمایت از آزادی عقیده و مذهب در کیان جامعه اسلامی حرکت بسیار مورد توجهی از سوی سید قطب است که با این صراحت بدان اشاره نموده و بر آزادی‌های اجتماعی تأکید می‌کند. شخصیت دیگری که مبتنی بر اهداف پژوهش به دنبال این بودیم که نظرگاه او را در مورد آزادی اجتماعی تبیین کنیم علامه طباطبائی بود.

علامه طباطبائی در ذیل آیه ۸۸ سوره هود بحث مبسوطی راجع به آزادی مطرح می‌کند. از منظر وی انسان «نسبت به بنی نوع خودش که آنها نیز مثل وی هستند و در خلقت شبیه وی می‌باشند آزادی تام دارد. [البته] بنی نوعش نیز همین آزادی را دارند» (طباطبائی، ۱۳۷۴، ج ۱۰، ص. ۵۵۶). اما در مورد آزادی اجتماعی «هیچ چاره‌ای جز این نیست که تک‌تک افراد اجتماع قسمتی از حریت و آزادی خود را فدای قانون و سنت جاری در اجتماع کند... انسان اجتماعی در مقابل مسائل زندگی که مصالح اجتماع و منافع آن، آن مسائل را ایجاد می‌کند آزاد نیست (طباطبائی، ۱۳۷۴، ج ۱۰، ص. ۵۵۶). علامه طباطبائی به انسان به‌عنوان موجودی مختار و دارای عقل و اراده می‌نگرد و به اعتقاد او سرشت آدمی آلوده به تیرگی‌های غضب و شهوت بوده که باید انسان با زدودن آنها به کمال و سعادت برسد. علامه از دو نوع آزادی با عنوان آزادی تکوینی و تشریعی نام می‌برد و معتقد است «انسان به حسب خلقتش موجودی است دارای شعور و اراده تنها او است که می‌تواند برای خود هر کاری را که می‌خواهد اختیار کند... و لازمه این آزادی تکوینی یک آزادی دیگر است و آن آزادی تشریعی (قانونی) است که در زندگی اجتماعیش به آن آزادی



تمسک می‌کند و آن این است که از میان انواع طرقی که برای زندگی اجتماعی هست طریق دلخواه خود را انتخاب کند...» (طباطبائی، ۱۳۷۴، ج ۱۰، ص. ۵۵۷).

از منظر علامه دین اسلام که آیینی فطری است و در تمام شئون خود به جامعه توجه دارد، پایه و اساس خود را اجتماع قرار می‌دهد. با توجه به اصول خود و مطابق با هدفی که برای انسان و اجتماع اسلامی تعریف می‌کند و با توجه به دیدگاهی که نسبت به آزادی افراد در اجتماع دارد، جامعه انسانی تشکیل داده و قوانین آن را تعیین می‌نماید. شعار چنین جامعه‌ای پیروی از حق و اعتقاد هم در عمل و هم در هدف است. طبق نظر علامه طباطبائی راجع به جامعه توحیدی، حدود آزادی در چنین جامعه‌ای در راستای اهداف و قوانین آن شکل می‌گیرد، چنان‌که آزادی هیچ‌یک از افراد جامعه در رسیدن به سعادت و نیکبختی سایر افراد خللی وارد نمی‌سازد. البته این مهم تأمین نمی‌گردد مگر آنکه تمامی افراد اجتماع به منظور رعایت حدود آزادی یکدیگر، در عمل به قوانین جامعه کوشا باشند (نیلی احمدآبادی و کرباسی‌زاده، ۱۳۹۱، ص. ۵۹).

اما از نظر علامه چنین تلاشی موافق طبع همه مردم نیست، چراکه تنها عقل بر انسان حاکم نیست، بلکه هواهای نفسانی و محرکات غریزی نیز در او وجود دارد که اگر مراقبت نشود او را به سمت سرپیچی از قانون فرامی‌خوانند. او معتقد است دین اسلام اولاً ضمانت اجرای قوانین خود را بر عهده حکومت اسلامی و سپس بر عهده افراد جامعه نهاده است (طباطبائی، ۱۳۷۴، ج ۴، ص. ۱۷۲). علامه جامعه اسلامی را به گونه‌ای که شهروندان آن اجتماع، افزون بر برخورداری از امنیت سیاسی، آزادی نیز دارند ترسیم می‌نماید. ایشان معتقد است در اسلام برای انسان، آزادی دارای معنایی وسیع و گسترده است که به آزادی از قید بندگی غیر خداوند متعال برمی‌گردد (طباطبائی، ۱۳۷۴، ج ۴، ص. ۱۸۴). علامه با استناد به آیه ۲۰۰ سوره آل عمران به شرح آزادی تشریعی انسان می‌پردازد. این نوع از آزادی به این معناست که انسان در زندگی اجتماعی خود می‌تواند هر راهی را انتخاب کند و هیچ انسان دیگری نیز حق ندارد چیزی را بدون رضایتش بر او تحمیل کند. اینجا وجه سلبی و ایجابی آزادی از منظر علامه مشخص می‌شود. علامه در تبیین مفهوم آزادی اجتماعی هم به بُعد سلبی آزادی یعنی رهایی انسان از عبودیت غیر خداوند و به تعبیری دیگر، رهایی از تحمیل و سلطه دیگر انسان‌ها و هم به بُعد ایجابی آزادی یعنی انجام هر گونه فعالیت در راستای عبودیت خداوند متعال اشاره می‌کند (لک‌زایی و نصیری، ۱۳۹۱).



علامه راجع به نفی اکراه^۱ معتقد است عدم اجبار بر پذیرش دین خود یکی از احکام دینی است که در همه شرایع و حتی شریعت نوح تشریع شده و تا به امروز نیز بر قوت خود باقی است (طباطبائی، ۱۳۷۴، ج ۱۰، ص. ۵۵۴). وی در این باره دو احتمال را مطرح نموده است: یکی آنکه جمله اخباری بوده و بیان امری تکوینی باشد و دیگری آن که انشایی و امر در سیاق باشد که در معنای آن نهی از اجبار مردم مستفید است. البته علامه مورد دوم را ترجیح داده و اکراه را این گونه بیان می‌کند «که در امور مهمی که خوبی و بدی و خیر و شر آنها واضح است و حتی آثار سوء و آثار خیری هم که به دنبال دارند معلوم است، نیازی به اکراه نخواهد بود بلکه خود انسان یکی از دو طرف خیر و شر را انتخاب نموده و عاقبت آن را هم می‌پذیرد و دین از همین قبیل امور است، چون با بیانات الهی و سنت نبوی حقایق دین روشن شده و راه رشد و غی (قد تبیین الرشد من الغی) مشخص است و دیگر دلیلی بر اکراه مردمان در میان نیست. این آیه یکی از آیاتی است که نشان می‌دهد اسلام دین خون و شمشیر نیست» (طباطبائی، ۱۳۷۴، ج ۲، ص. ۵۲۴).

از منظر علامه در اسلام، قتال^۲ فقط برای رفع فتنه^۳ بوده و نه اجبار مشرکان برای پذیرش دین خدا. وی در ذیل آیه «وَقَاتِلُوهُمْ حَتَّى لَا تَكُونَ فِتْنَةً» در پاسخ کسانی که لازمه قتال با مشرکین را اکراه مردمان به پذیرش دین می‌دانند معتقد

۱. لا اکراه فی الدین (بقره / آیه ۲۵۶).

۲. «قتال و جهادی که اسلام مسلمانان را به سوی آن خوانده، قتال و جهاد به ملاک زورمداری نیست، نخواست است با زور و اکراه دین را گسترش داده و آن را در قلب تعداد بیشتری از مردم رسوخ دهد، بلکه به ملاک حق‌مداری است و اسلام به این جهت جهاد را رکن شمرده تا حق را زنده کرده و از نفیس‌ترین سرمایه‌های فطرت یعنی توحید دفاع کند و اما بعد از آنکه توحید در بین مردم گسترش یافت و همه به آن گردن نهادند، هر چند آن دین، دین اسلام نباشد، بلکه دین یهود یا نصارا باشد، دیگر اسلام اجازه نمی‌دهد مسلمانی با یک موحد دیگری نزاع و جدال کند» (طباطبائی، ۱۳۷۴، ج ۲، ص. ۵۲۵).

۳. فتنه در نگاه علامه طباطبائی شرک است در برابر توحید. به همین دلیل او در جایی که توحید و موحد باشد قتال را جایز نمی‌داند وی در این باره ذیل آیه ۱۹۳ سوره بقره چنین نگاشته است که: «ما گفتیم که آیه مورد بحث اصلاً ربطی به اهل کتاب ندارد تنها مشرکان را در نظر دارد و مراد از اینکه فرمود: (تا آنکه دین برای خدا شود) این است که مردم اقرار به توحید کنند و خدا را بپرستند و اهل کتاب اقرار به توحید دارند هر چند که توحیدشان توحید نیست و این اقرارشان در حقیقت کفر به خدا است. همچنان که خدای تعالی در این باره فرموده: انهم لا یؤمنون بالله و الیوم الآخر و لا یحرمون ما حرم الله و رسوله و لا یدینون دین الحق؛ ایشان ایمان به خدا و روز جزا ندارند و آنچه را خدا و رسولش تحریم کرده حرام نمی‌دانند و به دین حق متدین نمی‌شوند؛ و لیکن اسلام به همین توحید اسمی از ایشان قناعت کرده، مسلمین را دستور داده با ایشان قتال کنند تا حاضر به جزیه شوند و در نتیجه کلمه حق بر کلمه آنان مسلط گشته دین اسلام بر همه ادیان قاهر شود» (طباطبائی، ۱۳۷۴، ج ۲، ص. ۹۱).



است که چنین اکراهی در شرایطی که احیای انسانیت منوط به تحمیل حق مشروع بر گروهی از افراد باشد، آن‌هم پس از تبیین و اقامه دلیل و برهان قاطع بر ایشان اشکالی ندارد. این شیوه در میان جوامع مرسوم بوده زیرا درواقع آنان متخلفان و ناقضان قوانین را بر مردم فرامی‌خوانند و در صورت عدم تمکین برای مطیع ساختن و انقیاد وی به قانون چه با اکراه و چه با میل و رغبت از هر وسیله‌ای حتی تمسک به جنگ استفاده می‌کنند (طباطبائی، ۱۳۷۴، ج ۲، ص. ۱۰۲) باید در نظر داشت که علامه فتنه را معادل با شرک گرفته‌اند.^۱

علامه در ذیل آیه ۲۴۴ بقره معتقد است خداوند متعال جهاد را به فی سبیل الله مقید نموده تا کسی گمان نکند هدف صرفاً تسلط دنیوی و توسعه سرزمینی است همچنان که برخی از جامعه شناسان معاصر درباره پیشرفت اسلام چنین تصور کرده‌اند. بلکه هدف از جهاد توسعه و تسلط دینی است که صلاح دنیا و آخرت مردم را تأمین می‌کند (طباطبائی، ۱۳۷۴، ج ۲، ص. ۴۳۱).

نظر علامه طباطبائی راجع به ادیان و مذاهب گوناگون و حضور اجتماعی آنها بر محور دین توحید شکل می‌گیرد. وی سلب حقوق عمومی و آزادی اجتماعی برخی افراد در جامعه را امری اجتناب‌پذیر دانسته زیرا سلب حقوق از کسانی که قصد نقض حقوق و نابودی جامعه را دارند امری صالح و معتبر است. اسلام معیار برخورداری از حق حیات و حقوق اجتماعی را پیروی از دین توحید، اعم از اسلام و یا ادیان اهل ذمه دانسته پس آن کس که نه مسلمان است و نه اهل ذمه است حق حیات ندارد. این معیار با ناموس خلقت کاملاً سازگار و اجمالاً مورد پذیرش جامعه بشری است (طباطبائی، ۱۳۷۴، ج ۳، ص. ۴۰۳). درواقع علامه به آزادی مذهبی در چارچوب ادیان توحیدی معتقد بوده و دین شرک را به رسمیت نمی‌شناسد. این نکته حائز

۱. علامه طباطبائی در خصوص معنای فتنه در آیه ۱۹۳ سوره بقره چنین نگاشته است که: «کلمه فتنه به معنای هر عملی است که به‌منظور آزمایش حال چیزی انجام گیرد و بدین جهت است که هم خود آزمایش را فتنه می‌گویند و هم ملازمات غالبی آن را، که عبارت است از شدت و عذابی که متوجه مردودین در این آزمایش یعنی گمراهان و مشرکان می‌شود، در قرآن کریم نیز در همه این معانی استعمال شده و منظور از آن در آیه مورد بحث شرک به خدا و کفر به رسول و آزار و اذیت مسلمین است، همان عملی که مشرکان مکه بعد از هجرت و قبل از آن با مردم مسلمان داشتند. پس معنای آیه این شد که علیه مشرکان مکه کمال سخت‌گیری را به خرج دهید و آنان را هر جا که برخوردید به قتل برسانید، تا مجبور شوند از سرزمین و وطن خود کوچ کنند، همان‌طور که شما را مجبور به جلائی وطن کردند، هر چند که رفتار آنان با شما سخت‌تر بود، برای اینکه رفتار آنان فتنه بود و فتنه بدتر از کشتن است، چون کشتن تنها انسان را از زندگی دنیا محروم می‌کند، ولی فتنه مایه محرومیت از زندگی دنیا و آخرت و انهدام هر دو نشئه است» (طباطبائی، ۱۳۷۴، ج ۲، ص. ۸۹).

اهمیت است که در اندیشه علامه طباطبائی اصل بر دین بوده و تمامی امور از جمله وحدت اجتماعی نیز بر محور دین مشخص می‌شود. امر به معروف و نهی از منکر نیز که ضامن وحدت اجتماعی است متوجه افراد جامعه برای انجام تکلیف خود برای ضمانت سلامت جامعه است (طباطبائی، ۱۳۷۴، ج ۲، ص. ۳۴۳).

۷. مقایسه دیدگاه سه مفسر

چنان‌که در اهداف پژوهش بیان شد، پس از پاسخ به سؤال اصلی و همچنین سؤال‌های فرعی مستخرج از بطن آن، بنا بود که با رویکردی مقایسه‌ای نقاط واگرایی و همگرایی متفکران مذکور تحلیل و تبیین شود. البته در صفحات پیشین تا حدودی به این مهم پرداخته شد، لیکن در این قسمت این هدف به نحو مشخص‌تری مدنظر قرار می‌گیرد. محمد عبده پیش از آغاز تفسیر میزان و فی ظلال القرآن شروع به تفسیر المنار نموده است. وی پس از دلسردی از مقاومت در برابر استعمار به جلسات تفسیر روی آورده و به‌عنوان یک مبارز خسته از جنبش‌های اجتماعی مبنای کار خود را تربیت نیروی انقلابی قرار داده است. در مقابل، حدود ۶۰ سال بعد از او در همان جامعه مصر، انقلابی دیگری مانند سید قطب، که بر حرکت انقلابی خود نه تنها پا بر جا مانده بلکه مصمم‌تر شده است، تفسیر فی ظلال فی القرآن را می‌نگارد که نگاهی حداکثری نسبت به رویکرد اجتماعی اسلام دارد. همزمان تفسیر میزان از سوی یک فلیسوف و فقیه طراز اول شیعی با رویکرد اجتماعی آغاز می‌شود که در ۱۴۴ مورد نقد به المنار را نیز دربردارد.

محمد عبده بر خلاف دو مفسر پس از خود دیدگاهی خوش‌بینانه نسبت به تفکر مدرن داشته است. سید قطب نیز در مورد رویکرد المنار معتقد است عواملی همچون تأثیر مکتب فلسفی غرب و رویکردهای مدرن و خوش‌بینی به آزاداندیشی و مردم‌سالاری و تمدن غربی و بی‌توجهی به استقلال و غنای تفکر اسلامی از خصوصیات تفکر عبده است.^۱ رویکرد عقل‌گرایانه تجربی مدنظر عبده باعث به تأویل

۱. «عواملی همچون تأثر از مکتب فلسفی غرب، نهضت علمی اروپا، خوش‌بینی به آزاداندیشی و مردم‌سالاری و تمدن غرب، از عوامل بیرونی مکتب عقلی عبده هستند... علل یاد شده سبب شد تا محمد عبده درصدد برآید اعتبار دین را با این رویکرد که آموزه‌های دینی موافق عقل هستند، به دین بازگرداند... امور یاد شده سبب شدند تا عبده و پیروانش در رویکردشان به عقلانیت دینی دچار افراط و مبالغه شوند و در نتیجه در امور غیبی شدیداً احتیاط کرده و بسیاری از معجزات یاد شده در قرآن را تأویل و توجیه کنند» (سید قطب، ۱۴۱۲ق، ج ۶، ص. ۳۹۷۸).



بردن بسیاری از آیات و افراط در تفسیر اجتماعی از آنها شده است. وی در مسئله آزادی نیز این رویکرد خود را نشان داده و در باب آزادی اجتماعی و مذهبی با رویکرد لیبرال به تفسیر آیات پرداخته است. در مقابل دو مفسر دیگر، یعنی سید قطب و علامه طباطبائی رویکردی حداکثری نسبت به اسلام داشته و آزادی اجتماعی را در قالب قوانین اجتماعی اسلام معتبر می‌دانند. البته این دو مفسر نیز با یکدیگر تفاوت‌هایی در مورد آزادی اجتماعی دارند. علامه طباطبائی و سید قطب معتقدند که احکام اسلامی باید در زمین اجرا شود و وجود غیرمسلمان خارج از حیطه اسلامی و اقتدار آن به رسمیت شناخته نمی‌شود و غیرمسلمانان باید تحت حاکمیت اسلام باشند. اما اینجا تفاوتی بین ایشان وجود دارد که علامه برخلاف سید قطب آزادی عقیده برای مشرکین را معتبر نمی‌داند و فقط اهل کتاب حق حضور و پرداخت جزیه در جامعه اسلامی و آزادی عقیده دارند. توضیح اینکه سید قطب جامعه جاهلی را جامعه‌ای می‌داند که قوانین اسلامی در آن حاکم نباشد ولو افراد آن مسلمان باشند و قتال را با آنها صحیح می‌داند تا به توحید بازگردند در حالی که علامه طباطبائی پذیرش و ایمان به خداوند را عامل تمایز از شرک می‌داند و به همین دلیل اهل کتاب را با پذیرش جزیه در جامعه اسلامی می‌پذیرد. به تعبیر دیگر علامه نگاه محدودنگر سید قطب به دارالاسلام را ندارد و همچنین برداشت حداقلی محمد عبده از جامعه اسلامی را نیز نپذیرفته است.

سید قطب در بیان شرایط جامعه اسلامی و جامعه الهی به صراحت بیان می‌دارد که وقتی بحث از جامعه اسلامی و جاهلی می‌شود، این مسلمانان و اهل ذمه و پناهندگان در دارالاسلام‌اند که از حقوق اجتماعی برخوردارند و گرنه جان و مال کسانی که در دارالکفر زندگی می‌کنند، مادامی که معاهده‌ای منعقد نشده است فاقد هر گونه حرمت و احترامی است (سید قطب، ۱۴۱۲ق، ج ۲، ص. ۸۷۷)؛ اما از منظر علامه طباطبائی سلب حقوق عمومی و آزادی اجتماعی برخی افراد در جامعه امری اجتناب‌پذیر است. زیرا سلب حقوق از کسانی که قصد نقض حقوق و نابودی جامعه را دارند امری صالح و معتبر است. اسلام معیار برخورداری از حق حیات و حقوق اجتماعی را پیروی از دین توحید، اعم از اسلام و یا ادیان اهل ذمه دانسته پس آن کس که نه مسلمان است و نه اهل ذمه حق حیات ندارد. این معیار با ناموس خلقت کاملاً سازگار و اجمالاً مورد پذیرش جامعه بشری است (طباطبائی، ۱۳۷۴، ج ۲، ص. ۵۲۵). در آخر اگر بخواهیم استنتاجی از دیدگاه مفسرین نسبت به مسئله آزادی اجتماعی را ارائه نماییم، محمد عبده به عنوان طرفدار نگاه لیبرال در یک طرف قرار



دارد و علامه طباطبائی و سید قطب به عنوان طرفدار نگاه آزادی اجتماعی در حدود قوانین اسلامی در طرف دیگر می‌باشند.

نتیجه‌گیری

از زمانی که بازاندیشی نسبت به وضعیت کشورهای اسلامی و دلیل انحطاط آنها در مقابل تمدن‌های نوظهور مانند غرب به وجود آمد، بازگشت به متن مقدس و دریافت معاصر از آنها نیز رواج یافت.^۱ در این میان می‌توان به تفسیر المنار به عنوان یکی از مهمترین الگوهای رویارویی تفکر مدرن در تفسیر قرآن کریم توجه کرد. المنار در دسته‌بندی‌های تفسیری به عنوان تفسیری و جامع و البته ناتمام (تا آیه ۵۳ سوره یوسف) بوده که فقط تا آیه ۱۲۶ سوره نساء به انشاء محمد عبده است. عبده عمیقاً اعتقاد داشت که اسلام توانایی راهبری جامعه را با زدودن افکار انحرافی داشته و می‌تواند مبنای زندگی فردی و اجتماعی باشد.

تفسیر المنار را می‌توان به علم‌گرایی و کاربرد وسیع عقل تجربی در تفسیر قرآن شناخت. استفاده از عقل بدون تقلید نقطه بسیار مورد توجه المنار است. محمد حسین ذهبی (۱۳۹۶ق) در نقد و کاستی‌های رویکرد قرآنی عبده، افراط در عقل‌گرایی و تأویل حقایق شرعی و تأثیرپذیری از عقاید معتزله و حمل الفاظ قرآن بر معانی ناشناخته در نزد اعراب زمان نزول را از مشکلات تفسیر وی بیان می‌کند (ذهبی، ۱۳۹۶).

ازسوی دیگر، سید قطب پس از حدود ۵۰ سال از آغاز تفسیر المنار شروع به تفسیر مجددی از قرآن کریم کرده و رویکردهای اجتماعی و سیاسی عبده را در المنار نقد می‌کند. وی با فلسفه و رویکرد مسلمانان به فلسفه یونان بسیار مخالف بوده و یکی از عوامل عقب‌ماندگی ایشان را دور شدن از اسلام حقیقی و اقبال به کتب فلسفی یونانی و هندی و آمیخته شدن آن با کلام اسلامی می‌داند. نگاه سید قطب به اسلام

۱. روش تفسیر اجتماعی با سیدجمال‌الدین آغاز شد و بعدها محمد عبده و رشید رضا در بین اهل سنت آن را رهبری نمودند. این جریان کوشیده است که پدیده‌های اجتماعی دوره جدید تمدن غرب همانند شورا، انتخابات، مردم‌سالاری، ارلمان و این‌گونه از مباحث را با تفسیر اجتماعی در جهان اسلام تبیین کند. این تفاسیر و نویسندگان آنها غالباً از اصلاح‌طلبان یا نهضت اصلاح دینی بودند. شعار آنها بازگشت به قرآن بود (بوذری‌نژاد، ۱۳۹۷، ص. ۳۴۸). بازگشت به قرآن در نگاه برخی از روشفکران به معنای حذف سنت بود. چنانچه لوتر مسحیت را در انجیل خلاصه نمود و با شعار بازگشت به انجیل، سنت کاتولیک را حذف نمود (بوذری‌نژاد، ۱۴۰۰، ص. ۳۰). البته به این نکته توجه نشد که اساساً سنت، بالخصوص سنت شیعی با آنچه کاتولیک‌ها به عنوان سنت بیان کردند تفاوت ماهوی و بنیادی دارد.



نگاه حداکثری و مطلق بوده و در خود تفسیرش اذعان دارد که اسلام روش زندگی، روش حیات واقعی با تمام نظام‌ها، سازمان‌ها، مناسبت‌ها، ارزش‌ها، اخلاق و آداب و عبادات و شعائر است^۱ (سید قطب، ۱۴۱۲ ق، ج ۲، ص. ۶۹۶). درواقع سید، دین را روش زندگی و منهج الحیاة می‌داند. وی با همین نگاه در عرصه سیاسی حکومت را بخش غیرقابل انفکاک از عرصه دین دانسته به‌طوری که بدون حاکمیت الله، اسلام تهی از معنا و جامعه اسلامی بیگانه از دین خود خواهد شد. بنابراین از منظر سید قطب میان امور تعبیدی فردی و نظام اجتماعی زندگی هیچ جدایی وجود نداشته^۲ و اعتراف به حاکمیت خداوند در حوزه شریعت تعبیدی بدون اقرار به الوهیت و حاکمیت خداوند در عرصه سیاسی و اجتماعی و... امکان‌پذیر نیست.

دوگانه «جامعه اسلامی - جامعه جاهلی» در تفکرات قطب مبنی بر دوگانه «حاکمیت الله - حاکمیت طاغوت» است. به این معنی که از منظر قطب، صرفاً جامعه‌ای را می‌توان اسلامی نامید که حاکمیتش از آن خداوند باشد؛ یا به عبارت دیگر شریعت اسلامی به‌طور کامل در آن اجرا شود.^۳ ممکن است جامعه از افراد مسلمان تشکیل شده باشد ولی چون حکومت بر پایه شریعت عمل نمی‌کند حکومت طاغوت باشد. آنچه حکومت اسلامی و جامعه اسلامی را متمایز می‌سازد اجرای کامل و بی‌نقص حدود خداوند است: «در سایر مسلک‌ها و مرام‌ها، مردم خدایان متعددی را عبادت می‌کنند و همه آنها را لایق پرستش می‌دانند، در برابر همگی کرنش و تعظیم می‌کنند و با همه حق بندگی می‌گذارند... به این معنی که افکار و عقاید؛ قوانین و مقررات؛ نظام‌ها و تشکیلات و خلاصه راهنمای‌های روحی و عملی را از مردمانی مانند خود فرامی‌گیرند. این وضع اجتماعی که مبتنی بر پرستش بندگان است در هر زمان و مکان و با هر شکل و لباس که ظاهر شود در منطق اسلام، نظام جاهلیت و منفور و مطرود است» (سید قطب، ۱۳۵۹، ص. ۱۱). از منظر قطب روش خداوند و روش جاهلی با یکدیگر تضاد داشته و با یکدیگر روی زمین جمع نمی‌شوند (سید

۱. إن الدین منهج حیاة. منهج حیاة واقعیة، بتشکیلاتها و تنظیماتها، و أوضاعها، و قیمها، و أخلاقها و آدابها. و عباداتها و شعائرها کذلک.

۲. دین نمی‌تواند از دنیا جدا باشد و برنامه الهی نمی‌تواند در مفاهیم ذهنی و دستورات اخلاقی و تشریفات و تظاهرات فردی، منحصر گردد و دست‌آخر صرفاً قسمت نازلی از زندگی بشر یعنی قسمت مقررات فردی را به عهده گیرد (سید قطب، ۱۳۵۹، ص. ۴۰).

۳. مردمی که در سایه نظام اسلامی زندگی می‌کنند و برنامه اسلامی را (که از آن طرز فکر عالی الهام می‌گیرد) بی‌کم‌وکاست به‌کار می‌بندند، مسلماند و دیگران، پیرو هر مکتب... گرفتار جاهلیتند» (سید قطب، ۱۳۵۹، ص. ۱۳).

قطب، ۱۴۱۲ق، ج ۱، ص. ۲۸۴.

پانزده سال پس از آغاز تفسیر سید قطب در مصر، علامه طباطبائی شروع به نوشتن تفسیر میزان در قالب فکری یک مجتهد شیعی نمودند. میزان جزو تفاسیر جامع بوده و توجه بسیاری به المنار و نقد آن ذیل آیات داشته و نوع نگاه المنار به تفسیر قرآن را با دلایل عقلی و قرآنی به باد انتقاد می‌گیرد. علامه طباطبائی در تفسیر میزان مباحث اجتماعی بسیاری را ذیل آیات مطرح می‌کنند. از نظر ایشان قوانین اجتماعی صالح باید قوانینی باشد که سازگار با وجود و فطرت انسان بوده و به سعادت و تکامل بشر کمک کند (طباطبائی، ۱۳۷۴، ج ۱۰، ص. ۵۵۴).

سه مفسر معاصر جهان اسلام یعنی محمد عبده، سید قطب و علامه طباطبائی در تفاسیر خود به صورت ضمنی یا مستقیم حدود و شرایط آزادی اجتماعی را تا حدی مشخص نموده بودند که می‌توان شاکله اندیشه اجتماعی هر کدام از این صاحب نظران را در آن مشاهده نمود.

محمد عبده در تفسیر المنار شریعت را تأمین کننده مصالح و پاسخگوی نیاز انسان می‌داند. ولی معتقد است خداوند در مصالح اجتماعی به انسان آزادی داده تا بر اساس شورای منتخب مردم امور جامعه اداره شود. آزادی‌های مدنی و اجتماعی از منظر عبده بسیار نزدیک به نگاه مدرن بوده و وی هدف امر به معروف و نهی از منکر را جلویی از سلب آزادی عقیده می‌داند. وی در مورد مفهوم فتنه که آن را سلب آزادی عقیده مسلمانان در مقابل کفار دانسته، معتقد است هدف از جهاد نیز مبارزه علیه مخالفان آزادی مذهبی که همان مسلمانان صدر اسلام درگیر آن بوده‌اند، است. به عبارت دیگر، در نگاه او هدف از جهاد دفع تجاوز و رفع فتنه به منظور ممانعت از اعمال فشار و اکراه انسان‌ها و تضمین آزادی ایشان در پذیرش دین بوده است. از منظر عبده مشرکین، کفار و حتی مرتدین نیز حق حیات و آزادی دارند. وی موجودیت پیروان آیین شرک را نیز به رسمیت می‌شناسد.

اما سید قطب نگاهی حداکثری به دین داشته و آن را در تمامی امور مربوط به انسان و جامعه دخیل و تعیین کننده می‌دانسته است. اسلام در نگاه او روش حیات و زندگی با سازمان‌دهی تمام سازمان‌ها و نظامات و ارزش‌هاست. وی به تعارض میان جامعه الهی و جاهلی معتقد بوده و از منظر وی برای تحقق جامعه الهی راهی غیر از برقراری حکومت الله وجود ندارد. آزادی از منظر سید قطب زمانی است که انسان از غیر خدا آزاد گشته و این هدف در حوزه کلان به وسیله جهاد امکان پذیر است. از نظر وی فتنه فقط تهدید و شکنجه مسلمانان نبوده بلکه هر گونه تلاش بر علیه عقیده و



ایمان از جمله وجود جوامع جاهلی و نظام‌های سیاسی اقتصادی و فرهنگی غیرالهی نیز مدنظر جهاد است. امر به معروف و نهی از منکر نیز هم جهت با اهداف جهاد مبتنی بر استقرار حاکمیت الهی و تحکیم آن است. سید قطب طریقه شکل‌گیری حکومت الهی را درخواست و مطالبه خود جامعه اسلامی می‌داند و به اجبار برای تشکیل حکومت اسلامی معتقد نیست. درواقع جامعه به اختیار و آزادی به سمت اسلامی شدن پیش می‌رود و زندگی اسلامی مردم برای برقراری دولت اسلامی راهگشا است. وی راجع به آزادی اجتماعی غیرمسلمانان معتقد است فقط این امر در محدوده قوانین حکومت اسلامی امکان‌پذیر بوده است. سید قطب در محدوده نظام اسلامی به آزادی‌های شهروندی و اجتماعی معتقد بوده است. اما نظام اسلامی مسئولیتی در قبال شهروندان خارج از نظام اسلامی که کفالت حکومت الهی را نپذیرفته‌اند و اهل جزیه نیستند، ندارد.

ازسوی دیگر علامه طباطبائی رویکرد خاصی نسبت به دو مفسر پیشین خود دارد. دلیل اصلی این امر را می‌توان در سابقه علمی و عملی مفسران جستجو نمود. در واقع علامه طباطبائی مجتهدی است که عمر خود را در مسیر علوم دینی صرف نموده و سپس شروع به تفسیر نموده است. درحالی‌که محمد عبده و سید قطب انقلابیانی هستند که به دلیل بهره‌مندی از علوم دینی به تفسیر مبادرت ورزیده‌اند. محمد عبده پشیمان از شیوه رفتار انقلابی و متوجه به تربیت نیروی انقلابی است، اما سید قطب با دیدگاهی رادیکال به دنبال اصلاح انقلابی جامعه، تفسیر خود را ترتیب داده و همچنین بازبینی نموده است. این در حالی است که علامه طباطبائی شخصیت علمی و مجتهدی است که در تفسیر خویش به نظریه‌پردازی اجتماعی با توجه به مبانی علمی و دینی نموده است و به همین دلیل زاویه نگاه این سه مفسر از لحاظ فکری و علمی متفاوت است.

علامه به صورت مبسوط راجع به شرح نظر خود راجع به مقوله آزادی نوشته است. اما در کنار شرح دیدگاه وی می‌توان منظر ایشان راجع به آزادی اجتماعی را از ذیل آیات مربوط به جهاد و امر به معروف و نهی از منکر بیان نمود. علامه نگاه حداکثری نسبت دین اسلام داشته و به عقیده وی دین تمام شئون فردی و اجتماعی انسان را دربرمی‌گیرد. از منظر ایشان آزادی شرط تحقق حیات انسان است. آزادی رهایی از بندگی غیرخدا است. اسلام دینی اجتماعی است و امکان تحقق آن جز در قالب جامعه امکان ندارد. آزادی در چنین جامعه‌ای در راستای اهداف و قوانین آن شکل می‌گیرد، چنان‌که آزادی هیچ‌یک از افراد جامعه در رسیدن به سعادت سایر افراد



خللی وارد نمی‌سازد. البته این مهم تأمین نمی‌گردد مگر آنکه تمامی افراد اجتماع به منظور رعایت حدود آزادی یکدیگر، در عمل به قوانین جامعه کوشا باشند. در واقع آزادی از منظر علامه شمشیر دولبه و دارای حدود و شرایط است. به این مفهوم که آزادی اجتماعی در چارچوب قوانین اجتماعی صورت می‌گیرد. آزادی فرد و گروه نباید آزادی فرد و گروه دیگر را مختل نموده و حقوق آنها را از بین ببرد. از منظر علامه راهبرد اسلام پاک کردن شرک و لوازم غیرالهی از زندگی دنیوی است و توحید و شرک ممکن نیست در کنار یکدیگر قرار گیرند. بر همین اساس مشرکان در جامعه اسلامی جایگاهی نداشته و آزادی مذهب فقط در مورد اهل کتاب با پذیرش جزیه و حاکمیت اسلام میسر است.

فهرست منابع

قرآن کریم.

- آرمین، محسن (۱۳۸۸). *جریان‌های تفسیری معاصر و مسئله آزادی*. تهران: نشر نی.
- برلین، آیزیا (۱۳۸۰). *به نام آزادی*. ترجمه محمدعلی موحد، تهران: خوارزمی.
- بوذری‌نژاد، یحیی (۱۳۹۷). *روش‌شناسی دانش اجتماعی مسلمین رویکردهای هرمنوتیکی به قرآن*. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- بوذری‌نژاد، یحیی (۱۴۰۰). *روش‌شناسی دانش اجتماعی مسلمین رویکردهای فقهی*. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- حسینی، کاظم (۱۳۹۵). *آزادی در اندیشه سیاسی استاد شهید مرتضی مطهری*. فصلنامه سیاست، سال سوم، (۱۱)، ۵-۱۷.
- دکم‌جیان، هرایر (۱۳۹۰). *جنبش‌های اسلامی معاصر در جهان عرب*. ترجمه حمید احمدی، تهران: انتشارات کیهان.
- ذهبی، محمدحسین (۱۳۹۶). *التفسیر و المفسرون*. بی‌جا: دارالکتب الحدیثه.
- رشید رضا (۱۹۸۷). *تفسیر القرآن الکریم الشہیر بتفسیر المنار*. بی‌جا: دارالفکر.
- ساروخانی، محمدباقر (۱۳۷۵). *درآمدی بر دایرةالمعارف علوم اجتماعی*. تهران: کیهان.
- سید قطب (۱۳۵۹). *آینده در قلمرو اسلام*. ترجمه سیدعلی خامنه‌ای، بی‌جا: بی‌نا.
- سید قطب (۱۴۱۲ق). *فی ظلال القرآن*. بیروت: دارالشروق.

صاحب جواهر، محمدحسن (۱۹۸۱). *جواهر الکلام فی شرح شرائع الاسلام*. بیروت: بی‌نا.

طباطبایی، سیدمحمدحسین (۱۳۷۴). *المیزان فی تفسیر القرآن*. ترجمه سید محمدباقر موسوی همدانی، قم: انتشارات جامعه مدرسین حوزه علمیه قم.

فراهانی منش، علیرضا (۱۳۸۸). *آزادی از دیدگاه علامه طباطبائی*. قم: دفتر انتشارات اسلامی (وابسته به جامعه مدرسین حوزه علمیه قم).

لک‌زایی، شریف و کیخا، نجمه (۱۳۹۴). بررسی مفهوم آزادی از منظر قرآن کریم. *فصلنامه سپهر سیاست*، ۲(۴)، ۸۹-۱۰۸.

لک‌زایی، نجف و نصیری، علی اصغر (۱۳۹۳). نسبت امنیت سیاسی و آزادی در اندیشه علامه طباطبائی. *پژوهش‌های دفاعی/امنیتی اسلام*، سال اول، (۱)، ۹-۳۲.

نیلی احمدآبادی، هاجر و کرباسی‌زاده، علی (۱۳۹۱). آزادی اجتماعی از دیدگاه علامه طباطبائی و کانت. *حکمت و فلسفه*، ۸(۳۱)، ۵۵-۸۰.

همایون مصباح، سیدحسین (۱۳۸۸). گستره آزادی‌های فردی و اجتماعی. *پژوهش‌های اجتماعی/اسلامی*، (۷۹ و ۸۰)، ۱۶۵-۲۰۰.

References

- The Holy Quran.
- Armin, Mohsen (2008). Contemporary interpretative currents and the issue of freedom. Tehran, Ney Publishing.
- Berlin, Izia (1380). In the name of freedom, translated by Mohammad Ali Mohad, Tehran, Khaarazmi.
- Bouzarinejad, Yahya (2017). Methodology of Muslim social knowledge and hermeneutic approaches to the Qur'an. Tehran, Tehran University Press.
- Bouzarinejad, Yahya (2021). Methodology of Muslim social knowledge and jurisprudential approaches. Tehran, Tehran University Press.
- Dekmejian, Hrair, contemporary Islamic movements in the Arab world. Translated by Hamid Ahmadi. Tehran: Keihan Publications.
- Dhahabi, Mohammad Hossein (2016). Al-Tafsir and Al-Mafsirun. Dar al-Kitab al-Hadithah.
- Farahani Menesh, Alireza (2009). Freedom from the point of view of Allameh Tabatabai, Qom, Islamic Publications Office (affiliated with Qom Seminary Teachers Society).
- Homayoun Misbah, Seyed Hossein (2008). Scope of Individual and Social Freedoms. Islamic Social Researches, Azar and Di and Bahman and Esfand T No. 79 and 80, 36 pages - from 165 to 200.

- Hosseini, Kazem, Freedom in the political thought of Professor Shahid Morteza Motahari, Politics Quarterly, Fall 2016, Year 3, (11), 5-17.
- Lak Zaei, Sharif, Kikha, Najmeh, study of the concept of freedom from the perspective of the Holy Qur'an. Sepehr Tishat Quarterly, July 2014, 2(4), 89-108.
- Lakzaei, Najaf; Nasiri, Ali Asghar, the relationship between political security and freedom in the thought of the medical scholar Rahme Ella. Islamic Security Defense Research, Spring and Summer 3931, Year 1, (1), 9-23.
- Najafi, Mohammad Hasan bin Baqir (1981). Jawaharlal Kalam in the description of Islamic laws. vol. 21, Beirut.
- Nili Ahmadabadi, Hajar, Karbasizadeh, Ali (1391). Social freedom from the point of view of Allameh Tabatabai and Kant. Hikmat and Philosophy, Mehr, 8(31), 55-80.
- November, December, February and March 2018 - No. 79 and 80, 36 pages - from 165 to 200.
- Rashid Reza (1987). Tafsir al-Qur'an al-Karim al-Shahir in Tafsir al-Manar. Dar al-Fikr.
- Sarokhani, Mohammad Baqer (1996). In Amadi on encyclopedia of social sciences. Tehran, Kayhan.
- Sayyid Qutb (1412AH). In the Shadows of the Qur'an, Beirut, Dar al-Shoroq, 17th edition.
- Sayyid Qutb (1980). The future in the realm of Islam. translated by Seyyed Ali Khamenei, No place.
- Tabatabayi, Mohammadhosein (1995). Al-Mizan in Tafseer al-Qur'an. Translation by Seyyed Mohammad Baqer Mousavi Hamdani, Qom, Qom Seminary Teachers' Society Publications, Fifth Edition.

تحلیل راهبردی PESTEL از زمینه‌های فرهنگی و ارتباطاتی فتنه پاییز ۱۴۰۱ با تأکید بر شکاف در جامعه‌پذیری

ایمان عرفان‌منش

دکتری تخصصی جامعه‌شناسی فرهنگی، عضو هیئت علمی دانشگاه امام صادق علیه‌السلام، تهران، ایران.
i.erfan@isu.ac.ir

چکیده

اعتماد مردم به مسئولان و حکومت و نیز اقناع مردم از سوی مسئولان دارای پشتوانه‌های متعدد اجتماعی و فرهنگی هستند. در این بین، ترمیم شکاف‌های ایجادشده در مراجع و منابع جامعه‌پذیری و نیز احساس مسئولیت همگان در قبال تغییرها در گروه‌های مرجع متعلق به نسل جدید از عوامل مهم محسوب می‌شوند. این عوامل در دنیای اجتماعی جدید پیوسته از رسانه‌های نوین و شبکه‌های اجتماعی تأثیر می‌پذیرند. در چنین شرایطی، تحلیل فتنه‌ها و ناآرامی‌های اجتماعی - سیاسی مستلزم توجه به جنبه‌ها و لایه‌های پیچیده و متکثری است. این مقاله تلاش دارد با استفاده از روش تحلیل راهبردی PESTEL (دارای ابعاد سیاسی - مدیریتی، اقتصادی، اجتماعی - فرهنگی، فناوری، محیطی، حقوقی - قانونی)، زمینه‌های فرهنگی و ارتباطاتی فتنه ۱۴۰۱ را ریشه‌یابی، شناسایی و تفسیر کند. به این منظور، تأکید اصلی بر روابط میان مفاهیم جامعه‌پذیری، گروه‌های مرجع (نقش سلبریتی‌ها) و شبکه‌های اجتماعی قرار داده شده است. یافته‌های پژوهش در ۱۱ محور صورت‌بندی شده‌اند و به نقاط ضعف و کاستی‌های موجود در کنار ضرورت‌ها و قوت‌ها پرداخته شده است. در ارائه راهکارها، به موضوع‌های «جنگ شناختی» و «جهاد تبیین» توجه شده است.

کلیدواژه‌ها: PESTEL، فرهنگ و رسانه، فضای مجازی، جامعه‌پذیری، گروه مرجع، فتنه پاییز ۱۴۰۱.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۷/۱۲ تاریخ بازبینی: ۱۴۰۱/۰۸/۱۵ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۸/۲۷
فصلنامه راهبرد اجتماعی فرهنگی، سال ۱۲، شماره ۱، پیاپی ۴۶، بهار ۱۴۰۲، صص ۳۵-۳۳۶

مقدمه و بیان مسئله

یکی از بنیادی‌ترین مفاهیم در جامعه‌شناسی، جامعه‌پذیری است. در این باره، جیمز پال گی^۱ به گفتمان اولیه و ثانویه اشاره می‌کند که بر طبق آن، گفتمان اولیه به مجموعه ارزش‌ها، عقاید، راه‌های عملی و صحبت اشاره دارد که فرد آنها را در خانواده تجربه می‌کند و گفتمان ثانویه شامل شبکه تجارب اجتماعی است که در عوامل مداخله‌کننده در مدارس، مشاغل، نهاد دین، حاکمیت و رسانه فعال هستند (Gee, 2005). گرایش‌ها و انگاره‌های رفتار متأثر از اطلاعات معین و شیوه‌های ارائه آنها هستند؛ مثلاً گرایش نسبت به دیگر کشورها، گروه‌ها، مختصات رفتاری جنسیت‌ها و رویدادهای سیاسی، همگی تحت تأثیر ارائه آنها توسط رسانه‌ها هستند (مور، ۱۳۸۵، ص. ۱۷). البته هنجارهایی که هر نسل به وجود می‌آورد، ممکن است خلاف هنجارهای نسل قبلی باشد (البرو، ۱۳۹۸، ص. ۱۳۸). شکاف میان جامعه‌پذیری رسمی (مدرسه، دانشگاه و رسانه ملی) با منابع جدیدی همچون شبکه‌های اجتماعی سبب می‌شود تا تغییرها پیچیده‌تر شوند؛ همچنین هنگامی که تفاوت علائق سیاسی خانواده‌ها نسبت به حاکمیت در نظر گرفته شود، در شکاف مذکور برخی خانواده‌ها (به‌عنوان مرجع جامعه‌پذیری اولیه) نیز در مقابل جامعه‌پذیری رسمی قرار می‌گیرند. در این شرایط، جامعه‌پذیری سیاسی نیز به‌نحو متفاوتی شکل می‌گیرد.

توانایی گسترده وسایل ارتباط جمعی و رسانه‌های جدید در گردآوری اطلاعات، پردازش و انتشار آنها در سطوح گوناگون و شرایط مختلف، رسانه‌ها را به منبع قدرت تبدیل می‌کند. این قدرت دربرگیرنده گزینش، چگونگی ارائه اخبار و اطلاعات و تعیین نوع اطلاعاتی که باید پوشش داده شوند، است. اطلاعاتی که در اختیار افراد قرار می‌گیرد، بر تصمیم‌های نهایی آنها تأثیر دارد. رسانه‌ها سازمانی آموزشی هستند که می‌توانند به خلق واقعیت، انگاره‌ها، هنجارها، باورها و ارزش‌ها، کلیشه‌ها، الگوها، افقا و گفتمان‌ها بپردازند (وردی‌نژاد و بهرامی، ۱۳۹۴، صص. ۹۲-۹۴). شبکه‌های اجتماعی می‌توانند دنیایی به‌موازات دنیای بیرونی تعریف کنند که در آن، هنجارها و قواعد رفتار بسیار متفاوت از هنجارها و قواعد رسمی‌ای باشد که از طریق



جامعه‌پذیری رسمی به فرد منتقل می‌شود. این شبکه‌ها کاربران هم‌فکر و هم‌مسلك را به راحتی گرد یکدیگر می‌آورد که عمده‌تاً حول یک سلبریتی سامان و هویت می‌یابند. کسانی که با عقیده مسلط یک گروه هم‌نوایی می‌کنند، محبوب می‌شوند؛ شاید به این دلیل که نمی‌خواهند با متفاوت بودن از دیگران دچار آشفتگی شوند (شارون، ۱۴۰۰، ص. ۱۵۵)؛ بنابراین، این امکان وجود دارد که تدریجاً عمل کردن بر اساس خواست گروه برای عده‌ای از کاربران از وضعیتی آگاهانه به وضعیتی ناخواسته تبدیل می‌شود.

وقایعی همچون ناآرامی‌ها، اعتراض‌ها، آشوب‌ها یا فتنه‌های اجتماعی - سیاسی از منظرهای مختلفی قابل بررسی و تفسیر هستند. با توجه به ماهیت فرهنگی - ارتباطاتی جهان در هزاره سوم در پی گسترش شبکه‌های اجتماعی، تغییرهای نوظهور میان نسل‌های جدیدتر با نسل‌های پیشین از نظر جامعه‌پذیری، گروه‌های مرجع و هویت فرهنگی - سیاسی در جریان است. کنش و واکنش نسبت به رویدادها دیگر لزوماً تابع تصمیم‌ها و هنجارهای رسمی نیست و تأثیرپذیری برخی نوجوانان و جوانان از ارزش‌ها، خرده‌فرهنگ و جهان‌بینی سایبری افزایش یافته است. از این‌رو، بسیاری از موضع‌گیری‌های رفتار بر طبق مجموعه‌ای پیچیده و مرکب از شعائر شبکه‌ای (آداب شبکه‌های مجازی)، الگوهای فرهنگی ناپایدار و تمایل به نمایش و ابراز «خود» با هویت‌های غیررسمی و آزادی‌بخش به همراه احساس رهایی از هنجارهای رسمی عمل می‌کند (صادقی و عرفان‌منش، ۱۳۹۸).

اطلاع‌رسانی به مثابه محوری‌ترین کارکرد و اصلی‌ترین راهبرد رسانه در عرصه عملیاتی و برنامه‌سازی قابلیت اجرا می‌یابد. اطلاع‌رسانی در صحنه عملیاتی با هدف اقناع مخاطب انجام می‌شود. انگاره‌سازی رسانه‌ای با تصویرسازی‌های خاص هنجارها و قواعد فکری جدیدی را برای مخاطبان و کاربران خلق می‌کند (وردی‌نژاد و بهرامی، ۱۳۹۴، صص. ۱۹۳-۱۹۵). شبکه‌های اجتماعی به کاربران حجمی از انگاره‌ها را القا و منتقل می‌سازد؛ مثلاً در طیف انگاره‌سازی‌ها، غرب از انگاره‌های کلامی (مانند حقوق، آزادی و مردم‌سالاری)، نگاره‌های تصویری (مانند بازی‌های ویدئویی که شخصیت منفی آن مسلمانان هستند)، انگاره‌های شکلی (مانند بحث حجاب، حقوق زنان و برابری جنسیتی) و انگاره‌های محتوایی (مانند فقدان آزادی، حقوق بشر و عدالت) استفاده می‌کند (وردی‌نژاد و بهرامی، ۱۳۹۴، صص. ۲۱۱ و ۲۱۲). به تدریج، این انگاره‌ها قابلیت تفکر انتقادی را از فرد سلب می‌کند و پذیرش کلیشه‌ها جای تفکر دقیق را برای توده‌ای از کاربران می‌گیرند. حس همانندگرایی ناشی از اجتماع



کاربران پیرامون برخی اهداف یا اشخاص (در اینجا سلبریتی‌ها) می‌تواند به بروز کنش‌ها و واکنش‌های خودبه‌خودی بر اساس انگاره‌ها و ذهن تربیت‌شده ذیل جامعه‌پذیری رسانه‌ای منتهی شود.

البته تجربه‌ها و هنجارهای رسانه‌ای در هر کشور به‌دلیل شرایط و الزام‌های فرهنگی و بومی، خاستگاه‌ها، آرمان‌ها و اهداف، منابع، نظام حکومتی و نظایر آن متفاوت است (اسماعیلیان و دیگران، ۱۳۹۸، صص. ۱۲۷-۱۲۸). در دهه‌های اخیر، تغییرهای فناورانه در عرصه‌های رسانه‌های جدید نظارت و کنترل فضای رسانه‌ای را برای حکومت‌ها با چالش مواجه کرده است. تشخیص زود هنگام مسائل و کنترل آن در جامعه از قدرت و توان حکومت‌ها خارج شده است (اسماعیلیان و دیگران، ۱۳۹۸، ص. ۲۰۷). غلبه احساس‌ها و هیجان‌ها بر تعقل یکی از رهاوردهای زیست مجازی در شبکه‌های اجتماعی است. از نظر امیل دورکیم، هیجان‌ها که کمتر به نظم در می‌آیند، بی‌هنجاری را گسترده‌تر می‌کنند. همواره، چنین بوده است که طبیعت انسان به‌طور کلی ناخشنود باشد و بدون وقفه به‌سوی هدفی جدید پیش برود؛ همین فشارها که سبب تلاش برای هدف‌های نامحدود شده‌اند، موجب نقض هنجارهای نظم‌دهنده می‌شوند (Cloward, 1959).

جامعه‌پذیری برخط در حال تبدیل شدن به قفسی وبری است که بیشتر لاستیکی است تا آهنی؛ زیرا عمدتاً همبستگی هیجانی را ایجاد می‌کند. اما به‌هر حال، قفسی دلپذیر تلقی می‌شود و مکان ثالثی برای انجام یا اعتقاد داشتن خارج از محل کار یا خانه است (شرودر، ۱۴۰۱، صص. ۱۴۱-۱۴۲). اینترنت مکانی برای کشف هویت جدید بدون سرزنش خانواده به‌ویژه برای زنان و جوانان است (شرودر، ۱۴۰۱، ص. ۱۵۲). حس با هم بودن آنلاین که ناشی از حضور متصل و مشاهده متصل است، به میل به نزدیکی مربوط می‌شود (شرودر، ۱۴۰۱، صص. ۱۵۵ و ۱۵۶). بر مبنای ادبیات دورکیمی، اکنون با نوعی از «همبستگی رسانه‌زده» مواجه هستیم؛ تا جایی که جامعه‌پذیری از طریق شبکه‌های اجتماعی به آیینی روزمره تبدیل شده است (شرودر، ۱۴۰۱، صص. ۱۶۳ و ۱۶۵).

بنابر آنچه گفته شد، فتنه ۱۴۰۱ به‌دلیل آغاز رسانه‌ای (عمدتاً از سوی شبکه‌های اجتماعی و سپس سایر رسانه‌های بیگانه فارسی‌زبان) ماهیت و پشت‌صحنه‌ای فرهنگی - ارتباطاتی دارد که بررسی شرایط و لایه‌های اجتماعی مرتبط با آن حائز اهمیت خواهد بود. یک‌وجه تمایز این فتنه حضور نوجوانان در خیابان‌ها بود و وجه دیگر اینکه کمتر ماهیتی معیشتی (فشارهای اقتصادی) داشت. رهبر انقلاب اسلامی

در اولین بیانات پس از وقوع این فتنه (۱۴۰۱/۷/۱۱) به‌ضرورت توجه نسبت به «جنگ ترکیبی و شناختی» در تحلیل واقعه مذکور اشاره کردند. این مقاله تلاش می‌کند تا تمرکز خود را در تحلیل راهبردی آن رویداد بر مدار مفاهیم جامعه‌پذیری و گروه‌های مرجع قرار دهد. مسئله کاستی‌های کنونی در امر «جهاد تبیین» نیز در تحلیل استفاده خواهد شد.

۱. هدف و پرسش پژوهش

عمده‌ترین هدف این مقاله عبارت است از اینکه زمینه‌های فرهنگی و ارتباطاتی در بروز فتنه ۱۴۰۱ بر اساس تحلیل راهبرد «پستل» منکشف، ریشه‌یابی و تفسیر شوند؛ چراکه پدیده‌های اجتماعی پیچیده و لایه‌لایه هستند و فهم آنها نیازمند تدقیق چندجانبه علمی و به‌دور از جانبداری و قضاوت عامیانه است. پرسش اصلی این است که زمینه‌های فرهنگی و ارتباطاتی در تحلیل فتنه ۱۴۰۱ شامل چه ابعاد سیاسی مدیریتی، اقتصادی، اجتماعی - فرهنگی، فناوری، زیست‌محیطی و حقوقی - قانونی است؟

۲. پیشینه پژوهش

در جست‌وجوی پژوهش‌های اجتماعی درباره فتنه‌های پس از انقلاب اسلامی ایران، به‌ویژه تحولات جدیدتر (عمدتاً پس از فتنه ۸۸)، پژوهشی مستقل که با رویکرد تحلیل راهبردی «پستل» به فهم و تفسیر زمینه‌های فرهنگی و ارتباطاتی پرداخته باشد، پیدا نشد. اما برخی از پژوهش‌های همجوار و نسبتاً مرتبط شامل موارد زیر هستند:

عسگری و حسینی (۱۴۰۰) به تبیین فرایند و معرفی عوامل وقوع ناآرامی‌های اجتماعی در ج.ا.ایران پرداخته‌اند. آنها با روش توصیفی - تحلیلی در بررسی آرای نخبگانی، مراحل اختلال، تکانه، بی‌تعادلی و وقوع جرقه را تشخیص داده‌اند. در مرحله اختلال عواملی همچون بیکاری، بی‌ثباتی اقتصادی، شکاف‌های طبقاتی و پایین بودن سرمایه اجتماعی و در مرحله بی‌تعادلی عواملی مانند نفوذ، کارکرد مخرب فضای مجازی، انحراف افکار و اذهان، فسادهای اقتصادی و سیاسی - اداری و ضعف در فرهنگ امنیتی وجود دارند. خواجه سروی و خجسته (۱۳۹۸) الگوی رقابت رسانه‌ای جبهه انقلاب اسلامی با جبهه غربی در فتنه ۸۸ با محوریت فضای مجازی را بررسی کرده‌اند. بر طبق این پژوهش، الگوی مطلوب تقابلی در مقابل رسانه‌های رقیب بر دو پایه تولید محتوا و برقراری اتصال شبکه‌ای استوار است که با ایجاد

آرایش چندلایه‌ای تلاش می‌کند محتوا و پیام مورد نظر خود را به عملیات و کنش تبدیل کند. پناهی و گودرزی (۱۳۹۲) عوامل و فرایندها نآرامی‌های اجتماعی را تحلیل کرده‌اند. از نظر آنها بیشتر نآرامی‌ها توان بالقوه بالایی برای اعتراض‌های اجتماعی بوده‌اند. اکثر این اعتراض‌ها در ابتدا خواهان رفع مشکلات حادث‌شده به روش مسالمت‌آمیز بوده‌اند؛ اما سپس به درگیری کشیده شده‌اند. آنها ظرفیت اعتراض با ماهیت اقتصادی، سیاسی و فرهنگی را متمایز کرده‌اند که برای هر یک از آنها شرایط مساعد و فشارهای ساختاری وجود داشته است. عوامل کنترل‌کننده در ماحصل نآرامی‌ها تأثیرگذار بوده‌اند.

جمع‌بندی پیشینه: وجه تمایز این پژوهش تأکید بر مسئله شکاف در جامعه‌پذیری و تغییر در گروه‌های مرجع در بستری از عوامل فرهنگی و ارتباطاتی است که خود، محاط در ابعاد گوناگون اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و علمی هستند.

۳. ملاحظه‌های نظری

با توجه به رویکرد فرهنگی و ارتباطاتی این مقاله در بررسی مسئله مورد بحث، به نظر می‌رسد که دست کم مرور و استفاده اقتضایی از بینش برآمده از پنج حیطه مفهومی - نظری زیر سودمند است که در ادامه توضیحات مربوط به هر کدام ارائه و نیز جمع‌بندی خواهند شد:

الف) جامعه‌پذیری و یادگیری اجتماعی رسانه‌ای: جامعه‌پذیری سیاسی و فرهنگ سیاسی

جامعه‌پذیری فرایندی است که در آن نمایندگان گوناگون جامعه (والدین، معلمان، رهبران سیاسی، رهبران دینی و رسانه‌ها) شیوه‌های زندگی در جامعه را به مردم می‌آموزند. استعدادها، سلیقه‌ها، علایق، ارزش‌ها، ویژگی‌های شخصیتی، عقاید و اندیشه‌ها و اخلاق ما خصوصیتی هستند که از طریق جامعه‌پذیری در خانواده، مدرسه، گروه‌های همالان، اجتماع و رسانه‌های پیدا می‌کنیم. جامعه‌پذیری بر انتخاب‌هایی که در زندگی صورت می‌گیرد، مؤثر واقع می‌شود. جامعه‌پذیری اولیه ممکن است مهم‌ترین مرحله جامعه‌پذیری باشد، اما جامعه‌پذیری ثانویه ممکن است مسیرهای نخستین را تقویت کند یا ما را به مسیرهایی جدید رهنمون شود. جامعه‌پذیری کنشگر فردی را شکل می‌دهد و نیز هدایت می‌کند (شارون، ۱۴۰۰، صص. ۵۳-۵۷). ما درون سازمان اجتماعی قرار گرفته‌ایم. تمام زندگی ما در گروه‌ها، سازمان‌های رسمی، اجتماعات و جامعه سپری می‌شود. تقریباً هر کسی زندگی خود

را در جهانی می‌گذارند که دارای قواعد اجتماعی (مثلاً اخلاق، قانون و آداب و رسوم) و الگوهای اجتماعی (مثلاً نظام‌های نهادی‌شده، انواع خانواده‌ها، مدارس و باورهای دینی) است (شارون، ۱۴۰۰، ص. ۶۴).

سیاست‌ها و برنامه‌های آشکار و نیز برنامه‌های درسی پنهان در مدارس (به‌عنوان یکی از مراجع جامعه‌پذیری ثانویه) نشست‌گرفته از مثنی سیاسی است. قرار است که مدارس و دانشگاه‌ها شهروندان آینده مورد نیاز جامعه و دولت را آموزش دهند و تربیت کنند (اینس‌ورث، ۱۳۹۴، صص. ۱۲۲-۱۲۳). به اعتقاد هاپر^۱، هدف اصلی نظام آموزشی، آموزش نقش شهروندی خوب است. از نظر فگرلیند و ساها^۲، آموزش و پرورش به‌عنوان حافظ نظام سیاسی و عامل مؤثر در توسعه سیاسی دارای سه کارکرد اساسی است (Fagerlind & Saha, 1989):

- ۱- عامل اصلی جامعه‌پذیری سیاسی نوجوانان و جوانان در فرهنگ سیاسی ملی؛
 - ۲- عامل مؤثر در انتخاب و تربیت نخبگان سیاسی؛
 - ۳- عامل اصلی در انسجام سیاسی و ساخت آگاهی سیاسی ملی. جامعه‌پذیری سیاسی به‌معنای شیوه انتقال فرهنگ سیاسی جامعه از نسلی به نسل دیگر و فرهنگ سیاسی به‌معنای توزیع الگوهای جهت‌گیری نسبت به موضوعات سیاسی در میان اعضای آن جامعه است (شارع‌پور، ۱۳۸۷، ص. ۳۰۳).
- جامعه‌پذیری سیاسی که از طریق مراجع ثانوی (مدارس و رسانه‌ها) به فرد منتقل می‌شود به شکل‌گیری بلوغ سیاسی آنان کمک می‌کند (Dawson & Prewitt, 1977).
- لوسین پای^۳ به سه مرحله از جامعه‌پذیری اشاره می‌کند (Pye, 1962):
- ۱- «جامعه‌پذیری پایه» در سطح آشکار شامل یادگیری نگرش‌ها و ارزش‌ها، مهارت‌ها و الگوهای رفتاری است و در سطح پنهان شامل تمام تجربه‌هایی می‌شود که به‌طور ناخودآگاه ماهیت فرد را شکل می‌دهد و پویایی شخصیت را تعیین می‌کند. در این جا «هویت فرهنگی» شکل می‌گیرد.
 - ۲- «جامعه‌پذیری سیاسی» نحوه فهم حوادث سیاسی و نحوه قضاوت در مورد آنها را به فرد منتقل می‌کند. در اینجا «هویت سیاسی» شکل می‌گیرد.
 - ۳- «فرایند گمارش سیاسی» فرد را به یک شهروند مشارکت‌کننده فعال تبدیل می‌کند. در این جا «هویت نهادینه‌شده» شکل می‌گیرد و تثبیت می‌شود.

1. Hopper

2. Fagerlind & Saha

3. L. Pye

تأثیر رسانه‌ها در زندگی روزانه شهروندان محدود به تقویت یا تغییر نگرش‌ها و رفتارها نیست، بلکه می‌توند منجر به کسب ارزش‌ها، نگرش‌ها و الگوهای رفتاری شود که از آن به آثار اجتماعی رسانه‌ها تعبیر می‌کنند (مهدی‌زاده، ۱۳۹۳، ص. ۵۹). آلبرت باندورا^۱ به نظریه یادگیری اجتماعی اشاره کرده است. بر طبق این نظریه، فرد از طریق رسانه‌ها رفتارهای مناسب را فرا می‌گیرد؛ یعنی می‌فهمد کدام دسته از رفتارها پاداش می‌گیرند و کدام یک کیفر می‌بینند. کاربران می‌کوشند در زندگی واقعی پاداش بگیرند و از این‌رو، به تقلید و الگوبرداری از نمونه‌های رسانه‌ای گرایش پیدا می‌کنند. چهار فرایند اصلی یادگیری اجتماعی در الگوی باندورا عبارت هستند از: توجه، حفظ و یادآوری، تولید و انگیزش. براین‌اساس، آنچه را از رسانه‌ها آموختیم، به ذخایر شناخت پیشین اضافه می‌کنیم تا در موقع لزوم از آن استفاده کنیم (Bandura, 2002).

نظریه یادگیری اجتماعی در مورد اثر جامعه‌پذیری رسانه‌ها به اقتباس الگوهای متعدد کنش توسط کاربران مربوط می‌شود و فرایندی است که توسعه احساس پیوستگی فرد با جهان بزرگ‌تر اجتماعی از طریق یادگیری و درونی‌سازی ارزش‌ها، باورها و هنجارهای فرهنگی اجتماعی صورت می‌پذیرد. رسانه‌ها اغلب به‌عنوان پلی بین زندگی شخصی و جهان اجتماعی عمل می‌کنند. رسانه‌ها به‌طور متناوب تصاویر و الگوهای رفتاری درباره زندگی را به مخاطبان عرضه می‌کنند؛ این الگوبرداری هم به‌طور فردی و هم جمعی در جریان است (دلفور و دنیس، ۱۳۸۳، ص. ۶۳۸). رسانه‌ها با انتقال و انتشار ارزش‌ها و هنجارهای جدید، ارزش‌های جاافتاده پیشین و مورد نظر والدین و معلمان را به چالش می‌کشند. دنیس مک‌کوایل^۲ کارکرد جامعه‌پذیری رسانه‌ها را دارای دو جنبه می‌داند: از یک‌سو، رسانه‌ها سایر عوامل جامعه‌پذیری را حفظ و تقویت می‌کنند و از سوی دیگر، تهدیدی بالقوه برای مجموعه ارزش‌های مورد نظر والدین، مربیان و دیگر عوامل کنترل اجتماعی هستند (McQuail, 2006, p. 494). رسانه‌های جدید به‌عنوان رقیب منابع شناختی، عقیدتی و ارزشی برای سایر عوامل جامعه‌پذیری محسوب می‌شوند و ممکن است در بی‌اعتبار کردن نمادها و ارزش‌های ملی و فرهنگی و رواج ضد ارزش نقش داشته باشند.



ب) رویکرد اکولوژی رسانه و فضای مجازی

ما با مفهوم اکولوژی رسانه مواجه هستیم: رسانه سازمانی سیاسی است، زیرا تعامل‌های آن با حاکمیت آن را به‌منزله یک بازیگر پذیرفته است؛ رسانه سازمانی فرهنگی است، زیرا بیشتر اطلاع‌رسانی و آموزش در جامعه در سطح افکار عمومی توسط رسانه‌ها انجام می‌شود؛ رسانه نهادی اجتماعی است که علاوه بر ایفای نقش ارتباطی میان سازمان‌های گوناگون در جامعه، تعامل‌های احزاب، افکار عمومی و فعالیت‌های همگانی، مهمترین نقش را در جامعه‌پذیری افراد دارد. رسانه سازمانی اقتصادی است که با تولید، توزیع محصول و خدمات در مسیر کسب‌وکار درآمد و اشتغال‌زایی دارد. همچنین، در عرصه رسانه ما با دو محیط متفاوت روبه‌رو هستیم؛ یکی محیط بیرونی که رسانه در آن قرار دارد و دیگری خود رسانه به‌مثابه محیطی که سازنده تغییرات و تحولات اساسی و تأثیرگذار بر سایر محیط‌هاست. از نظر نیل پستمن^۱، اکولوژی رسانه به‌معنای مطالعه رسانه به‌مثابه محیط است که دربرگیرنده ساختار، محتوا و تأثیر آن بر مردم است. محیط یک نظام پیچیده است که به انسان راه‌های چگونه اندیشیدن، احساس کردن و رفتار کردن را می‌آموزد و تحمیل می‌کند (وردی‌نژاد و بهرامی، ۱۳۹۴، صص. ۱۲۱ و ۱۲۲).

یکی از ویژگی‌های متمایز جامعه‌پذیری رسانه‌های اجتماعی، چندوجهی بودن آن است؛ یعنی دارای صدا، متن، تصویر، آهنگ و حرکت است. در این حالت، اهداف مختلف جامعه‌پذیری مانند سرگرمی، کسب‌وکار، افراد مشهور و غیره به هم متصل می‌شوند و نوعی جامعه‌پذیری متراکم‌تر و چندبُعدی‌تر شکل می‌گیرد (شرودر، ۱۴۰۱، صص. ۱۴۳-۱۴۵). جامعه‌پذیری از طریق تلفن همراه، به‌دلیل بصری بودن، جامعه‌پذیری ساده‌تر و نیاز به سواد کمتری است (شرودر، ۱۴۰۱، ص. ۱۵۳).

ج) گروه مرجع، خودی و غیر خودی: بستری گفتمانی

رفتار ما توسط شرایطی که ما در آن قرار می‌گیریم و توسط نقش‌هایی که به عهده ما گذاشته می‌شوند، شکل داده می‌شود (ببی، ۱۳۹۳، ص. ۳۳). بینش جامعه‌شناسی نشان می‌دهد که چگونه ساختارها و فرایندهای اجتماعی رفتارها، ویژگی‌ها و شرایط افراد را تحت تأثیر قرار می‌دهند. رسانه‌ها می‌توانند در تعیین بخشی به هویت ما و ذهن ما نقشی جدی داشته باشند.

عضویت در گروه‌ها یکی از منابع مهم هویت اجتماعی است. کسانی که به گروهی

خاص می‌پیوندند، تمایل دارند رفتار خودشان را با پیش‌ذهنیت‌های مربوط به آن گروه تطبیق دهند. جامعه‌شناسان اصطلاح گروه مرجع را برای توصیف گروه‌هایی به کار می‌برند که ما برای ارزیابی شرایط خاص خود به آنها رجوع می‌کنیم. گروه‌های مرجع هدف و راهنمای رفتار می‌شوند. آنها می‌توانند چگونگی احساس ما درباره زندگی‌مان را نیز شکل دهند. همچنین، گروه خودی^۱ گروهی است که با اعضای آن احساس همبستگی می‌کنیم و در مقابل، این احساس تعلق نسبت به گروه‌های غیرخودی^۲ وجود ندارد. گروه‌ها می‌توانند فهم ما را از اینکه چه چیزی واقعیت دارد یا ندارد، تحت تأثیر قرار دهند (بی، ۱۳۹۳، صص. ۵۸-۶۵).

از نظر مرتون، تفاوت در گروه‌های مرجع سبب می‌شود که همنوایی با هنجارهای برون گروه و ناهمنوایی با هنجارهای درون گروه اتفاق بیفتند؛ به عبارت دیگر، به‌ظاهر فرد در یک گروه عضو است، اما از قواعد آن تبعیت نمی‌کند و تلاش خود را برای نزدیک شدن به ارزش‌های گروهی دیگر صرف می‌کند؛ فارغ از اینکه عضو آن گروه شود (راه‌یابی انجام شود) یا آرزوی ملحق شدن به آن را داشته باشد. چنین آمادگی‌ای را «جامعه‌پذیری پیشگیرانه» می‌نامند. همزمان، گروه خودی اجتماعی شدن پیشگیرانه برای گروه دیگر را نوعی عهدشکنی می‌داند. گسیختگی از روابط اجتماعی با گروه خودی الزام به رعایت هنجارهای گروهی را کاهش می‌دهد و انگیزه پیوستن به دیگران را مهیاتر می‌سازد (Merton & Lazarsfeld, 1950).

اجتماع‌های شبکه‌های مجازی می‌توانند در بازتعریف خودی و غیرخودی نقش ایفا کنند؛ به گونه‌ای که با قرائت رسمی از این دو مقوله تفاوت وجود داشته باشد. گروه‌ها در شبکه‌های مجازی این قابلیت را دارند که به‌نحوی گفتمانی، خودی را تقدیس و تکریم و در مقابل، غیرخودی را مطرود و منکوب کنند. این شرایط برای نسل جدید شدیدتر است؛ زیرا اساساً نوجوانان و جوانان تمایل به گروه‌گرایی و همانندجویی دارند و در صورت کسب نکردن امتیاز و عدم جلب توجه از سوی همالان خود، مهجور و منزوی خواهند شد. از این‌رو، اینان گرایش بیشتری نسبت به اخذ تأیید گروه و هم‌رنگی با ارزش‌ها و عقاید آن پیدا خواهند کرد.

د) سلبریتی‌ها به‌منزله گروه مرجع: جامعه‌پذیری در شبکه‌های اجتماعی

افراد مشهور^۳ و نفوذداران^۴ عمدتاً فرهنگی ذهنی و عینی مبتنی بر لذت‌های مادی و

1. In-group
2. Out-group
3. Celebrity
4. Influencer



ترغیب به تغییر، هیجان و مصرف را ترویج می‌کنند که شامل استقرار تدریجی برخی باورها، هنجارها و رفتارها در میان مخاطبان و دنبال‌کنندگان آنها (به‌ویژه نسل جدید) است. تبدیل شدن این گروه به گروه مرجع عمده‌تأثیر از پدیده حامیان و هواداران آنان است. محتوای جامعه‌پذیری ناشی از ترویج سلبیتی‌ها معمولاً قائم بر فرهنگ مردم‌محور و عامیانه است و از این‌رو، به بسط این فرهنگ میان مخاطبان‌شان به‌هنگام رویارویی با اکثر مسائل روزمره دامن می‌زند. یکی از زمینه‌های پذیرش سلبیتی‌ها به‌عنوان گروه مرجع خرق عادت، ترویج هنجارهای نو و غیرمتعارف (یا حتی هنجارشکنی، چارچوب‌گریزی و سنت‌شکنی) و حس آزادبخشی است که برای نسل جدید جذابیت و قدرت جسارت به همراه دارد و گروه همالان را پیرامون آنها گرد می‌آورد. در نتیجه، وضع غیر مرسوم مطلوب‌انگاری می‌شود.

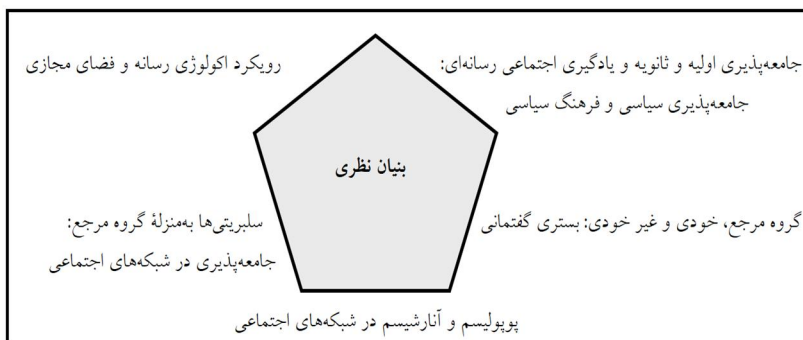
زمانی که سلبیتی‌ها برای مخاطبان خود به گروه مرجع تبدیل شوند، آنها همزمان نقش رهبر فکری در عرصه‌های مختلف را ایفا می‌کنند. مثلاً این قدرت را پیدا می‌کنند که تحلیل شخصی خود را از رویدادی اجتماعی یا سیاسی به هواداران خود منتقل کنند. محتواهای به‌ظاهر جذاب و نیز جاذب مخاطب همچون حقوق زنان، آزادی، محیط زیست، حقوق حیوانات، صلح، سفر، موسیقی، مسائل جنسی و غیره عمده فرهنگی است که از سوی سلبیتی‌ها به مخاطبان و کاربران عرضه می‌شود. سلبیتی‌ها نیازی به گرفتن تأییدیه صلاحیت کارشناسی و تخصصی ندارد (دست‌کم در جامعه‌ای مثل ایران) و اساساً کمتر کسی به دنبال احراز صلاحیت و مشروعیت اینان است. به تدریج سلبیتی‌ها محافل همفکران مجازی خود را راه‌اندازی می‌کنند. یکی از تفاوت‌های این گروه با سایر گروه‌های مرجع، دسترس‌پذیری بدون تکلف و نیز ابتدای آن بر عقاید شخصی، غیررسمی و بعضاً زودگذر است. از جمله کارکردهای اجتماعی - روانی سلبیتی‌ها، کمک به هویت‌یابی و همانندسازی مخاطبانی است که به‌راحتی می‌توانند یکدیگر را پیدا و اجتماع (مجازی یا غیرمجازی) کنند. مطالبه‌گری نرم یکی دیگر از پیامدهای شکل‌گیری سلبیتی‌ها و طرفدارانشان خواهد بود.

ه) پوپولیسم و آنارشیسم در شبکه‌های اجتماعی

عده‌ای از متفکران رسانه‌های نوین، فضای مجازی را بستری برای آنارشیسم می‌دانند؛ به این معنا که اجتماعات خودتدبیر و مشارکتی با سازوکار توزیع قدرت

ایده جامعه مسطح^۱ بدون حاکم را پی می‌گیرند. گروه‌های حاشیه‌ای و جنبش‌های ضدحکومتی به‌راحتی امکان فعالیت پیدا می‌کنند و نوعی حس آزادبخشی، گشودگی، برابری، رهایی و آزادی بیان بدون نظارت رسمی امکان بروز می‌یابد. از تبعات آن، فراهم شدن شرایط برای خشونت‌پراکنی و تروریسم خواهد بود. همچنین، شبکه‌های اجتماعی رؤیای همیشگی متفکران اجتماعی - سیاسی برای ایجاد حاکمیت مردم بر مردم را تسهیل می‌کنند که در آن، تحقق خواست مردم هموار می‌شود. یعنی نوعی پوپولیسم با مشی سوسیالیستی ایجاد می‌شود که به‌دنبال نقش‌آفرینی مردم از طریق اعطای تربیون‌های فعال (در شبکه‌های اجتماعی) برای همگان است. در این وضعیت، «حرآف‌های حرفه‌ای» (مانند برخی بلاگرها) شکل می‌گیرند. همچنین، اگزستانسیالیسم شبکه‌ای شده سبب توجه به روزمرگی زندگی بدون محتوایی متقن شده است. شبکه‌های اجتماعی در بستری نئولیبرال مبتنی بر آزادی و لذت‌گرایی نضج و بسط یافته‌اند. به‌طور کلی، نوعی منطق نئوپراگماتیستی بر زیست مجازی کاربران حاکم است. مصرف شبکه‌های اجتماعی مساوی با تحقق نفس به‌طور خلاقانه تلقی می‌شود.

جمع‌بندی نظری: تغییرها در الگوی جامعه‌پذیری و گروه‌های مرجع و همچنین، مسئله شکاف میان منابع و مراجع جامعه‌پذیری برآمده از سیالیت جامعه و پدیده‌های اجتماعی است که سبب می‌شود تفاوت‌ها بین نسل‌های گوناگون مشاهده‌پذیر شوند. در این میان، رسانه‌های نوین و شبکه‌های اجتماعی هم عامل تغییرات و هم فراهم‌کننده زمینه برای تسریع تغییرها هستند؛ بنابراین، تأکید بر زمینه‌های فرهنگی و ارتباطاتی در فهم وقایعی همچون ناآرامی‌های اجتماعی مستلزم توجه به منظومه‌ای از ابعاد است که درنهایت تغییرها را رقم می‌زند. تحلیل راهبردی کمک می‌کند تا پیچیدگی فتنه‌ای همچون ۱۴۰۱ که ترکیبی از لایه‌های واقعی و واهی (مجعول و ساختگی) است، آشکار شود؛ ترکیبی که متشکل از عملیات روانی و رسانه‌ای (جنگ شناختی)، ضعف‌ها و کاستی‌های قبلی و داخلی، شکاف در جامعه‌پذیری و تغییر گروه‌های مرجع برای نسل جدید، دشمنی‌های درونی و بیرونی و غیره است.



۴. روش پژوهش

این مقاله متأثر از پارادایم تفسیری (فهم‌کنش فرهنگی - ارتباطی) و از روش کیفی استفاده کرده است. برای تحلیل از الگوی تحلیلی و راهبردی PESTEL^۱ استفاده شده است. الگوی تحلیلی «پستل» سیاست‌ها و راهبردهای پیرامون امور را مبتنی بر عرصه‌های سیاسی (- مدیریتی)، اقتصادی، اجتماعی (- فرهنگی)، فناوری (- علمی)، زیست محیطی و حقوقی (- قانونی) تحلیل می‌کند. این الگو نگرشی چندبعدی و جامع‌نگر دارد و شامل جمع‌آوری و توصیف اطلاعات درباره عوامل بیرونی است که بر یک موضوع اثرگذار هستند. برای نخستین بار، فرانسیس اگویلار^۲ از دانشگاه هاروارد ابزار تحلیل را به کار برد. این الگو از نظر دادن آگاهی از تهدیدات محیطی و شناخت فرصت‌های پیش‌رو، نشان دادن تغییر و انعطاف‌پذیری در برابر آن، پرهیز از ورود به طرح‌هایی با احتمال خطر بالا و دستیابی به دیدگاه‌های جدید می‌تواند سودمند باشد. در میان اجزای الگوی تحلیلی «پستل»، عوامل اجتماعی - فرهنگی شامل باورها و نگرش‌های مشترک جمعیت است (Strategic Management Insight, 2013؛ Professional Academy, 2014).

تفکر راهبردی در حوزه چگونگی راه رسیدن به بایدها تبیین می‌شود و قرار می‌گیرد. پژوهشگر باید تصمیم‌هایی بگیرد که بر پایه آنها بتوان بایدها و نبایدها را پاس داشت و اهداف را محقق ساخت. این تفکر چارچوبی را فراهم می‌آورد که ایجاد تغییرها در آن چارچوب فهم و فراهم می‌شود (Hendry & et al., 1993, p. 6). «پستل» یکی از روش‌های مشترک میان علوم بازاریابی، مدیریت و علوم اجتماعی

1. Political, economic, socio-cultural, technological, environmental, legal
2. F. Aguilar

است. در اجرای «پستل» برای علوم اجتماعی، هسته مرکزی شامل ابزارهایی برای مشاهده‌پذیر کردن واقعیت اجتماعی از طریق بررسی در اسناد مجازی، محتواهای رسانه‌ای، واکنش‌های کاربران و متخصصان، واکاوی روایت‌ها و نظایر آن است. تقلیل داده‌ها بر اساس حرکت از جزء به کل است. تحلیل «پستل» در علوم اجتماعی نیازمند رویکردی تفسیری‌محور است. یافتن زمینه‌های متنوع و متضلعی که یک رویداد در دنیای اجتماعی درون آن شرایط رخ داده است، اهمیت دارد؛ همچنین، ضروری است دو فرایند متفاوت را از یکدیگر تفکیک کنیم:

- الف) چگونگی شناخت یا تبدیل شدن یک پدیده به مسئله اجتماعی؛
ب) چگونگی طرح و صورت‌بندی این مسئله.

۵. یافته‌های پژوهش

این مقاله پس از پیاده‌سازی تحلیل راهبردی «پستل» در پاسخ به سؤال اصلی مقاله (یعنی این پرسش که زمینه‌های فرهنگی و ارتباطاتی در تحلیل فتنه ۱۴۰۱ شامل چه ابعاد سیاسی - مدیریتی، اقتصادی، اجتماعی - فرهنگی، فناوری، زیست‌محیطی و حقوقی - قانونی است؟) ابعاد زیر را شناسایی و به‌طور تفسیری تحلیل کرده است:

۵-۱. مسئله قطبی‌شدن مردم و القای شکاف میان هویت ایرانی و هویت اسلامی

یکی از مهم‌ترین اقدامات برای براندازی اجتماعی نرم (یا حتی سخت) تحریک و هجمه برخی مردم بر بعضی دیگر است. از ابتدای شکل‌گیری فرایند انقلاب اسلامی ایران و پس از تأسیس ج.ا.ایران، عده‌ای از مردم و نیز برخی خواص در همراهی با این نظام تردید و مخالفت داشتند. پس از برگزاری همه‌پرسی در ۱۳۵۸ و رأی چشمگیر به ج.ا.ایران، مسیر استمرار سیاسی و اجتماعی نظام مشخص شد. در برهه‌هایی از زمان (مانند فتنه‌های منافقین در اوایل انقلاب، ترورها، فتنه ۷۸، فتنه ۸۸ و فتنه‌های نیمه دوم دهه ۹۰) تلاش‌هایی برای ایجاد دو دستگی میان مردم انجام شد. به‌موازات این اقدام‌ها، تلاش‌هایی برای ایجاد جناح‌های سیاسی رادیکال (عمدتاً اصلاح‌طلبان تندرو) پیگیری می‌شد. تأکیدات رهبر انقلاب اسلامی در سال‌های پس از انقلاب اسلامی بر اصل وحدت یکی از مهم‌ترین کلیدواژه‌ها و راهبردهای نظام بوده است. بالتبع، دشمنان برای برهم‌زدن این راهبرد برنامه‌هایی داشتند. یکی از برنامه‌ها ایده تجزیه کشور به‌دلیل وجود هویت‌های قومی در ایران بوده است. به‌طور مشخص، پس از فتنه ۸۸،



تفاوت‌ها میان عقاید سیاسی مردم به‌طور واضح‌تری نمایان شد. قاطبه مردم خود را طرفدار نظام و ولایت فقیه و شماری از مردم نیز علناً خود را مخالف معرفی می‌کردند. البته همواره بخشی از مردم بوده‌اند که در منطقه خاکستری قرار داشتند و بنا به شرایط سیاسی - اجتماعی جهت‌گیری می‌کردند.

ایجاد دو یا چنددستگی میان مردم زمانی برجسته‌تر می‌شود که نسل جدیدتر (نوجوانان و جوانان) در فضایی اجتماعی قرار می‌گیرند که شاهد تنوع و اختلاف بیشتر میان سبک زندگی و شیوه‌های تربیتی هستند. به‌عنوان مثال، اگر دانش‌آموزان دهه ۷۰ در محیط مدرسه خود و خانواده خود را متعلق به طرفداران راست یا چپ یا اصول‌گرا و اصلاح‌طلب می‌دانستند، در دهه ۹۰ می‌توانستند آشکارا خود و خانواده خود را معتقد به نظام یا بی‌اعتقاد به آن معرفی کنند. صرف‌نظر از وجود ناراضیان در هر مقطع زمانی، قبلاً مردم در ابراز مواضع سیاسی محتاطانه‌تر عمل می‌کردند، اما هرچه به دوره کنونی نزدیک‌تر می‌شویم، صراحت و بی‌پروایی در بیان مواضع پُررنگ‌تر شده است. آیا فرزندان ایران آنهایی هستند که در اجتماعات به خواندن سرود «سلام فرمانده» اقدام می‌کنند یا آنهایی که در تجمعات خود در بوستان‌ها و مراکز خرید با پوشش متفاوت در کنار یکدیگر معاشرت‌های نزدیک (و بعضاً غیرمتعارف) دارند؟ به‌هرحال، عده‌ای خود را با هویت ایرانی و اکثریت خود را با هویت ایرانی اسلامی معرفی می‌کنند؛ البته تلاش‌ها برای ناسازگار نشان دادن هویت اسلامی با هویت ایرانی و ارائه این تفسیر که عامل اصلی مشکلات در جامعه از ناحیه هویت اسلامی است، یکی از چالش‌های تشدید شده از سوی دسته اول بوده است. تأکید بر دوباره‌انگاری هویت ایرانی و هویت اسلامی نموده‌ایی در بعضی آیین‌ها و جشن‌ها (همچون روز کوروش) نیز داشته است. در فتنه ۱۴۰۱، همین شکاف برجسته شد و مخالفان، مردم را به حمایت از هویت ایرانی فراخواندند. قبلاً القائاتی علیه باورها و ارزش‌های اسلامی (همچون نفرت‌پراکنی نسبت به قشر روحانیت) انجام شده بود که زمینه فکری مخالفان را هموار کرده بود. در فتنه مزبور، آموزه‌های جامعه‌پذیری جنسیتی (باورها نسبت به زن، زنانگی، حجاب) مورد حمله واقع شد.

۵-۲. شکاف و واگرایی در منابع اجتماعی شدن و جامعه‌پذیری سیاسی

بر طبق نظریات جامعه‌شناسی کارکردگرا و یکی از اصول جامعه‌شناسی، علی‌الاصول هنگامی می‌توان فرد را به‌طور کامل‌تر و موفق‌تر جامعه‌پذیر کرد که مراجع و منابع جامعه‌پذیری همگراتر و متحدتر عمل کنند. اگر سه ضلع خانواده، مدرسه (و



دانشگاه) و رسانه را به‌عنوان مهم‌ترین منابع جامعه‌پذیری تلقی کنیم، آنگاه این منابع در طول سال‌های پس از انقلاب وضعیتی متفاوت را داشته‌اند؛ به‌عنوان مثال در دهه ۶۰، میان این منابع همگرایی قابل ملاحظه‌ای وجود داشت و حتی جامعه‌پذیری اولیه و ثانویه تا حد قابل ملاحظه‌ای هم‌افزا بودند. به‌تدریج با عیان‌تر شدن مواضع سیاسی در میان برخی از خانواده‌های ایرانی، فاصله‌ای میان جامعه‌پذیری اولیه و ثانویه روی داد. ممکن بود خانواده‌ای خود را مخالف با نظام بدانند. دانش‌آموزان متعلق به این خانواده‌ها، با نوعی واگرایی در هویت سیاسی میان فضای خانواده و فضای حاکم بر نظام آموزشی رسمی مواجه بودند. پس از ورود ماهواره در میان برخی از خانواده‌های ایرانی، آشکارا یکی از منابع و مراجع جامعه‌پذیری یعنی رسانه مسیر متفاوتی را برای تربیت نسل‌هایی از مردم به‌وجود آورد. قرار بود که خانواده‌های معتقد به نظام، فرزندان خود را به مدارس بفرستند و از رسانه ملی استفاده کنند، اما شماری از نوجوانان و جوانان اساساً از ابتدای تولد چشم، گوش و ادراک خود را با محتوای ماهواره‌ای جامعه‌پذیر و تثبیت کردند. این مسئله نشان می‌دهد که شکاف و تفاوت میان تربیت خانواده‌ها چندوجهی است. قاعدتاً شبکه‌های بیگانه فارسی‌زبان القائاتی دارند که شاکله ذهنی و رفتاری فرد را متناسب با جهت‌گیری‌های مشخصی (به‌لحاظ سیاسی، اجتماعی و فرهنگی) آموخته و تربیت می‌کند. ایجاد سبک‌های زندگی متکثر و جهان‌بینی‌های رقیب برای گفتمان انقلاب اسلامی یکی از نتایج آن شبکه‌ها بوده است. مثلاً ممکن است خانواده‌ای اشتیاق داشته باشد که حیوان خانگی (مانند سگ) به درون خانه وارد کند، با این تلقی که کاری معمول و مرسوم انجام می‌دهد؛ حال اگر در آموزش‌های مدرسه به او از مفهوم نجاست گفته می‌شود، تربیت خانواده و رسانه‌های بیگانه بر آموزش مدرسه غلبه می‌کند. البته عامه مردم گرایش به عادی‌نگاری و سهل‌انگاری در قبال بسیاری از آداب‌ها و هنجارها دارند. در فتنه ۱۴۰۱، رگه‌هایی از شکاف ناشی از دو گونه جامعه‌پذیری متفاوت نمایان شد.

۵-۳. کاستی‌ها در سیاست‌گذاری برای مخاطبان حداکثری در رسانه ملی

پرسش آغازین این است که منظور از رسانه ملی چیست؟ رسانه ملی رسانه رسمی ج.ا.ایران است و بالطبع، همانند همه رسانه‌های دولتی و رسمی در سایر کشورها، حامی و پایبند به موازین، اصول، ارزش‌ها و حاکمیت نظام سیاسی مستقر است. پرسش دوم این است که آیا رسانه ملی صرفاً متعهد به پوشش محتوایی برای مردم



معتقد به ج.ا.ایران است یا باید تلاش کند که افق خود را مخاطب حداکثری (داخلی و حتی برون مرزی) قرار دهد؟ تصمیم دیر هنگام نسبت به راه اندازی شبکه‌های «پویا» و «امید» تا حدودی نشان‌دهنده ضعف در آینده‌نگری در سیاست‌های رسانه‌ای برای همراه کردن نسل جدید با رسانه ملی بوده است. در سیاست‌گذاری رسانه‌ای باید پوشش و اقتناع حداکثری افکار عمومی مطمح‌نظر باشد. برخی از مردم ممکن است صداقت، حقانیت و ارزشی بودن رسانه ملی را از عواملی بدانند که سبب اعتماد و پذیرش برنامه‌ها و اخبار این رسانه می‌شود. عده‌ای نیز هستند که با برچسب سانسور و دروغ‌گویی رسانه رسمی را متهم و مخدوش معرفی می‌کنند. در مجموع، رسانه ملی باید اعتدال را در عین پایبندی به موازین ج.ا.ایران حفظ کند، زیرا شماری از مردم (عمدتاً از طیف خاکستری) در مواقعی مخاطبان رسانه ملی هستند؛ پس پوشش برنامه‌های صداوسیما باید به گونه‌ای باشد که اینان نیز بتوانند از محتوا و تنوع برنامه‌ها استفاده کنند؛ مثلاً یک چالش این است که در ایام و مناسبت‌های عزاداری و سوگواری (خصوصاً آنهایی که چند روز به طول می‌انجامد) هنر رسانه‌ای صداوسیما چگونه باید باشد تا هم به حفظ حرمت ایام بپردازد و هم سبب دل‌زدگی و یک‌نواختی برنامه‌ها نشود؟ در این باره، عملکرد صداوسیما عمدتاً به سمت افراط گرایش داشته است؛ غافل از این که باید به مدیریت ریزش یا جذب مخاطب توجهی جدی مبذول شود. در شرایط فتنه (مانند ۱۴۰۱)، رسانه ملی می‌تواند نقش مهمی در مدیریت اوضاع و ایجاد آرامش ایفا کند؛ حال اگر این رسانه مخاطبان خود را قبلاً از دست داده باشد، کارکرد مذکور دچار نقص می‌شود و برخی مردم اخبار و اطلاعات را از رسانه‌های جایگزین اخذ خواهند کرد.

۴-۵. مرجعیت‌یابی شبکه‌های اجتماعی و برآمدن سلبریتی‌ها به عنوان گروه مرجع

هر چه از گذشته به زمان اکنون نزدیک می‌شویم، تنوع و تکثر کیفی و کمی در گروه‌های مرجع افزایش داشته است. امروزه، گروه‌های مرجع برای نوجوانان و جوانان همگرا و یک‌دست نیستند و همزمان می‌توان گروه‌هایی متضاد یا متناقض را نیز شناسایی کرد. ورود و اقبال فزاینده مردم به شبکه‌های اجتماعی از سال‌های ابتدایی دهه ۹۰، گویای این واقعیت بوده که مصرف رسانه‌ای مردم شکل و کیفیت متفاوتی به خود گرفته است. وابستگی مردم به شبکه‌های اجتماعی بنا به دلایلی از جمله تنوع کارکردی (آموزشی، سرگرمی، کسب‌وکار و غیره) سبب شده است که در برخی موارد



جایگزینی برای بسیاری از برنامه‌هایی باشند که سابقاً از سوی رسانه ملی ارائه می‌شدند. این شبکه‌ها دروازه‌ای از تنوع و گوناگونی را برای ارضای سلیقه‌ها و ذائقه‌های مختلف فرهنگی، اجتماعی و سیاسی میان مردم گشود. حتی به تدریج، دوگانه رسانه رسمی - شبکه‌های اجتماعی مطرح شد. قبلاً، رهبران فکری و رفتاری مردم از طریق رسانه ملی به مردم معرفی می‌شدند و افرادی که واجد صلاحیت‌هایی معین و مشروع بودند، در معرض دید مردم قرار می‌گرفتند. پس از همه‌گیری شبکه‌های اجتماعی، گروه‌های مرجع نه تنها متنوع شدند، بلکه دیگر نیازمند به کسب برخی صلاحیت‌های پیشین نبودند و چه بسا هر کاربری که می‌توانست توجه و محبوبیت بیشتری را به خود اختصاص دهد (در قالب دنبال کننده یا گرفتن علامت پسند)، این «قدرت» و در عین حال «قابلیت» را پیدا می‌کرد که به یک مرجع توجه (در عرصه‌هایی مختلف مانند هنری، ورزشی، سرگرمی، تغذیه‌ای، سیاسی، اقتصادی و غیره) تبدیل شود. اکنون، دوره تاخت و تاز سلبریتی‌هاست و آنها هستند که برای مخاطبان خود مسائل و موضوعات متنوعی را تحلیل، ارزش گذاری و ارزش یابی می‌کنند و مردم راحت تر می‌توانند موضع خود را پیدا کنند. روایتگری مسائل روز از سوی سلبریتی‌ها سبب می‌شود که دنبال کنندگان آنها وقایع را از دریچه روایت آنها ببینند. اکنون، دوران جنگ روایت‌ها و چشم‌ها (به عنوان بخشی از ابزار جنگ نرم) است. در فتنه ۱۴۰۱، موضع گیری برخی سلبریتی‌های هنری و ورزشی به تشویش اذهان عمومی دامن زد.

۵-۵. فقدان سازوکار بیان اعتراض مسالمت آمیز برای مردم

نظام سیاسی مردم سالار لازم دارد تا برای حفظ حاکمیت و حیات خود سازوکاری را برای بیان اعتراض‌ها یا مطالبه‌های به حق مردم فراهم کند. اینکه بیم آن برود که با توجه به امکان نفوذ سوءاستفاده کنندگان از اجتماع‌ها و اعتراض‌های مردم و منحرف کردن مسیر مطالبه‌های ایشان، اساساً از راه‌های متعارف و قانونی نسبت به تجمع‌های مردم منصرف شویم، تفکری نادرست است. هیچ نظام سیاسی ادعای این را ندارد که کامل و عاری از هر گونه اشتباه است. اقشار یا صنوف مختلفی همچون کارگران یک کارخانه، معلمان، مال باختگان از یک مؤسسه پولی، ناراضیان از اوضاع تورم، ناراضیان از شکاف‌های طبقاتی یا شکاف توزیع سرمایه‌ها و امکانات میان پایتخت و سایر شهرها و غیره حق دارند مطالبات خود را از مجاری قانونی پیگیری کنند. قبلاً، کرسی‌های دانشجویی در دانشگاه محفلی برای ابراز عقاید آزاد دانشجویان جوان بود. برپایی محافل



یا مراکزی قانونی ضروری احساس می‌شوند تا در آنها، نگرانی‌ها ابراز و شنیده شوند. این از اقتضات مردم‌سالاری دینی است؛ به‌عنوان مثال، اجتماع‌هایی همچون نماز جمعه که محل اتصال و وحدت مردم و مسئولان است، شاید یک مورد از آن محافل باشد. در فتنه ۱۴۰۱، خشم فروخورده ناشی از انباشت مسائل متعدد سبب شد تا این-گونه القا شود که معترضان راهی جز حضور در خیابان ندارد. هنگامی که مردم راه گفت‌وگو را بسته ببینند، این تصور برایشان ایجاد می‌شود که راهی به‌جز ایجاد پرخاش و خشونت ندارد. در این شرایط، معاندان نظام ج.ا.ایران حداکثر سوءاستفاده را برای انحراف اعتراض‌ها انجام خواهند داد.

۵-۶. لایه‌های محیطی و همزمانی با سایر تحولات فراملی

همزمانی فتنه ۱۴۰۱ با تحولات مهمی همچون حضور اجتماع‌های مردمی در مراسم راهپیمایی عید غدیر، اجتماع میلیونی و عظیم اربعین، تنش‌های مرزی در برخی کشورهای شمالی ایران، رونمایی ایران از برخی دستاوردهای جدید نظامی، پیوستن ایران به «شانگهای»، سفر رئیس‌جمهور به سازمان ملل و مذاکرات هسته‌ای ایران نوعی اتصال و ارتباط را نشان می‌دهد. به عبارت دیگر، حاشیه‌سازی برای مسیر پیشرفت و دستاوردهای کشور و بحرانی جلوه دادن اوضاع داخلی و خارجی یکی از ملاحظات قابل تأمل است. از بین رخدادهای مذکور، اجتماع اربعین ممتاز است؛ در این رویداد که مرزگذاری ناشی از اکثر متغیرها و مفاهیم کلیدی جامعه‌شناختی از جمله قومیت، نژاد، مذهب، دین، طبقه، جنسیت، سن، قشر، تحصیلات و غیره دست‌خوش تغییر می‌شود، هویت‌یابی و اشتراک کنشگران (در اینجا امت) در غایتی غیرمادی برجسته می‌شود. بشری که مراحل متعددی از پیشرفت مادی در قالب فرا صنعتی‌شدن، اطلاعاتی‌شدن و جهانی‌شدن را پشت‌سر گذاشته است، اکنون آن پیشرفت‌ها را به معنای پیشرفت روحی و پاسخ به سؤال‌های بنیادین زندگی و مسئله عدالت نمی‌داند و خود را نیازمند قدرتی ورای دستاوردهای مادی و این - جهانی می‌داند. اربعین نشان‌دهنده امید بشر به منجی و قطع امید آنان از قدرت‌های دنیایی است. روایت جهانی‌شدن با آرمان رسیدن بشر به صلح و رفاه در سایه پذیرش تفاوت‌ها و کثرت‌ها دیگر نه جذاب است و نه باورکردنی. بشر، به‌ویژه پس از جنگ‌های جهانی، هر تلاشی برای آرامش، مردم‌سالاری و «جهانی بهتر برای همه» مصروف داشته، منتهی به شکست و حتی افزایش تنش‌های روانی و اجتماعی شده است.



هنگامی که لسلی استال^۱ مجری شبکه CBS در جریان سفر رئیس جمهور برای شرکت در نشست سالانه سازمان ملل (شهریور ۱۴۰۱) از وی درباره گوش کردن به موسیقی غربی سؤال می‌کند، عملاً به دنبال القای این موضوع به مخاطبان است که مردم ایران حتی از موسیقی‌های روز و معروف غربی (به اصطلاح جهانی) دور و بی‌اطلاع هستند؛ حال از کشوری که در سطحی جزئی موسیقی جهانی را نمی‌شناسد و آن را پذیرا نیست (عمدتاً در همراهی با نوجوانان و نسل جدید)، چگونه می‌توان انتظار داشت که بتواند کارهای بزرگ انجام دهد و در مسائل جهانی نقش آفرینی کند؟

۵-۷. کاستی‌ها در اقناع مردم و جهاد تبیین

یکی از مسائل کانونی به لحاظ فرهنگی و ارتباطاتی مسئله اقناع مردم است. در ابتدا باید تصریح شود که واژه مردم در علوم اجتماعی چندان شفاف نیست، اما اجمالاً مترادف با اکثریت در نظر گرفته می‌شود که بر این سیاق، درباره ایران به تعبیر «مردم انقلابی» نزدیک‌تر است (البته سایرین نیز حقوقی دارند و شهروند ج.ا.ایران محسوب می‌شوند). حضور مردم در مراسم ملی - انقلابی (مانند راهپیمایی سالانه ۲۲ بهمن، روز قدس و غیره) خود به مثابه یک همه‌پرسی تجدیدشونده است. بالتبع، هنگامی که در رسانه ملی اعلام می‌شود مردم به صحنه آمده‌اند، مقصود اکثریت است و زمانی که رسانه‌های بیگانه و معاند اعلام می‌کنند مردم در تجمع براندازانه شرکت کرده‌اند، عملاً مقصود اقلیت است. لکن تجمع اعتراضی (صنفی یا غیرصنفی) ارتباطی با این دسته‌بندی ندارد و اگر در مسیر مطالبات به حق باشد، عموم (فارغ از اکثریت و اقلیت) می‌توانند نظر خود را به‌طور قانونی و مسالمت‌آمیز ابراز کنند.

از جمله وظایف حاکمیت و نیز خود مردم تلاش برای قرار گرفتن در معرض تفسیر و تحلیل درست از مسائل است. اقناع فرایندی نیست که آن را از بالا به پایین بدانیم. به عبارت دیگر، بخشی از رسالت اقناع‌سازی در اختیار خود مردم قرار دارد. منشأ اقناع، بصیرت است که به‌طور بالقوه می‌تواند نزد دولت، رسانه و مردم باشد. همراه کردن اکثریت مردم با حرکت رو به جلوی نظام حائز اهمیت است. نمی‌توان چنین استدلال کرد که اگر مسیر درست و متقنی از سوی حکومت دنبال می‌شود، بالاخره مردم خود به خود همراه خواهند شد. همواره یک نظام نیازمند اقناع و همراه‌سازی اکثریت است. برای اصلاح در امور (اعم از روابط در زندگی شخصی و جمعی) اقناع لازم است. البته هیچ‌گاه مقصود علمی از اقناع، رسیدن همگان به یک درجه و سطح از اشراف نسبت به



مسائل پیرامونی و آینده مسیر نیست. به نظر می‌رسد که در برخی مقاطع زمانی از تبیین امور برای مردم کوتاهی شده است. تبیین نیازمند انصاف، صداقت و واقع‌بینی است؛ نمی‌توان در داشته‌ها اغراق کرد و کاستی‌ها را نادیده گرفت. علی‌الاصول، رسانه ملی در ج.ا.ایران باید از انتقادی‌ترین رسانه‌ها باشد؛ به این معنا که قوت‌ها و دستاوردهای واقعی را نشان دهد و خطاها یا ناکارآمدی‌ها را گوشزد کند. از این رو، ضعف در جهاد تبیین از سوی رسانه باید جبران و اصلاح شود. چه بسا در ج.ا.ایران، مردم انقلابی از برخی خواص توجیه‌تر باشند.

در شرایطی که نفوذ شبکه‌های اجتماعی و مرجعیت یافتن سلبریتی‌ها در میان مردم گسترش یافته است، گسترش ذهن و تحلیل‌های عوامانه و فاصله گرفتن از بینش‌های عالمانه و عمیق جریان می‌یابد. نمی‌توان برخی از مردم (و به‌ویژه نسل جدید) را در فضای مجازی بدون پشتوانه فکری و تحلیلی رها کرد. البته شبکه‌های اجتماعی می‌توانند هم در راستای اعتلا و آرامش مردم و هم در جهت سقوط و بحران برای آنان نقش ایفا کنند. در این جا، به یک مثال مرتبط اشاره می‌شود: بررسی محتوایی واکنش‌های عموم کاربران منتقد نسبت به طرح نظام تنظیم مقررات خدمات فضای مجازی (موسوم به صیانت) نشان می‌دهد که به دلیل ضعف در تبیین و اقناع، برخی نقاط قابل قبول در طرح نیز به حاشیه رانده شد و تحت‌الشعاع فضای رسانه‌ای قرار گرفت. از ابتدای دهه ۹۰ که شبکه‌های اجتماعی میان مردم ضریب نفوذ بالایی پیدا کردند، باید تبیین‌های لازم درباره فضای مجازی انجام می‌شد. چنانچه مصادیق مقررات‌گذاری و تنظیم‌گری در سایر کشورها مطرح می‌شد (مثلاً درباره قاعده‌مند کردن فعالیت سلبریتی‌ها)، افکار عمومی در مواجهه با طرح مذکور به‌نحو دیگری جریان می‌یافت. فارغ از دلایل امنیتی در مسدودسازی فضای مجازی در هنگام وقوع ناآرامی‌ها (که در کوتاه‌مدت پذیرفتنی است)، فضای مجازی یکی از راه‌های بالقوه‌ای است که در بستر آن شرایط برای اقناع‌سازی فراهم است.

۵-۸. ناکارآمدی علوم اجتماعی و فقدان جامعه‌شناسی مفسّر

بر اصحاب علوم انسانی - اجتماعی پوشیده نیست که یکی از کارکردهای این علوم کمک به تحلیل زندگی و جامعه انسانی در وضعیت نظم و تغییر است. به‌طور ویژه، از جامعه‌شناسی انتظار می‌رود که بتواند راهگشای مسیر سیاستمداران برای رسیدن به جامعه‌ای مطلوب‌تر باشد. با توجه به عدم سنخیت برخی مبادی و نیز مبانی جامعه‌شناسی به‌معنای متعارف آن (یعنی مولود جامعه مدرن در تمدن غرب) با

اغراض و اهداف همه جوامع، این علم نتوانسته است نه به جلب توجه سیاستمداران کمک کند و نه توانسته است به درک عینی (نزدیک به واقعیت) از زندگی مردم مبادرت کند. از آغاز پیدایش جامعه‌شناسی آکادمیک (دانشگاهی)، برخی از گزاره‌ها، قضایا و اصول موضوعه خاص و متناسب با اغراض تمدن مدرن به‌عنوان گزاره‌ها و اصولی جهان‌شمول و همگانی معرفی شد؛ یعنی اینکه این علم برای همه جوامع می‌تواند مفید و مؤثر باشد (احتمالاً به‌معنای پیمودن مسیر «ترقی» و نزدیک شدن به تکامل اجتماعی که در جهان‌بینی غرب وجود دارد). طرح غرب در بسیاری از اهداف سیاسی و علمی خود، ایجاد نوعی تصویر «یکتا» از راه پیشرفت «درست» بود. بالتبع، نمی‌توان از تمامی نظریات و روش‌های جامعه‌شناسی برای بررسی و تحلیل مسائل در ج.ا.ایران استفاده کرد. اگر افرادی هستند که ایران را در وضعیت مدرن شدن ناقص تفسیر می‌کنند، به‌معنای این است که محتوم بودن و استیلای تمدن مدرن غرب را مسلم انگاشته‌اند و می‌خواهند وضعیت جامعه ایران را با آن بسنجند.

تاکنون، علوم اجتماعی (به‌ویژه جامعه‌شناسی) چندان به‌عنوان علمی مفسر برای وقایع و تحولات ایران عمل نکرده است. این ناکارآمدی نه از سوی فقر پژوهشگر یا امکانات پژوهش و پایش، بلکه عمدتاً از ناحیه عدم سنخیت بینش و نگرش مستتر در مکاتب و نظریه‌های مختلف جامعه‌شناسی با عقبه و غایت جامعه ایران بوده است؛ به‌عنوان مثال، اگر از مردم‌سالاری دینی در ج.ا.ایران سخن می‌آید، مراجعه به نظریه هابرماس برای وضعیت مردم‌سالاری (بر طبق عقل عرفی) در ایران چندان راهگشا نیست. بنابراین، بخشی از دانشگاهیان در علوم انسانی - اجتماعی به‌جای اینکه راهگشا یا پیشرو برای رفع موانع پیشرفت جامعه باشند، به مسیریابی اشتباه دچار می‌شوند و از فهم تحولات و وقایع به‌طور عینی و واقعی بازمی‌مانند. آیا نظریات متعارف جامعه‌شناسی می‌تواند اجتماع راهپیمایی عید غدیر در تابستان ۱۴۰۱ را تحلیل کند؟ ممکن است نظریه‌های متعارف چنین اجتماعاتی را با مفاهیم «کنش احساسی یا ارزشی» فهم کنند، لکن از رسیدن به مغز و محتوای اصلی آن بازمی‌مانند. استفاده از چنین علمی بدون در نظر گرفتن جنبه‌های تحولی و اصلاحی برای آن، نه تنها بصیرت‌افزا نیست؛ بلکه در مواقعی عقیم یا حتی گمراه‌کننده خواهد بود. علوم انسانی - اجتماعی در غرب با افول جهان‌بینی دینی (در آنجا کلیسایی) همراه بود و به‌میزان جدایی عقل از دین، درجات بالاتری برای پیشرفت مادی بشر را تصور می‌کرد. اکنون، مسائل ج.ا.ایران که برآمده از انقلاب دینی (و آغازگر دوره پساکولار) است، به چنگ تحلیل جامعه‌شناسی متعارف نمی‌آید؛ مثلاً رویداد عظیم



اربیین نیازمند به آن علوم اجتماعی است که متکی به فلسفه تاریخ حق‌گرا باشد؛ در غیر این صورت، به یک مناسک معناگرا تقلیل پیدا خواهد که به‌طور متعارف در جامعه‌شناسی دین دست‌مایه تحلیل قرار می‌گیرد؛ مناسکی که در کنار سایر اعمال مذهبی (در سایر ادیان، مذاهب و جریان‌های معناگرای مدرن) جای خواهد داشت. حیطه فهم و عملکرد جامعه‌شناسی سطح ناسوتی روابط انسانی در زندگی اجتماعی است و توان و افق برای درک پدیده‌های سطوح بالاتر را ندارد. در فتنه ۱۴۰۱، برخی مواضع تحلیلی دانشگاهیان (چه در میزگردهای رسانه ملی و چه خارج از آن) ناکارآمد بود که بعضی دلایل آن اشاره شد.

۵-۹. ائتلاف مخالفان و معاندان در جنگ شناختی و ترکیبی و طرح نفوذ

در فتنه ۱۴۰۱، نوعی ائتلاف میان مخالفان و معاندان نظام ج.ا.ایران و مردم این نظام شکل گرفت که در آن، همزمان عناصری از گروهک‌های تروریستی، منافقین، تجریده‌طلب، سلطنت‌طلب، داعش و فریب‌خوردگان باقی‌مانده از فتنه ۸۸ حضور داشتند. ماهیت اصلی آن فتنه آمریکایی - صهیونیستی - سعودی بود. البته عوامل یا نخبگانی از داخل نیز خواسته یا ناخواسته در همراهی فتنه مزبور مشارکت داشتند. دشمنان انقلاب اسلامی به این نتیجه رسیده‌اند که هدفی مشترک دارند که همانا دشمنی با نظام است. در جریان جنگ تحمیلی هشت‌ساله نیز نوعی ائتلاف میان کشورهای مخالف انقلاب و برخی جریان‌ها و گروهک‌ها وجود داشت. در سال‌های پس از انقلاب، دشمنان از فرصت‌ها و بهانه‌های مختلفی برای ایجاد تفرقه، ترلزل و سایر دسایس سوءاستفاده کرده بودند. یکی از شگردهای دشمنان نظام، به‌ویژه از فتنه ۸۸ به بعد (مانند وقایع ۹۶ و ۹۸)، نفوذ بوده است. نفوذ در قالب‌های مختلف انجام شده است؛ به‌عنوان مثال، می‌توان به نفوذ جریان‌های مخالف و معاند به سازمان‌ها و نهادهای کشور در سطوح مختلف (مراکز آموزشی، نظامی، صنعتی، اقتصادی، سیاسی و غیره) اشاره کرد. بخشی از نفوذ نیز در قالب سوءاستفاده از اعتراض‌ها و تجمع‌ها (مانند نفوذ در میان معترضان کشت و صنعت، معلمان، مال‌باختگان مؤسسه‌های مالی، پویش‌های محیط زیستی و غیره) رخ داده است. وجود این همه لشکر رسانه‌ای علیه ج.ا.ایران که در دنیا نسبت به سایر جوامع بی‌سابقه است، نشان‌دهنده واقعیتی مهم است. پس، دشمن‌شناسی باید در جامعه‌پذیری مستتر باشد.

در جنگ ترکیبی، ابزارهای نرم (همانند شایعه‌پراکنی، القائات رسانه‌ای،

سیاه‌نمایی، تحریف وقایع و غیره) در کنار ابزارهای سخت (همچون تحرکات و آشوب‌های مسلحانه) قرار می‌گیرند؛ به‌عنوان مثال، مطرح کردن شایعه کسالت و ضعف جسمانی رهبر انقلاب و مسئله جانشین رهبری دقیقاً پیش از وقوع فتنه (اوایل شهریورماه) توسط برخی عوامل داخلی و خارجی یکی از اقدامات نرم بود. همچنین، القاءات شدید و همه‌جانبه برخی رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی طی سال‌های اخیر مبنی بر اینکه امیدی به بهبود اوضاع ایران نیست، موجی از انگاره‌های ذهنی، تصویری و کلامی را برای بدبین کردن و مأیوس کردن نسل جوان و خانواده‌های آنان ایجاد کرد. ترویج گسترده مهاجرت و پذیرش در دانشگاه‌های خارج از کشور جزئی از همین القاءات بود.

۵-۱۰. عادی‌انگاری نعمت امنیت و ضعف در حافظه تاریخی

اتحاد مردم (فارغ از اکثریت و اقلیت) در برابر دشمنان نیاز به چتر واحد دارد که در مفهوم امنیت سامان می‌یابد. دنیای لیبرال (و نئولیبرال) برای پیشبرد اهداف خود، به اعطای آزادی به مردم مبادرت می‌کند. به عبارت دیگر، لیبرالیسم مصرف‌کننده آزادی است و حیات و استمرارش در گرو معامله‌ای است که با شهروندان انجام می‌شود. این آزادی عمدتاً ناظر به نفسانیات و ظواهر انسانی است (مانند روابط جنسی، پوشش و غیره). غرب عمدتاً به دنبال القای مفهومی از شهروندی بر مدار همین تلقی از آزادی است. اگر کسی به تعریف آزادی در غرب متعرض شود، به او برچسب‌هایی از جمله مخالف آزادی و حقوق بشر زده می‌شود.

مردم در ج.ا.ایران، برخوردار از نعمت امنیت هستند؛ درحالی‌که شرایط سیاسی در اکثر کشورهای منطقه غرب آسیا (و حتی بعضی دیگر از نقاط جهان) دارای ثبات نیست و آنها به‌نحوی درگیر انواعی از بحران‌ها و مسائل هستند. برخی از کشورهای حاشیه خلیج فارس نیز عمده‌اً از سوی غرب تجهیز و مدرن شده‌اند تا ظواهر دنیای مدرن در کنار کشورهای اسلامی منطقه به‌عنوان یک الگوی رقیب (از پیشرفت) عمل کند.

برخورداری از نعمت امنیت باید به نسل‌های مردم یادآوری و منتقل شود. تجربه تهدیدهای دوران دفاع مقدس سبب تربیت نسلی از مردم شد که آنها را قدردان امنیت کرد. نسل‌های جدید به جز در برخی موارد مقطعی (وقایعی همچون ترور شخصیت‌ها و دانشمندان، بمب‌گذاری در اجتماعات مردمی، حضور گروه‌های تروریستی، آشوب‌های خیابانی ناشی از فتنه‌ها) کمتر ناامنی وسیع و طولانی‌مدت را تجربه کرده‌اند. هنگامی که امنیت مستمر و مسلم انگاشته شود، ممکن است توجه به

تبعات ناشی از بی‌امنی کم‌رنگ شود. بنابراین، زنده نگه داشتن حافظه جمعی از وجود نعمت امنیت و اهمیت آن برای یک جامعه حائز اهمیت خواهد بود. هر چه مردم خودشان برای حفظ امنیت مسئولیت‌پذیری (و مشارکت) بیشتری داشته باشند، چتر واحد (وحدت) برای انسجام و همدلی عموم مردم فراهم‌تر خواهد شد. بسیج مثالی ممتاز است که در آن، خود مردم برای تأمین و استمرار امنیت کوی و برزن و محله‌شان به‌طور منظم، خودجوش و مشروع عمل می‌کنند. انتقال رسانه‌ای دستاوردهای کشور در برقراری امنیت و مبارزه با اخلالگران آن ضرورتی مضاعف است. در این صورت، اگر نارضایتی یا اعتراضی میان مردم ایجاد شود، آنان متوجه شیوه و ابزار اعتراضشان خواهند بود تا امنیت مختل نشود.

درک درست از مقوله حیاتی امنیت نزد مردم سبب می‌شود که ایشان با تشخیص بحران‌ها، به‌طور پیشگیرانه‌ای بتوانند بزنگاه‌های حساس، مشکوک و مخاطره‌ساز را پشت‌سر بگذارند. به‌هرحال، رسیدن به امنیت و حفظ آن هزینه‌هایی دارد؛ به‌عنوان مثال، می‌توان به شبکه‌های اجتماعی اشاره کرد؛ این واقعیت که شبکه‌ها کارکردها و مزایای زیادی برای مردم (کاربران) دارند، بر احدی پوشیده نیست؛ لکن چنانچه همین شبکه‌ها در وقایعی همچون فتنه‌های ۸۸، ۹۸ و ۱۴۰۱ مجرا یا ابزاری برای دامن زدن به اختلال در امنیت شوند، قاعدتاً هزینه حفظ امنیت، عدم دسترسی موقت به آنها خواهد بود. البته اقناع کردن مردم نسبت به این واقعیت مهم است تا این تصور ایجاد نشود که دسترسی به فضای مجازی وجه‌المصالحه میان کارگزاران و مردم است یا این تصور که نظام نسبت به فضای مجازی و دنیای اطلاعات تنگ‌نظری می‌کند.

۵-۱۱. مسائل اعتماد اجتماعی، مشارکت عمومی و فاصله مردم – مسئولان

شکل‌گیری ج.ا.ایران بر پایه اعتمادی اجتماعی بوده است که پس از رأی حداکثری به آن تاکنون (با وجود برخی فراز و نشیب‌ها) ادامه داشته است. علی‌الاصول، نوعی اعتماد از سوی مردم به حُسن فعالیت و عملکرد مسئولان به امانت گذاشته شده است. با مروری بر تجربه‌های سال‌های پس از انقلاب، معلوم می‌شود که سوءمدیریت یا سوءعملکرد از سوی برخی مسئولان برای اکثر مردم قابل اغماض (و البته همراه با ابراز نگرانی و انتقاد) بوده و عمدتاً به‌دلیل اعتماد مردم به کلیت نظام (فارغ از برخی کارگزاران) بوده است. قاعدتاً نباید مسئولان امور را به‌جایی برسانند که از آن اعتماد و اطمینان سوءاستفاده یا خرج کنند (آستانه اعتماد)؛ ایجاد خدشه در تصویری که مردم

از مسئولان انقلابی و تراز در ج.ا.ایران دارند، لطمه بزرگی خواهد بود. در هیچ نظامی، مسئولان نمی‌توانند از مردم انتظار و توقع حضور مکرر در صحنه‌هایی مانند انتخابات، تحمل مسائل معیشتی و مواردی از این دست را داشته باشند، اما همزمان نسبت به تدبیر امور و اداره کشور اهمال کنند. رها کردن مردم در هنگامه دشواری‌ها موجب سلب اعتماد ایشان از برخی مسئولان می‌شود. اعتماد مردم در قبال تصمیمات مسئولان اقتضا می‌کند که در صورت بروز پاره‌ای مسائل (مانند ریزش جدی بورس در سال ۹۹)، کارگزاران نظام مسئولانه و صادقانه تبعات کار خود را بپذیرند.

رسانه ملی همواره باید امین و صادق باشد. همان‌طور که در مناظره‌های انتخابات مسائل متعددی عیان و بی‌پرده به مردم منتقل می‌شود، این انتظار وجود دارد که رسانه در ارائه نقاط قوت و ضعف مردم را شریک و سهیم بداند. قرار نیست مشارکت عمومی به لحظاتی همچون انتخابات خلاصه شود. سبک زندگی، رفتار، گفتار، سنجش ادعا و عملکرد مسئولان در معرض دید و قضاوت مردم است. اعتماد به امانت گذارده شده از سوی مردم به مسئولان باید حفظ و تقویت شود. نظام همیشه به مشارکت، حضور و همراهی مردم در همه زمینه‌ها نیاز دارد. اگر وجه انتزاعی از مفهوم مردم را کنار بگذاریم، در ساحت انضمامی مردم همان کارمندان، معلمان، کارگران، صاحبان مشاغل آزاد، متخصصان و غیره هستند. تقویت مشارکت و اعتماد مردم معادل با تقویت شدن وجدان کاری مردم، همراهی آنان با تصمیم‌ها، پذیرش قوانین، دنبال کردن برنامه‌های رسانه ملی و مهم‌تر از همه جدی گرفتن جامعه‌پذیری رسمی از سوی ایشان خواهد بود. پرهیز از استفاده نمادین و مقطعی از حضور مردم یکی از راهبردهای حیاتی ج.ا.ایران بوده است. اعتماد با مقوله اقناع رابطه‌ای افزایشی دارد؛ یعنی به‌میزانی که بتوان نسبت به مسائل اقناع‌سازی در میان آحاد مردم انجام داد، به همان میزان اعتماد و اطمینان مردم نسبت به امور جاری در نظام افزایش می‌یابد. احساس عدم ادغام و به‌کارگیری^۱ در فعالیت‌های مهم جامعه (ناشی از کنار گذاشته شدن از مسئولیت‌ها) در بین جوانان و عدم امکان راهی‌یابی آنان به بخش‌هایی مختلف از نظام تصمیم‌سازی و تصمیم‌گیری یکی از عوامل زمینه‌ساز مهم در تفسیر وقوع ناآرامی‌ها با مشارکت نسل جدید است.

مواجهه‌های حضوری و رودرروی مسئولان در سطوح مختلف با مردم یکی از اسباب افزایش اعتماد است؛ مشروط بر اینکه این مواجهه‌ها مستمر، بدون تشریفات،

به‌قصد راهگشایی و خیرخواهانه باشد. معیار دسترس‌پذیری مسئولان برای مردم یکی از معیارهای مهم برای افزایش اعتماد است. رسوخ روحیه تشریفات دیوان‌سالارانه میان برخی از مدیران و مسئولان سبب افزایش فاصله آنان با مردم شده است. همچنین، برخورداری بعضی مسئولان از مزایا و امکاناتی خاص (مانند اسباب رفت‌وآمد، آگاهی از اطلاعات ویژه و غیره) سبب شده است تا عده‌ای رسیدن به جایگاه‌های سیاسی و مدیریتی را به چشم یک مسابقه به‌منظور کسب موقعیت بنگرند؛ مثلاً پایش و تحلیل رفتار و نگرش برخی نامزدهای انتخابات مجلس گویای واقعیت مذکور است. در فتنه ۱۴۰۱، رسانه‌های بیگانه تلاش در القای این موضوع داشتند که سرمایه اجتماعی و اعتماد اجتماعی در ج.ا.ایران به حداقل رسیده است.

مسئله قطبی شدن مردم و القای شکاف میان هویت ایرانی و هویت اسلامی	شکاف و واگرایی در منابع اجتماعی شدن و جامعه‌پذیری سیاسی
کاستی‌ها در سیاست‌گذاری برای مخاطبان حداکثری در رسانه ملی	مرجعت‌یابی شبکه‌های اجتماعی و برآمدن سلبریتی‌ها به‌عنوان گروه مرجع
فقدان ساز و کار بیان اعتراض مسالمت‌آمیز برای مردم	لایه‌های محیطی و همزمانی با سایر تحولات فرا ملی
کاستی‌ها در اقناع مردم و جهاد تبیین	ناکارآمدی علوم اجتماعی و فقدان جامعه‌شناسی مفسر
ائتلاف مخالفان و معاندان در جنگ شناختی و ترکیبی و پروژه نفوذ	عادی‌انگاری نعمت امنیت و ضعف در حافظه تاریخی
مسائل اعتماد اجتماعی، مشارکت عمومی و فاصله مردم-مسئولان	---

نتیجه‌گیری

بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی و صراحت آن در هدف نیل به تمدن نوین اسلامی موجی جدید از تخاصم‌های معاندان و معارضان را در پی داشت و نمی‌توانست انتظار داشت که دشمنان در قبال آن ساکت باشند؛ به‌ویژه این موضوع که در بیانیه مذکور، جوانان و نسل جدید مخاطب اصلی بودند. در بند هشتم این بیانیه، به نقش رسانه‌های جدید نیز اشاره شده است.

فتنه ۱۴۰۱ که به بهانه فوت یک شهروند شروع شد، اضلاع و ابعاد فرهنگی — ارتباطاتی مختلفی دارد. گاهی وقایع و زمینه‌هایی در جامعه خفته هستند که بنا به برخی رویدادها (همچون یک جرقه) آشکار می‌شوند. بنابر یافته‌های این پژوهش، عوامل متعدد اقتصادی، سیاسی، اجتماعی، علمی، رسانه‌ای و محیطی که برخی داخلی و برخی خارجی بودند؛ همچنین برخی نرم و برخی سخت ابراز شدند و نیز برخی از ناحیه فریب‌خوردگان و برخی با طراحی پیشین از ناحیه دشمنان (نفوذیان،

تجزیه‌طلبان، منافقان، سلطنت‌طلبان و سایر معاندان و معارضان) رخ دادند. در بعضی از اعتراض‌ها و ناآرامی‌های اجتماعی اصولاً تهییج احساسات و جولان هیجانات (به‌ویژه در سنین جوان‌تر) عاملی برای برون‌افکنی برخی مشکلات و مسائل ناگفته یا حل‌نشده (مبتنی بر هنجارهای رسمی یا غیررسمی و بدیل) می‌شود. این مسئله ممکن است حجاب و مانعی برای شفاف شدن ابعاد گوناگون مرتبط با یک واقعه شود. در این میان، اجتماعات شبکه‌های مجازی به دلیل دسترسی‌پذیری، وابستگی ذهنی و تحلیلی عموم مردم به آن و به‌منزله نیرویی قدرتمند در روایتگری، رویدادسازی، بحران‌سازی، شایعه‌پراکنی، جولان انواع تحلیل‌های درست و نادرست، وفور محتواهای شبه‌درست و شبه‌اطلاعات و کارکرد اطلاع‌رسانی به پیچیده‌تر شدن لایه‌های واقعیت یک ماجرا دامن می‌زنند. با توجه به مسائلی همچون تغییر در گروه‌های مرجع میان نسل جدید (از جمله سلبریتی‌ها) و نیز شکاف در مراجع جامعه‌پذیری و عدم همگرایی آنها به سمت یک جامعه‌پذیری سیاسی مبتنی بر فرهنگ سیاسی متکی به ارزش‌های ج.ا.ایران، اقناع افکار عمومی دشوارتر می‌شود.

راهکارها و پیشنهادهایی برای کاستن از التهاب‌های ناشی از فتنه‌ها و ناآرامی‌ها و جلوگیری از بروز آنها وجود دارد که عمدتاً قائم بر مدار «جهاد تبیین» هستند؛ از جمله:

- دامن زدن به قطب‌بندی مردم در انگاره‌های رسانه‌ای و تلاش برای وحدت مردم ذیل امنیت و اهدافی در راستای قدرت ملی؛

- تلاش برای اقناع خانواده‌ها به‌ویژه نسل جدید (نوجوانان و جوانان) نسبت به قوت‌ها، ضعف‌ها و راهکارها برای مسائل اقتصادی - معیشتی، هویتی، سیاسی و غیره در کشور؛

- تقویت رسانه ملی برای تبدیل شدن به رسانه‌ای با مخاطب حداکثری از طریق تجدید نظر در سبک، محتوا و قالب‌های برنامه‌های تولیدی؛

- مدیریت سلبریتی‌ها از طریق تقنین و موضوعات حقوقی - قضائی مرتبط و پاسخگو کردن آنها نسبت به اعلام نظرها و مواضع خود؛

- تقویت گروه‌های مرجع مشروع و اصیل برای نسل جدید به‌منظور تحکیم هویت‌یابی آنان در راستای اهداف نظام ج.ا.ایران؛

- آگاه‌سازی و اطلاع‌رسانی به مردم درباره دسایس دشمنان علیه نظام (دشمن‌شناسی)؛

- پاسخگو کردن دانشگاه‌ها و مراکز فکری درباره نقش و اثرگذاری آنان در تبیین حقایق و واقعیت‌ها برای مردم (به‌ویژه نسل جوان)؛

- تقویت بنیه دفاعی، نظامی، امنیتی و اطلاعاتی کشور برای برخورد سریع و قاطع در برابر مکر و سوءاستفاده‌های دشمنان؛
- تقویت اعتماد اجتماعی میان مسئولان و مردم و نیز تقویت مشارکت‌های مردمی در الگوی حکمرانی ج.ا.ایران به‌منظور دخیل کردن مردم در پیشرفت و حفظ امنیت نظام به‌دست خود ایشان؛
- برنامه‌ریزی برای رفع نیازهای گوناگون نوجوانان مشتمل بر نیازهای شناختی، عاطفی، سرگرمی، انسجام‌بخشی و رفع تنش؛
- ادغام اجتماعی جوانان از طریق به‌کارگیری آنان در سطوحی از فعالیت‌های مهم اجتماعی مانند تصمیم‌سازی؛
- ایجاد برنامه‌های توانمندسازی و مقاوم‌سازی فکری نوجوانان از سوی «سازمان دانش‌آموزی ایران»؛

- پاسخگو کردن مخاطبان اثرگذار در فضای مجازی به‌عنوان یکی از اقتضائات دوران دولت‌های پسانتظامی‌گر مثلاً اجرایی کردن قانون مسئولیت مدنی ناشی از عضویت در شبکه‌ها، پیگیری قانون مقابله با انتشار اخبار جعلی و نیز ضابطه‌مند کردن فعالیت سلبریتی‌ها (أخذ مالیات، اعطای مجوز، کنترل حساب‌های بانکی، تنظیم کدها و استانداردهای بیان و رفتار، رتبه‌بندی کردن آنها و غیره).

فهرست منابع

- اسماعیلیان، ملیحه و دیگران (۱۳۹۸). *تنظیم‌گری رسانه‌های صوتی تصویری نوین: مبانی، تجربه‌ها و راهبردها*. تهران: دانشگاه صداوسیما.
- البرو، مارتین (۱۳۹۸). *مقدمات جامعه‌شناسی*. ترجمه منوچهر صبوری، تهران: نی.
- اینس‌ورث، جیمز (۱۳۹۴). *گزیده دانش‌نامه جامعه‌شناسی آموزش و پرورش*. ترجمه حمیرا ترجمانی، تهران: سولار.
- بی، ارل (۱۳۹۳). *درآمدی بر جامعه‌شناسی: علمی/انتقادی*. ترجمه محمدحسین پناهی، تهران: دانشگاه علامه طباطبایی.
- پناهی، محمدحسین و گودرزی، آیت‌اله (۱۳۹۲). *ناآرامی‌های اجتماعی: عوامل و فرایند آن*. پژوهشنامه نظم و امنیت/انتظامی، (۲۳)، ۱-۳۰.
- خواجeh‌سروی، غلامرضا و خجسته، کامیل (۱۳۹۸). *الگوی رقابت رسانه‌ای جبهه انقلاب اسلامی با جبهه غربی در فتنه ۸۸ با محوریت فضای مجازی*. /اسلام و

مطالعات اجتماعی، (۲۵)، ۱۴۴-۱۷۴.

دلفور، ملوین و دنیس، اورت (۱۳۸۳). *شناخت ارتباطات جمعی*. ترجمه سیروس مرادی، تهران: دانشگاه صداوسیما.

شارع‌پور، محمود (۱۳۸۷). *جامعه‌شناسی آموزش و پرورش*. تهران: سمت.

شارون، جوئل (۱۴۰۰). *ده پرسش از دیدگاه جامعه‌شناسی*. ترجمه منوچهر صبور، تهران: نی.

شرودر، رالف (۱۴۰۱). *نظریه‌های اجتماعی بعد از اینترنت: رسانه، فناوری و جهانی‌شدن*. ترجمه حمیدرضا بیژنی، تهران: نقد فرهنگ.

صادقی، سهیلا و عرفان‌منش، ایمان (۱۳۹۸). *نوجوانان دیجیتالی و قدرت کنشگری*. تهران: حقوقی.

عسگری، محمود و حسینی، سیدحسین (۱۴۰۰). *تبیین فرایند و معرفی عوامل وقوع ناآرامی‌های اجتماعی در ج.ا.ایران*. راهبرد دفاعی، (۷۴)، ۱۴۵-۱۷۸.

مور، استفان (۱۳۸۵). *کلیات جامعه‌شناسی*. ترجمه عباس محمدی، تهران: علم.

مهدی‌زاده، سیدمحمد (۱۳۹۳). *نظریه‌های رسانه: اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی*. تهران: همشهری.

وردی‌نژاد، فریدون و بهرامی، شهلا (۱۳۹۴). *سیاست‌گذاری و مدیریت رسانه*. تهران: دانشگاه تهران.

Bandura, A. (2002). Social cognitive theory of mass communication, in J. Bryant and D. Zillman (eds), *Media Effects*, NJ: Erlbaum.

Cloward, R. A. (1959). Illegitimate means, Anomie and Deviant Behavior. *American Sociological Review*, 24(2), 164-176.

Dawson, R. E. & Prewitt, K. (1977). *Political Socialization: An Analytical Study*. Boston: Little Brown.

Fagerlind, I. & Saha, L. J. (1989). *Education and National Development: A Comparative Perspective*. Oxford: Pergamon.

Gee, J. P. (2005). *An introduction to discourse analysis: Theory and method*. UK & NY: Routledge.

Hendry, J. & et al. (1993). *Strategic Thinking*. UK: Wiley.

McQuail, D. (2006). *McQuail's Mass Communication Theory*. London: Sage.

Merton, R. K. & Lazarsfeld, P. F. (1950). *Continuities in Social Research*. US: Free Press.

Professional Academy (2014). *Marketing Theories: PESTEL Analysis*, retrieved from: <http://www.pfessionalacademy.com/new/marketing-theories-pestel-analstsis>.

Pye, L. (1962). *Political Culture and Political Development*. NJ: Princeton

University Press.

Strategic Management Insight (2013). PEST & PESTEL Analysis, Retrieved from: <http://www.srategicmngementisight.com/tools/pest-pestel-analysis.html>.

References

- Ainsworth, J. (2014). Excerpts from the Encyclopedia of Sociology of Education, translated by Hamira Tarjani, Tehran: Solar.
- Albaro, M. (2018). Introduction to Sociology, translated by Manouchehr Sabouri, Tehran: Ney.
- Asgari, M. & Hosseini, S. H. (1400). Explaining the process and introducing the factors of social unrest in J. A.. Defense Strategy, (74), 145-178.
- Babi, E. (2013). Introduction to Sociology: Critical Science, translated by Mohammad Hossein Panahi, Tehran: Allameh Tabatabai University.
- Bandura, A. (2002). Social cognitive theory of mass communication. in J. Bryant and D. Zillman (eds), Media Effects, NJ: Erlbaum.
- Cloward, R. A. (1959). Illegitimate means, Anomie and Deviant Behavior. American Sociological Review, 24(2), 164-176.
- Dawson, R. E. & Prewitt, K. (1977). Political Socialization: An Analytical Study. Boston: Little Brown.
- Delfour, M. & Denis, E. (2013). Understanding mass communication, translated by Siros Moradi, Tehran: IRIB University.
- Esmailian, M. & et al. (2018). Regulation of modern audio-visual media: basics, experiences and strategies, Tehran: IRIB University.
- Fagerlind, I. & Saha, L. J. (1989). Education and National Development: A Comparative Perspective. Oxford: Pergamon.
- Gee, J. P. (2005). An introduction to discourse analysis: Theory and method. UK & NY: Routledge.
- Hendry, J. & et al. (1993). Strategic Thinking, UK: Wiley.
- Khaje Sarvi, G. & Khajeste, K. (2018). The pattern of media competition between the Islamic Revolutionary Front and the Western Front in the sedition of 1988 with a focus on virtual space. Islam and Social Studies, (25), 144-174.
- McQuail, D. (2006). McQuail's Mass Communication Theory. London: Sage.
- Mehdizadeh, S. M. (2014). Media theories: popular ideas and critical views. Tehran: Hamshahri.
- Merton, R. K. & Lazarsfeld, P. F. (1950). Continuities in Social Research. US: Free Press.
- Moore, S. (1385). Generalities of Sociology, translated by Abbas Mohammadi, Tehran: Elm.
- Panahi, M. H. & Guderzi, A. (2012). Social unrest: factors and its process. Journal of Police Order and Security, (23), 1-30.
- Professional Academy (2014). Marketing Theories: PESTEL Analysis,

- retrieved from: <http://www.pfessionalacademy.com/new/marketing-theories-pestel-analtsis>
- Pye, L. (1962). Political Culture and Political Development. NJ: Princeton University Press.
- Sadeghi, S. & Erfanmanesh, I. (2018). Digital teenagers and the power of activism. Tehran: Hoghoghi.
- Sharâpour, M. (2007). Sociology of Education. Tehran: Samt.
- Sharon, Joel (1400). Ten questions from the perspective of sociology. translated by Manouchehr Sabouri, Tehran: Ney.
- Strategic Management Insight (2013). PEST & PESTEL Analysis, Retrieved from: <http://www.srategicmngementisight.com/tools/pest-pestel-analysis.html>.

تحلیل محتوای کمی منابع قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران در سند مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان

غلامرضا جمشیدیه

استاد تمام علوم اجتماعی اسلامی دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران، تهران، ایران.
gjamshidi@ut.ac.ir

سید محمدجواد قربی

دانش‌آموخته کارشناسی ارشد اندیشه اسلام، پژوهشگر تاریخ انقلاب و اندیشه سیاسی متفکران
مسلمان، تهران، ایران (نویسنده مسئول).
ghorbi68@yahoo.com

چکیده

شناسایی منابع قدرت نرم یکی از موضوع‌های راهبردی برای بازیگران سیاسی بین‌المللی و کارگزاران حکومتی است؛ زیرا بین شناسایی منابع قدرت و سیاست‌گذاری در حوزه قدرت نرم ارتباط وثیقی برقرار است؛ به عبارتی، اولین گام در روند ارتقاء قدرت نرم کشورها، شناخت منابع بومی درونی و بیرونی قدرت می‌باشد (موضوع). به همین منظور، مقاله حاضر تلاش دارد منابع قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران را بررسی نماید (هدف) و به صورت موردی، سند مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان را بررسی خواهد کرد (دامنه موضوعی پژوهش). مقاله حاضر با بهره‌گیری از مطالعات اسنادی و الگوی نظری منابع سه‌گانه قدرت نرم تلاش دارد به این سؤال پاسخ دهد که منابع قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران در سند مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان کدامند و شامل چه مؤلفه‌هایی می‌باشند؟ (سؤال اصلی) روش پژوهش این مقاله نیز تحلیل محتوای کمی با رویکرد واحد تحلیل کلمه در سند مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان می‌باشد (روش). یافته‌های مقاله نشان می‌دهد که منابع سه‌گانه سیاسی، علمی و فرهنگی در این سند وجود دارد که برخی از مؤلفه‌های آنها عبارت‌اند از: وحدت ملی، همگرایی فرهنگی با جهان اسلام، رسالت جهانی، عزت سیاسی و ولایت‌مداری، تولیدات علمی، هویت اسلامی - ایرانی، میراث تاریخی و فرهنگی، دین و زبان فارسی می‌باشد که توجه به آنها می‌تواند قدرت ملی ایران را در سطوح داخلی و خارجی بیفزاید (یافته‌ها).

کلیدواژه‌ها: قدرت نرم، علم و دانش، سند مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان، جمهوری اسلامی ایران، فرهنگ ملی.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۹/۲۵ تاریخ بازبینی: ۱۴۰۱/۱۲/۰۵ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۱۲/۰۵
فصلنامه راهبرد اجتماعی فرهنگی، سال ۱۲، شماره ۱، پیاپی ۴۶، بهار ۱۴۰۲، صص ۳۳۷-۳۷۲

مقدمه و بیان مسئله

قدرت نرم به عنوان یکی از مهم ترین جنبه های راهبردی خارجی کشورها، عموماً به عنوان ابزاری برای اهداف دفاعی و تأکید بر ثبات و صلح با سایر بازیگران، ترویج تصویری بهتر از صاحبان قدرت، اصلاح افکار عمومی و برداشت های خارجی؛ تأکید بر همکاری سازنده و پویا با کشورهای دیگر، ایجاد شبکه ای گسترده از متحدان و غیره مورد توجه است (الوندی و عسگرخانی، ۱۳۹۳). با توجه به همین رویکرد مسالمت آمیز و صلح جویانه است که قدرت نرم به مثابه یکی از اجزاء سیاست بین الملل اهمیت وافری یافته است تاجایی که سیاستمداران برای کسب و ارتقاء آن تلاش زیادی دارند؛ علت این امر را می توان در میزان موفقیت و کارآمدی بُعد نرم افزاری قدرت نسبت به گونه های کلاسیک قدرت جست و جو کرد. در این راستا، ایران نیز همانند سایر بازیگران در محیط بین الملل، نیازمند تولید، کسب، حفظ و ارتقا توانمندی قدرت نرم است تا به این وسیله قدرت ملی خویش را ارتقاء بخشد (رفیع و نیکروش، ۱۳۹۲، ص. ۹۹). ایران از طریق شناسایی و سرمایه گذاری بر روی منابع قدرت نرم می تواند استحکام ساخت درونی و بیرونی نظام سیاسی را تقویت کرده و اقتدار ملی و ثبات همه جانبه را برای ایران کسب نماید (قربی، ۱۳۹۴، ص. ۹). جمهوری اسلامی ایران در عرصه سیاست خارجی و روابط بین الملل بر قدرت نرم تأکید دارد. انقلاب اسلامی را می توان بازتولیدکننده منابع قدرت نرم افزاری نظام اسلامی در تعاملات بین المللی دانست. بعد از رویداد سیاسی انقلاب اسلامی در ایران که بازتاب منطقه ای و جهانی داشت، کاربست منابع فرهنگی و سیاسی قدرت در سیاست خارجی بیشتر مورد توجه کشورها در روابط بین الملل قرار گرفت. یکی از بسترهای مطلوبیت بهره گیری از قدرت نرم در روابط خارجی ایران، شناسایی منابع قدرت نرم در حوزه های مختلف است. این شناخت می تواند به بهبود عملکرد و برنامه ریزی کلان در استحکام قدرت ملی مؤثر باشد. از این رو، با توجه به اهمیت «منابع قدرت نرم» و لزوم شناسایی آنها، این مقاله سعی دارد به بررسی منابع قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران بپردازد. از آنجاکه اسناد فرادستی و سیاست های کلی نظام، یکی از منابع مهم در شناخت منابع قدرت ایران هستند، به صورت موردی نیز سند مؤلفه های هویت ملی ایرانیان را به عنوان یکی از بسترهای منابع قدرت مورد مطالعه و مذاقه قرار می دهیم. برای انجام این منظور از



تحلیل محتوای کمی با رویکرد تحلیل کلمات در اسناد استفاده می‌شود و نحوه سازماندهی پژوهش به این قرار خواهد بود که بعد از ارائه ملاحظه‌های مفهومی و نظری، الگوی سه‌وجهی منابع قدرت نرم برای کاربرست آن در دسته‌بندی منابع استخراج شده از سند مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان بررسی می‌شود. در مرحله بعد، منابع قدرت در سند مزبور در سه حوزه فرهنگی، علمی و سیاسی پردازش می‌شوند تا درنهایت، الگوی شناسایی شود.

۱. اهداف و سؤال‌های پژوهش

مذاقه در منابع قدرت نرم کشورها امری ضروری است و در فرایند سیاست‌گذاری قدرت ملی کارگشا می‌باشد. جمهوری اسلامی ایران برای گسترش توانمندی قدرت نرم‌افزاری خویش، نیازمند شناسایی ابعاد و مؤلفه‌های قدرت نرم در ابعاد مختلف است. از بسترهای شناسایی مؤلفه‌های قدرت‌آفرین، اسناد فرادستی کشور است و یکی از اسنادی که مؤلفه‌های قدرت نرم فرهنگی کشور در آن قابل بررسی است، سند مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان است. به‌همین منظور، هدف اصلی این پژوهش «شناسایی منابع قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران در سند مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان» است. برخی از اهداف فرعی این پژوهش عبارت‌اند از:

- ۱- اکتشاف الگوی سه‌وجهی منابع قدرت نرم در سند مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان،
- ۲- بررسی و ارائه منابع فرهنگی قدرت در سند مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان،
- ۳- بررسی و ارائه منابع علمی قدرت در سند مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان،
- ۴- بررسی و ارائه منابع سیاسی قدرت در سند مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان.

از آنجایی که تاکنون پژوهشی برای اکتشاف و ترسیم الگوی منابع قدرت نرم در سند مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان منتشر نشده است، این مقاله تلاش دارد خلأهای موجود در این زمینه را تکمیل نماید. البته پژوهش‌های اندکی با رویکرد تحلیل کیفی بخش‌های مختصری از این سند تلاش کردند از زوایای مختلفی نظیر نسبت ارزش‌های فرهنگی و قدرت به این سند بپردازند؛ ولی تاکنون هیچ رساله، پایان‌نامه، کتاب و مقاله‌ای به ترسیم الگوی منابع قدرت نرم در این سند نپرداخته است و همین مسئله، اهمیت این پژوهش را به‌خوبی نمایان می‌سازد. در این مقاله به سؤال‌های زیر پاسخ داد می‌شود:



۱-۱. سؤال اصلی

۱- منابع قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران در سند مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان کدامند و شامل چه مؤلفه‌هایی می‌باشند؟

۲-۱. سؤال‌های فرعی

- ۱- منابع فرهنگی قدرت نرم در سند مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان کدامند؟
- ۲- منابع علمی قدرت نرم در سند مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان کدامند؟
- ۳- منابع سیاسی قدرت نرم در سند مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان کدامند؟

۲. پیشینه پژوهش

در زمینه مبانی و مؤلفه‌های قدرت نرم در محافل علمی آثار متعددی در ایران و خارج از کشور منتشر شده است که هر کدام از زوایای مختلفی به مسئله قدرت پرداخته‌اند. در زمینه پژوهش در اسناد فرادستی و شناسایی منابع قدرت نرم در ایران، آثار مختلفی منتشر شده است که از جمله آنها می‌توان به «تحلیل محتوای برجستگی منابع قدرت نرم در سند چشم‌انداز بیست‌ساله جمهوری اسلامی ایران» (قربی، ۱۴۰۰)، «منابع قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران؛ مطالعه کمی سیاست‌های کلی علم و فناوری» (جعفری و قربی، ۱۳۹۷)، «فرهنگ و قدرت نرم؛ مطالعه منابع فرهنگی قدرت نرم در قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران» (قربی و منصوری، ۱۳۹۷)، «مؤلفه‌های منابع سیاسی قدرت نرم در جمهوری اسلامی ایران در افق سند چشم‌انداز ۱۴۰۴» (جعفری و قربی، ۱۳۹۵)، «مؤلفه‌های الهام‌بخشی و قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران در جهان اسلام: مطالعه سیاست‌های کلی برنامه ششم توسعه» (قربی، ۱۳۹۴)، «واکاوی مختصات قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران در سند چشم‌انداز ۱۴۰۴» (قربی، ۱۳۹۲)، «مذاقه‌ای در منابع، ابزار، ابعاد و تهدیدهای قدرت نرم در قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران» (قربی، ۱۳۹۴) و «الهام‌بخشی و قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران در سند چشم‌انداز ۱۴۰۴» (موسوی و قربی، ۱۳۹۲) اشاره کرد. هر کدام از این آثار به بررسی منابع قدرت در اسناد فرادستی ایران می‌پردازند.

در زمینه پیشینه پژوهش پیرامون قدرت نرم در سند مؤلفه‌های هویت ملی باید اشاره کرد حیدری و قربی در پژوهشی با عنوان «مؤلفه‌های قدرت نرم ایران در سند مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان (مطالعه ارزش‌های فرهنگی) مترصد پاسخ به این سؤال



هستند که مؤلفه منابع فرهنگی قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران در سند هویت ملی ایرانیان کدامند و ارزش‌های ملی و دینی چگونه بر ارتقاء قدرت نرم‌افزاری ایران تأثیر می‌گذارند؟ یافته‌های مقاله نشان می‌دهند که ارزش‌های ملی و دینی منابع قدرت نرم ایران می‌باشند که با ایجاد جذابیت، همبستگی و پیوند اجتماعی، قدرت ایران را ارتقاء می‌دهند (حیدری و قربی، ۱۳۹۵). سیدمحمدجواد قربی در مقاله‌ای با عنوان «فرهنگ سیاسی و قدرت نرم در انقلاب اسلامی؛ موردکاوی سند مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان» اشاره می‌کند یکی از منابع قدرت نرم ایران در فرایند انقلاب اسلامی، فرهنگ سیاسی می‌باشد به‌گونه‌ای که بی‌توجهی به آن می‌تواند فهم و درک صحیح قدرت نرم جامعه ایرانی را با دشواری مواجه سازد. مقاله حاضر با بهره‌گیری از روش تحلیل محتوای مترصد تبیین فرهنگ‌های سیاسی بازتولیدکننده قدرت نرم در سند مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان است و یافته‌های آن نشان می‌دهند که مؤلفه‌هایی همچون ولایت‌مداری، وظیفه‌گرایی در راستای برقراری حکومت عدل جهانی، معنویت‌گرایی در حیات اجتماعی، فرهنگ یکپارچگی امت (فارغ از علایق قومی و نژادی)، فرهنگ انتظار و کوشش مصرانه برای بسترسازی ظهور و فرهنگ راهبردی استقامت (هویت مقاومت) بر ارتقاء قدرت نرم ایران مؤثر هستند که نمونه‌های فراوانی از آنها را می‌توان در انقلاب اسلامی و حال حاضر ایران مشاهده کرد (قربی، ۱۳۹۶). کریمی‌مله و همکاران در مقاله مشترکی با عنوان «هویت فرهنگی جمهوری اسلامی ایران؛ موردکاوی سند مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان» به دنبال پاسخ به این سؤال هستند که هویت فرهنگی جمهوری اسلامی ایران در سند مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان دارای چه لایه‌ها و عناصری است. دستاوردهای این پژوهش نشان از این دارد که هویت فرهنگی در سند مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان شامل دو لایه هویت فرهنگی ایرانی و اسلامی است که دربرگیرنده عناصری چون معنویت و توحید، اسلام و مذهب تشیع و معارف قرآنی، همگرایی فرهنگی، دفع ظلم و ظلم‌ستیزی، ولایت‌مداری و غیره است. در این پژوهش به مؤلفه‌های قدرت‌آفرین توجهی نشده است و نسبت بین هویت و قدرت نرم تبیین نشده است (کریمی‌مله و دیگران، ۱۳۹۷). به غیر از این آثار، پژوهش دیگری مبتنی بر تبیین مؤلفه‌ها و منابع قدرت نرم در سند مزبور انجام نشده است.

در جمع‌بندی پیشینه پژوهش باید اشاره کرد در باب قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران نیز مقالات، کتاب و پایان‌نامه‌های مختلفی تدوین شده است و در حوزه شناسایی منابع قدرت نرم در اسناد فرادستی، آثاری در حوزه بررسی قانون اساسی، اندیشه رهبران انقلاب اسلامی، سند چشم‌انداز بیست‌ساله جمهوری اسلامی، برنامه‌های توسعه



پنج‌ساله و غیره انجام شده است ولی در خصوص شناسایی و تحلیل کمی منابع قدرت نرم در سند مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان اثری منتشر نشده است و صرفاً تعدادی مقاله محدود در بررسی مؤلفه‌های فرهنگی قدرت در این سند منتشر شده‌اند. نوآوری این پژوهش، تحلیل کمی سند مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان است که با بهره‌گیری از روش تحلیل مضمون، الگوی شماتیک قدرت نرم در سند ارائه شده است و این نحوه پرداختن به سند هویت ملی، دارای بداعت و نوآوری است.

۳. ملاحظات نظری

۳-۱. تعریف مفاهیم؛ قدرت نرم

به تعبیر برتراند راسل، قدرت را می‌توان به معنای «پدید آوردن آثار مطلوب» در نظر گرفت (راسل، ۱۳۸۵، ص. ۵۲) و امروزه قدرت به معنای توانمندی‌های گروهی در متن روابط اجتماعی با گروه‌های مختلف دیگر رایج شده است (تلیس و دیگران، ۱۳۸۳، ص. ۲۵). شیوه‌های متعددی برای تأثیرگذاری در رفتار دیگران وجود دارد و به‌همین دلیل، جوزف نای قدرت را دارای دو لایه سخت و نرم می‌داند (سلیمانی پورلک، ۱۳۹۰، ص. ۲۴). قدرت نرم مبتنی بر «زور» یا کاربرد فیزیکی قدرت نیست؛ بلکه فراتر از جنبه‌های مادی قدرت است و قدرت‌های دیگر زیر نفوذ و یا در درون حوزه قدرت آن قرار دارند (فیاض، ۱۳۸۸، ص. ۲۳). به همین دلیل است که می‌توان ادعا کرد عملکرد قدرت نرم مبتنی بر رضایت‌مندی و پذیرش قلبی است (افتخاری، ۱۳۸۹، الف، صص. ۷-۱۰). قدرت نرم نیز توانایی به‌دست‌آوردن چیزی از طریق جذب و اقناع سایرین جهت تحقق اهداف می‌باشد به گونه‌ای که برآیند تصویرسازی ایجابی و تأثیرگذاری همراه با رضایت است (بیگی، ۱۳۸۸: ۳۰). جوزف نای قدرت نرم را کسب نتایج مطلوب از طریق جاذبه؛ نه از طریق اجبار یا تطمیع معرفی می‌کند و با توجه به این رویکرد، قدرت نرم عمدتاً متعلق به بازیگرانی است که بدون اینکه از زور استفاده کنند، نتایج دلخواه را می‌گیرند، چون سیاست‌های آنها و همچنین ارزش‌های آنها برای دیگران جذابیت دارد (ابوالفتحی و نوری، ۱۳۹۲، صص. ۷۷-۷۸). در تعریفی مشابه آمده است؛ قدرت نرم ناظر بر توانایی نفوذ و تأثیرگذاری بر افکار، اندیشه‌ها و اذهان با هدف تحمیل خواست و اراده از طریق جلب‌نظر و متقاعد ساختن ملت و دولت بدون استفاده از زور و اجبار فیزیکی است (افتخاری و جانی‌پور، ۱۳۹۲، ص. ۲۶). توجه به این نکته ضروری است که قدرت نرم همانند نفوذ نمی‌باشد؛ برای اینکه نفوذ می‌تواند شامل قدرت سخت و یا پاداش باشد؛

اما چهره دوم قدرت نیز قانع کردن با توانایی حرکت دادن مردم بوده و عموماً مشارکت توأم با رضایت را شامل می‌شود (Nye, 2000, p. 46).

در رویکرد بومی، قدرت نرم مبتنی بر استحکام ساختار قدرت، مدیریت قلوب و منابع سه‌گانه اعتقادی، اخلاقی و مادی می‌باشد که تأثیر مطلوبی بر رفتارها خواهند داشت (افتخاری و کمالی، ۱۳۹۴، ص. ۲۴). با این اوصاف، سلول قدرت در گفتمان غربی بر تکررگرایی، نسبیت‌گرایی و مرجعیت اکثریت استوار است؛ درحالی‌که قدرت نرم در گفتمان اسلامی بر مشارکت، مسئولیت، تغییر ماهیت قدرت (خلافت الهی)، بیعت، اصلاح شبکه روابط قدرت (امربه معروف و نهی از منکر)، اصلاح بینش صاحبان قدرت (نصیحت ائمه مسلمین)، و تغییر ساختار قدرت استوار است. گفتمان اسلامی قدرت نگرش توحیدی دارد؛ درحالی‌که در گفتمان غربی قدرت، نگرش اومانستی موردتوجه است. نگرش اسلامی دارای مشروعیت الهی و منطبق بر فطرت انسانی است؛ درحالی‌که اندیشه غربی مشروعیت خود را از مردم می‌گیرد. با توجه به مبنای ایدئولوژیک مطرح شده در دو گفتمان و با عنایت به اینکه گفتمان اسلامی با فطرت انسان سروکار دارد؛ عناصر تولید شده در قدرت نرم اسلامی بسیار زیاد است و علاوه بر منابع مادی قدرت نرم که در دو گفتمان وجود دارد، گفتمان اسلامی دارای منابعی منحصر به فرد است (قربی، ۱۳۹۰، صص. ۱۶-۱۹). لاجرم، استفاده از منابع نرم برای تولید قدرت، بیشتر به قابلیت‌های فکری و عقلانی آن بستگی دارد تا به ظرفیت‌های فیزیکی کشور. یعنی توسعه و گسترش ظرفیت قدرت نرم یک کشور عمدتاً با توسل به قابلیت‌های فکری و عقلانی آن ممکن می‌شود (اسمعیلی و فرشچی، ۱۳۹۴، ص. ۱۵۹).

۳-۲. مبانی نظری؛ منابع قدرت نرم

قدرت به مفهوم توانایی و قابلیت (میرزایی، ۱۳۹۴، ص. ۵۵) نیازمند داشتن منابعی است که با سیاست‌گذاری و عملکرد صحیح ملی به قابلیت اثرگذاری ملی و بین‌المللی تبدیل شود؛ اما باید تأکید داشت برای اینکه منابع قدرت تولیدکننده رفتار قدرت باشند، به «زمینه و بستر» بستگی دارد (نای، ۱۳۸۹، ص. ۳۰). منابع قدرت شیوه‌هایی است که از طریق آنها شخص، سازمان و یا کشور می‌تواند بر رفتار دیگران اثر بگذارد و یا نفوذ داشته باشد؛ یعنی همه فرصت‌ها، کارها، اشیاء و غیره که بتوان از آنها استفاده کرد، تا بر رفتار دیگران تأثیر گذاشت. منابع قدرت نرم عوامل غیرمحسوسی هستند که به‌طور غیرمستقیم از طریق تأثیر بر رفتارها و شکل دادن عقایدی که اشخاص دارند،

مؤثر واقع می‌شود. این منابع ممکن است هنجارها یا قوانینی باشند که جهانی است و یا حقانیت بخشی، اعتبار، مهارت‌های ارتباطی، توانایی برای کسب توافق و یا غیره باشد. باید توجه داشت که این فهرست به هیچ وجه پایان‌پذیر نیست (رینولد، ۱۳۸۹، صص. ۵۸-۵۹)؛ اما همان گونه که جوزف نای تأکید دارد، منابع بالقوه قدرت نرم همیشه به قدرت بالفعلی که برای به دست آوردن نتایج دلخواه مورد نیاز است، تبدیل نمی‌شوند. برای اینکه این تبدیل (از منابع بالقوه قدرت به قدرت بالفعل) صورت بگیرد، باید از نظر مخاطبان، اندازه اهداف بالقوه قدرت نرم، جذاب باشد و آن جذابیت در نتایج سیاست‌ها تأثیر گذارد (نای، ۱۳۸۷، ص. ۸۷). از این رو، قدرت A بر روی B دارای یک منبع، عرصه و یا اساسی است که همچون منابع قابل بهره‌برداری A در مقابل B معنا می‌یابد (کلگ، ۱۳۸۳، ص. ۱۹). نای تأکید دارد همواره باید پیچیدگی‌های مربوط به «تبدیل قدرت» و اینکه کدام یک از منابع، بهترین مبنا برای قدرت (در وضعیت خاص) به شمار می‌رود، حساسیت داشت. وی تأکید داشت که در چارچوب کلی منابع متحول قدرت، باید میان «روش اعمال مستقیم قدرت یا شیوه آمرانه» و «روش اعمال غیرمستقیم قدرت یا رفتار متقاعدکننده قدرت» تمایز قائل شد. در مورد اول، از مضامین تشویق و ترغیب‌کننده یا تهدیدآمیز استفاده می‌شود؛ اما در نوع دیگر، مسائلی چون جذابیت عقاید و باورها، توانایی دستور کار سیاسی، فرهنگ، ایدئولوژی و نهادها برای شکل دادن به ترجیح‌های مورد نظر دیگران مورد توجه است (کیوان حسینی و جمعه‌زاده، ۱۳۹۲، ص. ۱۵۲). به هر روی، اگر منابع قدرت با فرایندهای محیطی منطبق و همسو باشد، شاهد نوعی همزایی خواهیم بود که ضریب نفوذ قدرت را افزایش می‌دهد (جین شارپ، ۱۳۸۹، ص. ۲۱). منابع قدرت نرم سرمایه‌هایی هستند که باعث جذابیت می‌شود (زرقانی، ۱۳۸۸، ص. ۲۱) و این موضوع بیانگر این است که منابع قدرت نرم با طیفی از رفتارهای متقاعدکننده همراه است و در نقطه مقابل آن، منابع سخت‌افزاری قدرت نیز با اجبار و رفتار مبتنی بر فرماندهی همراه هستند (Nye, 2004, p. 7). پس در خصوص منابع چندوجهی متقاعدکننده قدرت نرم باید اذعان داشت که «بدون دستور دادن» بر رفتار دیگران اثر می‌گذارند (نای، ۱۳۸۲، ص. ۳۵۳).

منابع متقاعدکننده قدرت نرم را می‌توان در ابعاد سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و علمی مشاهده کرد (قربی، ۱۳۹۲، ص. ۴۹) که کاربرنده آنها تلاش دارد دیگران را در راستای منافع و نتایج دلخواه خود متقاعد سازد (نای، ۱۳۸۳، ص. ۲۳). بر اساس نظریه قدرت نرم جوزف نای، ماهیت قدرت نرم بر مبنای توانایی شکل‌دهی به ترجیح‌های دیگران استوار است و این امر به گونه‌ای ناملموس و با استفاده از جاذبه‌های فرهنگی،



ارزش‌ها و نهادهای سیاسی انجام می‌شود (پورسعید، ۱۳۸۹: ۶۷). البته هریک از منابع اصلی قدرت نرم با لحاظ شروطی مهم، قابل تحقق به قدرت واقعی و کاربردی هستند؛ برای نمونه، نای در باب فرهنگ، معتقد است که اینکه همه بخش‌های یک فرهنگ ملی قابل تبدیل به قدرت نرم نیست بلکه آن بخش‌هایی از فرهنگ که برای دیگران جذابیت دارند از منابع قدرت نرم محسوب می‌شود. بعد اینکه، فرهنگ‌های محلی و ناحیه‌ای کمتر قابل تبدیل به قدرت نرم هستند. ارزش‌های سیاسی، منبعی از منابع قدرت نرم به‌شمار می‌آیند به شرطی که در داخل و خارج کشور، مورد توجه و مشروع باشند و در نهایت اینکه سیاست خارجی یک کشور در صورتی مولد قدرت نرم است که در چشم و دیدگاه دیگران قانونی و مسئولانه به نظر برسند (جمشیدی و محمدی، ۱۳۹۳، ص. ۶۵). افزایش منابع قدرت نرم توانایی جذب اذهان و قلوب مردم را فراهم می‌سازد و از طرفی دیگر منجر به هم‌افزایی و ذخیره‌سازی قدرت سخت و نیمه سخت در مواقع بحرانی می‌شود (مرتضوی و دیگران، ۱۳۹۴، ص. ۱۰۹). در این مقاله با توجه به ظرفیت‌های سند مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان، الگوی سه بُعدی منابع قدرت نرم مورد توجه است. منابع فرهنگی، سیاسی و علمی از عوامل بازتولید قدرت نرم می‌باشد که در ادامه به آنها می‌پردازیم.

۳-۲-۱. منابع فرهنگی قدرت نرم

فرهنگ مهمترین منبع قدرت نرم جامعه ایرانی در سطح ملی و بین‌المللی می‌باشد. آموزه‌های مذهبی و دینی همراه با مؤلفه‌های اصیل فرهنگ ملی؛ دو عامل مهم هویت بخش و وحدت‌آفرین در جامعه اسلامی ایران به‌شمار می‌آیند. همگرایی این دو عامل کانون نیرومندی را برای تولید قدرت نرم در فرهنگ سیاسی شیعه حاکم بر این کشور به‌وجود خواهد آورد (ملک‌زاده، ۱۳۹۳، ص. ۱۰۹). در عین حال، مکتب و ایدئولوژی جذاب و قدرتمند، پیشینه تاریخی تمدنی، قدرت تعامل با دیگر فرهنگ‌ها، جاذبه‌های فرهنگی توریستی، توان ترویج ارزش‌ها و الگوهای رفتاری، سرانه بالای تولیدات هنری، توانمندی کمی و کیفی فراورده‌های فرهنگی و... از مؤلفه‌های فرهنگی هستند که بر تولید قدرت نرم مؤثر بوده و از عقاید و باورهای اساسی، ارزش‌ها، آداب و الگوهای رفتاری ریشه‌دار و دیرپا، نمادها و مصنوعات تشکیل شده‌اند (شعبانی، ۱۳۹۲، صص. ۸۲-۸۳). فرهنگ‌ها زمانی که با قدرت جذب، تولیدکنندگی و بهره‌وری همراه باشند از توانایی و قدرت فراوانی برخوردار خواهند بود (افتخاری، ۱۳۸۹، ب، صص. ۳۷-۳۹). این مؤلفه‌های فرهنگی در جامعه ایرانی با فطرت انسان‌ها سازگار بوده و برای تمام مردم



جهان دارای جذابیت می‌باشد. همین جذابیت منجر به بازتولید قدرت نرم در فرایند انقلاب اسلامی بوده است (قربی و جعفری، ۱۳۹۵، ص. ۱۵).

۳-۲-۲. منابع علمی قدرت نرم

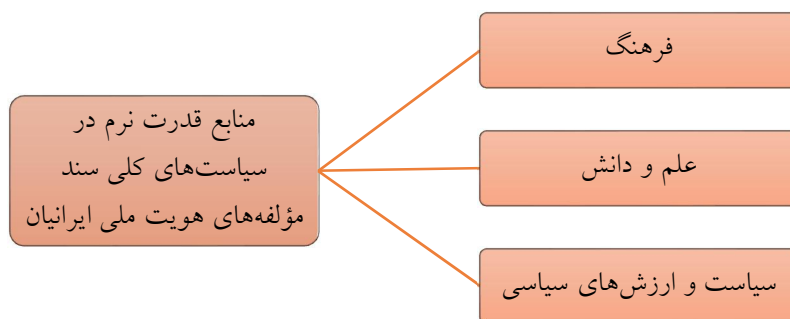
منابع علمی نیز، در عصر حاضر یکی از اجزای جداناپذیر قدرت می‌باشد (گلشن‌پژوه، ۱۳۸۷، ص. ۳۳؛ مایور و فورتی، ۱۳۷۷)؛ تاجایی که امروزه اقتدار علمی و علم برترساز از اهمیت فراوانی برخوردار شده است (عصاریان‌نژاد و دیگران، ۱۳۸۷، صص. ۶۱-۹۶). اشلی تلیس تأکید دارد که فناوری‌ها و دانش‌های اساسی که در توانایی ملی و روند منافع ملی تأثیرگذارند به شرح زیر می‌باشد؛ فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات، فناوری مواد، فناوری ساخت و تولید، فناوری زیستی و علوم حیاتی، فناوری هوانوردی و حمل‌ونقل، فناوری انرژی و محیط زیست. این فناوری و دانش‌ها نیازمند آموزش‌های رسمی و غیررسمی هستند تا منابع انسانی بتوانند در مسیر آنها گام بردارند (تلیس و دیگران، ۱۳۸۳، صص. ۲۳۱-۲۳۵). قدرت علمی ناظر بر توانایی تولید دانش، تربیت منابع انسانی ماهر و فناوری برای تحقق اهداف مربوطه است. شاخص‌های سنجش قدرت علمی و فناوری عبارت‌اند از؛ تولید دانش، ثبت مقالات در نشریه‌های معتبر بین‌المللی، تربیت نیروی انسانی ماهر در حوزه‌های نوین علمی و فناوری همانند نانو فناوری، زیست فناوری، هوافضا و... می‌باشد (قربی، ۱۳۹۲، ص. ۵۵)؛ که در جامعه ایرانی و اسلامی نیز این ارزش کسب علم، دانش و فناوری هنگامی است که با معنویت همراه باشد (جعفری‌پناه و میراحمدی، ۱۳۹۱، ص. ۱۱۰)؛ بنابراین در گفتمان اسلامی، «جهاد علمی» است که مشخص می‌سازد کدام بازیگر می‌تواند در سلسله مراتب قدرت‌های جهانی، نقش برتر را ایفا می‌کند (افتخاری، ۱۳۸۹، ج. ص. ۱۶).

۳-۲-۳. منابع سیاسی قدرت نرم

در حوزه منابع سیاسی قدرت نرم باید اذعان داشت که سیاست خارجی و ارزش‌های سیاسی پیوند وثیقی با قدرت نرم دارند (سلیمانی پورلک، ۱۳۸۶، ص. ۹) و داشتن «اعتماد» به عملکرد سیاست داخلی و خارجی بسیار حائز اهمیت می‌باشد (نای و دیگران، ۱۳۸۹). منابع سیاسی قدرت نرم در گفتمان اسلامی با اخلاق و ارزش‌های اسلامی نظیر عطفوت، تالیف قلوب، دوستی، همراهی، صداقت و همیاری همراه است و دستیابی به نتایج ترسیم‌شده با هر روش و ابزاری مذموم و ناپسند دانسته می‌شود. ازاین‌رو، سیاست اخلاقی و ارزشمدار می‌تواند تولیدکننده قدرت حقیقی و نرم‌افزارانه

باشد (قربی و جعفری، ۱۳۹۳، ص. ۳۹). برخی از عناصر سیاسی مرتبط با قدرت نرم عبارت‌اند از؛ فرهنگ راهبردی پایداری، برخورداری از امنیت، سازگاری ملی، سرمایه‌های اجتماعی (جعفری و قربی، ۱۳۹۵، ص. ۷۵)، تعاون سیاسی، تعامل سازنده با کشورهای همسایه و الهام‌بخشی می‌باشد.

«الکساندر ووینگ» تأکید دارد که این منابع متقاعدکننده قدرت در ابعاد سیاسی، فرهنگی، علمی و حتی اقتصادی نیز از طریق شکوه (برانگیختن تحسین دیگران و ایجاد تقلید، رقابت، احترام یا ترس و حرمت)، زیبایی (همنوایی و نزدیک شدن بازیگران به یکدیگر از راه آرمان‌ها، ارزش‌ها، انگیزه‌ها و دیدگاه‌ها) و خیرخواهی (ایجادکننده سپاسگزاری و حس همدردی، ایجاد همکاری مشترک، احترام و پشتیبانی، عزت) منجر به تولید قدرت نرم می‌شوند (ووینگ، ۱۳۸۸، صص. ۱۳۷-۱۴۰). درنهایت اینکه، منابع قدرت نرم (فرهنگی، علمی، سیاسی و...) باید مبتنی بر متقاعدکنندگی باشند که با سه مؤلفه فوق‌الذکر، روند کاربست منابع قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران را بهبود می‌بخشند.



نمودار ۱: الگوی نظری منابع قدرت نرم در سیاست‌های کلی سند مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان (یافته‌های نگارنده)

۴. روش پژوهش

تحلیل محتوا یکی از مباحث کاربردی است که پژوهشگران با استفاده از این روش، به واری داده‌های خود می‌پردازند. به واسطه روش تحلیل محتوا می‌توان به تحلیل گفتار، نوشتار، از قبیل مقال‌ها، کتاب‌ها، سخنرانی‌ها، فیلم، تصاویر، حرکات، نحوه ادای کلمات، تکرار کلمات، لحن به کار رفته در کلام و غیره پرداخت. تحلیل محتوا به محقق کمک می‌کند تا لایه‌های پنهان و زیرین پدیده‌های مرتبط با موضوع پژوهش را به دست آورده، به اهدافی که پژوهش در راستای آن انجام می‌گیرد، نزدیک شود. تحلیل محتوا از رویکردی خاص برای تحلیل داده‌ها برخوردار است. این رویکرد خاص عمدتاً ناشی از نحوه تلقی از موضوع تحلیل (محتوا) می‌باشد. تحلیل محتوا را روشی پژوهشی برای استنباط تکرارپذیر و معتبر از داده‌ها در مورد متن آن‌ها تعریف کرده‌اند. به یک معنا، تحلیل محتوا روشی برای مطالعه عینی، کمی و نظام‌مند فراورده‌های ارتباطی (محتوای آشکار پیام) جهت رسیدن به تفسیر می‌باشد که بر سه عنصر «عینیت»، «کمیت» و «نظام مند بودن» تأکید شده است. عینیت اشاره به این دارد که این پژوهش بر اساس قواعد، احکام و روش‌های مشخص انجام می‌گیرد. بنابراین، به منظور اجتناب از سوگیری نظر محقق در فرایند تحقیق می‌بایست پژوهش توسط مجموعه صریح و مشخصی از قواعد هدایت شود. نظام‌دار و نظام‌مند بودن آن نیز بدین معناست که مطالعه علاوه بر روشمندی، دایره شمول و طرح محتوا یا مقوله‌ها بر طبق قواعد کاربردی ثابتی مشخص شده است. باید توجه داشت که دو شرط عینیت و نظام‌دار بودن، قابلیت تکرار این روش را می‌رساند، به گونه‌ای که سایر پژوهشگران نیز بتوانند با استفاده از روش‌های یکسان و اطلاعات مشابه، به نتایج مشابهی برسند. از آن‌رو که هدف، تحلیل محتوای پیام‌ها در قالب عبارت‌های عددی و در نتیجه، استفاده از فنون کمی است که قابلیت این روش را افزایش می‌بخشد، باید داده‌های ما به صورت کمی (درصد و شمارش) تبدیل شود. در غیر این صورت، تحلیل محتوا نیست. در این روش، پژوهشگر ارتباط مستقیم با پیام‌ها دارد و تنها به سراغ محصولات ارتباطی نظیر: روزنامه‌ها، کتاب‌ها، گزارش‌ها، نظرسنجی‌ها، فیلم‌ها، سریال‌ها، نامه‌ها، خاطره‌ها، عکس‌ها و سخنرانی‌ها می‌رود و با فرستنده پیام و انسان‌ها به طور مستقیم در ارتباط نیست. این مهم‌ترین وجه تمایز بین این روش با سایر روش‌هاست. از این‌رو روش مزبور روش بدون واکنش، مزاحمت و عکس‌العمل دانسته‌اند؛ چون کاری با مردم ندارد (قریبی، ۱۴۰۰، صص. ۲۷-۲۸). باید دقت کرد که در این روش دو عنصر اصلی مطرح هستند:

الف. واحد تحلیل: کوچک‌ترین جزء پیکره متن است که برای رسیدن به هدف تحقیق، اندازه‌گیری و شمارش می‌شود. واحد تحلیل اغلب می‌تواند در بردارنده کلمه، جمله، بند، عکس یا صفحه باشد که البته هریک از این واحدها به تناسب نوع متن و هدف پژوهش انتخاب می‌شوند.

ب. مقوله تحلیل: هنگامی که واحد تحلیل معین شد، باید مشخص شود که واحدهای استخراج‌شده و شمارش‌شده چگونه دسته‌بندی می‌شوند. عناوین این دسته‌بندی‌ها، مقوله تحلیل را تشکیل می‌دهند. درنهایت واحدهای تحلیل بر اساس مقوله‌های تحلیل دسته‌بندی می‌شوند تا مراحل شمارش و تحلیل اطلاعات صورت بگیرد (ایمان و نوشادی، ۱۳۹۰، صص. ۱۸-۲۰).

با توجه به ماهیت پژوهش حاضر، این مقاله از نوع توسعه‌ای بوده و برای تبیین الگوی مفهومی و نظری پژوهش مرتبط با منابع قدرت نرم، از روش تحلیلی - توصیفی و مطالعات کتابخانه‌ای بهره گرفته شد. مرجع بررسی این پژوهش، سند مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان می‌باشد و در راستای تجزیه و تحلیل سند مزبور، از روش تحلیل محتوای کمی^۱ استفاده می‌شود که واحد تحلیل مورد نظر، «کلمه» می‌باشد و تلاش می‌شود با کدگذاری مضمونی منابع قدرت نرم در این سند، میزان برجستگی و فراوانی منابع سه‌گانه علمی، فرهنگی و سیاسی قدرت در این سند مورد بررسی و مذاقه کمی قرار بگیرد. قلمرو موضوعی این پژوهش، تحلیل کمی منابع قدرت نرم در سند مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان می‌باشد و با توجه به این موضوع، جمهوری اسلامی ایران نیز قلمرو مکانی پژوهش محسوب می‌شود.

۵. یافته‌های پژوهش؛ تحلیل منابع سه‌گانه قدرت نرم در سند مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان

بررسی و مذاقه سند مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان نشان می‌دهد که شش مؤلفه کلیدی برای بازتولید قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران وجود دارد که مرتبط با هویت ایرانی هستند اما ابعاد مرتبط با این مؤلفه‌ها، بر روند قدرت‌زایی برای جمهوری اسلامی ایران مؤثرند. از این‌رو، «روح معنویت، تعبد و توحید»، «اسلام مبتنی بر معارف قرآن و مودت اهل بیت (علیهم‌السلام)»، «ولایت‌مداری»، «سرزمین متحد ایران»، «زبان و خط پارسی» و «مهدویت، انتظار و رسالت تاریخی ایرانیان» از

مؤلفه‌های اصلی قدرت نرم ایران در این سند مزبور هستند که الگوی اصلی این منابع و مؤلفه‌ها که از طریق کدگذاری مفهومی در بندهای هفت‌گانه این سند به‌دست آمده‌اند نیز در نمودار زیر نمایش داده شده است:



منبع: (طراحی توسط نویسندگان)

نمودار (۲): الگوی قدرت نرم بر اساس اصول مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان

۵-۱. منابع فرهنگی

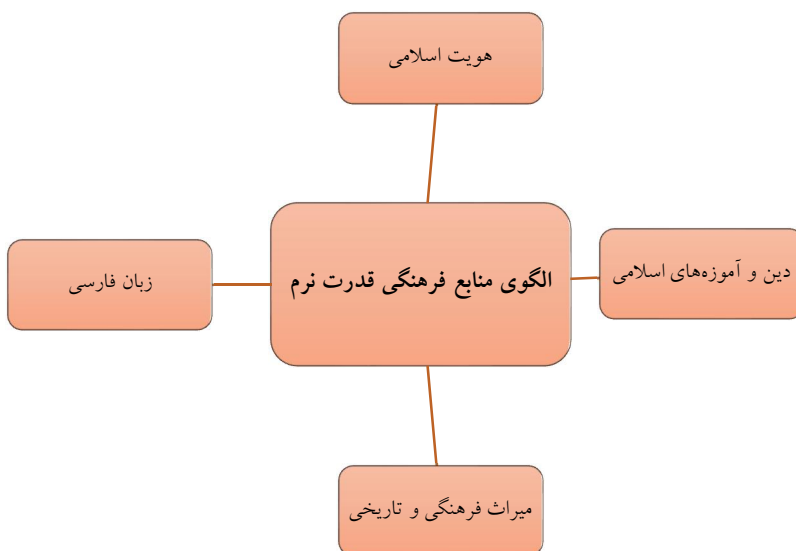
در این بخش مترصد پاسخ‌گویی به این سؤال هستیم که منابع فرهنگی قدرت نرم در سند مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان کدامند؟ در سند مزبور به مجموعه‌ای از مؤلفه‌های هویتی و فرهنگی، باورها، خواست‌ها، آرزوها و رفتارهای ملی تأکید شده است که ارتباط وثیقی با قدرت نرم دارند. از منظر فراوانی نیز ۱۶ بار واژه فرهنگ در این سند ملی به کار رفته است و درعین حال، واژه‌های باور، اعتقادات، هویت فرهنگی و... بارها در این سند به کار رفته است. با توجه به الگوی منابع فرهنگی قدرت نرم، برخی از مؤلفه‌های فرهنگی مؤثر ابعاد نرم‌افزاری قدرت ملی در سند مزبور به قرار زیر است؛ اشتراک‌های فرهنگی ایرانیان (سند مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان، ۱۳۸۶، مقدمه)، اعتلا و همگرایی فرهنگی (سند مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان، ۱۳۸۶، مقدمه)، هویت فردی و جمعی (سند مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان، ۱۳۸۶، مقدمه)، مجموعه فرهنگ‌ها، باورها، خواست‌ها، آرزوها و رفتارهای شهروندان (سند مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان، ۱۳۸۶، مقدمه)، دینداری بر محور یکتاپرستی (سند مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان، ۱۳۸۶، بند ۱)، معنویت و عبادت (سند مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان، ۱۳۸۶، بند ۱)، انسجام‌بخشی عبادتگاه‌ها و مساجد (سند مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان، ۱۳۸۶، بند ۱)، میراث فرهنگی و هنری (سند مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان، ۱۳۸۶، بند ۱)، توحید ناب منبعث از وحی خاتم رسل (سند مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان، ۱۳۸۶، بند ۱)، اخذ تعالیم قرآن تلاش مجدانه برای نشر و تنظیم آن (سند مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان، ۱۳۸۶، بند ۲)، علاقه و ارادت عمیقی نسبت به خاندان وحی (سند مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان، ۱۳۸۶، بند ۲)، فهم و عمل به سیره پیامبر و خاندان وحی و پیروی صادقانه از آنان (سند مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان، ۱۳۸۶، بند ۲)، رسوم و خرده‌فرهنگ‌هایی زیبا، عمیق، همسو و هم‌افق در یک سرزمین فرهنگی (سند مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان، ۱۳۸۶، بند ۴)، زبان و خط پارسی (سند مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان، ۱۳۸۶، بند ۵)، فرهنگ و معارف اسلامی ایرانیان (سند مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان، ۱۳۸۶، بند ۵)، اهتمام به پاسداری از زبان و زنده نگاهداشتن آن (سند مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان، ۱۳۸۶، بند ۵)، تمدن و تاریخ ایران (سند مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان، ۱۳۸۶، بند ۶)، حافظه تاریخی ملت (سند مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان، ۱۳۸۶، بند ۶)، شیوه‌های صحیح زندگی (سند مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان، ۱۳۸۶، بند ۶)، شکوفایی و رونق

فرهنگی (سند مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان، ۱۳۸۶، بند ۶)، تبادل فرهنگی با کشورهای دیگر (سند مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان، ۱۳۸۶، بند ۶)، فرهنگ ناب شیعی و مهدویت (سند مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان، ۱۳۸۶، بند ۷) و هویت تاریخی (سند مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان، ۱۳۸۶، بند ۷).

جدول (۱): منابع فرهنگی قدرت نرم در سند مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان

اعتماد و همگرایی فرهنگی	اشتراک‌های فرهنگی ایرانیان
دینداری بر محور یکتاپرستی	هویت فردی و جمعی ایرانیان
مجموعه فرهنگ‌ها، باورها، خواست‌ها، آرزوها و رفتارهای ایرانیان	رسوم و خرده‌فرهنگ‌هایی زیبا، عمیق، همسو و هم‌افق در یک سرزمین فرهنگی
انسجام‌بخشی عبادتگاه‌ها و مساجد	معنویت و عبادت
توحید ناب منبعث از وحی خاتم رسل	میراث فرهنگی و هنری
هویت تاریخی	زبان و خط پارسی
تبادل فرهنگی با کشورهای دیگر	فهم و عمل به سیره پیامبر و خاندان وحی و پیروی صادقانه از آنان
شیوه‌های صحیح زندگی	فرهنگ ناب شیعی و مهدویت
تمدن و تاریخ ایران	حافظه تاریخی ملت
شکوفایی و رونق فرهنگی	اهتمام به پاسداری از زبان و زنده نگاهداشتن آن
علاقه و ارادت نسبت به خاندان وحی	فرهنگ و معارف اسلامی ایرانیان

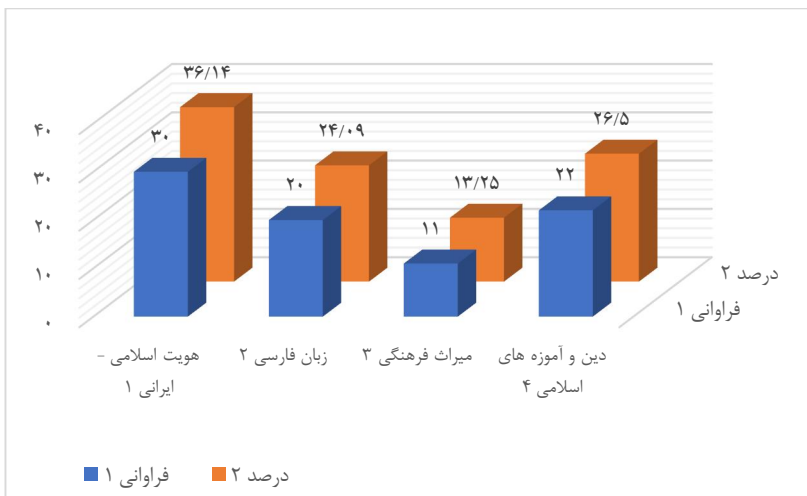
بررسی مؤلفه‌های فرهنگی استخراج شده از سند مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان نشان می‌دهد که این منابع را می‌توان در چهار بخش به قرار زیر دسته‌بندی کرد؛ هویت اسلامی، زبان ملی، میراث فرهنگی و تاریخی، دین و آموزه‌های اسلامی. این دسته‌بندی با توجه به بخش‌های در نظر گرفته شده در سند مؤلفه‌های هویتی ارائه شده است.



منبع: (طراحی توسط نویسندگان)

نمودار (۳): الگوی منابع فرهنگی قدرت نرم در سند مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان

بررسی تکرار و تأکید بر مؤلفه‌های فرهنگی نشان می‌دهد که هویت اسلامی و ایرانی با داشتن ۳۰ بار تکرار در این سند، از بیشترین فراوانی (۳۶/۱۴ درصد) برخوردار است و بعد از آن، دین و آموزه‌های اسلامی با ۲۲ فراوانی (۲۶/۵۰)، زبان فارسی با ۲۰ فراوانی (۲۴/۰۹ درصد) و میراث فرهنگی و تاریخی با ۱۱ فراوانی (۱۳/۲۵ درصد) قرار دارد که در نمودار زیر نمایش داده شده‌اند.



نمودار (۴): فراوانی منابع فرهنگی قدرت نرم

منابع فرهنگی منجر به توسعه الهام‌بخشی فرهنگی جمهوری اسلامی در کشورهای حوزه تمدنی اسلام خواهد شد و این قابلیت را دارد که استحکام اجتماعی داخلی کشور را افزایش دهد و بتواند همبستگی و اتحاد ملی را تقویت نماید. یکی از مؤلفه‌های اصلی پذیرش قدرت نرم در کشورهای همسو، داشتن میراث فرهنگی و تمدنی مشترک است و به میزان اهمیت شاخص‌های تمدنی در داخل و توسعه فعالیت‌های فرهنگی برای ترویج این آموزه‌ها و میراث فرهنگی و تمدنی ایران در ملل مختلف، منجر به پذیرش سیاست‌های فرهنگی ایران خواهد بود.

۲-۵. منابع علمی

در این بخش مترصد هستیم سؤال «منابع علمی قدرت نرم در سند مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان کدامند؟» را مورد مذاقه و تبیین کمی قرار دهیم. در این زمینه باید اشاره شود علم، دانش و فناوری به‌عنوان یکی از ارکان اصلی تمدن اسلامی و ایرانی، همواره منجر به بازتولید قدرت برای ایرانیان در ادوار تاریخی بوده است و واژه علم ۴ بار در این سند مورد استفاده قرار گرفته است. برخی از منابع علمی قدرت نرم در سند مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان به شرح زیر می‌باشد؛ اصحاب حوزه‌های علمی (سند مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان، ۱۳۸۶، بند ۱)، ارکان فرهنگ ایرانیان همچون علم و میراث هنری (سند مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان، ۱۳۸۶، بند ۱)، جستجوگری علم از سوی ایرانیان معاصر (سند مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان،

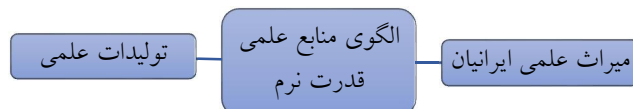


۱۳۸۶، بند ۳، معارف اسلامی ایرانیان (سند مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان، ۱۳۸۶، بند ۵)، زبان فارسی (سند مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان، ۱۳۸۶، بند ۵)، رونق فرهنگی و علمی (سند مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان، ۱۳۸۶، بند ۵ و ۶)، تولید و تألیف علوم قرآنی، فقه، فلسفه، کلام، نجوم، هندسه، ریاضیات، طب، شیمی، معماری و صنایع گوناگون (سند مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان، ۱۳۸۶، بند ۶)، تبادل فرهنگی (سند مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان، ۱۳۸۶، بند ۶).

جدول (۲): منابع علمی قدرت نرم در سند مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان

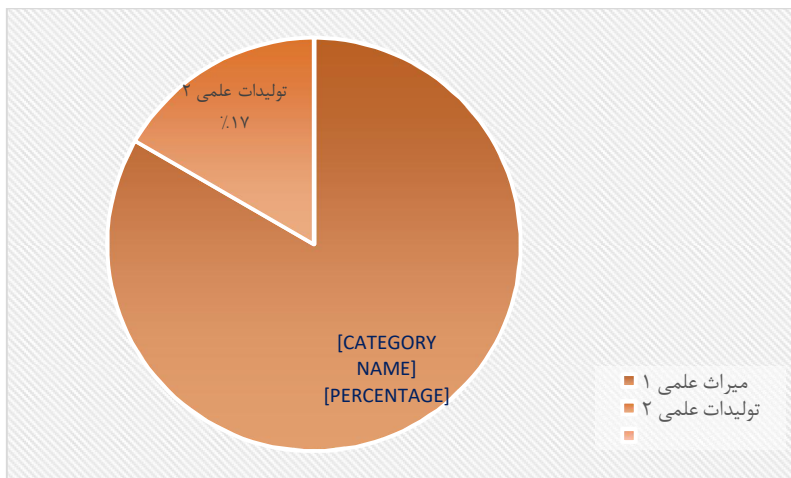
اصحاب حوزه‌های علمی	ارکان فرهنگ ایرانیان همچون علم و میراث هنری
جستجوگری علم از سوی ایرانیان معاصر	معارف اسلامی ایرانیان
تولید و تألیف علوم قرآنی، فقه، فلسفه، کلام، نجوم، هندسه، ریاضیات، طب، شیمی، معماری و صنایع گوناگون	رونق علمی
تبادل علمی با کشورهای دیگر	

منابع و عناصر علمی در این سند بسیار اندک می‌باشد و حتی مؤلفه‌های فناوری که جزء ارکان تمدن اسلامی و تاریخ ایرانیان می‌باشد، توجه نشده است و صرفاً در چند عبارت کوتاه از رونق و حوزه‌های علمی ایران نام برده شده است. پس باید اذعان شود که روحیه علم و دانش دوستی، هویت علمی ایرانیان و جویندگی دانش باید به نحو شایسته‌تری در این سند مورد بررسی قرار می‌گرفت. این منابع علمی را می‌توان در دو دسته تولید علم و میراث علمی ایرانیان جای داد.



نمودار (۵): الگوی منابع علمی قدرت نرم در سند مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان

فراوانی منابع علمی قدرت نرم در این سند، ۶ مؤلفه می‌باشد که میراث علمی با ۵ فراوانی، از بیشترین تأکید برخوردار است و به نظر می‌رسد که از ماهیت بندهای این سند هویتی، صرفاً می‌توان یک مؤلفه ناظر بر تولید علمی را کنکاش نمود.



نمودار (۶): فراوانی منابع علمی قدرت نرم

۳-۵. منابع سیاسی

«منابع سیاسی قدرت نرم در سند مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان کدامند؟» این سؤالی است که در این بخش مترصد پرداختن به آن هستیم. با وجود تأکید سند هویت ملی ایرانیان بر ابعاد هویت اسلامی و ایرانی، اما برخی از تأکیدها و مؤلفه‌های اشاره شده در آن نیز در حوزه منابع سیاسی قرار می‌گیرند که به شرح زیر می‌باشد؛ تلقی از خود یا خودآگاهی فردی و جمعی در برابر دیگری یا دیگران (سند مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان، ۱۳۸۶، مقدمه)، ارتباط وثیق اشتراک‌های فرهنگی ایرانیان با مردم کشورهای همسایه و نیز کشورهای جهان اسلام (سند مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان، ۱۳۸۶، مقدمه)، همگرایی فرهنگی با کشورهای جهان اسلام (سند مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان، ۱۳۸۶، مقدمه)، ارتباط وثیق اشتراک‌های فرهنگی ایرانیان با مردم کشورهای همسایه و نیز کشورهای جهان اسلام (سند مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان، ۱۳۸۶، مقدمه)، دوری از علائق قومی و نژادی [اشاره به پیوستگی سیاسی و همدلی اجتماعی] (سند مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان، ۱۳۸۶، بند ۲)، تعهد همه ایرانیان فارغ از قوم و آیین به ابواب متعددی از سنت‌های حسنه اجتماعی (سند مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان، ۱۳۸۶، بند ۲)، تشکیل حکومت صالحان و قبول حاکمیت پاکان بر جامعه (سند مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان، ۱۳۸۶، بند ۳)، مشروعیت نظام اجتماعی (سند مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان، ۱۳۸۶، بند ۳)، ولایت‌مداری (سند مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان، ۱۳۸۶، بند ۳)، گرایش بی‌پایان برای عدالت‌طلبی در جامعه (سند مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان، ۳)

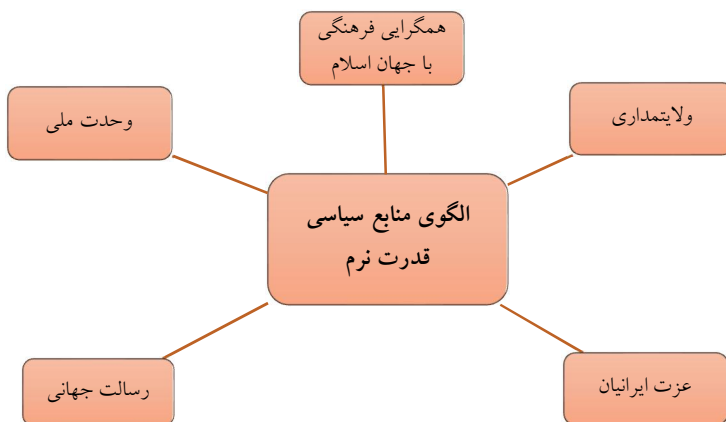
۱۳۸۶، بند ۳)، کشش هویتی ایرانیان به الگوی ممتاز ولایت فقیه (سند مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان، ۱۳۸۶، بند ۳)، انس و نسبت وثیق همه اقوام و گروه‌های ایرانی به معمار کبیر انقلاب اسلامی (سند مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان، ۱۳۸۶، بند ۳)، پاسداری از عظمت ایران (سند مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان، ۱۳۸۶، بند ۴)، دفاع از سرزمین به مثابه مظهر هویت و عزت ایرانی (سند مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان، ۱۳۸۶، بند ۴)، تحکیم و تثبیت وحدت ملی (سند مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان، ۱۳۸۶، بند ۴ و بند ۷)، گرایش به استقلال ملی (سند مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان، ۱۳۸۶، بند ۵)، پذیرش رسالت در برقراری حکومت عدل جهانی (سند مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان، ۱۳۸۶، بند ۶)، تمدن‌سازی (سند مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان، ۱۳۸۶، بند ۶)، و اعتقاد ایرانیان به ظهور موعود و منجی عالم و انتظار توأم با زمینه‌سازی برای این ظهور (سند مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان، ۱۳۸۶، بند ۷).

جدول (۳): منابع سیاسی قدرت نرم در سند مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان

تلقی از خود یا خودآگاهی فردی و جمعی در برابر دیگری یا دیگران	اعتقاد ایرانیان به ظهور موعود و منجی عالم و انتظار توأم با زمینه‌سازی برای این ظهور
تمدن‌سازی	پاسداری از عظمت ایران
گرایش به استقلال ملی	پذیرش رسالت در برقراری حکومت عدل جهانی
دفاع از سرزمین به مثابه مظهر هویت	تحکیم و تثبیت وحدت ملی
انس و نسبت وثیق همه اقوام و گروه‌های ایرانی به معمار کبیر انقلاب اسلامی	کشش هویتی ایرانیان به الگوی ممتاز ولایت فقیه
ولایت‌مداری	گرایش بی‌پایان برای عدالت طلبی در جامعه
ارتباط وثیق اشتراک‌های فرهنگی ایرانیان با مردم کشورهای همسایه و نیز کشورهای جهان اسلام	همگرایی فرهنگی با کشورهای جهان اسلام
دوری از علائق قومی و نژادی (اشاره به پیوستگی سیاسی و همدلی اجتماعی)	تعهد همه ایرانیان فارغ از قوم و آیین به ابواب متعددی از سنت‌های حسنه اجتماعی
تشکیل حکومت صالحان و قبول حاکمیت پاکان بر جامعه	مشروعیت نظام اجتماعی

این منابع سیاسی را می‌توان در چند دسته قرار داد؛ ولایت‌مداری، وحدت ملی، رسالت جهانی، همگرایی فرهنگی با جهان اسلام و عزت ایران. بررسی این منابع نشان می‌دهد که علاوه بر منابع سیاسی مرتبط با ساختار درونی قدرت ملی ایرانیان،

برخی از منابع بیرونی قدرت ملی (ناظر بر سیاست خارجی و قدرت فراملی) نیز مورد توجه قرار گرفته است که مبتنی بر صلح‌گرایی و توجه به رسالت جهانی ایرانیان بر اساس آموزه‌های دینی می‌باشد.



نمودار (۷): الگوی منابع سیاسی قدرت نرم

بررسی میزان فراوانی مؤلفه‌ها نشان می‌دهد که ولایت و ولایت‌مداری با دارا بودن ۸ فراوانی که معادل ۴۰ درصد است از بیشترین فراوانی منابع سیاسی ست و بعد از آن، وحدت ملی با تکرار ۶ مؤلفه (۳۰ درصد) قرار دارد. بقیه مؤلفه‌های عزت سیاسی، رسالت جهانی ایرانیان و همگرایی فرهنگی در جهان اسلامی با داشتن دو مؤلفه، هر کدام ۱۰ درصد منابع را به خود اختصاص داده‌اند.

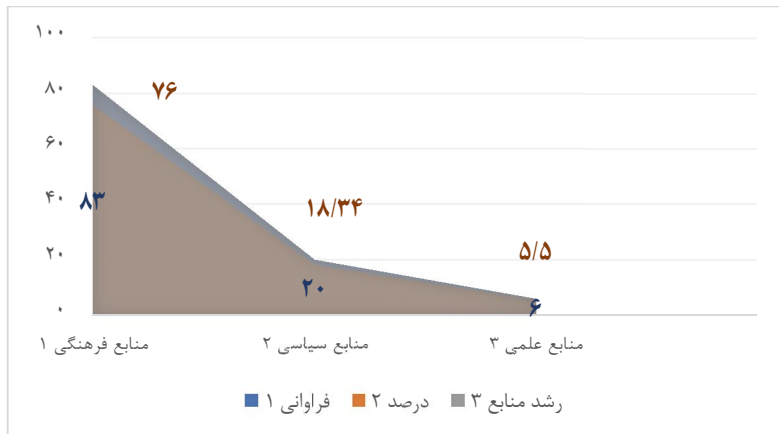


نمودار (۸): فراوانی منابع سیاسی قدرت نرم

نتیجه‌گیری نهایی

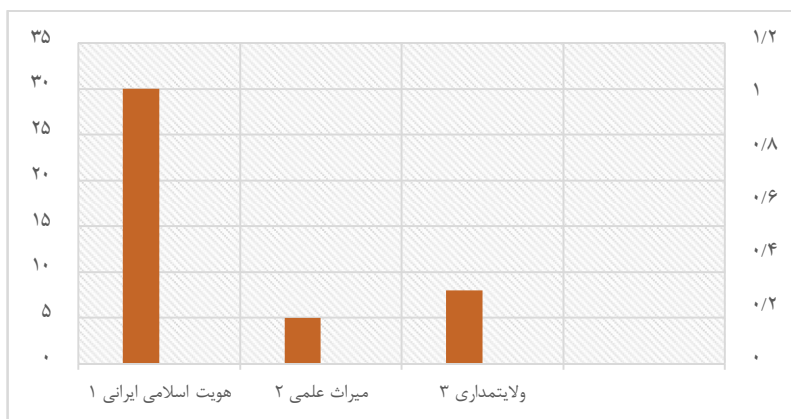
الف. نتیجه‌گیری

این مقاله تلاشی برای شناسایی منابع قدرت نرم در سند مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان بود و یافته‌های مقاله نشان می‌دهد که سه منبع سیاسی، فرهنگی و علمی قدرت نرم در این سند قابل رویت می‌باشد و بیشترین منابع در این سند مربوط به منابع فرهنگی قدرت نرم می‌باشد و بعد از آن، منابع سیاسی و علمی قرار دارند که میزان مؤلفه‌های هر یک از آنها به قرار زیر است؛ منابع فرهنگی (۸۳ مؤلفه)، منابع سیاسی (۲۰ مؤلفه) و منابع علمی دارای ۶ مؤلفه می‌باشد.



نمودار (۹): برجستگی منابع قدرت نرم در سند مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان

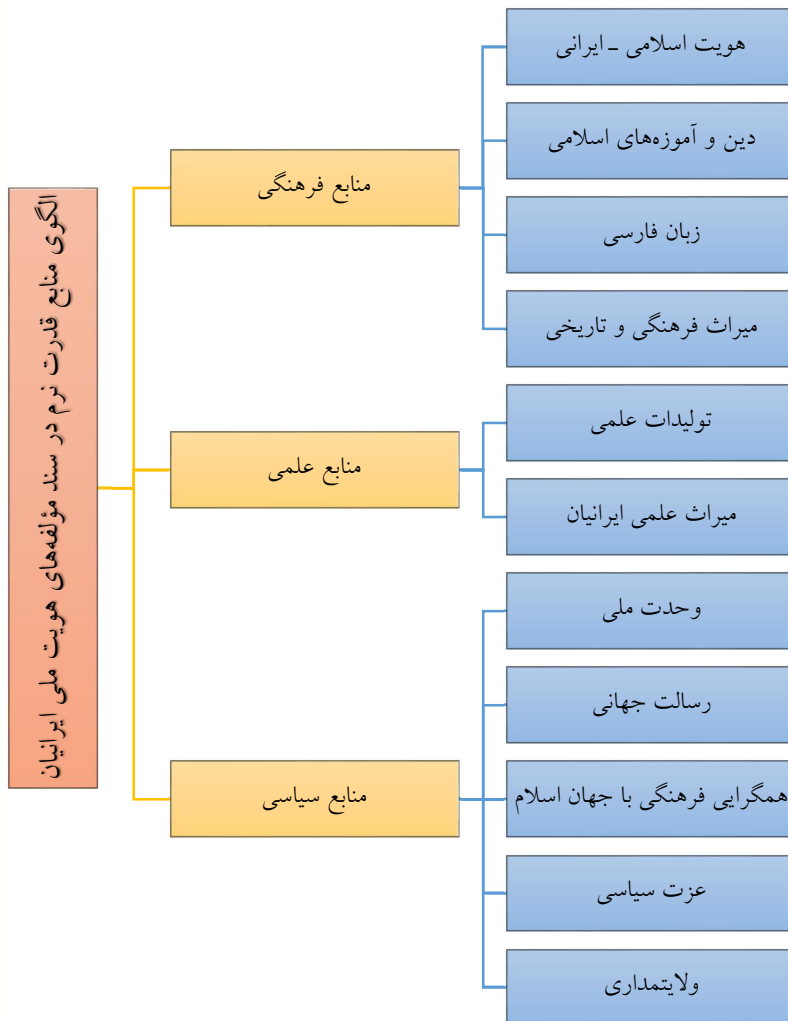
در حوزه منابع مختلف، بیشترین فراوانی و مؤلفه مرتبط با قدرت نرم در هر سه بعد از منابع قدرت نرم، مربوط به هویت اسلامی - ایرانی (۳۰ فراوانی)، ولایتمداری (۸ فراوانی) و میراث علمی ایرانیان (۵ فراوانی) می‌باشد که هر کدام در میان مؤلفه‌های گروه خود، بیشترین تأکید را در سند مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان داشته‌اند.



نمودار (۱۰): بیشترین برجستگی در منابع سه‌گانه قدرت در سند هویت ملی ایرانیان

منابع استخراج شده نشان می‌دهد که منابع سیاسی قدرت نرم به شرح زیر می‌باشند؛ وحدت ملی، همگرایی فرهنگی در سطح جهان اسلام، عزت سیاسی ایرانیان، ولایتمداری و رسالت جهانی ایران. منابع فرهنگی قدرت نرم در سند مزبور

عبارت از؛ هویت اسلامی و ایرانی، آئین و آموزه‌های اسلامی، زبان فارسی و میراث فرهنگی و تاریخی می‌باشد. منابع علمی قدرت نرم در سند مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان عبارت از میراث علمی و تولیدات علمی می‌باشد. درنهایت، الگوی استخراج شده نهایی منابع سه‌گانه متقاعدکننده قدرت نرم ایران بر اساس سند هویتی در شکل زیر نمایش داده شده است؛



نمودار (۱۱): الگوی استخراج شده منابع سه‌گانه قدرت نرم ایران بر اساس سند مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان

ب. راهکارهای ارتقاء قدرت نرم ایران بر اساس سند مؤلفه‌های هویت فرهنگی ایرانیان

با توجه به یافته‌های پژوهش، راهکارهای زیر برای توانمندی قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران ارائه می‌شود که بازتابی از یافته‌های پژوهش است که در عرصه سیاست‌گذاری قدرت ملی قابلیت پیگیری و اجرایی شدن را دارا می‌باشند. البته پیشنهادها سه‌وجهی زیرا با تأکید بر شاخص‌های هویتی و فرهنگی هستند.

در حوزه فرهنگی تأکید می‌شود که به امور زیر توجه شود:

(۱) ترویج شاخص‌های هویت ایرانی از طریق سیاست رسانه‌ای مطلوب و استعانت از ظرفیت‌های رسانه ملی،

(۲) استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای حراست از شاخص‌های هویت ایرانی،

(۳) پاسداشت هویت اسلامی از طریق برنامه‌ریزی فرهنگی در نهادهای علمی و آموزشی کشور،

(۴) تولید آثار سمعی و بصری در حوزه هویت اسلامی برای مخاطبان هدف،

(۵) تولید آثار فاخر مکتوب برای معرفی میراث تمدنی ایران و اسلام به نسل نوجوان،

(۶) معرفی شاخص‌های برتر تمدن اسلامی و ایرانی به جامعه جهانی از طریق ظرفیت‌های فرهنگی موجود،

(۷) استفاده از عناصر برترساز زبان فارسی در کشورهای حوزه تمدنی مشترک،

(۸) توسعه روابط علمی و فرهنگی با کشورهای فارسی‌زبان،

(۹) توجه به شاخص‌های دینی قدرت‌آفرین در مراکز پژوهشی کشور و سیاست‌گذاری فرهنگی مناسب برای بهره‌گیری از ظرفیت‌های دینی در راستای

ارتقاء قدرت نرم کشور،

(۱۰) حمایت از برنامه‌های توسعه زبان فارسی در مراکز علمی کشورهای مختلف جهان.

در حوزه علمی تأکید می‌شود که به امور زیر توجه شود:

(۱) پاسداشت میراث علمی در مراکز آموزشی و معرفی دستاوردهای علمی تمدن ایرانی به جامعه جهانی از طریق تولید آثار فاخر رسانه‌ای،

(۲) تدوین آثار پژوهشی در زمینه پیشینه علمی تمدن اسلامی و ایران و ترویج این آثار در منطقه و جامعه جهانی،

(۳) حمایت بیشتر از پژوهش‌های اندیشکده‌های داخلی برای رونق توسعه رشد

- علمی ایران به‌عنوان یکی از شاخص‌های ارتقاء قدرت نرم کشور،
- (۴) استفاده از ظرفیت نخبگان علمی برای افزایش سطح ارتباطات علمی با مجامع جهانی و رشد همکاری‌های چندجانبه در حوزه علوم راهبردی،
- (۵) اهتمام به مرجعیت علمی در منطقه و استمرار فعالیت‌های مرجعیت‌آفرین علمی در حوزه دانش و علوم برترساز،
- (۶) سیاست‌گذاری برای مرزشکنی دانش با تأکید بر اولویت‌های جامعه ایرانی برای استحکام استقلال علمی کشور،
- (۷) توسعه دیپلماسی علمی با تأکید بر ظرفیت مراکز علمی و دانشگاهی.
- در حوزه سیاسی تأکید می‌شود که به امور زیر توجه شود:
- (۱) نهادهای سازای فرهنگ‌مهدوی در نسل جوان و آموزش رسالت تمدنی در جامعه،
- (۲) تلاش سیاسی برای همگرایی فرهنگی با جهان اسلام برای تعاون و همکاری مشترک برای شکل‌گیری قدرت معنوی کشورهای اسلامی،
- (۳) دور شدن از شاخص‌های تخریب‌گر عزت سیاسی و ترسیم مختصات عزت ملی در نهادهای پژوهشی برای جامعه،
- (۴) تبیین اندیشه‌های رهبران انقلاب اسلامی در حوزه آسیب‌های قدرت ملی و تلاش برای برون‌رفت از چالش‌ها و آفت‌های تخریب‌گر قدرت در نظام سیاسی،
- (۵) تلاش قوای حکومتی برای توسعه وحدت و همدلی در اقشار مختلف جامعه،
- (۶) تلاش رسانه ملی برای استحکام همدلی و هم‌بانی بین گروه‌های سیاسی،
- (۷) تلاش برای اجرایی کردن سیاست‌های ابلاغی مقام معظم رهبری در عرصه سیاسی و اجتماعی با استفاده از ظرفیت مردم در نظام مردم‌سالاری دینی جمهوری اسلامی ایران،
- (۸) پرهیز از فضای نزاع سیاسی در بسترهای قدرت‌آفرین نظام سیاسی نظیر فضای مشارکت مردمی در انتخابات.

فهرست منابع

- ابوالفتحی، محمد و نوری، مختار (۱۳۹۲). تأثیر سرمایه اجتماعی بر افزایش قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران. *پژوهشنامه/انقلاب/اسلامی*، سال دوم، (۶)، ۷۳-۹۰.
- اسمعیلی، مرتضی و فرشچی، علیرضا (۱۳۹۴). کاربست الگوی بومی قدرت نرم در روند سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران. *سیاست دفاعی*، سال بیست و چهارم، (۹۴)، ۱۳۵-۱۶۴.
- افتخاری، اصغر (۱۳۸۹الف). *چهره‌های قدرت، گذار از سخت/افزارگرایی به نرم/افزارگرایی*، در: قدرت نرم، جوزف نای. ترجمه محسن روحانی و مهدی ذوالفقاری، تهران: دانشگاه امام صادق (علیه‌السلام).
- افتخاری، اصغر (۱۳۸۹ب). *جنگ نرم؛ رویکرد فرهنگی*، در جنگ نرم فرهنگی؛ درآمدی بر نسبت/امنیت و فرهنگی. تألیف میشل سی ویلیامز، تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق (علیه‌السلام).
- افتخاری، اصغر (۱۳۸۹ج). *جهاد علمی؛ دانشگاه و جنگ نرم علمی*، در آموزش عالی، فرهنگ عامه و قدرت نرم. تألیف واتانابه یاسوشی و دیوید مک‌کانل، تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق (علیه‌السلام).
- افتخاری، اصغر و جانی‌پور، محمد (۱۳۹۲). منابع قدرت نرم انقلاب اسلامی ایران. *پژوهشنامه/انقلاب/اسلامی*، ۳(۹)، ۲۳-۴۶.
- افتخاری، اصغر و کمالی، علی (۱۳۹۴). ساختار قدرت نرم درگفتمان اسلامی. *فصلنامه مطالعات قدرت نرم*، سال پنجم، (۱۲)، ۹-۲۷.
- الوند، مرضیه السادات و عسگرخانی، ابومحمد (۱۳۹۳). کارویژه‌های قدرت نرم در سیاست خارجی چین. *پژوهشنامه/ایرانی سیاست بین‌الملل*، سال سوم، (۵)، ۱-۲۵.
- ایمان، محمدتقی و نوشادی، محمودرضا (۱۳۹۰). تحلیل محتوای کیفی. *فصلنامه عیار پژوهش در علوم/انسانی*، سال سوم، (۶)، ۱۵-۴۴.
- بیگی، مهدی (۱۳۸۸). *قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران (مطالعه موردی لبنان)*. تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق (علیه‌السلام).
- پورسعید، فرزاد (۱۳۸۹). رویکردی انتقادی به نظریه قدرت نرم. *فصلنامه راهبرد دفاعی*، سال هشتم، (۲۸)، ۶۱-۸۶.
- تلیس، اشلی و دیگران (۱۳۸۳). *سنجش قدرت ملی در عصر فراصنعتی*. تهران: انتشارات ابرار معاصر.



جعفری پناه، مهدی و میراحمدی، منصور (۱۳۹۱). مؤلفه‌های قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران با رویکرد اسلامی. فصلنامه معرفت سیاسی، سال چهارم، (۲)، ۱۰۵-۱۲۲.

جعفری، علی اکبر و قربی، سید محمدجواد (۱۳۹۵). مؤلفه‌های منابع سیاسی قدرت نرم در جمهوری اسلامی ایران در افق سند چشم‌انداز ۱۴۰۴. پژوهش‌های سیاست/اسلامی، سال چهارم، (۹)، ۵۷-۹۴.

جعفری، علی اکبر و قربی، سیدمحمدجواد (۱۳۹۷). منابع قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران؛ مطالعه کمی سیاست‌های کلی علم و فناوری. پژوهشنامه/انقلاب اسلامی، (۲۷)، ۱۵۱-۱۷۵.

جمشیدی، محمدحسین و محمدی، رسول (۱۳۹۳). جمهوری اسلامی ایران و عراق نوین: تبیینی بر کاربرد قدرت نرم در عراق نوین در راستای تحقق ارزش‌های انقلاب اسلامی. فصلنامه جامعه‌شناسی سیاسی جهان/اسلام، (۴)۲، ۶۱-۸۶.

حیدری، منصور و قربی، سیدمحمدجواد (۱۳۹۵). مؤلفه‌های قدرت نرم ایران در سند مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان (مطالعه ارزش‌های فرهنگی). فصلنامه مطالعات قدرت نرم، (۱۵)، ۴۶-۶۴.

راسل، برتراند (۱۳۸۵). قدرت. ترجمه نجف دریابندری، تهران: انتشارات خوارزمی. رفیع، حسین و نیکروش، ملیحه (۱۳۹۲). دیپلماسی عمومی و قدرت نرم. فصلنامه مطالعات روابط بین‌المللی، (۲۲)۶، ۹۹-۱۳۳.

رینولد، ترزا (۱۳۸۹). قدرت نرم و سیاست خارجی آمریکا. ترجمه مجید رسولی، تهران: دانشگاه امام صادق (علیه‌السلام).

زرقانی، سیدهادی (۱۳۸۸). مقدمه‌ای بر قدرت ملی: مبانی، کارکردها، محاسبه و سنجش. تهران: انتشارات پژوهشکده مطالعات راهبردی.

سلیمانی پورلک، فاطمه (۱۳۸۶). ایران و آمریکا: در بستر تعاملات نرم/فزاری قدرت و امنیت. تهران: مرکز تحقیقات راهبرد دفاعی.

سلیمانی پورلک، فاطمه (۱۳۹۰). قدرت نرم در استراتژی خاورمیانه‌ای آمریکا. تهران: انتشارات پژوهشکده مطالعات راهبردی.

شارپ، جین (۱۳۸۹). قدرت نرم و عدم خشونت. ترجمه سیدرضا مرزانی، تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق (علیه‌السلام).

شعبانی، رمضان (۱۳۹۲). قدرت نرم و هویت فرهنگی در جمهوری اسلامی ایران. فصلنامه مطالعات قدرت نرم، (۹)۳، ۷۹-۹۸.



شورای فرهنگ عمومی کشور (۱۳۸۶). *سند مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان*.
 عساریان‌نژاد، حسین و دیگران (۱۳۸۷). *اقتدار علمی و اقتدار ملی؛ نقدی بر مفاهیم*
و کارکردهای توسعه و اقتدار علمی. تهران: انتشارات عالی دفاع ملی.
 فیاض، ابراهیم (۱۳۸۸). *ایران آینده به سوی الگویی مردم‌شناختی برای ابرقدرتی*
ایران. تهران: انتشارات پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
 قربی، سید محمدجواد (۱۳۹۰). *قدرت نرم و گفتمان اسلامی قدرت*. نگاه حوزه،
 (۳۱۹)، ۱۶-۱۹.

قربی، سیدمحمدجواد (۱۳۹۲). *واکاوی مختصات قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران*
 در *سند چشم‌انداز ۱۴۰۴. فصلنامه مطالعات عملیات روانی*، (۳۷)، ۴۹-۷۰.
 قربی، سیدمحمدجواد (۱۳۹۲). *واکاوی مختصات قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران*
 در *سند چشم‌انداز ۱۴۰۴. فصلنامه مطالعات عملیات روانی*، (۳۷)، ۴۹-۷۰.
 قربی، سیدمحمدجواد (۱۳۹۴). *مذاقه‌ای در منابع، ابزار، ابعاد و تهدیدات قدرت نرم*
 در *قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران. فصلنامه سیاست دفاعی*، (۹۰)، ۹-۵۶.
 قربی، سیدمحمدجواد (۱۳۹۴). *مؤلفه‌های الهام‌بخشی و قدرت نرم جمهوری اسلامی*
 ایران در جهان اسلام: مطالعه سیاست‌های کلی برنامه ششم توسعه. *پژوهشنامه*
انقلاب اسلامی، (۱۶)، ۸۵-۱۱۶.

قربی، سیدمحمدجواد (۱۳۹۶). *فرهنگ سیاسی و قدرت نرم در انقلاب اسلامی؛*
 موردکاوی *سند مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان. فصلنامه عملیات روانی*، (۴۶)،
 ۱۳۱-۱۵۴.

قربی، سیدمحمدجواد (۱۴۰۰). *تحلیل محتوای برجستگی منابع قدرت نرم در سند*
چشم‌انداز بیست‌ساله جمهوری اسلامی ایران. نشریه مطالعات دولت‌پژوهی در
جمهوری اسلامی ایران، سال هفتم، (۱)، ۲۵-۵۴.

قربی، سیدمحمدجواد و جعفری، علی‌اکبر (۱۳۹۳). *برجستگی منابع قدرت نرم ایران؛*
 مطالعه موردی *قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران. فصلنامه پاسداری فرهنگی*
انقلاب اسلامی، سال سوم، (۱۰)، ۲۹-۶۸.

قربی، سیدمحمدجواد و جعفری، علی‌اکبر (۱۳۹۵). *منابع قدرت نرم در سیاست‌های*
 کلی نظام؛ *موردکاوی سیاست‌های کلی برنامه ششم توسعه جمهوری اسلامی*
 ایران. *راهبرد اجتماعی فرهنگی*، سال پنجم، (۱۹)، ۷-۴۴.

قربی، سیدمحمدجواد و حیدری، منصور (۱۳۹۷). *فرهنگ و قدرت نرم؛ مطالعه منابع*
 فرهنگی *قدرت نرم در قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران. فصلنامه راهبرد*



/ اجتماعی فرهنگی، (۲۶)، ۱۵۱-۱۹۶.

کریمی‌مله، علی و دیگران (۱۳۹۷). عناصر هویت فرهنگی جمهوری اسلامی ایران؛ موردکاوی سند مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان. پژوهش‌های راهبردی سیاست، ۲۸۲-۲۵۱، (۲۵)۷.

کلیک، استوارت (۱۳۸۳). چهارچوب‌های قدرت. ترجمه مصطفی یونسی، تهران: انتشارات پژوهشکده مطالعات راهبردی.

کیوان حسینی، سیداصغر و جمعه‌زاده، راحله (۱۳۹۲). تبیین نظری قدرت نرم بر مبنای نگرشی فرا نای به کاربست منابع غیرمادی قدرت در سیاست خارجی. دو فصلنامه پژوهش سیاست نظری، (۱۳)، ۱۳۹-۱۶۰.

گلشن‌پژوه، محمودرضا (۱۳۸۷). جمهوری اسلامی ایران و قدرت نرم. تهران: دفتر گسترش تولید علم.

مایور، فدریکو و فورتی، آگوستو (۱۳۷۷). علم و قدرت. ترجمه پریدوخت وحیدی، تهران: انتشارات سازمان برنامه و بودجه.

مرتضوی، سیدعلی و دیگران (۱۳۹۴). منابع قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران با تأکید بر آیات قرآن. پژوهش‌های انقلاب اسلامی، ۴(۱۴)، ۱۰۹-۱۳۹.

ملک‌زاده، محمد (۱۳۹۳). مؤلفه‌های دینی و ملی قدرت نرم نظام جمهوری اسلامی ایران. فصلنامه علوم سیاسی، سال هفدهم، (۴)، ۱۰۹-۱۳۲.

موسوی، سیدصدرالدین و قربی، سیدمحمدجواد (۱۳۹۲). الهام‌بخشی و قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران در سند چشم‌انداز ۱۴۰۴. نشریه مطالعات قدرت نرم، ۱۱۳-۱۳۳، (۹).

میرزایی، محمد (۱۳۹۴). قدرت نرم و منابع آن در آیین آیات قرآن. مجله آموزه‌های قرآنی، (۴۶)، ۷۸-۵۵.

نای، جوزف (۱۳۸۲). قدرت نرم. ترجمه محمد حسینی‌مقدم، فصلنامه راهبرد، سال دوم، (۲۹)، ۳۶۳-۳۸۰.

نای، جوزف (۱۳۸۳). کاربرد قدرت نرم. ترجمه رضا میرطاهر، فصلنامه راهبرد دفاعی، سال دوم، (۶)، ۳۵-۴۶.

نای، جوزف (۱۳۸۷). قدرت نرم. ترجمه سیدمحسن روحانی و مهدی ذوالفقاری، تهران: دانشگاه امام صادق (علیه‌السلام).

نای، جوزف (۱۳۸۹). درک قدرت نرم. ترجمه سیدمحسن روحانی، در آموزش عالی، فرهنگ عامه و قدرت نرم، تهران: دانشگاه امام صادق (علیه‌السلام).



نای، جوزف و دیگران (۱۳۸۹). *فرسایش قدرت نرم؛ مردم، دولت‌ها و اعتماد*. ترجمه سعید میرترابی، تهران: دانشگاه امام صادق (علیه‌السلام).
وونینگ، الکساندر (۱۳۸۸). *کارکرد قدرت نرم*. ترجمه مهرداد مرادی، فصلنامه سیاست راهبردی، سال اول، (۴)، ۱۲۹-۱۵۱.

Nye, Joseph (2000). *The Paradox of American Power: Why the World's only Super Power can't go it Alone*. Oxford: Oxford University Press.
Nye, Joseph (2004). *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. New York, Public Affairs.

REFERENCE

- AbolFathi, Mohammad & Nourim, Mokhtar (2013). Empacts of Social Capital on IRI's Soft power: A tool for Against with soft Threats. Scientific Research Journal on Islamic Revolution, 2(6), 73-90. (In Persian)
- Alvand, Marziehsadat & Asgarkhani, Aboumohammad (2013). Functions of Soft Power in China's Foreign Policy. Iranian Research Letter of International Politics, 3(1), 1-25. (In Persian)
- Asarian Nejad, Hossein and others (2007). scientific authority and national authority; A critique on the concepts and functions of development and scientific authority, Tehran: National Defense High Publications. (In Persian)
- Asgari, M. (2010). A Critical Approach to Soft Power Theory. Quarterly Defens Strategy, 8(28), 61-86. (In Persian)
- Beigi, Mehdi (2008). Soft power of the Islamic Republic of Iran (case study of Lebanon), Tehran: Imam Sadiq University Press. (In Persian)
- Clegg, Stewart (2004). Frameworks of Power, Translated by Mustafa Younesi, Tehran: Strategic Studies Research Center Publications. (In Persian)
- Council of Public Culture of the country (2006). Document on the components of the national identity of Iranians. (In Persian)
- Eftekhari, Asghar & Janipoor, Mohammad (2014). Sources of Irans Soft Power. Scientific Research Journal on Islamic Revolution, 3(9), 23-46. (In Persian)
- Eftekhari, Asghar & Kamali, Ali (2015). Soft power structure in Islamic discourse. Soft Power, 5(12), 9-28. (In Persian)
- Eftekhari, Asghar (2009). Faces of power, transition from hardware orientation to software orientation. In: soft power, by Joseph Nye, Translated by Mohsen Rouhani and Mehdi Zulfiquari, Tehran: Imam Sadiq University. (In Persian)
- Eftekhari, Asghar (2009). Scientific Jihad; University and Scientific Soft War. In: Higher Education, Popular Culture and Soft Power, Edited by



- Watanabe Yasushi and David McConnell, Tehran: Imam Sadegh University Press. (In Persian)
- Eftekhari, Asghar (2009). Soft war; cultural approach. In: soft cultural war; An introduction to the relationship between security and culture, written by Michelle C. Williams, Tehran: Imam Sadegh University Press. (In Persian)
- Emami Zavvaerh, Ali Mortazavi & Eftekhari, Asghar & Harsij, Hosain (2015). Sources of Irans Soft Power with Emphasis on Holy Quran. Journal of Islamic Revolution Research, 4(14), 109-138 (In Persian)
- Esmaili, Morteza & Farshchi, Alireza (2016). Applying the Domestic Model of Soft Power in the Process of Foreign Policy of the Islamic Republic of Iran. Defense policy, 24(94), 135-164. (In Persian)
- Fayaz, Ebrahim (2008). Iran of the future towards an anthropological model for Iran's superpower, Tehran: Publications of Culture, Art and Communication Research Institute. (In Persian)
- Ghorbi, Seyed Mohammad Javad (2014). Exploring the Islamic Republic of Iran's Soft Power Specifications in the 2025 Vision Plan. Psychological Operations Quarterly, 10(37), 49-70. (In Persian)
- Ghorbi, Seyyed Mohammad Javad & Heidari, Mansour (2018). Culture and Soft Power: Study of Cultural Sources of Soft Power in the Constitution of the Islamic Republic of Iran. Quarterly Journal of Socio-Cultural Strategy, 7(26), 151-196. (In Persian)
- Ghorbi, Seyyed Mohammad Javad & jafari, aliakbar (2015). Highlight of Iran's Soft Power Resources Case Study of the Constitution of Islamic Republic of Iran. Journal of Cultural Guardianship of The Islamic Revolution, 4(10), 29-68. (In Persian)
- Ghorbi, Seyyed Mohammad Javad & jafari, aliakbar (2016). Soft Power Resources in the General Policies of the System; Case Study Sixth Program to Develop General Policies of the Islamic Republic of Iran. Quarterly Journal of Socio-Cultural Strategy, 5(19), 7-44. (In Persian)
- Ghorbi, Seyyed Mohammad Javad (2014). A study on the sources, tools, dimensions and threats of soft power in the Constitution of the Islamic Republic of Iran. Defense Policy Quarterly, (90), 9-56. (In Persian)
- Ghorbi, Seyyed Mohammad Javad (2014). Exploring the Islamic Republic of Iran's Soft Power Specifications in the 2025 Vision Plan. Psychological Operations Quarterly, 10(37), 49-70. (In Persian)
- Ghorbi, Seyyed Mohammad Javad (2015). Components of inspiration and Islamic Republic of Iran s soft power in the Islamic world: Study the general policies of the sixth development plan. Scientific Research Journal on Islamic Revolution, 4(16), 85-116. (In Persian)
- Ghorbi, Seyyed Mohammad Javad (2017). Political Culture and Soft Power of the Islamic Revolution; Case Study: The Document of Iranian National Identity Components. Spring-Summer, 12(46), 131-154. (In Persian)
- Ghorbi, Seyyed Mohammad Javad (2018). Soft power and the Islamic discourse of power. Pegah Hozhe, (319), 16-19. (In Persian)

- Ghorbi, Seyyed Mohammad Javad (2021). A Content Analysis of the Eminence of Soft Power Sources in the the Islamic Republic of Iran's 20-Year Vision Document. Journal of government studies in the Islamic Republic of Iran, 7(1), 25-54. (In Persian)
- GolshanPajoh, Mahmoudreza (2007). The Islamic Republic of Iran and Soft Power, Tehran: Science Production Extension Office. (In Persian)
- Heydari, Mansour & Ghorbi, Seyed Mohammad Javad (2017). Iran's Soft Power components in the document of Iranian National Identity components (The study of cultural values). Soft Power, 6(15), 46-64. (In Persian)
- Iman, Mohammad Taqi & Noushadi, Mahmud Reza (2012). Qualitative Content Analysis. Journal of Research in Islamic Sciences, 3(2), 15-44. (In Persian)
- Jafari, Ali Akbar & Ghorbi, Seyed Mohammad Javad (2016). Components of Political Sources of Soft Power in the Islamic Republic of Iran in 1404 Perspective Document. Islamic Politics Research, 4(9), 75-94. (In Persian)
- Jafari, Ali Akbar & Ghorbi, Seyed Mohammad Javad (2018). The soft power sources of the Islamic Republic of Iran; a quantitative study of general science and technology policies. Scientific Research Journal on Islamic Revolution, 8(27), 151-175. (In Persian)
- JafariPanah, Mahdi & Mirahmadi, Mansur (2013). An Islamic Approach to the Components of the Soft Power of the Islamic. Journal of Political science, 4(2), 105-122. (In Persian)
- Jamshidi, Mohammad Hossein & Gahrooei, Rasool Mohammadi (2014). Islamic Republic of Iran and Modern Iraq: An Applied Explanation of Soft Power in Modern Iraq in Line with Realization of Values of the Islamic Revolution. Journal of Political Sociology of the Islamic World, 2(4), 61-86. (In Persian)
- Karimi Maleh, Ali & Belbasi, Meisam & Ghorbi, Seyyed Mohammad Javad (2018). Elements of Iranian Cultural Identity; Sample Analysis in Document of Components of Iranian National Identity. Journal of Strategic Research of Politics, 7(25), 251-282. (In Persian)
- Keyvan Hoseini, Seyed Asqar & JomeZade, Rahele (2014). Theoretical Explanation of "Soft Power" based on Ultra-"Nye" approach in Applying" Immaterial Resources of Power", In Foreign Policy. Research in Theoretical Politics, 8(13), 139-160. (In Persian)
- Malekzadeh, Mohammad (2015). The Religious and National Components of Soft Power of Iran Islamic Republic System. Political Science, 17(4), 109-132. (In Persian)
- Mayor, Federico & Forti, Augusto (1998). Science and power. Translated by Paridokht Vahidi, Tehran" Program and Budget Organization Publications. (In Persian)
- Mirzaii, Mohammad (2015). The Soft Power and Its Sources in the Mirror of the Noble Quran Verses. quarterly of Journal of Quranic Doctrines, 12(21), 55-78. (In Persian)

- Mousavi, Sadroldin & Ghorbi, seyed Mohammad Javad (2014). Inspiration and Soft power of Islamic Republic of Iran in outlook of 1404. *Soft Power*, 3(9), 113-133. (In Persian)
- Nye, Joseph (2007). "Soft power", Translated by Seyyed Mohsen Rouhani and Mehdi Zulfagari, Tehran: Imam Sadegh University. (In Persian)
- Nye, Joseph (2009). "Understanding soft power", Translated by Seyyed Mohsen Rouhani, In: Higher Education, Popular Culture and Soft Power, Tehran: Imam Sadegh University. (In Persian)
- Nye, Joseph (2012). "Soft Power", Translated by Mohammad Hosseini Moghadam, *Strategy Quarterly*, 2(29), 363-380. (In Persian)
- Nye, Joseph (2012). Use of soft power. Translated by Reza Mirtaher, *Defense Strategy Quarterly*, 2(6), 35-46. (In Persian)
- Nye, Joseph and others (2009). Erosion of soft power; People, Governments and Trust, Translated by Saeed Mirtrabi, Tehran: Imam Sadiq University. (In Persian)
- Rafi, Hossein and Nikraves, Maliha (2012). Public diplomacy and soft power. *Studies of International Relations Journal*, 6(22), 99-133. (In Persian)
- Reynold, Teresa (2009). Soft power and American foreign policy, Translated by Majid Rasouli, Tehran: Imam Sadiq University. (In Persian)
- Russell, Bertrand (2005). Power, Translated by Najaf Daryabandari, Tehran: Kharazmi Publications. (In Persian)
- Shabany Saroie, Ramezan (2014). Soft Power and Cultural Identity in the Islamic Republic of Iran. *Soft Power*, 3(9), 79-98. (In Persian)
- Sharp, Gene (2009). Soft power and non-violence, Translated by Seyyed Reza Marzani, Tehran: Imam Sadegh University Press. (In Persian)
- Soleimani Pourlak, Fatemeh (2016). Iran and America: in the framework of software interactions of power and security, Tehran: Defense Strategy Research Center. (In Persian)
- Tellis, Ashley & others (2013). Measuring national power in the post-industrial era, Tehran: Abrar Publications. (In Persian)
- Voving, Alexander (2008). "Functionality of soft power", Translated by Mehrdad Moradi. *Strategic Policy Quarterly*, 1(4), 129-151. (In Persian)
- Zarkhani, Seyedhadi (2008). Introduction to National Power: Basics, Functions, Calculation and Measurement, Tehran: Strategic Studies Research Center Publications. (In Persian)

Quantitative analysis of soft power resources of the Islamic Republic of Iran in the document on the components of the national identity of Iranians

Gholamreza Jamshidiha

Full Professor of Islamic Social Sciences, Faculty of Social Sciences, University of Tehran, Tehran, Iran.

gjamshidi@ut.ac.ir

Seyed Mohammadjavad Ghorbi

Master's student of Islamic thought, researcher of the history of revolution and political thought of Muslim thinkers, Tehran, Iran (Corresponding author).

ghorbi68@yahoo.com

Abstract

Identifying sources of soft power is one of the important issues that political actors are sensitive to in recent decades, and government officials are monitoring the policy making in the field of power sources. The first step in the process of promoting the soft power of countries is to know the local internal and external sources of power. For this purpose, this article tries to examine the sources of soft power of the Islamic Republic of Iran and, on a case-by-case basis, will examine the document of the components of the national identity of Iranians. This article tries to answer this question by using documentary studies and the theoretical model of the three sources of soft power. What are the sources of soft power of the Islamic Republic of Iran in the document on the components of Iranian national identity and what components do they include? The research method of this article is a quantitative content analysis with a single word analysis approach in the document on the components of the national identity of Iranians. The findings of the article show that there are three political, scientific and cultural sources in this document, some of their components are; National unity, cultural convergence with the Islamic world, global mission, political honor and governorship, scientific productions, Islamic-Iranian identity, historical and cultural heritage, religion, Persian language, etc., which attention to them can strengthen the national power of Iran. Increase in internal and external levels.

Keywords: soft power, science and knowledge, document of components of Iranian national identity, Islamic Republic of Iran, national culture.

PESTEL Strategic Analysis of the Cultural and Communicational Contexts of the Sedition in the Fall 1401: Emphasizing the Gap in Socialization

Iman Erfanmanesh

Assistant Professor, The Faculty of Culture & Communications, Imam Sadiq University, Ph.D. of Cultural Sociology, Tehran, Iran.

i.erfan@isu.ac.ir

Abstract

The people's trust in the officials and the government as well as the persuasion of the people by the officials have many social and cultural supports. In the meantime, repairing the gaps created in the references and sources of socialization, as well as everyone's sense of responsibility for the changes in the reference groups belonging to the new generation are considered important factors. These factors in the new social world are constantly influenced by new media and social networks. In such a situation, the analysis of seditions and socio-political unrest requires attention to complex and multiple aspects and layers. This article tries to root, identify and interpret the cultural and communication contexts of 1401 sedition using the PESTEL strategic analysis method. For this purpose, the main emphasis has been placed on the relationships between the concepts of socialization, reference groups (the role of celebrities) and social networks. The findings of the research have been articulated in 11 axes and the existing weaknesses and shortcomings have been addressed along with the needs and strengths. In presenting the solutions, attention has been paid to the issues of "cognitive warfare" and "explanation jihad".

Keywords: PESTEL Analysis, Culture and Media, Cyber Space, Socialization, Reference Group, 1401 Sedition.

Social freedom from the point of view of Mohammad Abdo, Seyyed Qutb and Allameh Tabatabai

Yahya Bouzarinejad

Associate Professor, University of Tehran, Tehran, iran (Corresponding author).

y_bouzarinejad@ut.ac.ir

Reyhane Sadat Raeisosadati

Ph.D. student of Muslim Social Science, University of Tehran, Tehran, Iran.

r.rsadati@ut.ac.ir

Abstract

The present study seeks to study the concept of social freedom and its comparative study in three interpretations of Al-Manar, Fi Zalal Al-Quran and Al-Mizan. Using a conceptual approach and a case study of the documents of the concept of social freedom as a modern concept, in verses related to the three issues of enjoining the good and forbidding the evil, the necessity of jihad and non-compulsion in religion were examined and the results of all three interpretations were compared. Tafsir al-Manar by Muhammad Abduh, with its empirically rationalist approach to liberal thought, relates social freedom to two other commentators. Seyyed Qutb and Allameh Tabatabai have a maximum approach to Islam and consider social freedom valid in the form of Islamic society. With a liberal view, Mohammad Abdo is on one side of the spectrum, and Allameh Tabatabai, by accepting social freedom within the limits of Islamic law, is in front of Mohammad Abdo, and Seyyed Qutb is close to Allameh, with a slight difference.

Keywords: Social freedom, al-Mizan, al-Manar, religious minorities, Mohammad Abdo, Seyyed Qutb, Seyyed Mohammadhosein Tabatabai.

Investigation of social economic factors affecting of creating a rural market in the Bahar Hamedan

Shamasi Aberi Mansour

Ph.D. candidate of Economic and Development Sociology, Islamic Azad University Science and Research Branch, Tehran, Iran.

Sh_aberim@yahoo.com

Maysam Musai

Corresponding Author ; Professor at the Department of Social Planning and Development at the University of Tehran, Tehran, Iran (Corresponding author).

mousaaci@ut.ac.ir

Adel Abdullahi

Ph.D. of Economic and Development Sociology, Department of Demographic Economics and Human Resources at National Institute of Population Research, Tehran, Iran.

Abdolahi1980@gmail.com

Abstract

Rural areas did not develop with the expansion and growth of urbanization and somehow faced backwardness. This caused various social and economic problems in the villages. One of the things that can affect the social-economic development of villages is the formation of a rural market. The purpose of this study is to investigate the social-economic factors affecting the need to create a rural market in the Bahar Hamedan. The method of this research is survey and the data collection tool is a researcher-made questionnaire. The statistical population of this study consists of residents of villages in the Bahar Hamedan, from which 450 people were selected as a sample size through multi-stage cluster sampling for interview. The results of this study showed that the establishment of a market for the sale of villagers products is essential from the perspective of villagers in the Bahar Hamedan. The results also showed that there is a negative relationship between income economic and social security and the need to create a market. In other words, people with lower incomes and lower social and economic security emphasize the need to create a market.

Keywords: Social economic factors, rural market, villagers, Bahar of Hamedan.

The mental image of Muslims in Bosnia and Herzegovina about Shiism

Nematolah Karamollahi

Associated Professor and Director of Department of Sociology, Baqerol Olum University, Qom, Iran (Corresponding author).

N.karamollahi@Gmail.com

Armina Rezvany

Master of Propaganda and Communications, Baqerol Olum University, Qom, Iran.

ARMINA.H.HASAGIC@GMAIL.COM

Salman Rezvany

phD candidate in Cultural Sociology, Tehran , iran.

REZVANI.SALMAN@GMAIL.COM

Abstract

Knowing the different attitudes towards Shiism can play an important role in propagating and introducing it. This article examines the meaning of Shiism in the lived experience of Muslims in Bosnia and Herzegovina. Its purpose is to discover the meaning that Bosnian Muslims have in their lived experience of the Shiite religion. The research was conducted using phenomenological method. After conducting 20 phenomenological interviews, the obtained data were coded and categorized, resulting in 15 main themes in two semantic domains. In other words, Shiism has two meanings in the lived experience of Bosnian Muslims. Some consider it a misguided sect and some consider it one of the Islamic religions. In the semantic field of "Shiism as a heretical sect" seven main themes: "general negative attitude", "suspensions", "destructive political presence", "Wahhabi activity against Shiism", "inappropriate presence in Bosnia", "obstacles to propaganda", "Conditional coexistence" has been extracted, which itself contains many sub-themes. Also, in the semantic field of "Shiism as an Islamic religion", eight other main themes have been discovered, which are: "Dimensions of Shiite superiority", "Difference; Accepted matter", "suspensions", "Shiism of unknown religion", "slandered and attacked Shiism", "conditions for successful propaganda", "possibility of coexistence and rapprochement" and "factors affecting a positive view of Shiism".

Keywords: Phenomenology, Shiism, Muslims in Bosnia and Herzegovina, lived experience.

Examining the strategic agility model with jihadi management approach (Case study: Social Security Organization)

Mohammadreza Karimfar

PhD student of policy and decision-making, faculty of literature and humanities,
Kerman branch, Islamic Azad University, Kerman, Iran.

Mrkarimfar@gmail.com

Mohammad Jala Kamali

Assistant Professor, Department of Public Administration, Faculty of Literature
and Human Sciences, Kerman Branch, Islamic Azad University, Kerman, Iran
(Corresponding author).

mjalalkamali@yahoo.co.uk

Yaser Salari

Assistant Professor, Department of Theology and Islamic Studies, Kerman Branch,
Islamic Azad University, Kerman, Iran.

yaser581@yahoo.com

Abstract

Today, strategic agility is needed more than any other time, especially in the social security organization, which is considered to be one of the Islamic values with the Jihadi culture and spirit, and as a result, Jihadi management, and by using the tools of science and technology and the direction with God's will in the organization can be addressed. In the current research, the strategic agility model with jihadi management approach in the social security organization has been investigated. The purpose of this study is to investigate the strategic agility model with the jihadi management approach in the social security organization. . The type of research method is applied in terms of purpose and descriptive survey data collection in terms of method. The statistical population of the research to test the model was 30 experts, and to measure the variables of the research, the opinion of the senior managers of the Social Security Organization was used, whose number was 140. Jihadi, insight, strategic agility, Jihadi culture and spirit answered. The reliability and validity of the tools were examined using Cronbach's alpha coefficient and extracted variance, and the obtained results showed the acceptable reliability and validity of the tools. SPSS and SmartPLS software were used to analyze and analyze the data. The research results showed that there is a positive and significant relationship between insight and strategic agility with jihadi management in the social security organization, and also between jihadi culture and spirit and strategic agility with jihadi management in There is a positive and meaningful relationship with the Social Security Organization.

Keywords: strategic agility, jihadi management, Social Security Organization, insight, jihadi culture and spirit.

A Study on Disadvantages and Negative Aspects of Instagram Social Media

Parniya Razipor

Sociology, Central Tehran Azad University, Tehran, Iran.
parniya641@gmail.com

Abstract

The present paper aims at analyzing the disadvantages and negative aspects of Instagram social media in Iran. Using the Grounded Theory, the researcher has semantically reconstructed the pathology of Instagram through conducting interviews with key informants and observing Instagram pages. The research questions are as follows: which theoretical model explains the negative aspects of Instagram from the perspective of key informants? What are the factors that have caused such negative effects? The results reveal that the absolute freedom in using Instagram has led some account owners to employ unethical methods to gain followers. Consequently, the prevalence of such behaviors will negatively influence our culture. Also, the results of this study show that factors such as the weakness of the educational system, lack of appropriate entertainment, and the weakness of the laws had an effective role in creating this phenomenon.

Keywords: Social Media, Instagram, Grounded Theory, Cultural Damage.

The effects of domestic jobs on social structure from the perspective of men and women (Case study: Rural areas of Isfahan province)

Ahmad Hajarian

PhD in Geography and Rural Planning, University of Isfahan, Isfahan, Iran.
a.hajarian@ltr.ui.ac.ir

Abstract

Home-based businesses in urban areas are important for the development of social indicators. The purpose of this article is the effect of home-based jobs on the social structure from the perspective of men and women in urban areas of Isfahan province. The present research is applied research in terms of purpose and descriptive-causal research in nature. The statistical population of the study includes all employees in home-based businesses in Isfahan province, which according to the Statistics Center of Iran in November 2016 was 543073 people. Cochran's formula was used to calculate the statistical sample size, based on which the sample size is 384 Household was estimated. Then, using probabilistic sampling method, the questionnaires were distributed among 87 urban points of Isfahan province, which were randomly selected in 1400, so that half were distributed among women and the other half among men. The results showed that according to the variance explained from the perspective of women, the first to fourth factors are social harms, health system, participation and social relations and population structure, respectively. Also, from the perspective of men, the first to fourth factors are the health system, participation and social relations, social harms, and population structure.

Keywords: Small businesses, Social structure, Women and men, Urban areas, Isfahan province.

Teachers' Experiences of the Challenges of Television Programs as a Hidden Curriculum in Achieving the Educational objectives of the First and Second Secondary Education System

Behboud Yarigholi

Associate Professor, Department of Education, Education and Psychology Faculty, Azarbaijan Shahid Madani University, Tabriz, Iran (Corresponding author).

b.yarigholi@azaruniv.edu

Mahdi Akrami

M.A. in Education, Department of Education, Education and Psychology Faculty, Azarbaijan Shahid Madani University, Tabriz, Iran.

m_akrami2@yahoo.com

Isa barghi

Associate Professor, Department of Education, Education and Psychology Faculty, Azarbaijan Shahid Madani University, Tabriz, Iran.

isabarqi57@yahoo.com

Parvin Bahari

M.A. in Education, Department of Education, Education and Psychology Faculty, Azarbaijan Shahid Madani University, Tabriz, Iran.

bahari.pv@gmail.com

Abstract

The purpose of this study was to describe the life experiences teachers of challenges television programs including television programs of the Islamic Republic of Iran and Persian language satellite programs as a hidden curriculum in achieving the educational objectives, of the educational system. In this research, a qualitative method of Phenomenology type was used. In order to gain experiences 24 people from teachers with schools' experience were selected by purposive sampling method until reaching theoretical saturation. Data were collected using semi-structured interviews and analyzed by using of Colaizzi method. After reviewing the validity of the data by the participants, obtained codes, were summarized in the form of 4 basic concepts and 11 sub-concepts. The findings showed Scientific-educational challenge with sub-concepts (Lack of motivation, Lack of justice, Lack of psychological training and Lack of attention to skills); Cultural Challenge with sub-concepts (Lack of strengthening national pride and Institutionalizing western culture); Ethical-doctrinal challenge with sub-concepts (Forgetting beliefs and improper guidance) and Social anomalies with sub-concepts (Weakening of the family foundation, Lack of attention to the expansion of order and Lack of attention to health) it is the most important basic and secondary concepts' in teachers' experiences. As result television programs in the form of hidden curriculum can challenge the scientific, cultural, moral-doctrinal, and social objectives of the education system.

Keywords: Challenges of TV programs, Hidden curriculum, Educational objectives, Educational system.

Investigating social dignity in the separation of development schools and the general policies of the six development programs of Islamic Republic of Iran

Alireza Haddadi

Ph.D. in Sociology, University of Tehran, Tehran, Iran (Corresponding author).
alihaddadi@ut.ac.ir

Mohammadreza Dadgostar

Doctoral student of politics, University of Tehran, Tehran, Iran.
smrdadgostar@ut.ac.ir

Abstract

The development plans are the axis of railing the movement of countries. These programs are considered as a prerequisite for the formation of a strong government and society paradigm. Paying attention to the basics of development programs is a necessity for the institution of science and politics. Different theories of development from different economic, political and cultural approaches have analyzed the root of development policies. The aim of this article is to achieve a theoretical model through which more attention can be paid to the dignity of the sociality of development. The method of the article is qualitative content analysis and review of various categories of development schools. The findings indicate the neglect of social dimensions as a criterion for separating development schools from each other, as well as the policies of Iran's development programs. The explained model has been designed for today's conditions of Iran, focusing on the social dimension and the requirements of society's solidarity, and while paying attention to the various dimensions of the concept of development, it has measured the ratio of the two dimensions of government-society and structure-activity, and placed the well-known theories of development in this middle. Is. At the end, the foundations of the development programs of the Islamic Republic are adapted to the proposed model of the article and are analyzed from a social point of view.

Keywords: Indigenous culture, development, government, society, agency, structure, development programs, Islamic Republic of Iran.

Factors affecting social vitality: Meta-analysis of researches

Taha Ashairi

Faculty member and assistant professor of the Department of History and Sociology, Faculty of Social Sciences, University of Mohaghegh Ardabili, Ardabil, Iran (Corresponding author).

t.ashayeri@uma.ac.ir

Tahereh Jahan Parvar

Ph.D. student in Cultural Sociology, Faculty of Social Sciences, Communication and Media, Islamic Azad University, Tehran Branch, Center, Tehran, Iran.

jparvar@yahoo.com

Abstract

Social vitality is one of the important issues of today's society and a part of socio-cultural issues (injuries) is dependent on the level of social vitality. This issue is influenced by various social, economic, cultural and psychological factors. The main purpose of the research is to study the factors affecting social vitality by meta-analysis method in the period of 1386 to 1400. The research method is meta-analysis (quantitative), its tools are reverse questionnaire, Cohen and Fisher analysis statistics; Purposive-non-probability sampling method, from the statistical population of 55 researches, 43 documents were selected as the sample size by observing the inclusion criteria (validity and validity). The results show that between social capital (social trust, social cohesion, social participation, social acceptability, kinship networks and social interactions, social indifference); lifestyle (sports lifestyle, religious lifestyle, healthy leisure lifestyle and consumption lifestyle); cultural capital (institutionalized and embodied); media agents (social networks, internal media and local media); social factors (relative deprivation, social failure, social disorganization and social anemia, sense of injustice); There is a significant relationship between psychological factors (self-esteem, life satisfaction, normal personality and sense of identity) and field factors (social class, education level, age and income).

Keywords: lifestyle, cultural capital, social capital, social vitality.

Assessing the status of Payame Noor University of tehran in becoming the fourth generation of universities using fuzzy ANP technique

Sedigheh Rezaian fardoi

Assistant Professor, Department of Professor of Industrial Engineering, Payame Noor University, Tehran, Iran.

s.rezaeian@pnu.ac.ir

Mansoureh Hourali

Assistant Professor, Department of Professor of Industrial Engineering, Payame Noor University, Tehran, Iran (Corresponding author).

hourali@pnu.ac.ir

Behrooz Behrooz

PhD student in Ivanki non-profit industrial engineering, Tehran, Iran.

behrouz.behrouzi59@eyc.ac.ir

Abstract

According to the new global perspective of higher education, access to technology, economic growth and welfare of society depends on the evolution of the higher education system and the transformation of universities into fourth generation universities. In Iran, activities have begun at the university level to commercialize the results of academic research, but despite the development of supportive policies, the process of becoming a fourth generation is still weak. The main purpose of this study is to assess the status of becoming a fourth generation of universities using fuzzy ANP technique in Payame Noor University, North Tehran Branch.

After reviewing the literature, the possible indicators of a fourth generation university were identified and categorized by receiving the opinions of experts regarding their comprehensiveness and effectiveness. After fuzzy the received data, the weights of each of the related indicators and sub-indices are determined and based on the results, the existence of a codified strategy, leadership and top management for entrepreneurship is the most important factor influencing the process of fourth generation universities. Finally, by measuring the current situation of Payame Noor University of Tehran in comparison with the identified indicators, the success rate in the fourth generation process was measured, which indicates the failure of the university in the fourth generation process.

Keywords: Fourth Generation University, Fuzzy ANP Technique, Innovative University, Payame Noor University of Tehran, Commercialization.

Contents

■ Assessing the status of Payame Noor University of tehran in becoming the fourth generation of universities using fuzzy ANP technique	1
<i>Sedigheh Rezaian fardoi, Mansoureh Hourali and Behrooz Behrooz</i>	
■ Factors affecting social vitality: Meta-analysis of researches	31
<i>Taha Ashairi and Tahereh Jahan Parvar</i>	
■ Investigating social dignity in the separation of development schools and the general policies of the six development programs of Islamic Republic of Iran	67
<i>Alireza Haddadi and Mohammadreza Dadgostar</i>	
■ Teachers' Experiences of the Challenges of Television Programs as a Hidden Curriculum in Achieving the Educational objectives of the First and Second Secondary Education System.....	113
<i>Behboud Yarigholi, Mahdi Akrami, Isa barghi and Parvin Bahari</i>	
■ The effects of domestic jobs on social structure from the perspective of men and women (Case study: Rural areas of Isfahan province)	147
<i>Ahmad Hajarani</i>	
■ A Study on Disadvantages and Negative Aspects of Instagram Social Media	173
<i>Parniya Razipor</i>	
■ Examining the strategic agility model with jihadi management approach (Case study: Social Security Organization)	201
<i>Mohammadreza Karimfar, Mohammad Jala Kāmali and Yaser Salari</i>	
■ The mental image of Muslims in Bosnia and Herzegovina about Shiism	229
<i>Nematolah Karamollahi, Armina Rezvany and Salman Rezvany</i>	
■ Investigation of social economic factors affecting of creating a rural market in the Bahar Hamedan.....	255
<i>Shamasi Aberi Mansour, Maysam Musai and Adel Abdullahi</i>	
■ Social freedom from the point of view of Mohammad Abdo, Seyyed Qutb and Allameh Tabatabai.....	279
<i>Yahya Bouzarinejad and Reyhane Sadat Raeisosadati</i>	
■ PESTEL Strategic Analysis of the Cultural and Communicational Contexts of the Sedition in the Fall 1401: Emphasizing the Gap in Socialization	305
<i>Iman Erfanmanesh</i>	
■ Quantitative analysis of soft power resources of the Islamic Republic of Iran in the document on the components of the national identity of Iranians	337
<i>Gholamreza Jamshidiha and Seyed Mohammadjavad Ghorbi</i>	



**Institute for Strategic
Research**

Publisher
**Institute for Strategic
Research
Expediency Council**

Managing Director
**Dr. Mohammadreza
Majidi**

Editor-in-Chief
**Dr. Gholamreza
Jamshidiha**

Deputy editor
Dr. Iman Irfan Mensh

Internal Director
Dr. Maryam Fakhri

Layout and Graphics
Reza Abdollahi Bejandi

Editor
Reza Diba

ISSN: **2251-7081**
Electronic ISSN
2588-655X

Publication
**Information for
Strategic Research**

Quarterly of **The Socio-cultural Strategy Journal** **46**

Vol. 12 - No. 1 - Issue. 46 - June 2023

Editorial Board

Dr. Gholamreza Jamshidiha

Dr. Mohammad Bagher Khorramshad

Dr. Seyyed Mohammad Hosseini

Dr. Bahram Bayat

Dr. Ibrahim Fayaz

Dr. Hamid Parsania

Dr. Seyed Saeed Zahid Zahedani

Dr. Hossein Bostan (Najafi)

Dr. Abdulhossein Kalantari

Dr. Gholamreza Tajbakhsh

This journal is printed according to letter No. 90/25595, dated 12 December 2011

According to letter No 2/18/3511, dated 2 June 2013 of the Ministry of Science, Research and Technology, The Socio-cultural Strategy Journal has been accredited as a scientific-research Journal since spring 2012.

Address: No. 10, between 4th and 65th alley, North Mossadegh St, Mirdamad, Tehran, Iran

Postcode: 1591816911

Tel: +98 21 22258921

Fax: +98 21 22258921

Website: rahbordfarhangi.csr.ir **Email:** rahmagiran@gmail.com

Price: 200000 Rials