

فصلنامه علمی
راهبرد اجتماعی فرهنگی

۵۷

سال چهاردهم - شماره سوم - پیاپی پنجاه و هفتم - پاییز ۱۴۰۴

پژوهشکده تحقیقات راهبردی



پژوهشکده تحقیقات راهبردی

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

اعضاء هیئت تحریریه بین المللی

دکتر طلال عتریبسی

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 ۹۰/۲۵۵۹۵ مورخ ۱۳۹۰/۱۰/۴ هیئت نظارت بر مطبوعات منتشر می‌شود.

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

فصلنامه راهبرد اقتصادی در پایگاه‌های زیر نمایه می‌شود:

www.isc.gov.ir
www.sid.ir
www.magiran.com
www.csr.ir
www.ensani.ir
www.civilica.com
www.noomagis.ir

پایگاه استنادی علوم جهان
مرکز اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی
بانک اطلاعات نشریات کشور
پژوهشکده تحقیقات راهبردی
پرتال جامع علوم انسانی
مرجع دانش
پایگاه مجلات تخصصی نور

صاحب امتیاز

پژوهشکده تحقیقات راهبردی
مجمع تشخیص مصلحت نظام

مدیر مسئول

دکتر محمدرضا مجیدی

سردبیر

دکتر غلامرضا جمشیدیها

جانشین سردبیر

دکتر ایمان عرفان منش

مدیر داخلی

دکتر مریم فخری

صفحه‌آرا

رضا عبداللهی بجندی

ویراستار

رضا دیا

شاپا: ۷۰۸۱-۲۲۵۱

شاپای الکترونیک: X-۶۵۵-۲۵۸۸

تیراژ چاپی: ۱۵۰ نسخه

انتشارات

پژوهشکده تحقیقات راهبردی

بسمه تعالی

• 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 ۲۳ 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 چهاردهم - شماره سوم - پایانی پنجاه و هفتم - پاییز ۱۴۰۴

فهرست مقاله‌ها

- ابزارهای نوین سیاست‌گذاری جمعیتی: شبیه‌سازی اثر تغییرات ترجیحات باروری
بر میزان باروری کل با رویکرد علوم اجتماعی محاسباتی ۶۹۹
نسبیه اسمعیلی و حجه بی‌بی رازقی نصرآباد
- ارائه الگوی مفهومی تأثیر فعالیت‌های زیست‌محیطی بر وفاداری به برندهای ملی
با تأکید بر شعار سرمایه‌گذاری برای تولید ۷۳۳
مهتاب ثابتی روش، سید محمدحسن حسینی، سعید آبیانی اصفهانی و محسن لطفی
- ارائه الگوی نقش اساتید دانشگاه در تربیت جوانان در راستای تحقق تمدن نوین
اسلامی ۷۶۷
محمد مجیدپور خوئی، معین طریقی و فاطمه عفتی داریانی
- راهبردهای اجتماعی و فرهنگی دانشگاه در برابر کودکان و نوجوانان: مطالعه
اسناد حقوقی - قانونی ایران ۸۰۹
مریم شعبان
- مؤلفه‌های هویتی حاکم بر الگوی مطلوب زن در منظومه فکری آیت‌الله خامنه‌ای . ۸۳۷
ملیحه حاجی‌حسن و مهدی نادری
- واکاوی نسبت دین، فرهنگ و جامعه در منظر متفکران انقلاب اسلامی؛
دلالت‌هایی برای حکمرانی مطلوب ۸۷۵
محمد سهیل سرو
- تأثیر مهاجرت اتباع افغانستان بر امنیت اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی
ایران: (ناظر بر ماده ۸۶ برنامه هفتم توسعه) ۹۰۹
الهه صادقی و محمدمعین طاهری
- مدل مدیریت کارآمد ناآرامی‌های اجتماعی بر اساس نقش سرمایه اجتماعی در
شهر کرمان: کاربست عملی جهاد تبیین بر اساس منویات مقام معظم رهبری در
حل مسائل اجتماعی ۹۴۵
علیرضا صنعت‌خواه و منور منصوری
- دیپلماسی دیجیتال و شبکه‌های اجتماعی: سنجش تأثیر بر روابط فرهنگی
بین‌المللی ایران) ۹۸۹
طاهره جهان‌پرور، زهرا حضرتی صومعه و وحید رشیدوش
- آینده پژوهی بررسی مُد؛ ترکیب فرهنگ مادی و آگاهی اجتماعی: مطالعه موردی
شهر آران و بیدگل ۱۰۲۷
محسن نیازی، سمیه آراندشتی آرانی، فاطمه خوش‌بیانی آرانی و محمد خراسانی

Extended abstract

Introduction

Cultural and social transformations in Iran over the last three decades reflect profound changes in family values that directly affect the dynamics of population. These changes have not only transformed fertility patterns but also created a gap between desired fertility and actual fertility. In this context, the issue of the fertility gap has gained particular importance in the literature on low fertility (Rezai Nesarabad and Mirzaei, 2012; Freedman et al., 1980; Bongaarts, 2001; Morgan & Taylor, 2006; Quesnel-Vallee & Morgan, 2003). In the past, we mainly observed unwanted fertility, indicating that actual fertility exceeded desired fertility. Today, however, realized fertility (actual fertility being lower than desired) has become a structural challenge. This gap reflects economic, social, and cultural constraints that hinder women from achieving their fertility ideals.

In Iran, despite continued fertility below the replacement level (around 1.6 births in recent years), individual ideal fertility remains higher than two children (Razeghi Nasrabad & Abbasi-Shavazi, 2020). In the study by Razeghi Nasrabad and Abbasi-Shavazi (2020), the average desired number of children in Iran was determined to be 2.25 births. Furthermore, in another study conducted by Abbasi-Shavazi, Razeghi Nasrabad, and Hosseini Chavoshi (2020), it was found that regions with lower desired fertility levels also have lower overall fertility. In this study, the mean desired number of children was reported as: in Gilan Province 2.2 births, in West Azerbaijan Province 2.5 births, in Yazd Province 3 births, and in Sistan and Baluchestan Province 4.6 births. This contradiction highlights the necessity of examining the role of the desired number of children as a key variable in predicting future fertility dynamics. In this regard, the present study, using a computational social science approach and employing agent-based modeling as one of the key and practical tools in this field, simulates the impact of changes in the desired number of children among women on fertility behavior over the period 2020–2029. This method, by leveraging the micro-level interactions of individuals in a dynamic environment, enables the analysis of macro-policy effects on the Total Fertility Rate (TFR) (Abbasi-Shavazi and Esmaeili, 2019–2021; 2023; Esmaeili and Abbasi-Shavazi, 2024). Unlike macro-oriented statistical models that focus solely on macro data, agent-based modeling, by incorporating micro-level behaviors and interactions and based on inter-agent interactions at the micro level (Esmaeili and Razeghi -Nasrabad, 2024), provides a set of responses termed outputs and behaviors at the

macro level and offers a more realistic prediction of population behaviors (Bijak et al., 2021; Billari, 2015; Esmaeili & Abbasi-Shavazi, 2024).

In this study, two key scenarios will be examined that involve the impact of increasing and decreasing the desired number of children on fertility behavior. The aim is to simulate these scenarios, analyze changes in the desired number of children in women's fertility behavior, and predict how these changes could affect fertility behaviors and, in particular, the TFR. In other words, this paper will investigate whether an increase in the ideal fertility level within a context of low fertility in Tehran Province will lead to observable changes in fertility levels. Finally, based on the predicted results, the paper offers policy recommendations for population policy.

Methodology

The analysis technique used in this article is based on a computational social science approach. Computational social science, a branch of the social sciences that employs computational tools and modern technologies to analyze social phenomena, plays a significant role in the development of complex modeling. One of the key methods in this field is agent-based modeling (ABM), which systematically simulates agents according to human rules and behaviors and analyzes the behavioral patterns of groups (Epstein & Axtell, 1996). This technique enables the examination of interactions and mutual influences within complex social systems and, compared with traditional methods, provides a deeper understanding of social change trends and population policies.

Thus, the relationship between computational social science and agent-based modeling has increasingly important implications for better understanding and predicting complex social phenomena and their impacts. In this modeling approach, a set of outputs and behaviors is generated at the macro level from micro-level agent interactions, forming a bottom-up (micro-to-macro) modeling framework. The creation of a link between the micro and macro levels is a notable feature of ABM, as discussed by Esmaeili and Abbasi-Shavazi (2024), Billari (2015), and Bijak et al. (2021). This study utilizes a sub-sample from the Iran Fertility Transition Survey (IFTS), as referenced by Abbasi-Shavazi et al. (2019). The statistical population for the present study comprises all households residing in Tehran Province, with a sample size of 784 married women.

Result

The agent-based simulation results showed that if the number of desired children increases to 4, the Total Fertility Rate in 2029 would rise from 1.06 to 1.08 children. In other words, the steepness of the declining fertility trend would become milder. Although increasing the ideal fertility to 4 children would still keep the overall fertility around two children, this indicates that in such a scenario people would maintain their fertility close to societal fertility norms. However, when fertility levels become very low, even small differences become important. Furthermore, the agent-based simulation results indicated that if the number of desired children

decreases, the fertility trend would face a steeper downward slope; specifically, fertility would drop from 1.06 children in 2029 without implementing the scenario to 1.04 children in the same year. The results indicate that changes in the number of desired children have a significant impact on women's fertility behavior.

Conclusion

In this study, based on the research findings, several policy recommendations are proposed:


- **Emphasis on long-term planning:** Policy making should focus on raising the fertility level to at least two children or more, since this level is stabilized as a desirable and unconditional preference at the societal level.
- **Facilitation of childbearing conditions:** Providing an appropriate economic and social environment, including necessary services, facilities, and incentives, should be prioritized to facilitate the childbearing process.
- **Prevention of fertility falling below replacement level:** Implement policies that prevent the entrenchment of fertility behaviors below replacement level, so that fertility preferences and behaviors remain at the desired level.
- **Strengthening positive messages about the value of children:** Use media to convey positive messages about the value and benefits of childbearing.
- **Organization of courses and workshops:** Promote family and childbearing education for young couples to raise awareness and shift attitudes.
- **Providing financial supports and incentives:** Design and implement supportive policies and financial incentives for families to encourage childbearing.
- **Planning for work–family balance:** Develop policies that help families balance work responsibilities with family life.
- **Reducing economic and social uncertainties:** Policy making to address uncertainty and instability in economic and social domains, to create a favorable environment for fertility decision-making.

Keywords: Planning, Computational Social Sciences, Fertility Preferences, Population Policy Making, Agent-Based Modeling - ABM.

ابزارهای نوین سیاست‌گذاری جمعیتی: شبیه‌سازی اثر تغییرات ترجیحات باروری بر میزان باروری کل با رویکرد علوم اجتماعی محاسباتی


نصیبه اسمعیلی

استادیار جمعیت‌شناسی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران، تهران، ایران.
Nasibeh.esmaeli@ut.ac.ir

 0000-0003-4078-0198

حجیه بی بی رازقی نصرآباد

دانشیار جمعیت‌شناسی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران، تهران، ایران (نویسنده مسئول).
hrazeghi@ut.ac.ir

 0000-0002-0990-9689

چکیده

در این پژوهش، با بهره‌گیری از رویکرد علوم اجتماعی محاسباتی، تأثیر ترجیحات باروری به‌عنوان عامل کلیدی بر سطح باروری بررسی می‌شود. درک رابطه بین ترجیحات و رفتار باروری می‌تواند در تدوین سیاست‌های مؤثر برای افزایش باروری نقش آفرین باشد. هدف اصلی مطالعه، تحلیل و پیش‌بینی رابطه بین تغییر در تعداد فرزندان مطلوب زنان و رفتار باروری آنها در استان تهران می‌باشد. در این راستا، از مدل‌سازی عامل بنیان به‌عنوان روشی کلیدی در تحلیل داده‌ها در حوزه علوم اجتماعی محاسباتی بهره‌گیری می‌شود تا داده‌ها در بازه زمانی ده‌ساله (۱۳۹۹-۱۴۰۸) مورد تجزیه و تحلیل و پیش‌بینی قرار گیرد. فرآیندهای مختلف با استفاده از نرم‌افزار انی‌لاجیک، طراحی و اثرهای آن‌ها بر شاخص میزان باروری کل به‌صورت نظام‌مند ارزیابی شد. در اولین فرآیند، کاهش ترجیحات باروری زنان از ۲/۵ فرزند به ۲ فرزند، میزان باروری کل را از ۱/۳ در سال ۱۴۰۰ به ۱/۰۴ فرزند در سال ۱۴۰۸ و در دومین فرآیند، افزایش تعداد مطلوب فرزندان به ۴ فرزند، میزان باروری کل را با کمی افزایش به ۱/۰۸ فرزند در سال ۱۴۰۸ می‌رساند. نتایج شبیه‌سازی‌ها نشان‌دهنده تأثیر معنادار تغییرات در ترجیحات باروری بر روند باروری کل است. لازم به ذکر است که در علوم اجتماعی محاسباتی، هدف از انجام شبیه‌سازی سیستم‌های انسانی و رفتاری، فهم و تحلیل روندهای تغییر در الگوهای رفتاری و اجتماعی است، نه پیش‌بینی دقیق مبتنی بر اعداد. این روش می‌تواند در پیش‌بینی تحولات جمعیتی و ارزیابی تأثیر سیاست‌های جمعیتی نقش مهمی ایفا کند.

کلیدواژه‌ها: برنامه‌ریزی، علوم اجتماعی محاسباتی، ترجیحات باروری، سیاست‌گذاری‌های جمعیتی، مدل‌سازی عامل بنیان.

شاپای الکترونیک: ۶۵۵X-۲۵۸۸ / پژوهشکده تحقیقات راهبردی / فصلنامه علمی راهبرد اجتماعی فرهنگی

 10.22034/scs.2025.493141.1639

 CC BY

 OPEN ACCESS

مسئولیت مقاله از نظر محتوای علمی و نظرهای مطرح‌شده در متن آن، به عهده نویسندگان و یا نویسنده مسئول مقاله می‌باشد و مورد تأیید / عدم تأیید صاحب امتیاز نشر به راهبرد اجتماعی فرهنگی نمی‌باشد.

مقدمه و بیان مسئله

تحولات فرهنگی و اجتماعی سه دهه اخیر ایران، بازتاب‌دهنده دگرگونی‌های عمیقی در ارزش‌های خانوادگی است که به‌طور مستقیم بر پویایی‌های جمعیتی تأثیر گذاشته است. این تغییرات، نه تنها الگوهای فرزندآوری را دگرگون کرده بلکه شکافی بین باروری مطلوب و باروری واقعی ایجاد نموده است. در همین راستا موضوع شکاف باروری، در ادبیات باروری پایین جایگاه ویژه‌ای پیدا کرده است (رازقی نصرآباد و میرزایی، ۱۳۹۱؛ Morgan & Taylor, 2001, Bongaarts, 2001, Freedman & et al, 1980; Quesnel-Vallee & Morgan, 2003, 2006). در گذشته، عمدتاً شاهد باروری‌های ناخواسته بودیم که نشان‌دهنده بالاتر بودن باروری موجود از باروری مطلوب بود؛ اما امروزه باروری تحقق‌نیافته (پایین تر بودن باروری واقعی از مطلوب) به چالشی ساختاری تبدیل شده است. این شکاف، حاکی از محدودیت‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی است که مانع تحقق ایدئال‌های باروری زنان می‌شود.

مطالعات دو دهه گذشته نشان می‌دهند که در کشورهای توسعه‌یافته، تعداد فرزندان ایدئال زنان بالاتر از دو فرزند است (Quesnel-Vallee & Morgan, 2003, 2002; Bongaarts, 2001). اما تداوم این شرایط می‌تواند بر ایدئال‌های باروری تأثیر منفی بگذارد و انتظار افزایش باروری را از بین ببرد. چنانچه گلدستاین و همکاران^۱ (۲۰۰۲) اشاره می‌کنند، افرادی که در محیط‌هایی با باروری زیر سطح جانشینی زندگی می‌کنند، ایدئال باروری‌شان به کمتر از دو فرزند کاهش یافته است. شرایط نسلی باروری به‌گونه‌ای عمل می‌کند که یک چرخش رو به پایین در ایدئال‌های باروری ایجاد می‌شود؛ به این معنا که تعداد ایدئال فرزندان هر نسل تحت تأثیر رژیم باروری‌ای که در آن رشد یافته‌اند، قرار می‌گیرد. محققان بر این باورند که در شرایط باروری پایین، هر دو نوع باروری واقعی و ایدئال گرایش به کاهش مشابهی دارند، باین‌حال این کاهش در سطوح غیریکنواختی اتفاق می‌افتد. این پدیده نشان می‌دهد که تأثیر عوامل اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی موجود در هر نسل بر تصمیمات باروری آن‌ها غیرقابل انکار است و می‌تواند منجر به تغییر در آرزوها و ایدئال‌های باروری شود. به‌عبارتی نسل‌های جدید در محیطی اجتماعی می‌شوند که باروری پایین را به‌عنوان هنجار می‌پذیرند و ایدئال‌های خود را با این واقعیت تطبیق می‌دهند.

در تحلیل ایدئال‌ها و تمایلات باروری، در نظر گرفتن چند نکته اساسی ضروری

1. Goldstein & et al.

است: ایدئال باروری یکی از اجزای مؤثر در فرایند تصمیم‌گیری باروری به حساب می‌آید و نمایانگر خواسته‌ها و آرزوهای افراد در این زمینه است (Miller, 1994) و مبنای انگیزشی برای نیت رفتاری فراهم می‌کنند (Perugini & Bagozzi, 2004). ایدئال‌های باروری می‌توانند به دو مفهوم مختلف ارجاع داده شوند، و به شکل سؤالی که از افراد پرسیده می‌شود، بستگی دارد. در مفهوم اول، وقتی پاسخگویان به‌لحاظ اجتماعی باروری مطلوب و ایدئال‌ها را به‌عنوان درکشان از ایدئال جامعه تفسیر می‌کنند؛ به‌طورمثال اهداف باروری که به‌وسیله جامعه مثبت ارزش‌گذاری می‌شود و سؤال «شما فکر می‌کنید تعداد ایدئال و مناسب بچه برای یک خانواده چند فرزند است؟» پرسیده می‌شود (Testa, 2006, p. 154). یا «به نظر شما چه تعداد بچه باید یک زوج ازدواج کرده داشته باشد؟» (Lightbourne & MacDonald, 1982). مفهوم دوم به درک فردی افراد در مورد تعداد ایدئال و مطلوب خانواده مرتبط است و از آن به‌عنوان ایدئال‌های فردی باروری^۱ یا باروری دلخواه یا مطلوب نام می‌برند (رازقی نصرآباد و عسکری ندوشن، ۱۴۰۴). این مفهوم به‌لحاظ تجربی ایدئال شخصی پاسخگویان در مورد تعداد فرزندان را اندازه‌گیری می‌کند. ایدئال فردی به‌نوعی انگیزه‌ها، نگرش‌ها و اعتقادات فردی را در مورد باروری منعکس می‌کند. پاسخگویان ارزیابی شخصیشان از اهداف خود را بیان می‌کنند (Miller, 1994).

در ایران با وجود تداوم باروری زیر سطح جانشینی (حدود ۱/۶ فرزند در سال‌های اخیر)، ایدئال‌های باروری فردی همچنان بالاتر از دو فرزند باقی مانده است (Razeghi Nasrabad & Abbasi-Shavazi 2020). در مطالعه رازقی نصرآباد و عباسی شوازی (۲۰۲۰)، متوسط تعداد فرزندان مطلوب در ایران ۲/۲۵ فرزند تعیین شده است. همچنین، در مطالعه‌های دیگر که توسط عباسی شوازی، رازقی نصرآباد و حسینی چاووشی (۱۳۹۸) انجام شده، مشخص گردید که مناطقی با باروری مطلوب پایین‌تر، سطح باروری نیز کمتری دارند. در این پژوهش، میانگین تعداد فرزندان مطلوب به‌گونه‌ای گزارش شد که در استان گیلان ۲/۲ فرزند، در استان آذربایجان غربی ۲/۵ فرزند، در استان یزد ۳ فرزند و در استان سیستان و بلوچستان ۴/۶ فرزند است. این تناقض، ضرورت بررسی نقش تعداد فرزندان مطلوب به‌عنوان متغیری کلیدی در پیش‌بینی تحولات آتی باروری را آشکار می‌سازد. در این راستا، پژوهش حاضر با بهره‌گیری از رویکرد علوم اجتماعی محاسباتی و

استفاده از مدل‌سازی عامل‌بنیان به‌عنوان یکی از ابزارهای کلیدی و کاربردی این حوزه، به شبیه‌سازی تأثیر تغییرات در تعداد فرزندان مطلوب زنان بر رفتار باروری در بازه زمانی ۱۳۹۹-۱۴۰۸ می‌پردازد. این روش، با بهره‌گیری از تعاملات خرد افراد در محیطی پویا، امکان تحلیل اثرهای کلان سیاست‌ها بر شاخص میزان باروری کل^۱ را فراهم می‌کند (عباسی شوازی و اسمعیلی، ۱۳۹۹؛ ۱۴۰۰؛ ۱۴۰۱؛ اسمعیلی و عباسی شوازی، ۱۴۰۲). بر خلاف مدل‌های آماری کلان‌نگر که تنها بر داده‌های آماری متمرکز هستند، مدل‌سازی عامل‌بنیان با در نظر گرفتن رفتارهای خرد و تعاملات فردی و بر اساس تعاملات بین عامل‌ها در سطح خرد (اسمعیلی و رازقی نصرآباد، ۱۴۰۳)، مجموعه‌ای از پاسخ‌ها تحت عنوان خروجی‌ها و رفتار در سطح کلان و امکان پیش‌بینی واقع‌بینانه‌تری از رفتارهای جمعیتی را ارائه می‌دهد (Bijak & et al., 2021; Billari, 2015; Esmaeili & Abbasi-Shavazi, 2024).

در این پژوهش، دو فرآیند کلیدی بررسی می‌شود که تأثیر افزایش و کاهش تعداد مطلوب فرزندان بر رفتار باروری را شامل می‌شود. هدف این است که با شبیه‌سازی این فرآیندها، تغییرات در تعداد مطلوب فرزندان را در رفتار باروری زنان تحلیل کنیم و پیش‌بینی کنیم که این تغییرات چگونه می‌تواند بر رفتارهای باروری و به‌ویژه بر میزان باروری کل تأثیر بگذارد. به‌عبارتی، در این مقاله به بررسی این موضوع خواهیم پرداخت که آیا با افزایش سطح ایدئال باروری در بستر باروری پایین استان تهران، تغییراتی در سطح باروری مشاهده خواهد شد. درنهایت در این مقاله با توجه به نتایج پیش‌بینی راهکارهایی برای سیاست‌گذاری جمعیتی ارائه می‌شود. یافته‌های این پژوهش از جهت پژوهشی و سیاست‌گذاری حائز اهمیت است. این مطالعه با تلفیق چهارچوب‌های علوم اجتماعی محاسباتی و جمعیت‌شناسی، درک عمیق‌تری از سازوکارهای تأثیر ارزش‌ها بر رفتار باروری ارائه می‌دهد. از منظر سیاستی نیز، باروری پایین یکی از مسائل مهم کشور محسوب می‌شود. کاهش مداوم در باروری، افزایش طول عمر، و شکاف گسترده بین امید زندگی مردان و زنان باعث افزایش نسبت وابستگی در سنین پیری و زنانه‌شدن سالخوردگی جمعیت می‌شود که فشار زیادی بر امور مالی عمومی، سیستم‌های بازنشستگی، تأمین اجتماعی و خدمات مراقبت از سالمندان وارد می‌کند (ریندفوس و مینچا چو، ۱۴۰۰). در سال‌های گذشته به سیاست‌ها و برنامه‌های راهبردی به‌منظور افزایش باروری توجه ویژه‌ای

1. Total Fertility Rate (TFR)

شده است و سیاست‌های کلی جمعیت در سال ۱۳۹۳ از سوی مقام معظم رهبری ابلاغ گردید و بر جلوگیری از کاهش جمعیت و افزایش سطح باروری تأکید شده است و قانون جوانی جمعیت و حمایت از خانواده نیز در راستای سیاست‌های کلی جمعیت و افزایش باروری به بالای سطح جانشینی در آبان ماه سال ۱۴۰۰ تصویب شده است. با توجه به تأکید اسناد بالادستی فوق بر افزایش باروری به سطح جانشینی، پیش‌بینی رفتار باروری گامی اساسی و مهم در تصمیم‌گیری، برنامه‌ریزی و طراحی و تنظیم سیاست‌گذاری‌های هدفمند است. از این‌رو نتایج این پژوهش می‌تواند، به تحقق اهداف تعیین شده از طریق برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری واقع‌بینانه و مداخلات هدفمند کمک کند.

۱. هدف و سؤالات پژوهش

- ۱- پیش‌بینی روند میزان باروری کل بر مبنای مدل‌سازی عامل بنیان در استان تهران بر اساس تعداد مطلوب فرزند ۲/۵ فرزند در طی سال‌های (۱۳۹۹-۱۴۰۸) چگونه خواهد بود؟
 - ۲- آیا افزایش و کاهش در تعداد فرزندان مطلوب زنان می‌تواند منجر به تغییر رفتار باروری آنها در استان تهران شود؟
- نتایج این پژوهش علاوه بر غنای ادبیات علمی در حوزه باروری و خانواده، می‌تواند به سیاست‌گذاران در طراحی سیاست‌های مؤثر در زمینه‌های جمعیتی و اجتماعی یاری رساند. با توجه به روند کاهشی باروری در ایران، به‌ویژه در استان تهران، توسعه سیاست‌هایی که به افزایش ایدئال‌های باروری در خانواده‌ها کمک می‌کنند، می‌تواند تأثیر مثبتی بر افزایش باروری و تقویت بنیاد خانواده داشته باشد.

۲. پیشینه پژوهش

عسگری ندوشن و رازقی نصرآباد (۱۴۰۴) در مطالعه‌ای به بررسی تمایلات فرزندآوری و موانع آن برای زنان شاغل پرداختند. نتایج پژوهش آن‌ها نشان داد که متغیرهای سن، نگرش‌های جنسیتی، تعارض کار و خانواده، و ساعات صرف‌شده برای کارهای خانگی از جمله مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار بر تعداد فرزندان مطلوب شناسایی شده‌اند. از جمله موانع عمده برای افزایش فرزندآوری زنان شاغل می‌توان به تعارض کار و خانواده، نگرانی‌های اقتصادی و تغییر نگرش‌ها درباره نقش‌های جنسیتی اشاره کرد. این مسائل نیازمند توجه ویژه به تدوین سیاست‌هایی هستند که به‌طور هم‌زمان

به بهبود شرایط کاری زنان و حمایت از تصمیمات فرزندآوری آن‌ها کمک کند. مدیری و کیانی علی‌آبادی (۱۴۰۲) نشان دادند که قصد و ایدئال بی‌فرزندگی و تک‌فرزندگی تحت تأثیر مجموعه‌ای از متغیرهای زمینه‌ای، نگرشی و ساختاری قرار دارد. ایدئال بی‌فرزندگی در سطح معناداری تحت تأثیر نگرش‌های برابرطلبانه و کاهش احساس امنیت قرار دارد. همچنین، قصد بی‌فرزندگی نیز به‌طور معناداری تحت تأثیر نگرش‌های برابرطلبانه، کاهش احساس امنیت و افت نشاط زناشویی بوده است. ایدئال تک‌فرزندگی در مردان، به‌ویژه در افرادی با سنین کمتر، درآمد بیشتر، دینداری کمتر، نگرش‌های جنسیتی برابرطلبانه و احساس امنیت کمتر، به‌طور معناداری گزارش شده است. همچنین، قصد تک‌فرزندگی در مردان به‌ویژه در افرادی با سنین کمتر، تحصیلات بیشتر، دینداری کمتر، نگرش‌های جنسیتی برابرطلبانه و احساس امنیت کمتر بیشتر مشاهده شده است. به‌طور کلی، نویسندگان بیان کردند که قصد و ایدئال بی‌فرزندگی در شهر تهران شایع نبوده و قصد و ایدئال تک‌فرزندگی به مراتب بیشتر از آن‌ها است. همچنین، قصد بی‌فرزندگی و تک‌فرزندگی بیشتر از ایدئال‌های مربوطه گزارش شده است. آن‌ها در نتیجه‌گیری خود بیان کردند که در تبیین قصد و ایدئال بی‌فرزندگی و تک‌فرزندگی، سهم متغیرهای نگرشی بیش از سایر عوامل است و می‌توان با اتخاذ سیاست‌های مناسب، شکاف بین ایدئال و قصد بی‌فرزندگی و تک‌فرزندگی را کاهش داده و فرزندآوری را افزایش داد.

قربانی (۱۴۰۱) در مقاله‌ای با عنوان «تحولات الگوی ایدئال فرزندآوری و علل آن در ایران بین سال‌های ۱۳۸۳ و ۱۳۹۴» به این نتیجه دست یافت که در هر دو مقطع مطالعه شده (۱۳۸۳ و ۱۳۹۴)، تمایل به ایدئال دو فرزندگی غالب بوده و به ترتیب برابر با ۶۲/۳ و ۴۸/۱ درصد است؛ اما در طی این سال‌ها تمایل به ایدئال سه فرزندگی و بیشتر نیز افزایش یافته و از ۳۰/۸ درصد به ۴۳/۲ درصد رسیده است. نتایج تحلیل چند متغیره پیمایش‌ها در سال‌های ۱۳۸۳ و ۱۳۹۴ نشان می‌دهد که با کنترل سایر متغیرها، تحصیلات و مذهب بالاترین تأثیر و تفاوت را در تعداد ایدئال فرزندان طی این سال‌ها داشته‌اند.

علیدوستی و همکاران (۱۴۰۲)، در مقاله‌ای تحت عنوان «تمایل به فرزندآوری در شهر کرمانشاه: تعیین‌کننده‌ها و محدودیت‌ها» نشان دادند که حدود ۲/۷ درصد از افراد بدون فرزند هستند و ۳۳/۱ درصد دارای یک فرزند، تمایل به داشتن فرزند دیگری ندارند. این پژوهش همچنین نشان داد که تفاوت معناداری در تمایل به فرزندآوری بر اساس متغیرهایی چون حمایت اجتماعی، جنس، سن، ترجیح

جنسیتی و وضعیت شغلی وجود دارد. با این حال، رابطه معناداری بین تمایل به فرزندآوری و فشار اجتماعی، نگرانی‌های مربوط به فرزندآوری، پایگاه اجتماعی - اقتصادی، محل سکونت، تحصیلات، وضعیت منزل و مدت زمان استفاده از اینترنت مشاهده نشد. نویسندگان مقاله در نهایت تأکید کردند که برای افزایش تمایل به فرزندآوری، باید به نقش عواملی مانند حمایت اجتماعی و تعادل میان زندگی شغلی و خانوادگی زنان توجه شود و برای تقویت این عوامل برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری صورت گیرد.

نجفی‌اصل (۱۴۰۱)، در پژوهشی به بررسی ریشه‌های غیراقتصادی عدم تمایل زنان به فرزندآوری پرداخت. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که کاهش منافع احساسی ناشی از تغییرات ارزشی می‌تواند عاملی باشد که زوجین را ترغیب می‌کند تا به جای فرزند، به دنبال لذت و اوقات فراغت در جایگزین‌های دیگری باشند. همچنین، عدم اطمینان به تداوم زندگی زناشویی آنان باعث می‌شود که بیشتر به تحصیلات و شغل فکر کنند و کمتر به فرزندآوری توجه داشته باشند.

بگی و همکاران (۱۴۰۰) نیز در مقاله‌ای تحت عنوان «تمایل به فرزندآوری در ایران: تعیین‌کننده‌ها و محدودیت‌ها» نشان دادند که حدود ۳۰ درصد افراد بدون فرزند و ۴۸ درصد افراد دارای یک فرزند، تمایلی به داشتن فرزند دیگری ندارند. این یافته‌ها رابطه معکوس بین تحصیلات و تمایلات باروری افراد را نشان می‌دهد. از سوی دیگر، تمایلات باروری در بین پیروان مذهب اهل سنت بیشتر از پیروان مذهب اهل تشیع بوده و مردان نیز تمایلات باروری بیشتری در مقایسه با زنان دارند. همچنین، رضایت از زندگی و روابط زناشویی تأثیر معنادار بر تمایلات فرزندآوری افراد دارد. در ادامه نویسندگان بیان نمودند که از مهم‌ترین علل عدم تمایل به فرزندآوری می‌توان به مشکلات و نگرانی‌های مرتبط با فرزندان و آینده آن‌ها، شرایط کاری و هزینه فرصت، روابط بین همسران و مشکلات سلامتی و جسمانی اشاره کرد. بر این اساس، سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان برای افزایش باروری به سطح جایگزینی، نیاز به اجرای مجموعه‌ای از سیاست‌ها دارند که به خانواده‌ها در پوشش هزینه‌های مراقبت از کودکان کمک کرده و تلفیق زندگی شغلی و خانوادگی زنان را تسهیل نماید.

محمودیانی و همکاران (۱۳۹۸)، در نتایج پژوهش خود نشان دادند که بهبود وضعیت اجتماعی زنان و افزایش نقش‌آفرینی آن‌ها درون خانواده، تأثیر قابل توجهی بر ایدئال‌ها، تمایلات و فرزندآوری آن‌ها داشته است. نتایج تحلیل‌های رگرسیونی چندمتغیره نیز حاکی از این بوده است که با افزایش قدرت زنان در خانواده، باروری

ایدئال، باروری خواسته و تعداد فرزندان زنده متولدشده کاهش می‌یابد. در نهایت، مقاله نتیجه‌گیری می‌کند که با روند بهبود وضعیت زنان، انتظار می‌رود ساختار قدرت در خانواده در آینده تأثیر بیشتری بر کنش‌های باروری زنان داشته باشد و سیاست‌گذاری‌های جمعیتی باید بر تحقق باروری ایدئال زنان که بالاتر از سطح جایگزینی است، متمرکز شوند.

آفرینی و همکاران (۱۳۹۸)، در پژوهش خود نشان دادند که افرادی که سطوح بالاتری از حمایت از سوی والدین، خویشاوندان و دوستان را احساس می‌کنند، در مقایسه با افرادی که حمایت اجتماعی کمتری دریافت می‌کنند، تمایل بیشتری به داشتن فرزند و تحقق اهداف خود دارند.

عباسی شوازی و همکاران (۱۳۹۷)، نیز در پژوهشی نشان دادند که افرادی با نگرش‌های جنسیتی سنتی، ۱۳ درصد ایدئال‌های فرزندآوری بالاتری نسبت به افراد با نگرش نوین دارند، و افرادی با دینداری متوسط، ۱۰ درصد ایدئال‌های فرزندآوری کمتری نسبت به افراد با دینداری بالا گزارش می‌کنند. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که هرچند تمایل به داشتن فرزندان بیشتر از سه در خانواده‌ها افزایش یافته است، تحقق این تمایلات باروری مستلزم اجرای سیاست‌ها و برنامه‌های حمایتی است که بتواند فرزندآوری را تسهیل کند.

آربان و همکاران^۱ (۲۰۲۰)، در مطالعه خود بیان نمودند که حمایت اجتماعی زوجین از اطرافیان و رضایت از زندگی زناشویی تأثیر بالایی بر تعداد مطلوب زنان دارد. لوتز^۲ (۲۰۲۰)، در مقاله‌ای به بررسی تأثیر تغییر اندازه ایدئال خانواده و قدرت زنان در دستیابی به این اهداف بر باروری می‌پردازد. وی بر اساس نتایج تحقیق بیان نمود که با تغییر نگرش‌ها نسبت به اندازه خانواده و افزایش توانمندی زنان در تصمیم‌گیری‌های مربوط به باروری، الگوهای جمعیتی نیز دستخوش تغییر می‌شوند. این تغییرات می‌توانند به کاهش یا افزایش باروری منجر شوند و بر سیاست‌های اجتماعی و اقتصادی تأثیرگذار باشند.

در مطالعه دیگر اندریاس و همکاران^۳ (۲۰۲۳)، به بررسی اندازه ایدئال خانواده و عوامل مؤثر بر آن در میان زنان دارای سن باروری در جنوب اتیوپی می‌پردازند. این مطالعه به تحلیل نگرش‌ها، ترجیحات و دلایل مربوط به اندازه خانواده می‌پردازد.

1. Araban & et al.
2. Lutz
3. Endriyas & et al.

نتایج پژوهش آن‌ها نشان می‌دهد عواملی چون وضعیت اقتصادی، تحصیلات، فرهنگ محلی و دسترسی به خدمات بهداشتی، تأثیر قابل توجهی بر انتخاب اندازه خانواده و تعداد فرزندان مطلوب از سوی زنان دارند.

پیری و همکاران^۱ (۲۰۲۳) در مقاله‌ای به بررسی عوامل مؤثر بر انتخاب اندازه خانواده در میان زنان جوان در زامبیا پرداخته‌اند. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که چندین عامل اصلی بر تصمیم‌گیری در مورد اندازه خانواده تأثیر گذارند. نخستین عامل، تحصیلات است. زنان با سطوح بالاتر تحصیلات تمایل به داشتن خانواده‌های کوچک‌تر دارند، وضعیت اقتصادی نیز در این راستا مهم است؛ شرایط اقتصادی خانواده و توانایی مالی به‌طور مستقیم بر تصمیم‌گیری در مورد اندازه خانواده تأثیر می‌گذارد. علاوه بر این، فرهنگ و آداب و رسوم نیز نقش مهمی ایفا می‌کنند. تأثیرات فرهنگی و ارزش‌های خانوادگی می‌تواند در شکل‌گیری دیدگاه‌های زنان در مورد اندازه خانواده مؤثر باشد. از دیگر عوامل کلیدی، دسترسی به خدمات بهداشتی و باروری است. دسترسی به روش‌های کنترل جمعیت و ارائه خدمات بهداشتی می‌تواند بر انتخاب اندازه خانواده تأثیر داشته باشد. در نهایت، نقش رسانه‌ها نیز غیرقابل‌انکار است. تأثیرات رسانه‌ها و تبلیغات می‌تواند بر آگاهی و شناخت زنان جوان از گزینه‌ها و پیامدهای انتخاب‌هایشان تأثیرگذار باشد.

بررسی مطالعات انجام‌شده نشان می‌دهد که عوامل متعددی نظیر سطح تحصیلات زنان، وضعیت اشتغال، رضایت از زندگی زناشویی، افزایش توانمندی زنان، حمایت خانواده، نگرش‌های جنسیتی، تعارض کار و خانواده، و ساعات صرف‌شده برای کارهای خانگی از مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار بر تعداد فرزندان مطلوب محسوب می‌شوند. با این حال، علی‌رغم نتایج ارزشمند این تحقیقات، توجه چندانی به شبیه‌سازی‌های مبتنی بر عامل و انجام پیش‌بینی‌ها نشده است. اهمیت این موضوع در این است که استفاده از ابزارهای مدل‌سازی مبتنی بر عامل به محققان این امکان را می‌دهد تا فرآیندهای مختلفی را در زمینه افزایش ایدئال باروری شبیه‌سازی کنند و با استفاده از این فرآیندها، تغییرات رفتار باروری زنان را در آینده پیش‌بینی نمایند؛ بنابراین، با توجه به خلأهای پژوهشی موجود در این حوزه، مقاله حاضر به بررسی تأثیر افزایش تعداد فرزندان مطلوب بر رفتار باروری زنان در استان تهران می‌پردازد.

۳. ملاحظات نظری

ادبیات پژوهش نشان می‌دهد که عوامل ساختاری (متغیرهای اقتصادی و اجتماعی) و عوامل فرهنگی (جهت‌گیری‌های ارزشی و نگرشی) به‌طور بنیادی در مدل‌سازی ترجیحات باروری افراد مؤثر هستند. علاوه بر این، تبیین تحولات نیت باروری افراد از طریق تعامل بین این دو رویکرد نظری انجام خواهد شد (عباسی شوازی و دیگران، ۱۳۹۷). نظریه‌های مبتنی بر رویکرد تغییر ساختاری به این باوراند که تغییرات باروری به‌طور قابل توجهی با تغییرات در متغیرهای بیرونی و همچنین تغییرات ناشی از شرایط اقتصادی و اجتماعی در ارتباط است. در این رویکرد، تأکید بر تغییرات ساختاری در جوامع، از جمله گذار از اقتصاد کشاورزی به اقتصاد صنعتی، به منظور درک تغییرات در الگوهای خانواده و باروری مورد توجه قرار می‌گیرد. این تحولات به‌عنوان سازگاری نظام‌مند با شرایط اقتصادی و اجتماعی در حال تغییر در نظر گرفته می‌شوند (عباسی شوازی و صادقی، ۱۳۸۵). یکی از تبیین‌های ساختاری، نظریه اقتصاد خرد باروری است. عنصر اصلی در این دیدگاه انگیزه یا تفکر تمایل به داشتن خانواده بزرگ و کوچک است که در آن تحلیل هزینه و فایده در أخذ تصمیم به منظور باروری نقش اصلی را دارا می‌باشد. افراد در این رویکرد عاملان منطقی فرض شده که دارای توانایی ارزیابی وضعیتی خود بوده و تلاش می‌کنند تا منافع خود را افزایش دهند. بیکر^۱ بر اساس نظریه تقاضا استدلال می‌کند، اگر بخواهیم تأثیر مثبتی روی تصمیم به باروری داشته باشیم باید هزینه‌های اقتصادی فرزندان را کاهش داده و با افزایش درآمد والدین، تغییر عملکرد سودمندی به طرف فرزندآوری صورت بپذیرد (Becker, 1960). نظریه تحلیل نهادی یکی دیگر از رویکردهای ساختاری در تبیین باروری است که به نقش دولت و تأثیر آن بر تغییر بسترهای فرزندآوری در جامعه با دقت توجه می‌کند طبق نظریه نهادی بین ساخت نهادی حاکم بر جامعه و رفتار باروری رابطه وجود دارد. تبیین نهادی ساختارهای موجود در جامعه را مرتبط با مؤلفه‌های تغییر جمعیتی در نظر می‌گیرد. مک‌نیکل به بیان دو دیدگاه در تحلیل رفتار باروری می‌پردازد: اول، دیدگاهی که تأثیر سیاست‌های جمعیتی، ارائه تسهیلات دولتی و نهادهای سطح کلان جامعه در باروری را بررسی می‌کند (رویکرد کلان‌نگر یا دیدگاه از بالا به پایین) و دوم، دیدگاهی که رفتارهای باروری در سطح خانواده‌ها و نگرش‌های افراد نسبت به آن را بررسی می‌کند (رویکرد

1. Becker

خردنگر یا دیدگاه از پایین به بالا؛ بنابراین، تمرکز اصلی تحلیل نهادی باروری بر برقراری پیوند میان این دو دیدگاه یعنی سطوح خرد و کلان شکل‌دهنده رفتار باروری است. از دیدگاه مک‌نیکل^۱ نقش حکومت نه تنها به صورت مستقیم بلکه به واسطه تأثیری که حکومت بر تغییر بافت نهادی حاکم در جامعه می‌گذارد اهمیت خاصی می‌یابد. مک‌نیکل معتقد است دولت نقش مهمی در تغییرات باروری دارد. دولت‌ها و سیاست‌گذاران از طریق اجرای بهتر سیاست‌ها، برنامه و کیفیت خدمات می‌توانند نقش تأثیرگذاری داشته باشند (McNicol, 1980, 2001). مک‌دونالد^۲ در سال ۲۰۰۰، نظریه برابری جنسیتی را برای تبیین کاهش باروری مطرح نمود. در این نظریه، برابری جنسیتی در نهادهای خانواده محور و برابری جنسیتی در نهادهای فرد محور مورد توجه قرار می‌گیرد. براین اساس گذار باروری از سطوح بالا به سطوح پایین در ارتباط با بهبود کُند برابری جنسیتی در نهادهای اجتماعی خانواده محور منحصر به درون خانواده می‌باشد. از منظر نظریه برابری جنسیتی، باروری پایین بیشتر ناشی از عدم تحقق برابری جنسیتی در نهادهای خانوادگی و انتظارات سنتی از زنان در خصوص انجام وظایف منزل و نگهداری از کودکان است. به علاوه، وجود برابری جنسیتی در نهادهای فرد محور، از جمله تحصیلات و اشتغال، زنان را در موقعیتی قرار می‌دهد که بین فرصت‌های اجتماعی و فرزندآوری انتخاب کنند و این موضوع به کاهش فرزندآوری در جامعه منجر می‌شود (McDonald, 2000, 2013).

همان‌طور که اشاره شد، یکی دیگر از رویکردهای مهم در تبیین باروری، رویکرد ایده‌ای و فرهنگی است که در تقابل با رویکرد ساختاری قرار دارد. این رویکرد به ویژه به علت ناتوانی رویکرد ساختاری در تبیین کامل کاهش‌های باروری مورد توجه قرار گرفته است. رویکرد ایده‌ای بر نقش فرهنگ، ارزش‌ها، نگرش‌ها و نظام‌های هویتی در شکل‌گیری رفتارهای باروری و اندازه ایدئال خانواده تأکید دارد. این رویکرد تلاش می‌کند تأثیرات زمینه اجتماعی و فرهنگی بر رفتار باروری را در نظر بگیرد و بر عواملی که در ایجاد و تغییر این ارزش‌ها و نظام‌های هویتی اهمیت دارند، تمرکز نماید (صادقی و اسمعیلی، ۱۳۹۹).

در ادامه در تبیین رفتار باروری از منظر رویکرد فرهنگی می‌توان به نظریه ایدئالیسم توسعه‌ای اشاره نمود. نظریه مدرنیزه شدن به عنوان یک سیستم ارزشی و اعتقادی، بیان می‌کند که نگرش‌های اجتماعی و خانوادگی نوین به طور کلی بر نگرش

1. Macnicol

2. McDonald

های سنتی برتری دارند. این نظریه بر انتشار و گسترش ایده‌های مرتبط با توسعه، پیشرفت و نوسازی در سطح جهانی تأکید دارد و آن‌ها را عامل مهمی در تغییرات ارزشی و رفتاری می‌داند که به عنوان ایدئالیسم توسعه‌ای در سراسر جهان شناخته می‌شود. این مجموعه از ایده‌ها و نگرش‌ها، استانداردهایی را شکل می‌دهند که منجر به تغییرات قابل توجهی در نگرش‌ها و رفتارهای مرتبط با تشکیل خانواده و باروری می‌شوند؛ از جمله: افزایش استفاده از وسایل پیشگیری، پذیرش خانواده‌های کوچک تر، افزایش سن ازدواج و تحقق برابری جنسیتی بیشتر. همچنین، فناوری‌های ارتباطی و رسانه‌های جمعی این توانایی را دارند که به گسترش دانش درباره اشکال جدید رفتار در تمامی نقاط جهان بپردازند و نگرش‌ها و رفتارهای جدیدی را عمومی کنند (Thornton, 2010). اینگلهارت^۱ در نظریه تغییرات فرهنگی و ارزشی خود، به تأثیر توسعه اقتصادی و انتشار رسانه‌های جمعی بر اولویت‌های ارزشی افراد و گروه‌ها اشاره می‌کند. بر اساس این نظریه، توسعه اقتصادی و پیشرفت فناورانه و همچنین برآورده شدن نیازهای اساسی جامعه باعث ظهور نیازهای غیرمادی مانند: عزت نفس، خودپیری و دستیابی به منزلت اجتماعی در جوانان و نسل‌های جدید می‌شود. در جوامع پیشرفته، فردگرایی به شکل خاصی از فرهنگ منجر می‌شود که در آن افراد خودمختار هستند و قادرند به انتخاب‌های شخصی بپردازند. این نظریه به دلیل ارتباط مستحکم میان تحولات کلان و تغییرات ارزشی در سطح فردی، از اعتبار بالایی برخوردار است. توسعه اقتصادی و گسترش رسانه‌های جمعی به‌عنوان یکی از ابعاد جهانی‌شدن، تغییراتی در ارزش‌های خانواده به وجود آورده است. این تغییرات، انعکاسی از تحول در اولویت‌ها و نگرش‌های اجتماعی هستند که در نتیجه این فرایندهای جهانی به وقوع پیوسته است (Inglehart, 1990).

نظریه رفتار برنامه‌ریزی‌شده، که توسط آجزین در سال ۱۹۹۱ مطرح شد، به عنوان چهارچوب نظری مناسبی برای مطالعه نگرش‌های فرزندآوری شناخته می‌شود. این نظریه، مقاصد فرزندآوری را تحت تأثیر سه دسته از عوامل اصلی فرمول بندی می‌کند. نخست، نگرش‌های مثبت و منفی افراد نسبت به رفتار باروری است که می‌تواند تأثیر زیادی بر تصمیم‌گیری‌ها داشته باشد. دوم، باورها و اعتقادات هنجاری ذهنی، عواملی همچون رفاه ذهنی و رضایت از زندگی به شمار می‌روند که بر درک فرد از شرایط و فشارهای اجتماعی تأثیر می‌گذارند. سوم، عوامل کنترلی

1. Inglehart

رفاه عینی شامل تحصیلات و موقعیت شغلی فرد هستند که می‌توانند نیز بر مقاصد فرزندآوری اثرگذار باشند. این نظریه به‌طور کلی برای درک نیات فرزندآوری و توضیح باورهای رفتاری، هنجاری و کنترلی مربوط به تصمیم‌گیری در مورد داشتن فرزند استفاده می‌شود. به عبارت دیگر، نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده نشان می‌دهد که مقاصد فرزندآوری تحت تأثیر نگرش‌های فردی و هنجارهای اجتماعی قرار دارند و این دو ممکن است گاه‌آ در تضاد با یکدیگر باشند. بر اساس این چهارچوب، هر چه تطابق بیشتری بین نگرش‌ها وجود داشته باشد، سازگاری بیشتری نیز بین ترجیحات و رفتار فردی شکل می‌گیرد. به‌ویژه در کشورهایی که میزان مولید نسبتاً پایین است و فرزندآوری به‌عنوان یک فرایند تصمیم‌گیری فردی مطرح می‌شود، این نظریه کاربرد زیادی دارد (Ajzen, 1991).

در جمع‌بندی نظریات مطرح شده می‌توان مطرح نمود که طیف وسیعی از فرایندهای اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی مرتبط با هم وجود دارند که بر ایدئال‌ها و رفتارهای فرزندآوری افراد در طول دوره زندگی‌شان اثر گذار هستند و برای درک و پیش‌بینی وضعیت باروری مهم است تا روابط میان این فرایندها بررسی و اثرهای جمعی آنها بر روی فرزندآوری تبیین شود؛ لذا، برای تبیین و درک چرایی الگوهای فرزندآوری ضروری است که به‌طور همزمان به رویکردهای ساختاری و فرهنگی توجه شود.

۴. روش پژوهش

در فرایند ساخت مدل شبیه‌سازی مبتنی بر عامل، از بخشی از داده‌های طرح تحولات باروری استان تهران (۱۳۹۶) استفاده می‌شود (عباسی شوازی و دیگران، ۱۳۹۸). به این ترتیب، روش به‌کاررفته در مقاله حاضر، تحلیل داده‌های ثانویه محسوب می‌شود. در این طرح، اطلاعات مورد نیاز بر اساس نمونه‌گیری احتمالی متناسب با حجم برای خانوارهای عادی ساکن جمع‌آوری شده است. اطلاعات لازم برای شناسایی حوزه‌های نمونه از فایل سرشماری عمومی نفوس و مسکن ۱۳۹۵ استخراج گردیده است. حجم نمونه در این طرح ۱۵۰۰ خانوار بوده و تعداد خوشه‌ها بر اساس آمار سرشماری عمومی نفوس و مسکن ۱۳۹۵ برآورد شده است. این اطلاعات در قالب فهرست خوشه‌های نمونه در مناطق شهری و روستایی استان مشخص و سپس بر اساس توزیع جمعیت در این مناطق، تعداد خوشه‌ها در شهرها و روستاها تعیین شده است. انتخاب خانوارها در هر خوشه به‌صورت تصادفی انجام گردید. به‌طور کلی، پرسش‌نامه پژوهش شامل یک پرسش‌نامه عمومی برای خانوارها و

یک پرسش‌نامه اختصاصی برای زنان ۱۵ تا ۵۰ ساله است. پرسش‌نامه اختصاصی زنان برای ۷۹۸ زن ۵۰-۱۵ ساله متأهل تکمیل شد، که از این میان، ۶ مورد از زنان به بسیاری از سؤالات پاسخ نداده و پرسش‌نامه‌های آنها به صورت ناقص تکمیل شده بود. بدین ترتیب، پس از حذف این موارد، تعداد زنان ۵۰-۱۵ ساله که حداقل یک‌بار ازدواج کرده و در فایل نهایی برای تجزیه و تحلیل اطلاعات استفاده شده است، به ۷۸۴ نفر کاهش یافت. در ادامه، به توصیف متغیر اصلی پژوهش، یعنی تعداد فرزندان مطلوب، پرداخته خواهد شد. این متغیر از طریق پرسش در مورد تعداد فرزندان پاسخ‌دهندگان تمایل دارند داشته باشند، به دست آمده است.

روش تحلیل مقاله حاضر بر پایه استفاده از رویکرد علوم اجتماعی محاسباتی است. علوم اجتماعی محاسباتی، شاخه‌ای از علوم اجتماعی که از ابزارهای محاسباتی و فناوری‌های نوین برای تحلیل پدیده‌های اجتماعی بهره می‌برد، نقش مهمی در توسعه مدل‌سازی‌های پیچیده دارد. یکی از روش‌های کلیدی در این حوزه، مدل‌سازی عامل‌بنیان است که به صورت نظام‌مند، عامل‌ها را بر اساس قوانین و رفتارهای انسانی شبیه‌سازی می‌کند و الگوهای رفتاری گروه‌ها را تحلیل می‌نماید (Epstein & Axtell, 1996). این روش امکان بررسی تعاملات و تأثیرات متقابل در سیستم‌های اجتماعی پیچیده را فراهم می‌کند و در مقایسه با روش‌های سنتی، درک عمیق‌تری از روندهای تغییر اجتماعی و سیاست‌گذاری‌های جمعیتی ارائه می‌دهد. به این ترتیب، رابطه بین علوم اجتماعی محاسباتی و مدل‌سازی عامل‌بنیان در توانایی فهم بهتر و پیش‌بینی پدیده‌های اجتماعی پیچیده و تأثیرگذاری، اهمیت روزافزونی یافته است. مدل‌سازی عامل‌بنیان قادر است سازوکار بازخورد میان عامل‌ها را که همان زنان ازدواج کرده می‌باشند را مدنظر قرار دهد و برخلاف مدل‌های ریاضی، ادغام عوامل ناهمگن و روابط غیرخطی را در مدل ممکن می‌سازد. مدل‌سازی مبتنی بر عامل فرصت تحلیل سیاست‌ها و آزمایش فرآیندهای مختلف را فراهم می‌آورد (عباسی شوازی و اسمعیلی، ۱۴۰۰؛ ۱۳۹۹). به عبارتی با استفاده از مدل‌سازی مبتنی بر عامل و قابلیت شبیه‌سازی فرآیندها، می‌توان مدل را بر اساس فرض منطقی اجرا و بهترین راهکارها برای حل مسائل را از نتایج شبیه‌سازی دریافت کرد. برنامه‌ریزان به ابزاری نیاز دارند که آینده را با عناصر قابل پیش‌بینی و عدم قطعیت‌ها ترسیم کنند؛ این ابزار فرآیندها هستند. فرآیندها نشان‌دهنده عدم قطعیت‌های آینده‌اند و می‌توان با گروهی از آن‌ها، این عدم قطعیت‌ها را توصیف کرده و بر اساس آن برنامه‌ریزی کرد (اسمعیلی، ۱۴۰۲؛ Bijak & et al., 2021).

(Esmaeili & Abbasi-Shavazi, 2024; Billari, 2015).

همان‌طور که اشاره شد، محیطی که پژوهش حاضر در آن انجام می‌شود، یک آزمایشگاه مجازی است. در این فضای آزمایشگاهی، مدل سیستم پیچیده باروری پایین استان تهران^۱ با تمرکز بر متغیر افزایش و کاهش تعداد فرزندان مطلوب زنان طراحی خواهد شد. سپس بر اساس این مدل، به شبیه‌سازی فرآیندهای مرتبط با متغیر مذکور پرداخته خواهد شد.

۵. یافته‌های پژوهش

قبل از ارائه نتایج شبیه‌سازی، به بررسی توصیفی ویژگی‌های نمونه آماری می‌پردازیم. میانگین سنی زنان در این مطالعه حدود ۳۶ سال است، همچنین میانگین سن ازدواج زنان ۲۱/۵ سال است. تعداد فرزندان هر زن به‌طور متوسط ۱/۷ فرزند است، و میانگین اندازه خانوار ۳/۵ نفر می‌باشد. زنان در این نمونه به‌طور مطلوب، حدود ۲/۵ فرزند نظر دارند و مدت زمان متوسط ازدواج زنان ۱۷ سال است. در مورد سطح تحصیلات، بیش از ۴۴ درصد از زنان دارای مدرک دیپلم بودند، حدود ۲۵ درصد تحصیلات دانشگاهی و حدود ۲۲ درصد نیز دارای تحصیلات راهنمایی و دبیرستان هستند. جدول (۱)، توصیف ویژگی‌های نمونه پژوهش را نشان می‌دهد.

جدول (۱): ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه پژوهش

ویژگی‌های نمونه آماری	میانگین
بعد خانوار	۳/۵
سن زنان	۳۶
مدت زمان ازدواج	۱۷
تعداد فرزند	۱/۷
تعداد فرزند مطلوب	۲/۵
سن ازدواج	۲۱/۵

۱. سیستم مجموعه‌ای متعامل از عناصر است که به‌صورت منسجم سازمان‌دهی شده است تا از این طریق به اهداف مشخصی دست یابند. در سیستم‌های پیچید رفتاری و انسانی، تعداد اجزاء و تعداد روابط بین آن‌ها زیاد است، در این سیستم‌ها، اثری که اجزاء بر روی هم می‌گذارند، می‌تواند بر هویت یا عملکرد سیستم تأثیر بگذارد. به‌همین جهت است که شکستن سیستم‌های پیچیده به اجزاء جداگانه منجر به ازدست‌دادن هدفمندی و هویت سیستم خواهد شد (محمودیان و اسمعیلی، ۱۴۰۲).

نتایج خروجی مدل عامل‌بنیان، شامل پیش‌بینی رفتار باروری زنان در استان تهران برای دهه ۱۳۹۹ تا ۱۴۰۸ است. هدف از این مدل‌سازی، شناسایی الگوهای رفتاری مناسب با استفاده از داده‌های جمع‌آوری‌شده در یک دوره زمانی خاص است. با توجه به اینکه داده‌های موجود برای این دوره کفایت کردند، دیگر از داده‌های سال‌های قبل و بعد در آموزش مدل استفاده نشد تا از همگرایی بیشتر و حجم محاسبات جلوگیری شود (Torabi & Esmaeili, 2021؛ محمودیان و اسمعیلی، ۱۴۰۲).

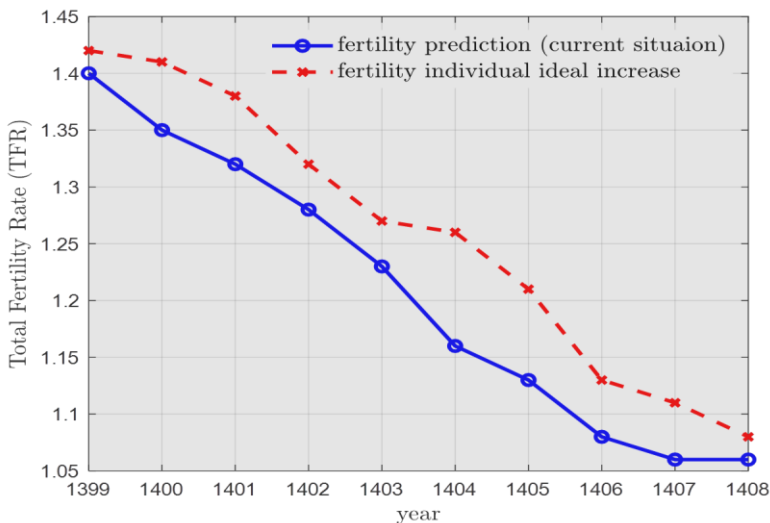
همان‌طور که ذکر شد، با استفاده از قابلیت مدل‌سازی عامل‌بنیان، به تحلیل فرآیندهای افزایشی و کاهش‌ی تعداد فرزندان مطلوب و تأثیر آن بر رفتار باروری زنان پرداخته می‌شود. در این زمینه، هدف پاسخ به این سؤال است که آیا افزایش یا کاهش تعداد فرزندان مطلوب می‌تواند بر رفتار باروری زنان تأثیر گذارد.^۱ برای پاسخ به سؤال اول مقاله، در ابتدا میزان باروری کل در استان تهران را بدون افزایش در تعداد فرزندان مطلوب زنان پیش‌بینی می‌کنیم و روند باروری کل را در این وضعیت تحلیل می‌کنیم. به عبارتی، با در نظر گرفتن روند فعلی و تعداد مطلوب فرزندان که میانگین آن ۲/۵ فرزند است، بررسی می‌شود که چگونه روند باروری در استان تهران شکل خواهد گرفت. بر اساس داده‌های نمودار (۱)، مشخص می‌شود که با تعداد فرزندان مطلوب کنونی^۲، روند باروری کل در استان تهران به‌طور قابل‌ملاحظه‌ای روند نزولی خواهد داشت.^۳ در ادامه، جهت پاسخ به سؤال دوم مقاله، فرض می‌کنیم که در این ده سال تعداد فرزندان مطلوب برای زنان به ۴ فرزند افزایش یابد. سؤال این است که این افزایش چه تأثیری بر رفتار باروری زنان خواهد داشت. همان‌طور که در نمودار (۱) نمایش داده شده است، افزایش تعداد فرزندان

۱. در طراحی فرآیندها، به دنبال فرض‌های معقول هستیم؛ به عبارتی، فرض داشتن کمتر از دو فرزند برای زنان تهرانی غیرقابل قبول و تمایل به داشتن بیش از چهار فرزند نیز پذیرفته نیست. اگرچه تغییر اعداد فرض‌ها ممکن است به تغییرات جزئی در اعداد پیش‌بینی منجر شود، هدف ما در پیش‌بینی پدیده‌های اجتماعی تعیین روند تغییرات است نه صرفاً اعداد دقیق؛ بنابراین، تغییر اعداد در فرض‌ها فقط بر اعداد تأثیر می‌گذارد و روند تغییرات را تحت تأثیر قرار نمی‌دهد.

2. Current Situation

۳. نکته قابل توجه در این شبیه‌سازی، بررسی نحوه رفتار و تغییرات رفتاری سیستم در زمینه باروری است. در این راستا، شاخص میزان باروری کل به ما کمک می‌کند تا روند کلی تغییر رفتار باروری را مشخص کنیم؛ به این معنا که آیا این روند کاهش‌ی یا افزایش‌ی است. این اطلاعات زمینه‌ای مناسب برای مقایسه فرآیندهای مختلف فراهم می‌آورد و به ما امکان می‌دهد تأثیر هر فرآیندها را بر رفتار باروری بیشتر درک کنیم.

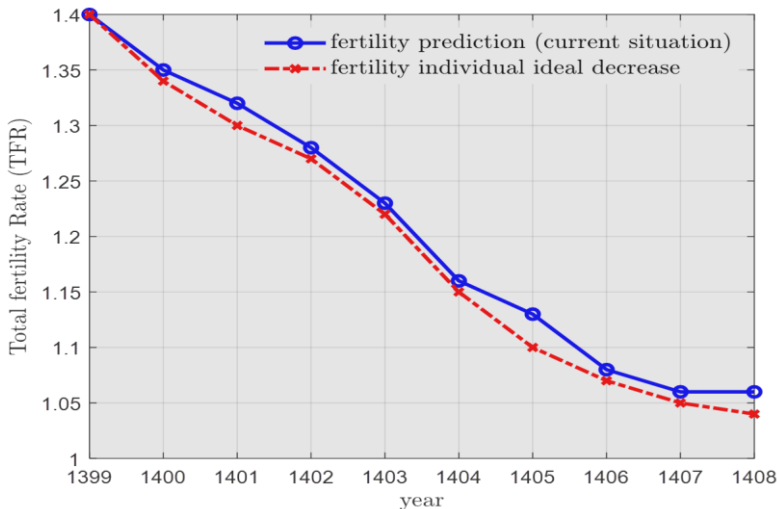
مطلوب تأثیر مثبتی بر کاهش سرعت روند باروری در استان تهران خواهد داشت. بر اساس نتایج خروجی شبیه‌سازی عامل‌بنیان، در صورت افزایش تعداد فرزندان مطلوب به ۴ فرزند، میزان باروری کل در سال ۱۴۰۸ از ۱/۰۶ فرزند به ۱/۰۸ فرزند افزایش خواهد یافت. به عبارتی شیب تند کاهشی باروری شیب ملایم‌تری خواهد گرفت.^۱ هرچند با افزایش ایدئال باروری به ۴ فرزند نیز همچنان میزان باروری کل پیرامون دو فرزند خواهد بود و نشان می‌دهد در چنین شرایطی نیز افراد باروری خود را نزدیک به هنجارهای فرزندآوری جامعه حفظ خواهند کرد. با این حال در شرایطی که باروری به سطوح خیلی پایین می‌رسد، تفاوت‌های اندک نیز مهم است.



نمودار (۱): پیش‌بینی میزان باروری کل استان تهران از سال ۱۳۹۹-۱۴۰۸ پس از اجرای فرآیندهای افزایش میانگین تعداد مطلوب زنان به ۴ فرزند و مقایسه آن با پیش‌بینی روند وضعیت فعلی باروری (میانگین تعداد مطلوب ۲/۵ فرزند) بدون پیاده سازی فرآیندها

۱. علت هرگونه تغییر روند در خروجی‌های مدل چه روند افزایشی و چه روند کاهشی حاصل اطلاعات استخراجی از داده‌های قبل در قالب خصوصیت عامل زن و پردازش و تجزیه و تحلیل توسط مدل بوده که توسط نرم افزار استخراج شده است. در ادامه بر اساس خروجی ابتدایی مدل، پیاده‌سازی دو فرآیندها انجام و بر اساس نتایج به‌دست‌آمده تأثیر فرآیندهای مختلف بر روند باروری مشخص گردید.

در ادامه، در پاسخ به سؤال دوم مقاله به بررسی فرآیندهای تأثیر کاهش تعداد فرزندان مطلوب بر رفتار باروری زنان استان تهران پرداخته می‌شود. هدف این فرآیندها پاسخ به این سؤال است که آیا کاهش تعداد فرزندان مطلوب می‌تواند بر رفتار باروری زنان تهرانی تأثیرگذار باشد؟ نتایج شبیه‌سازی عامل‌بنیان به‌وضوح نشان می‌دهد که با فرض کاهش تعداد فرزندان مطلوب، روند باروری با شیب نزولی تندتری مواجه خواهد شد؛ به‌نحوی که میزان باروری از ۱/۰۶ فرزند بدون پیاده‌سازی فرآیندها در سال ۱۴۰۸ به ۱/۰۴ فرزند در همان سال کاهش خواهد یافت. این نتیجه به‌خوبی در نمودار (۲) به تصویر کشیده شده است.



نمودار (۲): پیش‌بینی میزان باروری کل استان تهران از سال ۱۳۹۹-۱۴۰۸ پس از پیاده‌سازی فرآیندهای کاهش میانگین تعداد مطلوب زنان به ۲ فرزند و مقایسه آن با پیش‌بینی روند وضعیت فعلی باروری (میانگین تعداد مطلوب ۲/۵ فرزند) بدون پیاده‌سازی فرآیندها

نتیجه‌گیری

ایران به‌دنبال تحولات اخیر در حوزه باروری، تغییرات جمعیتی چشمگیری را تجربه کرده و با چالش‌های مهم جمعیتی مواجه است. هرگونه سیاست‌گذاری در زمینه روندهای جمعیتی آینده و اتخاذ برنامه‌های مرتبط، نیازمند شناخت و آگاهی از عوامل و تعیین‌کننده‌های تغییرات جمعیتی است که از جمله آن‌ها، ترجیحات باروری

به‌عنوان مهم‌ترین عامل محسوب می‌شود. بنابراین، با افزایش اهمیت نقش تمایلات فرزندآوری در تغییرات آتی جمعیت ایران، توجه به این پدیده و اندازه‌گیری و تبیین آن بیش‌ازپیش حائز اهمیت است (عباسی شوازی و دیگران، ۱۳۹۷). ترجیحات فرزندآوری یکی از تصمیمات و اقدام‌های اساسی در زندگی افراد است که باید از جنبه‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی مورد توجه قرار گیرد. باروری به‌عنوان نتیجه رفتار هنجاری و آگاهانه افراد مطرح می‌شود که تحت تأثیر هنجارهای رایج فرزندآوری در جامعه و محدودیت‌های ساختاری شکل می‌گیرد. کنشگران عقلانی، با در نظر گرفتن حداکثر مزایا و حداقل ضررها، در راستای انتخاب‌های خود اقدام می‌کنند (قربانی، ۱۴۰۱). مطالعه حاضر به بررسی رابطه بین تمایلات باروری و رفتار باروری در استان تهران پرداخته است. استان تهران چهار سال زودتر از میانگین کشور به سطح باروری زیر جانشینی دست یافته و در حال حاضر میزان باروری آن ۱/۲۳ فرزند است (فتحی، ۱۳۹۹). هدف این پژوهش بررسی و پیش‌بینی تأثیر افزایش و کاهش تعداد مطلوب فرزندان بر رفتار باروری زنان استان تهران می‌باشد. با توجه به اینکه کشور ایران بیش از دو دهه است با مشکل باروری پایین مواجه است و یکی از اهداف سیاست‌های کلی جمعیت، افزایش باروری به بالاتر از سطح جانشینی می‌باشد، این مقاله بر این موضوع تمرکز دارد که آیا در بستر باروری پایین استان تهران، با افزایش سطح ایدئال باروری، تغییراتی در سطح باروری رخ خواهد داد؟ برای پیش‌بینی این مسئله، از ابزار شبیه‌سازی مبتنی بر عامل در رویکرد علوم اجتماعی محاسباتی استفاده شده است. علوم اجتماعی محاسباتی و مدلسازی عامل‌بنیان رابطه‌ای نزدیک دارند؛ به‌گونه‌ای که در این رویکرد، هر عامل نماینده فرد یا نهاد اجتماعی است که بر اساس قوانین و رفتارهای خاصی عمل می‌کند. این مدل‌ها امکان تحلیل و شبیه‌سازی پدیده‌های اجتماعی، تأثیرات جمعی، تعاملات و تغییرات در سطح کلان را بر مبنای رفتارهای فردی فراهم می‌کنند و به درک عمیق‌تر فرایندهای پیچیده اجتماعی کمک می‌نمایند.

در ادامه در فرایند ساخت مدل عامل‌بنیان، از داده‌های بخشی از طرح تحولات باروری استان تهران بهره‌برداری شده است. حجم نمونه در این طرح شامل ۱۵۰۰ خانوار و ۷۹۸ زن متأهل در دامنه سنی ۱۵ تا ۵۰ سال بوده که تعداد خوشه‌ها بر اساس داده‌های سرشماری عمومی نفوس و مسکن سال ۱۳۹۵ برآورد شده است. متغیر اصلی این مطالعه، تعداد مطلوب فرزندان است که بر اساس داده‌های موجود در استان تهران، میانگین آن برابر با ۲/۵ فرزند برآورد شده است.

بر اساس مدل شبیه‌سازی عامل بنیان ایجادشده، پیش‌بینی شده که میزان باروری کل در استان تهران تا سال ۱۴۰۸ بر اساس میانگین تعداد مطلوب فرزندان (۲/۵ فرزند) روند کاهشی قابل‌توجهی را تجربه خواهد کرد و به ۱/۰۶ فرزند خواهد رسید. در ادامه، با توجه به قابلیت مدل‌سازی عامل بنیان و از طریق یک روند شبیه‌سازی در یک آزمایشگاه محاسباتی مجازی، دو فرآیند برای پاسخ به سؤال دوم مقاله در داخل مدل مورد بررسی قرار گرفت. در فرآیند اول، فرض شد که اگر تعداد مطلوب فرزندان به ۴ فرزند افزایش یابد، چه تأثیری بر رفتار باروری زنان خواهد داشت؟ نتایج اجرای این فرآیند نشان داد که با افزایش تعداد مطلوب فرزندان، روند کاهشی باروری شیب ملایم‌تری به خود خواهد گرفت و میزان باروری کل با فرض افزایش تعداد فرزندان به ۴، به ۱/۰۸ فرزند در سال ۱۴۰۸ خواهد رسید. در فرآیند دوم، بررسی شد که اگر تعداد مطلوب فرزندان کاهش یابد، آیا تأثیری بر رفتار باروری زنان استان تهران خواهد داشت؟ شبیه‌سازی این فرآیند نشان داد که با کاهش تعداد مطلوب فرزندان به ۲، میزان باروری کل با شیب کاهشی بیشتری مواجه خواهد شد و به ۱/۰۴ فرزند در سال ۱۴۰۸ خواهد رسید؛ بنابراین، نتایج نشان دهنده این است که تغییر در تعداد مطلوب فرزندان تأثیر قابل‌توجهی بر رفتار باروری زنان دارد. نتیجه‌ی مطالعه‌ی حاضر، با یافته‌های پژوهش‌های متعدد در این حوزه هم‌راستا است؛ به‌عنوان مثال، مدیری و کیانی‌علی‌آبادی (۱۴۰۲) نشان دادند که قصد و ایدئال بی‌فرزندی و تک‌فرزندی تحت تأثیر مجموعه‌ای از متغیرهای زمینه‌ای، نگرشی، ساختاری و زوجی قرار دارد. نویسندگان در نتیجه‌گیری خود بیان کردند که در تبیین قصد و ایدئال بی‌فرزندی و تک‌فرزندی، نقش متغیرهای نگرشی بیشتر از سایر عوامل است و با اتخاذ سیاست‌های مناسب می‌توان فاصله میان ایدئال و قصد بی‌فرزندی و تک‌فرزندی را کاهش داده و به افزایش فرزندآوری کمک کرد. علیدوستی و همکاران (۱۴۰۱) بر این نکته تأکید کردند که برای افزایش تمایل به فرزندآوری، باید به عوامل مؤثری همچون حمایت اجتماعی و تعادل میان زندگی شغلی و خانوادگی زنان توجه ویژه‌ای شود و لازم است در این زمینه برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری مناسبی صورت گیرد. محمودیانی و همکاران (۱۳۹۸) نیز بیان کردند که سیاست‌گذاری‌های جمعیتی باید بر تحقق باروری ایدئال زنان، که فراتر از سطح جایگزینی است، متمرکز شوند. آفرینی و همکاران (۱۳۹۸) در پژوهش خود نشان دادند که افرادی که سطوح بالاتری از حمایت از سوی والدین، خویشاوندان و دوستان را احساس می‌کنند، در مقایسه با افرادی که حمایت اجتماعی کمتری

دریافت می‌کنند، تمایل بیشتری به داشتن فرزند و دست‌یابی به اهداف فرزندآوری خود دارند. آربان و همکاران (۲۰۲۰) در مطالعه خود بیان کردند که حمایت اجتماعی زوجین از اطرافیان و رضایت از زندگی زناشویی، تأثیر قابل توجهی بر تعداد مطلوب فرزندان برای زنان دارد. همچنین، آهنباکشی و همکاران (۲۰۲۳) به این نتیجه رسیدند که عدم توانایی در پذیرش مسئولیت‌های پدر و مادر بودن یکی از عوامل مؤثر در کاهش تعداد ایدئال فرزندان است. به‌طور کلی، این تحقیقات نشان دهنده‌ی اهمیت عوامل اجتماعی و نگرشی در تعیین تمایل به فرزندآوری و ضرورت توجه به حمایت‌های اجتماعی و سیاست‌های مؤثر در این زمینه است. در این مطالعه چند پیشنهاد سیاستی به‌صورت تیتروار ارائه می‌شود.

- تاکید بر هدف‌گذاری بلندمدت: سیاست‌گذاری باید بر ارتقای سطح باروری به حداقل دو فرزند و بیشتر تمرکز کند، چراکه این سطح مطلوب و مطلوبیت بی‌واسطه در سطح جامعه تثبیت شده است.
 - تسهیل شرایط فرزندآوری: فراهم‌کردن بستر اقتصادی و اجتماعی مناسب، از جمله خدمات، امکانات و تسهیلات لازم، برای تسهیل فرایند فرزندآوری در اولویت قرار گیرد.
 - پیشگیری از کاهش باروری زیر سطح جانشینی: اتخاذ سیاست‌هایی که از نهادینه‌شدن رفتارهای باروری زیر سطح جانشینی جلوگیری کند، تا ترجیحات و رفتارهای باروری در سطح مورد نظر باقی بماند.
 - تقویت پیام‌های مثبت در مورد ارزش فرزند: استفاده از رسانه‌ها برای انتقال پیام‌های مثبت درباره ارزش و مزایای فرزندآوری.
 - برگزاری دوره‌ها و کارگاه‌های آموزشی: ترویج آموزش‌های خانواده و فرزندآوری برای زوجین جوان، با هدف ارتقای آگاهی و تغییر نگرش‌ها.
 - ارائه حمایت‌ها و مشوق‌های مالی: طراحی و اجرای سیاست‌های حمایتی و مشوق‌های مالی برای خانواده‌ها، به‌منظور تشویق به فرزندآوری.
 - برنامه‌ریزی برای تعادل کار و خانواده: تدوین سیاست‌هایی که به خانواده‌ها کمک کند توازن میان وظایف کاری و زندگی خانوادگی برقرار کنند.
 - کاهش عدم قطعیت‌های اقتصادی و اجتماعی: سیاست‌گذاری جهت رفع بی‌اطمینانی و بی‌ثباتی در حوزه‌های اقتصادی و اجتماعی، تا محیطی مناسب برای تصمیم‌گیری‌های فرزندآوری فراهم شود.
- درنهایت این مطالعه سه پیشنهاد پژوهشی برای تداوم مسیر مطالعه حاضر نیز ارائه می‌کند. استفاده از هوش مصنوعی در مدل‌سازی پیشنهاد می‌شود. در ساخت

مدل شبیه‌سازی عامل‌بنیان، می‌توان از هوش مصنوعی و شبکه‌های عصبی بهره برد تا عامل‌ها با داشتن حافظه، به‌صورت هوشمندانه تصمیم‌گیری کنند. این رویکرد می‌تواند به بهبود دقت و کارایی مدل‌های شبیه‌سازی کمک کند و اجازه دهد که عامل‌ها رفتارهای پیچیده‌تری را در پاسخ به شرایط محیطی از خود نشان دهند. همچنین پیشنهاد می‌شود پژوهش‌های آینده به انجام یک مدل‌سازی ترکیبی پرداخته و هم‌زمان مدل شبیه‌سازی عامل‌بنیان را در ترکیب با مدل پویایی سیستم پیاده‌سازی کنند. این روش می‌تواند درک عمیق‌تری از مسئله باروری پایین به‌دست دهد و روابط پیچیده بین عوامل مختلف را بهتر تحلیل کند. درنهایت، با توجه به نتایج پژوهش‌ها و اهمیت عوامل مانند متغیرهای اقتصادی، اجتماعی، نگرش به برابری جنسیتی و دینداری، توصیه می‌شود پژوهشگران تأثیر و نقش این عوامل را در باروری مطلوب زنان مورد بررسی قرار دهند.

فهرست منابع

- آفرینی، فاطمه‌سادات؛ اکبری، ناهید و منتظری، علی (۱۳۹۸)، ارتباط بین حمایت اجتماعی و قصد فرزندآوری در زنان ساکن شهر تهران، *نشریه پایش*، ۱۷(۳)، ۳۱۵-۳۲۸.
- اسمعیلی، نصیبه (۱۴۰۲). پیش‌بینی روند تغییرات در تعداد موالید و نسبت جنسی در بدو تولد در کشور ایران: تحلیل سری زمانی، *بررسی مسائل اجتماعی ایران*، ۱۴(۱)، ۲۵۸-۲۳۳.
- اسمعیلی، نصیبه (۱۴۰۲). کاربرد هوش مصنوعی در مطالعات جمعیت‌شناسی، نخستین کنگره بین‌المللی جمعیت پایدار، آینده مطمئن و دومین جشنواره هنر در مامایی، ۲۴-۲۵ آبان، بجنورد، ایران.
- اسمعیلی، نصیبه و رازقی نصرآباد، حجه بی‌بی (۱۴۰۳). بررسی تأثیر تقسیم‌کار جنسیتی در منزل بر رفتار باروری زنان با استفاده از شبیه‌سازی عامل‌بنیان. زن در توسعه و سیاست، ۲۲(۴)، ۹۱۵-۸۹۱.
- اسمعیلی، نصیبه و عباسی شوازی، محمدجلال (۱۴۰۲). پیش‌بینی تغییر رفتار باروری زنان در استان تهران بر اساس رویکرد فرهنگی با استفاده از مدل‌سازی عامل بنیان. فصلنامه مطالعات فرهنگ - ارتباطات، ۲۴(۶۲)، ۸۳-۴۱.

بگی، میلاد؛ صادقی، رسول و حاتمی، علی (۱۴۰۰). تمایل به فرزندآوری در ایران: تعیین‌کننده‌ها و محدودیت‌ها. *فصلنامه علمی مطالعات راهبردی فرهنگ*، ۱(۴)، ۵۹-۸۰.

ریندفوس، رونالد آر و مینچا چو، کیم (۱۴۰۰). *باروری پایین نهادها و سیاست‌ها*. ترجمه حجه بی‌بی رازقی نصرآباد، تهران: مؤسسه تحقیقات جمعیت کشور. صادقی، رسول و اسمعیلی، نصیبه (۱۳۹۹). تحلیل چندسطحی همبسته‌های فردی و استانی باروری در ایران. *مطالعات راهبردی زنان*، ۲۳(۹۰)، ۶۵-۳۷. عباسی شوازی، محمدجلال و اسمعیلی، نصیبه (۱۳۹۹). سیر تکاملی جمعیت‌شناسی از ابتدا تا ظهور مدل‌سازی عامل‌محور. *نامه انجمن جمعیت‌شناسی ایران*، ۱۱(۳۰)، ۴۰-۷.

عباسی شوازی، محمدجلال و اسمعیلی، نصیبه (۱۴۰۰)، رسانه، فرهنگ‌سازی و باروری: شناسایی و رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر باروری با استفاده از رویکرد فرایند تحلیل سلسله‌مراتب. *مطالعات راهبردی فرهنگ*، ۱(۱)، ۷-۴۷. عباسی شوازی، محمدجلال و اسمعیلی، نصیبه (۱۴۰۱). شبیه‌سازی رفتار باروری زنان استان تهران با استفاده از رویکرد مدل‌سازی عامل بنیان. *نامه انجمن جمعیت‌شناسی ایران*، ۱۷(۳۳)، ۱۱۱-۷۷.

عباسی شوازی، محمدجلال و صادقی، رسول (۱۳۸۵). قومیت و باروری: تحلیل رفتار باروری گروه‌های قومی در ایران. *نامه علوم اجتماعی*، ۲۹(۲)، ۳۰-۵۸. عباسی شوازی، محمدجلال؛ رازقی نصرآباد، حجه بی‌بی و حسینی چاووشی، میمنت (۱۳۹۸). گزارش طرح بررسی تحولات باروری در پنج استان منتخب ایران - ۱۳۹۶. مؤسسه مطالعات جمعیتی و مؤسسه ملی تحقیقات سلامت، تهران.

عباسی شوازی، محمدجلال؛ محمودیان، حسین؛ صادقی، رسول و قربانی، زهرا (۱۳۹۷). تأثیر جهت‌گیری‌های ارزشی - نگرشی بر ایدئال‌های فرزندآوری در ایران. *نامه انجمن جمعیت‌شناسی ایران*، ۱۳(۲۶)، ۳۷-۶۶.

عباسی شوازی، محمدجلال و اسمعیلی، نصیبه (۱۴۰۰). معرفی مدل‌سازی عامل‌بنیان در تبیین باروری پایین. *مطالعات جمعیتی*، ۱۷(۱)، ۲۵۷-۲۹۲.

عسکری ندوشن، عباس و رازقی نصرآباد، حجه بی‌بی (۱۴۰۴). تمایلات باروری و موانع تحقق فرزندآوری در میان زنان شاغل در ایران، آماده انتشار در مجله نامه

انجمن جمعیت‌شناسی ایران: doi: 10.22034/jpai.2025.2047993.1389

علی‌دوستی، حسام‌الدین؛ حریری، مهدی و صفاریان، محسن (۱۴۰۲). تمایل به

- فرزندآوری در شهر کرمانشاه: تعیین‌کننده‌ها و محدودیت‌ها. *علوم اجتماعی/دانشگاه فردوسی مشهد*، ۱(۲۰)، ۸۳-۱۰۹.
- فتحی، الهام (۱۳۹۹). چشم‌اندازی به باروری در ایران از سال ۱۳۹۵ تا ۱۳۹۸؛ گزارش مرکز آمار ایران. قابل‌دسترسی در: <https://amar.org.ir/gozideamari/ID/13090>
- قربانی، زهرا (۱۴۰۱). تحولات الگوی ایدئال فرزندآوری و علل آن در ایران بین سال‌های ۱۳۸۳ و ۱۳۹۴. *مطالعات زن و خانواده*، ۱۰(۳)، ۷۶-۵۳.
- محمودیان، حسین و اسمعیلی، نصیبه (۱۴۰۲). پیش‌بینی میزان مشارکت نیروی کار در ایران به‌وسیله شبیه‌سازی مبتنی بر شبکه عصبی، *جامعه‌شناسی اقتصادی و توسعه*، ۱۲(۱)، ۱-۲۴.
- محمودیان، سراج‌الدین؛ یار احمدی، علی و عباسی، کبری (۱۳۹۸). بررسی رابطه‌ی ساختار قدرت در خانواده و کنش‌های فرزندآوری زنان شهر لار. *فصلنامه مطالعات راهبردی زنان*، ۲۲(۸۵)، ۷۳-۹۸.
- مدیری، فاطمه و کیانی‌علی‌آبادی، فاطمه (۱۴۰۲). قصد و ایدئال بی‌فرزندگی و تک‌فرزندگی در شهر تهران. *علوم اجتماعی دانشگاه فردوسی مشهد*، ۲۰(۱)، ۱۸۲-۱۵۳.
- نجفی اصل، زهره (۱۴۰۱). مطالعه ریشه‌های غیراقتصادی عدم تمایل زنان به فرزندآوری مطالعه موردی: زنان مراجعه‌کننده به باشگاه‌های ورزشی منطقه یک تهران. *راهبرد اجتماعی فرهنگی*، ۱۱(۴)، ۳۱۳-۳۴۰.
- Ajzen, I (1991). The Theory of Planned Behavior, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50: 179-211.
- Araban, M.; Karimy, M.; Armoon, B. & Zamani-Alavijeh, F. (2020). Factors related to childbearing intentions among women: a cross-sectional study in health centers, Saveh, Iran. *Journal of the Egyptian Public Health Association*. 95(6), 1-8.
- Becker, G. S. (1960). *An economic analysis of fertility*, In G. S. Becker (Ed.), *Demographic and economic change in developed countries* (209–231). Princeton: Princeton University Press.
- Bijak, J.; Higham, P. A.; Hilton, J.; Hinsch, M.; Nurse, S.; Prike, T.; Smith, P. W. F.; Uhrmacher, A. M. & Warnke, T. (2021). *Towards Bayesian model-based demography: Agency, complexity and uncertainty in migration studies*. Springer. <http://dx.doi.org/10.3917/popu.2204.0698>
- Billari, F. C. (2015). Integrating macro- and micro-level approaches in the explanation of population change, *Population Studies*, 69(1), 10-30. http://dx.doi.org/10.1007/978-90-481-3198-3_5
- Bongaarts, J. (2001). Fertility and reproductive preferences in post-

- transitional societies: Global fertility transition, Supplement to *Population and Development Review*, (27), 260–281.
- Bongaarts, J. (2002). The End of the Fertility Transition in the Developed World, *Population and Development Review*, 28(3), 419-443.
- Endriyas, M.; Gebru, A. & Assefa, A. (2023) Ideal family size decision and its associated factors among women of reproductive age: community survey in southern Ethiopia. *NIH*, 1-12. DOI: 10.7717/peerj.15103
- Epstein, J. M. & Axtell, R. (1996). *Growing artificial societies: Social science from the bottom up*. Brookings Institution Press; The MIT Press.
- Freedman, R.; Freedman, D. S. & Thornton, A. D. (1980). Changes in fertility expectations and preferences between 1962 and 1977: Their relation to final parity, *Demography*, (17), 1-11.
- Goldstein, J.; Lutz, W. & Test, M. R. (2003). The Emergence of Sub-Replacement Family Size Ideals in Europe, *Population Research and Policy Review*, .22(5), 479-496.
- Inglehart, R. (1990). *Culture Shift in Advanced Industrial Society*, Princeton: Princeton University Press.
- Lightbourne, R.E. & MacDonald, A.L. (1982). *Family size preferences*. World Fertility Survey Comparative Studies Cross National Surveys 14. United Kingdom: Charlesworth Ltd.
- Lutz, W. (2020). Fertility will be determined by the changing ideal family size and the empowerment to reach these targets, *Vienna Yearbook of Population Research*, (18), 63-77. doi: 10.1553/populationyearbook2020.deb06
- McDonald, P. (2000). Gender Equity in Theories of Fertility Transition, *Population and Development Review*, 26(3), 427-439.
- McDonald, P. (2013). Societal Foundations for Explaining Fertility: Gender Equity, *Demographic Research*, 28(34), 981–994.
- McNicoll, G. (1980). Institutional Determinants of Fertility Change, *Population and Development Review*, 6(3), 441-462.
- McNicoll, G. (2001). *Fertility: Institutional and Political Approaches*. In: *International Encyclopedia of the Social and Behavioral Science* (Ed.by N.J.Smelser and P.B.Baltes), Elsevier Science Ltd.Great Britain.
- Miller, W.B. (1994). Childbearing motivations, desires, and intentions: a theoretical framework. *Genetic, Social and Psychology Monographs*, 102(2), 225-258.
- Morgan, S. P. & Taylor, M. G. (2006). Low Fertility at the Turn of the Twenty-First Century. *Annual review of sociology*, (32), 375–399. <https://doi.org/10.1146/annurev.soc.31.041304.122220>
- Perugini, M. & Bagozzi, R.D. (2004). The role of desires and anticipated emotions in goal-directed behaviours: broadening and deepening the theory of planned behaviour. *British Journal of Social Psychology*, (40), 79-98.

- Phiri, M.; Shasha, L.; Musonda, E.; Muhanga, M. & Lemba, M. (2023). Choice of desired family size among young women in Zambia: what matters? *Journal of Population Research*, 40(18), 1-18. <https://doi.org/10.1007/s12546-023-09311-0>
- Quesnel-Vallee, A. & Morgan, S. P. (2003). Missing the target? Correspondence of fertility intentions and behavior in the U.S. *Population Research and Policy Review (Special Issue on Very Low Fertility)*, (22), 497-525.
- Testa, M.R. (2006). *Childbearing preferences and family issues in Europe*. Special Eurobarometer.
- Thornton, A. (2010). International family change and continuity: the past and future from the developmental, *Demography*, 53(5), 21-50.

References

- Abbasi-Shavazi, M. J. & Esmaeili, N. (2020). The evolutionary path of demography from the beginning to the emergence of agent-based modeling. *Journal of Population Association of Iran*, 15(30), 7-40. (InPersian)
- Abbasi-Shavazi, M. J. & Esmaeili, N. (2021). Media, Culturalization and Fertility: Identifying and Ranking Factors Affecting Fertility Using Analytical Hierarchy Process Approach. *Strategic Studies of Culture*, 1(1), 7-46. (InPersian)
- Abbasi-Shavazi, M. J. & Esmaeili, N. (2022). Simulation of Women's Fertility Behavior in Tehran Province Using Agent-Based Modeling Approach. *Journal of Population Association of Iran*, 17(33), 77-111. (InPersian)
- Abbasi-Shavazi, M. J. & Sadeghi, R. (2006), Ethnicity and Fertility: An Analysis of Fertility Behavior of Ethnic Groups in Iran, *Social Sciences Letters*, (29), 30-58. (InPersian).
- Abbasi-Shavazi, M. J., & Esmaeili, N. (2022). Introduction of Agent-Based Modeling in Explaining Low Fertility. *Iranian Population Studies*, 7(1), 257-292. (InPersian).
- Abbasi-Shavazi, M. J.; Mahmoudian, H.; Sadeghi, R. & Ghorbani, Z. (2019). The Impact of Value-Attitude Orientations on the Ideals of Childbearing in Iran. *Journal of Population Association of Iran*, 13(26), 37-66. (In Persian)
- Abbasi-Shavazi, M.J.; Razeghi-Nasrabad, H.B.B. & Hosseini-Chavoshi, M. (2019). *The 2017 Fertility Transition Survey in Five Selected Provinces of Iran*, Unpublished report, National Institute of Population Research and National Institute of Health Research, Tehran. (In Persian)

- Afarini, F. S.; Akbari, N. & Montazeri, A. (2018), The relationship between social support and the intention of childbearing in women of reproductive age. *Payesh*, 17(3), 315-328. (In Persian)
- Ajzen, I (1991). The Theory of Planned Behavior, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50: 179-211.
- Ali- Dosti, H.; Hariri, M. & Safarian, M. (2023). Fertility desire among Kermanshah: Determinants and limitations. *Ferdowsi University of Mashhad Journal of Social Sciences*, 20(1), 109-83. (In Persian)
- Araban, M.; Karimy, M.; Armoon, B. & Zamani-Alavijeh, F. (2020). Factors related to childbearing intentions among women: a cross-sectional study in health centers, Saveh, Iran. *Journal of the Egyptian Public Health Association*. 95(6), 1-8.
- Askari-Nodoushan, A. & Razeghi-Nasrabad, H. B. (2025). Fertility Desires and Barriers to Childbearing among Employed Women in Iran. Prepared for publication in the *Journal of the Population Association of Iran*, doi: 10.22034/jpai.2025.2047993.1389. (In Persian).
- Bagi, M.; Sadeghi, R. & Hatami, A. (2022). Fertility intentions in Iran: Determinants and limitations. *Strategic Studies of Culture*, 1(4), 59-80. (In Persian).
- Becker, G. S. (1960). *An economic analysis of fertility*, In G. S. Becker (Ed.), *Demographic and economic change in developed countries* (209–231). Princeton: Princeton University Press.
- Bijak, J.; Higham, P. A.; Hilton, J.; Hinsch, M.; Nurse, S.; Prike, T.; Smith, P. W. F.; Uhrmacher, A. M. & Warnke, T. (2021). *Towards Bayesian model-based demography: Agency, complexity and uncertainty in migration studies*. Springer. <http://dx.doi.org/10.3917/popu.2204.0698>
- Billari, F. C. (2015). Integrating macro- and micro-level approaches in the explanation of population change, *Population Studies*, 69(1), 10-30. http://dx.doi.org/10.1007/978-90-481-3198-3_5
- Bongaarts, J. (2001). Fertility and reproductive preferences in post-transitional societies: Global fertility transition, Supplement to *Population and Development Review*, (27), 260–281.
- Bongaarts, J. (2002). The End of the Fertility Transition in the Developed World, *Population and Development Review*, 28(3), 419-443.
- Endriyas, M.; Geburu, A. & Assefa, A. (2023) Ideal family size decision and its associated factors among women of reproductive age: community survey in southern Ethiopia. *NIH*, 1-12. DOI: 10.7717/peerj.15103
- Epstein, J. M. & Axtell, R. (1996). *Growing artificial societies: Social science from the bottom up*. Brookings Institution Press; The MIT

- Press.
- Esmaeili, N. & Abbasi-Shavazi, M. J. (2023). Prediction of Women's Fertility Behavior in Tehran Province Based on Cultural Approach Applying Agent-based Modeling. *Journal of Culture-Communication Studies*, 24(62), 41-83. (InPersian)
- Esmaeili, N. & Abbasi-Shavazi, M. J. (2024). Forecasting number of births and sex ratio at birth in Iran using deep neural network and ARIMA: implications for policy evaluations. *Journal of Population Research*, 41(4), 26-47. (InPersian)
- Esmaeili, N. & Abbasi-Shavazi, M. J. (2024). Impact of family policies and economic situation on low fertility in Tehran, Iran: A multi-agent-based modeling. *Demographic Research*, (51), 107-154. (InPersian)
- Esmaeili, N. & Razeghi Nasrabad, H. B. (2024). Examining the Impact of Gender Division of Labor at Home on Women's Reproductive Behavior Using Agent-Based Simulation. *Woman in Development & Politics*, 22(4), 891-915. (InPersian)
- Esmaeili, N. (2023). Predicting the trend of changes in the number of births and the sex ratio at birth in Iran: Time series analysis. *Journal of Social Problems of Iran*, 14(1), 233-258. (InPersian)
- Esmaeili, N. (2023). *The application of artificial intelligence (AI) in Demography*, The 1st International Congress on Sustainable Population & Secure Future and The 2nd Festival of Art in Midwifery ,15-16 November, Bojnord, Iran. (InPersian)
- Fathi, E. (2019). *Fertility Outlook in Iran from 2016 to 2019*; Report of the Statistical Center of Iran. Available at: <https://amar.org.ir/gozideamari/ID/13090>. (In Persian)
- Freedman, R.; Freedman, D. S. & Thornton, A. D. (1980). Changes in fertility expectations and preferences between 1962 and 1977: Their relation to final parity, *Demography*, (17), 1-11.
- Ghorbani, Z. (2022). Changes in the ideal of childbearing and its causes in Iran between 2004 and 2015. *Journal of Woman and Family Studies*, 10(3), 53-76. (InPersian)
- Goldstein, J.; Lutz, W. & Test, M. R. (2003). The Emergence of Sub-Replacement Family Size Ideals in Europe, *Population Research and Policy Review*, .22(5), 479-496.
- Inglehart, R. (1990). *Culture Shift in Advanced Industrial Society*, Princeton: Princeton University Press.
- Lightbourne, R.E. & MacDonald, A.L. (1982). *Family size preferences*. World Fertility Survey Comparative Studies Cross National Surveys 14. United Kingdom: Charlesworth Ltd.

- Lutz, W. (2020). Fertility will be determined by the changing ideal family size and the empowerment to reach these targets, *Vienna Yearbook of Population Research*, (18), 63-77. doi: 10.1553/populationyearbook2020.deb06
- Mahmoudian, H. & Esmaeili, N. (2023). Predicting the labor force participation rate in Iran using neural network based Simulations. *Journal of Economic & Developmental Sociology*, 12(1), 1-24. (In Persian).
- Mahmoudiani, S.; Ahmadi, A. & Abbasi, K. (2019). A Study on Relationship between Power Structure in the Family and Women's Fertility behavior in the City of Lar. *Women's Strategic Studies*, 22(85), 73-98. (In Persian).
- McDonald, P. (2000). Gender Equity in Theories of Fertility Transition, *Population and Development Review*, 26(3), 427-439.
- McDonald, P. (2013). Societal Foundations for Explaining Fertility: Gender Equity, *Demographic Research*, 28(34), 981-994.
- McNicoll, G. (1980). Institutional Determinants of Fertility Change, *Population and Development Review*, 6(3), 441-462.
- McNicoll, G. (2001). *Fertility: Institutional and Political Approaches*. In: *International Encyclopedia of the Social and Behavioral Science* (Ed. by N.J. Smelser and P.B. Baltes), Elsevier Science Ltd. Great Britain.
- Miller, W.B. (1994). Childbearing motivations, desires, and intentions: a theoretical framework. *Genetic, Social and Psychology Monographs*, 102(2), 225-258.
- Modiri, F. & Kiani Aliabadi, F. (2023). Childlessness and One-Child Intention and Ideal in Tehran. *Ferdowsi University of Mashhad Journal of Social Sciences*, 20(1), 182-153. (In Persian)
- Morgan, S. P. & Taylor, M. G. (2006). Low Fertility at the Turn of the Twenty-First Century. *Annual review of sociology*, (32), 375-399. <https://doi.org/10.1146/annurev.soc.31.041304.122220>
- Najafi asl, Z. (2023). Review of Non-Economic Causes of Women's Unwillingness to Childbearing (Case Study: Women Presenting to Sports Clubs in Tehran's District. *Socio-Cultural Strategy*, 11(4), 313-340. (In Persian)
- Perugini, M. & Bagozzi, R.D. (2004). The role of desires and anticipated emotions in goaldirected behaviours: broadening and deepening the theory of planned behaviour. *British Journal of Social Psychology*, (40), 79-98.
- Phiri, M.; Shasha, L.; Musonda, E.; Muhanga, M. & Lemba, M. (2023).

- Choice of desired family size among young women in Zambia: what matters? *Journal of Population Research*, 40(18), 1-18. <https://doi.org/10.1007/s12546-023-09311-0>
- Quesnel-Vallee, A. & Morgan, S. P. (2003). Missing the target? Correspondence of fertility intentions and behavior in the U.S. *Population Research and Policy Review (Special Issue on Very Low Fertility)*, (22), 497-525.
- Razeghi Nasrabad, H. B. & Abbasi-Shavazi, M. J. (2020). Ideal fertility in Iran: A systematic review and meta-analysis. *International Journal of Women's Health and Reproduction Sciences*, 8(1), 10–18. (In Persian)
- Rindfos, R. R. & Mincha, C. K. (1400). *Low Fertility Institutions and Policies*, translated by Hajiye Bibi Razeghi Nasrabad, Tehran: National Population Research Institute Publications. (In Persian)
- Sadeghi, R. & Esmaili, N. (2021). Multilevel Analysis of Individual and Provincial-level Correlates of Fertility in Iran. *Women's Strategic Studies*, 23(90), 37-65. (In Persian)
- Testa, M.R. (2006). *Childbearing preferences and family issues in Europe*. Special Eurobarometer.
- Thornton, A. (2010). International family change and continuity: the past and future from the developmental, *Demography*, 53(5), 21-50.
- Torabi, F., & Esmaili, N. (2021), Application of neural-wavelet network in predicting the incidence of marriage and divorce in Iran, *China Population and Development Studies*, 4(5), 439-457. (In Persian)

Extended abstract

In today's dynamic competitive environments, national economies increasingly rely on strengthening domestic production capacity, particularly in countries facing external economic pressures. Within this context, customer loyalty to national brands has emerged as a strategic asset that fosters sustained demand, stable revenue streams, and reinvestment into manufacturing infrastructures. The 2025 national slogan, "Investment for Production," highlights this role by emphasizing that brand loyalty not only contributes to market stability but also encourages capital allocation toward domestic industries. Meanwhile, consumers have become more aware of environmental concerns, sustainability-oriented behaviors, and ethical expectations. Consequently, environmental activities have evolved into influential determinants of brand perception, competitive positioning, and relationships between consumers and brands.

The present study proposes a comprehensive conceptual model designed to investigate how environmental activities—including green functional benefits, symbolic green experiences, and green transparency—affect loyalty toward national brands. In parallel, the model examines the mediating role of perceived green value, defined as the consumer's subjective evaluation of environmental benefits, sustainable product performance, and fulfillment of eco-friendly expectations. Additionally, social marketing activities are integrated into the model to capture the societal and ethical dimensions of marketing communication strategies. Finally, subjective norms—representing perceived social pressure and collective behavioral expectations—are included as a moderating construct to explore how community mentality and social identity strengthen loyalty responses.

Methodologically, this research adopts a descriptive-survey design supported by structural equation modeling (SEM). The target population consists of customers who have purchased products from four selected domestic manufacturing companies within the last year. A convenience sampling strategy yielded 414 valid responses. The data collection instrument was a validated standard questionnaire employing a five-point Likert scale. Reliability and validity were assessed through Cronbach's alpha, composite reliability (CR), average variance extracted (AVE), and discriminant validity based on the Fornell-Larcker criterion, all of which demonstrated acceptable thresholds. Smart PLS 3 software was used to test the hypotheses and structural relationships.

Empirical findings reveal that environmental activities have a positive and statistically significant effect on perceived green value and, subsequently, on loyalty to national brands. Green transparency—defined as the clarity and accessibility of information about environmental processes—enhances consumer trust, mitigates perceptions of greenwashing, and increases willingness to repurchase. Green experiential benefits positively influence emotional attachments by offering psychological satisfaction associated with environmentally responsible behavior. Additionally, social marketing activities exert meaningful influence on consumers' ethical awareness, reinforcing supportive attitudes toward domestic production, sustainability objectives, and collective welfare.


Mediation analysis indicates that perceived green value partially transmits the effect of environmental activities onto brand loyalty, confirming that consumers require both tangible environmental performance and subjective value alignment. Furthermore, moderation results show that subjective norms strengthen the relationship between social marketing initiatives and brand loyalty. Consumers who perceive social endorsement, peer encouragement, and cultural legitimacy toward green consumption demonstrate higher levels of brand commitment and advocacy intentions.

The broader implications suggest that domestic manufacturing firms can enhance competitiveness by institutionalizing environmental activities, increasing transparency, and fostering community-based marketing strategies. Such approaches can shape long-term behavioral loyalty, positive word-of-mouth, and resistance to foreign brand alternatives. Ultimately, the integration of environmental responsibility into brand identity contributes to creating a more resilient manufacturing sector and establishes a supportive environment for strategic investment in national production.


Keywords: Brand loyalty, Environmental activities, Perceived green value, Social marketing, Green transparency, Subjective norms, Sustainable consumption, Investment in domestic production.

ارائه الگوی مفهومی تأثیر فعالیت‌های زیست‌محیطی بر وفاداری به برندهای ملی با تأکید بر شعار سرمایه‌گذاری برای تولید


مهتاب ثابتی روش

دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت صنعتی، دانشگاه صنعتی شاهرود، شاهرود، ایران.
mahtabsabeti92@gmail.com  0000-0002-1946-9410


سیدمحمدحسن حسینی

دانشیار گروه مدیریت، دانشگاه صنعتی شاهرود، شاهرود، ایران (نویسنده مسئول).
sh.hosseini@shahroodut.ac.ir  0000-0002-6164-3179

سعید آبیانغی اصفهانی

استادیار گروه مدیریت، دانشگاه صنعتی شاهرود، شاهرود، ایران.
s.aibaghi@shahroodut.ac.ir  0000-0001-6254-0043

محسن لطفی

استادیار گروه حسابداری، دانشگاه صنعتی شاهرود، شاهرود، ایران.
mohsenlotfi@shahroodut.ac.ir  0000-0003-3015-576X

چکیده

در شرایط کنونی که شعار سال با محوریت «سرمایه‌گذاری برای تولید» انتخاب شده، نقش وفاداری مشتریان به‌عنوان عاملی برای رشد تولید محصولات داخلی، بیش‌ازپیش برجسته شده است. بااین‌حال عوامل مختلفی می‌تواند به افزایش وفاداری به نشان‌های (برندهای) ملی کمک کند. هدف پژوهش حاضر، بررسی تأثیر فعالیت‌های زیست‌محیطی بر وفاداری به برندهای ملی است که می‌تواند زمینه تقویت سرمایه‌گذاری برای تولید داخلی را فراهم کند. روش پژوهش حاضر توصیفی - پیمایشی و مبتنی بر رویکرد معادلات ساختاری بوده و برای انجام آزمون‌های آماری از نرم‌افزار Smart PLS 3 استفاده شده است. به‌منظور جمع‌آوری داده‌های مورد نیاز از روش نمونه‌گیری در دسترس استفاده شده و مشتریانی که در بازه زمانی یک‌ساله از محصولات چهار شرکت تولیدی داخلی در قالب یک برند ملی خرید داشته‌اند، به‌عنوان جامعه آماری در نظر گرفته شده‌اند. نتایج نشان می‌دهد که بین فعالیت‌های زیست‌محیطی شرکت‌های تولیدی و وفاداری به برندهای ملی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. با توجه به بخش دیگری از نتایج پژوهش، فعالیت‌های مربوط به شفافیت سبز، وفاداری به برندهای ملی را تقویت و زمینه افزایش سرمایه‌گذاری برای تولید را فراهم خواهد کرد.

کلیدواژه‌ها: وفاداری به برند، بارارایی اجتماعی، فعالیت‌های زیست‌محیطی، هنجارهای ذهنی مشتریان.

شاپای الکترونیک: ۲۵۵۸-۶۵۵X / پژوهشکده تحقیقات راهبردی / فصلنامه علمی راهبرد اجتماعی فرهنگی

 10.22034/scs.2025.489490.1631



مسئولیت مقاله از نظر محتوای علمی و نظرهای مطرح‌شده در متن آن، به عهده نویسندگان و یا نویسنده مسئول مقاله می‌باشد و مورد تأیید / عدم تأیید صاحب امتیاز نشر به راهبرد اجتماعی فرهنگی نمی‌باشد.

مقدمه و بیان مسئله

بعد از انقلاب صنعتی و فزونی گرفتن عرضه بر تقاضا، برند^۱ همواره به‌عنوان هویت یک کسب‌وکار، نقشی حیاتی در ایجاد تمایز و شناخت در بازارهای رقابتی ایفا کرده‌است. یک برند قدرتمند نه تنها ارزش محصولات یا خدمات را به مشتریان انتقال می‌دهد بلکه با ایجاد اعتماد و ارتباط عاطفی، زمینه مناسب برای تعامل بلندمدت با مشتریان را فراهم می‌کند.

وفاداری به یک برند نشان‌دهنده تعهد مشتریان به انتخاب مکرر محصولات یک شرکت حتی در حضور گزینه‌های رقیب است. این وفاداری، فروش پایدار، سودآوری بلندمدت و کاهش هزینه‌های جذب مشتریان جدید را تضمین می‌کند (Bhardwaj & et al., 2024). علاوه‌براین، مشتریان وفادار با توصیه‌های شفاهی مثبت، به‌عنوان سفیران برند عمل کرده و اعتبار آن را تقویت می‌کنند. در اقتصاد رقابتی امروزی، وفاداری به برند نه یک مزیت بلکه یک ضرورت راهبردی برای بقا و رشد سازمان‌ها محسوب می‌شود.

در کشورمان ایران طی سال‌های اخیر با توجه به وضعیت اقتصادی و قرار داشتن در شرایط تحریمی، وفاداری به برندهای ملی همواره به‌عنوان یکی از ارکان اساسی توسعه اقتصادی و ارتقای جایگاه تولید داخلی مورد توجه بوده است. توجه به «سرمایه‌گذاری برای تولید» به‌عنوان شعار راهبردی سال، نقش وفاداری به برندهای ملی را بیش‌ازپیش نشان می‌دهد. حمایت مستمر مصرف‌کنندگان از برندهای داخلی، موجب تقویت تولیدکنندگان و افزایش انگیزه آنان برای نوآوری و بهبود مداوم می‌شود و بدین ترتیب، سرمایه‌گذاری در تولید به شکلی مؤثر و پایدار تحقق می‌یابد (بلخاری قهی و نصیری، ۱۴۰۳)؛ بنابراین، در مسیر تحقق شعار امسال، توجه ویژه به ترویج وفاداری به برندهای ملی به‌عنوان حلقه اتصال میان سرمایه‌گذاری و تولید اجتماعی اهمیت فراوانی دارد و می‌تواند به‌عنوان یکی از محرک‌های اصلی رشد اقتصادی، زمینه‌ساز ایجاد اشتغال و افزایش توان رقابتی کشور در عرصه‌های بین‌المللی محسوب گردد.

ازسوی دیگر، افزایش آگاهی اجتماعی مردم و اهمیت حفاظت از محیط‌زیست موجب شده تا سازمان‌ها و شرکت‌ها به تدریج به ارزش‌های زیست‌محیطی توجه بیشتری نشان دهند. در این راستا، فعالیت‌های زیست‌محیطی به‌عنوان ابزاری برای

1. Brand

ارتقاء تصویر برندهای داخلی و افزایش وفاداری مشتریان مطرح شده است. وفاداری به برند^۱، نه تنها به عنوان یک عامل کلیدی در موفقیت تجاری قلمداد می‌شود بلکه بر ایجاد روابط پایدار میان مصرف‌کنندگان و برندها نیز تأثیرگذار است. در این میان، اهداف بازاریابی اجتماعی به عنوان یک رویکرد جدید، بر ترویج مسئولیت اجتماعی و پایداری تأکید دارند و می‌توانند به شکل‌گیری هنجارهای ذهنی در میان مصرف‌کنندگان منجر شوند. این هنجارها، در ایجاد انگیزه برای انتخاب یک برند خاص و وفاداری به آن، نقشی اساسی ایفا می‌کنند (Grant, 2008).

در راستای توجه به جنبه‌های زیست‌محیطی، بازارهای سبز نیز برای پوشش جنبه‌های گسترده‌تر؛ از جمله اخلاق و نگرانی‌های اجتماعی گسترش یافته است (Newholm & Shaw, 2007). به عبارت دیگر، مزایای مربوط به مسئولیت‌های زیست‌محیطی، مسائل اخلاقی و اجتماعی به مصرف‌کنندگان می‌گوید که برندی که آنها خریده‌اند یک برند سبز است. با این حال همه سازمان‌ها در مورد شیوه‌های بازاریابی سبز خود صادق نیستند و برخی از آنها غیرقابل اعتماد و همراه کننده هستند.

باتوجه به اهمیت وفاداری به برندهای ملی و نقش آن در ایجاد زمینه افزایش سرمایه‌گذاری برای تولید به عنوان شعار سال ۱۴۰۴، پژوهش حاضر الگویی مفهومی از تأثیر فعالیت‌های زیست‌محیطی بر وفاداری به برندهای ملی ارائه کرده و تأثیر این متغیرها بر وفاداری به برند را مورد ارزیابی قرار می‌دهد. در این ارزیابی، تحقق اهداف بازاریابی اجتماعی به عنوان میانجی و متغیر هنجارهای ذهنی مشتریان به عنوان تعدیل لحاظ شده است. مبنای پژوهش حاضر برگرفته از مطالعه لین و همکاران^۲ (۲۰۱۷) بوده که به ارائه مدل نقش مزایای محیطی و شفافیت سبز در شکل دادن ارزش درک شده مصرف‌کنندگان پرداخته‌اند.

۱. اهداف و سؤال‌های پژوهش

باتوجه به توضیحات قبل، هدف اصلی پژوهش حاضر، بررسی برآزش مدل نظری تأثیر فعالیت‌های زیست‌محیطی بر وفاداری به برندهای ملی است. این هدف از طریق پاسخگویی به سؤالات زیر محقق می‌شود:

۱- آیا بین مزایای زیست‌محیطی سودمندگر با ارزش درک شده سبز رابطه مثبت و معناداری وجود دارد؟

1. Brand

2. Lin & et al.

- ۲- آیا بین مزایای درخشش گرم با ارزش درک شده سبز رابطه مثبت و معناداری دارد؟
- ۳- آیا بین شفافیت سبز با ارزش درک شده سبز رابطه وجود دارد؟
- ۴- آیا ارزش درک شده سبز در روابط میان؛ الف) مزایای زیست‌محیطی سودمندگر، ب) مزایای درخشش گرم، ج) شفافیت سبز و وفاداری به برند نقش میانجی‌گری دارد؟
- ۵- آیا بین ارزش درک شده سبز با تحقق اهداف بازاریابی اجتماعی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد؟
- ۶- آیا بین ارزش درک شده سبز با وفاداری به برند رابطه مثبت و معناداری وجود دارد؟
- ۷- آیا بین تحقق اهداف بازاریابی اجتماعی با وفاداری به برند رابطه مثبت و معناداری دارد؟
- ۸- آیا ارزش درک شده سبز از طریق تحقق اهداف بازاریابی اجتماعی با وفاداری به برند رابطه مثبت و معناداری دارد؟
- ۹- آیا هنجارهای ذهنی مشتریان در رابطه بین ارزش درک شده سبز و تحقق اهداف بازاریابی اجتماعی نقش تعدیل‌گری دارد؟
- ۱۰- آیا هنجارهای ذهنی مشتریان در رابطه بین تحقق اهداف بازاریابی اجتماعی و وفاداری به برند نقش تعدیل‌گر دارد؟
- ۱۱- آیا مدل نظری تأثیر فعالیت‌های زیست‌محیطی بر وفاداری به برند از برآزش مطلوب برخوردار است؟

۲. پیشینه پژوهش

وفاداری به برندهای ملی به‌عنوان یکی از مفاهیم کلیدی در حوزه بازاریابی و توسعه اقتصادی، توجهات زیادی را در سال‌های اخیر به خود جلب کرده است. این مفهوم فراتر از حفظ مشتریان، نقش مهمی در شکل‌دهی به رفتارهای اقتصادی و تصمیمات سرمایه‌گذاری شرکت‌ها ایفا می‌کند. در بستر کشورهای که تمایل به توسعه صنعتی و تولیدی دارند، بررسی تأثیر وفاداری مصرف‌کنندگان به برندهای ملی بر میزان سرمایه‌گذاری در بخش تولید، اهمیت ویژه‌ای دارد که بررسی پیشینه پژوهش‌های در این حوزه می‌تواند به درک بهتر چهارچوب‌های نظری و عملی کمک کند (نصراله‌ی و امینی باغبادرانی، ۱۴۰۳).

در مطالعات اولیه، وفاداری به برند بیشتر به‌عنوان یک متغیر بازاریابی مورد توجه

قرار گرفته بود که تمرکز آن بر حفظ و افزایش سهم بازار برندهای داخلی در مقابل برندهای خارجی بود. پژوهش‌هایی مانند پژوهش‌های تیموری و چگینی (۱۳۹۷) نشان داد که حمایت مصرف‌کنندگان از برندهای ملی موجب افزایش تقاضا و در نتیجه افزایش درآمد شرکت‌های تولیدی داخلی می‌شود.

در بین اقدامات گسترده جهت حفظ محیط زیست، جنبش خرید سبز که در سال‌های اخیر در سراسر جهان گسترش یافته باعث شده که مصرف‌کنندگان درباره محصولات که خریداری می‌کنند، بازاندیشی نمایند (حقیقی و خلیل، ۱۳۹۰). در واقع مصرف‌کنندگان از طریق خرید محصولات که برای محیط زیست زیان کمتری دارند می‌توانند کمک قابل توجهی به حفاظت از محیط زیست نمایند (شافعی و دیگران، ۱۳۹۳).

حسینی و همکاران (۱۳۹۲)، در پژوهشی با عنوان تعیین عوامل مؤثر در ایجاد تصویر سبز از برند خودروهای ایرانی در اذعان مشتریان آنها در شهر شیراز به بررسی عوامل مؤثر بر تصویر برند سبز پرداختند. نتایج نشان می‌دهد که تداعی برند سبز نسبت به رضایت از برند سبز، تأثیر بیشتری در شکل‌گیری تصویر برند سبز در اذعان مشتریان دارد. همچنین تأثیر مثبت و معنادار نگرش به برند سبز بر تداعی برند سبز نیز تأیید شد. نگرانی محیط‌زیستی فرد تأثیر مثبت و معناداری بر نگرش سبز به برند دارد. تأثیر مثبت و معنادار دانش محیط‌زیستی بر نگرش به برند سبز دارد. تأثیر مثبت و معنادار دانش محیط‌زیستی بر نگرش به برند سبز تأیید نشد. تأثیر مثبت و معنادار دانش محیطی بر نگرانی محیط‌زیستی تأیید شد. نگرانی محیط‌زیستی افراد بر شکل‌گیری تصویر برند سبز در اذهان مشتریان تأثیرگذار است.

بابایی و همکاران (۱۳۹۵)، در پژوهشی با عنوان تحلیل عوامل مؤثر بر نگرش نسبت به نام تجاری سبز و قصد خرید سبز به تحلیل عوامل مؤثر بر نگرش نسبت به نام تجاری سبز و قصد خرید سبز پرداختند. نتایج بررسی نشان می‌دهد به ترتیب جایگاه‌یابی محصولات سبز بر دانش از نام تجاری سبز، نگرش نسبت به محصولات سبز بر قصد خرید سبز، دانش از نام تجاری سبز بر نگرش نسبت به محصولات سبز و جایگاه‌یابی محصولات سبز بر نگرش نسبت به محصولات سبز مؤثر هستند. همچنین دانش از نام تجاری سبز و نگرش نسبت به نام تجاری سبز نقش میانجی بین جایگاه‌یابی نام تجاری سبز و قصد خرید سبز دارند.

دشتی و همکاران (۱۳۹۶)، در پژوهشی به طراحی الگوی تأثیرگذار بر مشارکت مشتریان در تجارت اجتماعی با رویکردی بر مدل محرک - موجود زنده - پاسخ

پرداخته و نقش مزایای شکل‌گیری مصرف‌کنندگان در ارتباط با نام تجاری و وفاداری را مورد بررسی قرار دادند. ایشان پیشنهاد می‌کنند که چهار عملکرد در وفاداری وجود دارد: فایده‌گرا، دانش، ارزش بیانی و نفس دفاعی؛ این موضوع را مورد بحث قرار می‌دهند که چگونه هر عملکرد با سه بُعد وفاداری (یعنی: وفاداری عاطفی، شناختی و رفتاری) در ارتباط است. نتایج نشان می‌دهد که رویکردی عملکردی برای وفاداری نام تجاری موجب بینش‌هایی شده است که در پژوهش‌های گذشته آشکار نبود. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که رضایت مشتری تأثیر مستقیمی بر تعهد و اعتماد وی و همچنین بر تبلیغات شفاهی دارد. به‌علاوه اینکه، درگیری ذهنی مشتری تأثیر مستقیمی بر رضایت مشتریان دارد.

در حوزه مطالعات بین‌المللی، دهه ۱۹۸۰ را می‌توان به‌عنوان اولین مرحله بازاریابی با در نظر گرفتن جنبه‌های زیست‌محیطی معرفی نمود که در آن اصطلاح بازاریابی سبز ارائه و مورد بحث قرار گرفت (de Oliveira Lima & t al., 2024). در این سال‌ها با افزایش اقدامات گروه‌های دوستدار محیط زیست، افراد نسبت به محیط زیست خود و استفاده بهینه از منابع طبیعی با توجه به نیازهای نسل‌های آینده، دغدغه بیشتری پیدا کردند و در این راستا «برندسازی سبز» مورد توجه قرار گرفت (Watson & et al., 2024).

چن^۱ (۲۰۱۰)، به بررسی تصویر سبز، رضایت سبز، اعتماد سبز، و ارزش ویژه نام تجاری پرداخته است. این مطالعه در خصوص محصولات الکترونیکی در کشور تایوان انجام گرفته است. در این پژوهش نشان داده شده است که سرمایه‌گذاری بر روی منابعی که باعث افزایش اعتماد، رضایت و تصویر نام تجاری سبز باشد موجب افزایش ارزش ویژه برند سبز می‌گردد.

لین و همکاران^۲ (۲۰۱۷)، در پژوهش خود به بررسی نقش فعالیت‌های سبز و مزایای محیطی و شفافیت سبز در شکل دادن ارزش درک‌شده مصرف‌کنندگان و وفاداری برند پرداختند. نتایج پژوهش ایشان نتایج نشان می‌دهد که مزایای زیست‌محیطی سودمندگر، شفافیت سبز و درخشش گرم از طریق متغیر میانجی ارزش درک‌شده سبز و متغیر خود برند بر وفاداری به برند تأثیر می‌گذارد.

بر اساس پژوهش رهاین و سکمید^۳ (۲۰۲۰)، از منظر مشتریان، حفاظت از محیط

1. Chen

2. Lin & et al.

3. Rhein, S. & Schmid, M.

محیط زیست به یک موضوع مهم در فضای کسب‌وکار امروزی تبدیل شده است و مردم به دلیل نگرانی‌های زیست‌محیطی و افزایش فعالیت‌های حفاظت از محیط زیست به‌طور فزاینده‌ای نسبت به جنبه‌های زیست‌محیطی آگاه شده‌اند.

تران^۱ (۲۰۲۳) نقش و تأثیر اهمیت تصویر برند سبز، اعتماد به برند سبز و وفاداری به برند سبز بر ارزش ویژه برند سبز را در صنعت تولید غذای سبز، بر اساس ادراک مشتری مورد بررسی قرار داد. جامعه پژوهش ایشان مصرف‌کنندگانی هستند که به‌طور مرتب از مواد غذایی با برچسب سبز در ویترین خرید کرده‌اند. نتایج مطالعه نشان می‌دهد که فعالیت‌های سبز سه‌گانه فوق نقش حیاتی در توسعه ارزش ویژه برند سبز دارند.

خلاصه ادبیات پژوهش بیانگر این است که با توجه به افزایش روزافزون نگرانی‌های زیست‌محیطی، طی چند سال اخیر محققان زیادی به بررسی ارتباط بین فعالیت‌های زیست‌محیطی سازمان‌ها و وفاداری به برند پرداخته‌اند. با این حال، نقش بازاریابی اجتماعی و هنجارهای ذهنی مشتریان که در فضای کسب‌وکار رقابتی امروزی اهمیت زیادی پیدا کرده است در این ارتباط مورد توجه پژوهشگران نبوده است.

با توجه به توضیحات فوق، هدف اصلی این پژوهش ارائه الگویی جهت تبیین رابطه میان اقدامات زیست‌محیطی شرکت‌ها و تأثیر آن بر وفاداری مصرف‌کنندگان به برندهای داخلی می‌باشد. در این چهارچوب، مقاله تلاش می‌کند تا نشان دهد چگونه فعالیت‌های محیط‌زیستی، به‌عنوان بخشی از مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها، می‌توانند موجب افزایش اعتماد و رضایت مشتریان شوند و در نتیجه وفاداری آنان را نسبت به برندهای ملی تقویت کنند. همچنین با تأکید بر شعار «سرمایه‌گذاری برای تولید»، مقاله به اهمیت توسعه پایدار در بهبود جایگاه برندهای داخلی و ارتقاء تصویر مثبت آن‌ها در ذهن مصرف‌کنندگان پرداخته و نقشی کلیدی برای فعالیت‌های زیست‌محیطی در ایجاد مزیت رقابتی پایدار به‌ویژه در بازار داخلی قائل می‌شود. به این ترتیب، این مقاله می‌کوشد الگوی مفهومی جامعی ارائه دهد که مدیران بازاریابی و سیاست‌گذاران را در بهره‌برداری بهینه از راهکارهای زیست‌محیطی در جهت تقویت وفاداری مشتریان و حمایت از تولید ملی راهنمایی کند.

۳. چهارچوب نظری

چهارچوب نظری پژوهش حاضر مبتنی بر نظریه‌های موجود و مرتبط با موضوع

وفاداری به برند و عوامل مؤثر بر آن شکل گرفته و برای دستیابی به نتایج مطلوب، از تلفیق نظری آرا و رویکردهای برخی پژوهشگران و نظریه‌پردازان این حوزه استفاده شده است. اگرچه نظریه‌های مختلف قابلیت بررسی در این زمینه را دارند؛ اما نظریه‌های مرسوم و در ارتباط مستقیم با پژوهش حاضر مورد بررسی دقیق‌تر قرار گرفته و در ادامه به ارائه خلاصه آن‌ها می‌پردازیم.

نظریه رضایت و وفاداری پایه‌ای‌ترین دیدگاه در مورد وفاداری به برند است که بر اساس آن رضایت مشتری منجر به وفاداری می‌شود. طرفداران این نظریه معتقدند که رضایت مشتری از کیفیت محصول یا خدمات، مهم‌ترین عامل ایجاد وفاداری است؛ بنابراین، هرچه سطح رضایت مشتری بالاتر باشد، احتمال وفاداری او به برند بیشتر می‌شود. رضایت‌مندی به‌عنوان یک عامل مقدم بر اعتماد به برند عمل می‌کند و رابطه میان درگیری مشتری و اعتماد برند را تعدیل می‌کند.

نظریه اعتماد و تعهد بر نقش کلیدی اعتماد در ایجاد وفاداری مشتریان به یک محصول یا سازمان تأکید دارد. در این نظریه، اعتماد به برند به‌عنوان احساس امنیتی که یک برند در برخورد با مشتری القا می‌کند، تعریف می‌شود. اعتماد برند تأثیر مهمی بر تعهد مشتری دارد و تحمل مشتری در مقابل افزایش قیمت‌ها را افزایش می‌دهد (بحرینی‌زاده و پوردهقان، ۱۳۹۳).

نظریه ارتباط برند - مصرف‌کننده که توسط فورنیر (۱۹۹۸) مطرح شد، بر روابط بین برند و مصرف‌کننده تأکید دارد. برندها می‌توانند مانند شرکای ارتباطی منعطف عمل کنند و روابط برند می‌توانند هویت شخصی و کارکردهای هویت اجتماعی را فراهم سازند. این روابط می‌توانند مزایای کاربردی، روانی، اجتماعی و احساسی برای مشتریان ایجاد کنند. بر اساس این نظریه، دلبستگی به برند به‌عنوان ارتباط قوی بین برند و خود مصرف‌کننده تعریف می‌شود. هرچه رابطه تجانس مصرف‌کننده با برند قوی‌تر باشد، دلبستگی مصرف‌کننده به آن برند بیشتر است. بر اساس یک اصل بازاریابی سنتی که به‌عنوان اصل ۲۰-۸۰ شناخته می‌شود، ۲۰ درصد از مشتریان ۸۰ درصد از سود یک شرکت را ایجاد می‌کنند (Keller & Kotler, 2022). این ۲۰ درصد از مشتریان احتمالاً مشتریان وفادار به برند هستند که برای کسب و کارها مزایای رقابتی فراهم می‌کنند.

نظریه فعالیت‌های ترویجی بر تأثیر فعالیت‌های بازاریابی و ترویجی بر وفاداری تأکید دارد. فعالیت‌های ترویجی نظیر فعالیت‌های زیست‌محیطی و اجتماعی می‌توانند وفاداری به برند را افزایش دهند. ۷۵ درصد مصرف‌کنندگان در جهان، اگر

برندی برنامه وفاداری بهتری ارائه دهد، آن برند را انتخاب می‌کنند (Li & et al., 2023). همچنین تعهد اخلاقی شرکت به محیط زیست و مسائل اخلاقی و اجتماعی یک عامل حیاتی در تأثیرگذاری بر ارزیابی مثبت مصرف‌کنندگان یک شرکت و برندهای آن است (Lavorata, 2014). در این راستا، شفافیت سبز به شیوه‌ای اشاره دارد که در آن برندهای سبز به وضوح اطلاعات مربوطه را در مورد سیاست‌های زیست‌محیطی خود و همچنین پذیرش صریح در مورد چگونگی تأثیر فرایند تولید آن بر محیط زیست ارائه می‌دهند (Eggert & Helm, 2003). درک عمیق‌تر از ابتکارات سبز شرکت‌ها، به نوبه خود بر تمایل مصرف‌کنندگان برای مشارکت در رفتارهای محیطی تأثیر می‌گذارد (Wang & Zhang, 2023). از این رو، اگر یک برند اطلاعات و ارتباطات مرتبط را در اختیار مصرف‌کنندگان قرار دهد، چنین شفافیت سبز ادراک شده باعث می‌شود که آنها اقدامات شرکت را به انگیزه‌های درونی نسبت دهند (Lee & Chen, 2019). این عامل می‌تواند انتظارات سبز مصرف‌کنندگان را برآورده کند و درک ارزش سبز آنها را افزایش دهد.

نظریه هویت برند بر همخوانی بین هویت برند و هویت مشتری تأکید دارد. مشتریان به برندهایی وفادار می‌شوند که هویت آنها با ارزش‌ها و باورهایشان همخوانی بیشتری داشته باشد. بر اساس نتایج برخی پژوهش‌ها، وفاداری به برند معمولاً تحت تأثیر عواملی نظیر هنجارهای ذهنی مشتریان قرار دارد (Islam & et al., 2024). بدین ترتیب، با نگاهی جامع به این مفاهیم، می‌توان انتظار داشت که موفقیت در افزایش وفاداری برند مستلزم بررسی نقش سایر عوامل از جمله هنجارهای ذهنی مشتریان است.

نظریه تجربه برند بر اهمیت تجربیات مشتری در ایجاد وفاداری تأکید دارد. تجربیات مثبت مشتری با برند می‌تواند وفاداری عمیق ایجاد کند. ۹۳ درصد مصرف‌کنندگان اگر خدمات عالی دریافت کنند، با احتمال بیشتری خریدهای بعدی را انجام می‌دهند. ارائه خدمات مشتری درجه یک باعث می‌شود مشتریان احساس ارزشمند بودن کنند (Pina & Dias, 2021). برخی پژوهش‌های اخیر نشان داده است که برقراری ارتباط مؤثر بین اهداف بازاریابی اجتماعی و وفاداری برند، به تعامل مثبت هنجارهای ذهنی مشتریان وابسته است (Jain, 2020). اگر مشتریان احساس کنند که برند مورد نظر به اهداف اجتماعی و انسانی پایبند است، احتمال بیشتری وجود دارد که به آن برند وفادار بمانند و حتی در تبلیغ آن نیز نقش فعال‌تری ایفا کنند. همان‌طور که نتایج بررسی نشان می‌دهد، نظریه‌های مختلفی در بررسی عوامل

مؤثر بر وفاداری به بند شکل گرفته است؛ اما به طور کلی این عوامل را می‌توان در سه سطح دسته‌بندی کرد (Jeong, 2024):

- ۱- سطح عقلانی: رضایت، کیفیت محصول، قیمت، مزایای عملکردی.
- ۲- سطح احساسی: اعتماد، دلبستگی، هویت برند، ارزش‌های مشترک.
- ۳- سطح اجتماعی: تصویر برند، روابط عمومی، تبلیغات دهان‌به‌دهان.

درک این نظریه‌ها به مدیران و بازاریابان کمک می‌کند تا راهبردهای مؤثرتری برای ایجاد و حفظ وفاداری مشتریان طراحی کنند. همان‌طور که مثال‌های موفق مانند: اپل، گوگل و پاتاگونیا نشان می‌دهند، ترکیب این عوامل می‌تواند وفاداری عمیق و پایدار به برند ایجاد کند.

ازسوی دیگر، پژوهش‌ها در زمینه رفتار مصرف‌کننده همواره تحت تأثیر عوامل متعددی قرار دارد که می‌تواند بر انتخاب و وفاداری به برند تأثیرگذار باشد (Brunk, 2010). مزایای زیست‌محیطی سودمندگر به‌عنوان یک ویژگی ضروری از برندهای سبز در نظر گرفته می‌شود، که ویژگی‌های متعارف را بیشتر از دیگر جایگزین‌ها به ارمغان می‌آورد. پاپیستا و کریستالی^۱ (۲۰۱۳) بر دو نوع مزایای (سودآوری و روان‌شناسی) هنگام ارزیابی تأثیر آنها بر ارزش درک شده مشتری تمرکز کردند. مصرف‌کنندگان در هنگام مصرف، مزایای عملکردی را دنبال می‌کنند یعنی محصولی با ویژگی‌های سازگار با محیط زیست (Bech-Larsen, 1996). ارزش درک شده سبز بیشتر بر روی انتظارات محیطی و نیازهای سبز تمرکز می‌کند؛ بنابراین انتظار می‌رود که مزایای عملکردی سبز قابل توجهی تأثیر در ارزش درک شده سبز داشته باشد.

از آنجایی که برندهای سبز قیمت بالاتری نسبت به مارک‌های غیرسبز دارند، مصرف‌کنندگان نیاز به اطلاعات دقیق‌تر برای تسهیل پروسه‌های تصمیم‌گیری سبز دارند. شفافیت سبز به مصرف‌کنندگان کمک می‌کند تا انگیزه‌های شرکت‌های طرح‌های سبز را درک کنند (Reynolds & Yuthas, 2008). اگر یک برند، مصرف‌کنندگان با اطلاعات و ارتباطات مرتبط فراهم کند، چنین شفافیت سبز درک‌شده‌ای باعث می‌شود که اقدامات شرکت به سمت انگیزه‌های ذاتی هدایت شود و این انتظارات سبز مصرف‌کنندگان را برآورده می‌کند و ادراک ارزش سبز آنها افزایش خواهد یافت (Sweeney & et al., 1999).

ارزش سبز جزء مهمی از موقعیت برند سبز است (Hartmann & Apaolaza)

1. Papista & Krystallis

(Ibáñez, 2006). بسیاری از محققان ارزش مصرف‌کننده را به‌عنوان یک چشم‌انداز سبز توسعه داده‌اند (Chen & Chang, 2012). آنها ارزش ادراک شده سبز را به‌عنوان ارزیابی کلی مصرف‌کننده از مزایای خاص یک محصول یا خدمات که بر اساس خواسته‌های زیست‌محیطی مصرف‌کننده، انتظارات پایدار و نیازهای سبز که دریافت کرده‌اند تعریف می‌کنند. به‌عبارت‌دیگر ارزش درک شده سبز ارزیابی ذهنی است که تحت تأثیر خواسته‌ها، انتظارات و نیازهای سبز مصرف‌کنندگان قرار می‌گیرد. ارزش درک شده سبز اثرهای مثبتی بر روی اهداف خرید سبز نشان داده است و به توسعه ارتباط بین مصرف‌کنندگان و مارک‌ها از طریق افزایش رضایت سبز و اعتماد سبز کمک می‌کند.

باتوجه به توضیحات فوق برگرفته از ادبیات پژوهش، تعاریف متغیرهای مورد مطالعه در پژوهش حاضر را می‌توان مطابق جدول (۱) خلاصه کرد.

جدول (۱): تعریف متغیرهای پژوهش

منبع	تعاریف	متغیر
بیچ لارسن (۱۹۹۶)	یک ویژگی ضروری از برندهای سبز که موجب می‌شود مصرف‌کنندگان در هنگام مصرف، آن ویژگی و مزایای عملکردی سبز ناشی از آن را درک کنند. یعنی محصولی با ویژگی‌های سازگار با محیط زیست.	مزایای محیطی سودمندگر
فرگوسن (۲۰۲۱)	حس خوبی که از مصرف یک برند سبز حاصل می‌شود. مشتریان تمایل دارند خریده‌های سبز سازگار با محیط زیست انجام دهند تا احساس خوبی داشته باشند.	مزایای درخشش گرم
اگرت و هلم (۲۰۰۳)	شیوه‌ای که در آن برندهای سبز به‌وضوح اطلاعات مربوط به سیاست‌های زیست‌محیطی را ارائه می‌دهند.	شفافیت سبز
چن و چانگ (۲۰۱۲)	درک مصرف‌کننده از مزایای یک محصول بر اساس انتظارات زیست‌محیطی، توسعه پایدار، و نیازهای سبز دریافت شده. ارزیابی ذهنی که تحت تأثیر انتظارات، و نیازهای سبز مصرف‌کنندگان شکل می‌گیرد.	ارزش درک شده سبز
اشتون و همکاران (۲۰۱۰)	مجموعه‌ای از ویژگی‌های زیست‌محیطی که به درک ارزش سبز یک محصول می‌انجامد و منجر به افزایش	

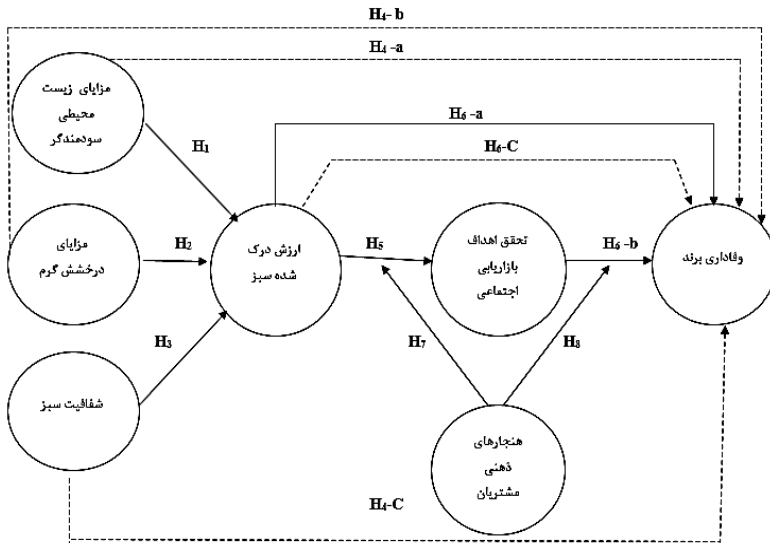
منبع	تعاریف	متغیر
	قصد خرید محصول می‌شود.	
پترسون و اسپرینگ (۱۹۹۷)	سطحی از کیفیت محصول و قیمت پرداخت‌شده بر اساس خواسته‌های زیست‌محیطی مصرف‌کنندگان، انتظارات پایدار و نیاز سبز.	
لی و وورکمن (۲۰۰۲)	فرآیندی است که اصول بازاریابی را جهت برقراری ارتباط و ارائه ارزش به‌منظور اثرگذاری بر رفتارهای مخاطبان به کار می‌گیرد و هدف آن تأمین سود جامعه، سلامت عموم، و محیط زیست می‌باشد.	بازاریابی اجتماعی
دونان و هتلی (۲۰۰۳)	استفاده از اصول بازاریابی برای اثرگذاری بر مخاطبان هدف به‌منظور پذیرش، امتناع، اصلاح یا ترک داوطلبانه یک رفتار برای رسیدن به سود فردی، گروهی یا اجتماعی تعریف شده است.	
دی اولیوریا لیما (۲۰۲۴)	بازاریابی اجتماعی به‌دنبال ایجاد مزایای مثبت اجتماعی و پیشگیری از مشکلات اجتماعی ناشی از رفتار انسان هستند.	
وان توندر و همکاران (۲۰۲۳)	ادراک فرد درباره اینکه بیشتر مردمانی که به نظر او مهم هستند، چه فکر می‌کنند و او به بایدها و نبایدهای آنان در رفتار خود توجه می‌کند.	هنجارهای ذهنی مشتریان
	ادراک مشتریان درباره شرکت و نظرات در شبکه‌های اجتماعی و فراتر از آن، بحث کردن در این شبکه‌ها برای خرید محصولات و خدمات.	
چادهوری و هالبروک (۲۰۰۱)	واکنش رفتاری متعصبانه (در خرید یا توصیه خرید) که فرد در طول زمان به یک برند نشان می‌دهد و رفتار وی موجب می‌شود در فرایندهای تصمیم‌گیری و ارزیابی از میان مجموعه نام‌های تجاری دیگر، گرایش ویژه‌ای به آن نام تجاری پیدا کند.	وفاداری به برند
انصاری و نصابی (۱۳۹۲)	احتمال رویگردانی نکردن از یک برند به برندی دیگر به‌ویژه در مواقعی که آن برند با برخی عوامل تغییراتی را در کالا و قیمت ایجاد می‌کند.	

بررسی ادبیات نظری پژوهش‌های رفتاری در حوزه بازاریابی نشان می‌دهد که

فعالیت‌های زیست‌محیطی به‌عنوان یک ویژگی اساسی بازارهای سبز در نظر گرفته می‌شود و مصرف‌کنندگان هنگامی که محصولات با ویژگی‌های زیست‌محیطی سالم مصرف می‌کنند به‌دنبال مزایای عملکردی هستند (Papista & Krystallis, 2013). این مزایای عملکردی منعکس‌کننده مطلوبیت درک شده آنهاست که از ظرفیت یک برند برای انجام یک عملکرد زیست‌محیطی کاربردی به‌دست آمده است. برخی پژوهش‌های نیز بیانگر آن است که بین عملکرد محصول و ارزش درک شده مشتری رابطه مثبتی وجود دارد (Baker & et al., 2002). در مقایسه با ارزش کلی درک‌شده مشتریان، ارزش درک شده سبز بیشتر بر روی انتظارات زیست‌محیطی و نیازهای سبز آن‌ها تمرکز دارد؛ بنابراین، انتظار می‌رود که مزایای عملکردی زیست‌محیطی تأثیر مثبت قابل‌توجهی بر ارزش درک شده سبز داشته باشد.

باتوجه به توضیحات بالا، مدل مفهومی پژوهش حاضر مبتنی بر دو نظریه فعالیت‌های ترویجی و ارتباط برند - مصرف‌کننده مطابق شکل (۱) ارائه می‌گردد که برگرفته از پژوهش (Lin & et al., 2018) بوده است. نوآوری پژوهش حاضر در این است که به‌جای متغیر میانجی برند شخصی متغیر تحقق اهداف بازاریابی اجتماعی در نظر گرفته‌شده و متغیر هنجارهای ذهنی مشتریان نیز به‌عنوان متغیر تعدیل‌گر به مدل اضافه شده است. باتوجه به اهمیت روزافزون بازاریابی اجتماعی در فضای کسب‌وکار امروزی و همچنین تأثیر هنجارهای ذهنی مشتریان در تعدیل روابط بین متغیرهای رفتاری مختلف که در ادبیات پژوهش بررسی شده است، این دو رابطه به مدل پیشنهادی لین و همکاران^۱ (۲۰۱۷) افزوده شده است.

1. Lin & et al.



منبع: (محقق ساخته)

شکل (۱): مدل مفهومی پژوهش

۴. روش پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف پژوهشی کاربردی است و از نتایج آن در تصمیم‌گیری‌ها و سیاست‌گذاری‌های کلان تولیدی و سرمایه‌گذاری برای تولید قابل استفاده می‌باشد. این پژوهش از لحاظ روش جمع‌آوری داده‌ها، پژوهشی پیمایشی محسوب شده و از نظر ماهیت نیز یک پژوهش توصیفی است. داده‌های مورد نیاز پژوهش با استفاده از پرسش‌نامه استاندارد جمع‌آوری شده و سؤالات پرسش‌نامه از نوع طیف پنج‌گزینه‌ای بوده و به‌صورت حضوری در بین پاسخ‌گویان توزیع شده است. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها و انجام آزمون‌های آماری از مدل آزمون معادلات ساختاری استفاده شده است. جهت بررسی پایایی مدل از ضریب آلفای کرونباخ و جهت سنجش روایی پرسش‌نامه از روایی واگرا و رویکرد ماتریس فورنل و لارکر استفاده شده است. بر این اساس در پژوهش حاضر برای انجام آزمون‌های مورد نظر، بسته‌های نرم‌افزاری SPSS و PLS3 Smart مورد استفاده بوده است.

جامعه آماری پژوهش حاضر شامل مشتریانی است که در یک سال اخیر از محصولات چهار شرکت تولیدی داخلی استفاده کرده‌اند. با توجه به جامعه آماری

انتخاب شده و اندازه بزرگ آن از روش نمونه‌گیری در دسترس ساکن شهر تهران استفاده شده و در این راستا تعداد ۴۴۰ پرسش‌نامه بین مشتریان واجد شرایط توزیع شد. در نهایت تعداد ۴۱۴ نمونه صحیح و کامل پاسخ داده شده به دست آمد. برای اطمینان از روایی محتوایی پرسش‌نامه، سؤال‌های پرسش‌نامه در اختیار ۷ نفر از صاحب‌نظران قرار گرفت و با دریافت راهنمایی‌های ایشان و اعمال اصلاحات، ابهام‌های پرسش‌نامه برطرف شد و روایی محتوایی آن به تأیید رسید.

جدول (۲): بررسی نتایج روایی و پایایی پرسش‌نامه‌ها

متغیر	تعداد سؤالات	آلفای کرونباخ	AVE	CR
مزایای زیست‌محیطی سودمندگر	۳	۰,۸۰۶	۰,۷۳۷	۰,۸۹۴
درخشش گرم	۳	۰,۸۶۲	۰,۷۸۴	۰,۹۱۶
شفافیت سبز	۴	۰,۸۳۶	۰,۶۸۰	۰,۸۹۴
ارزش درک شده سبز	۴	۰,۸۷۷	۰,۶۳۸	۰,۹۱۸
تحقق اهداف بازاریابی اجتماعی	۱	۰,۹۱۴	۰,۵۰۶	۰,۹۲۷
وفاداری برند	۴	۰,۹۴۱	۰,۸۶۲	۰,۹۶۱
هنجارهای ذهنی مشتریان	۳	۰,۸۴۹	۰,۷۷۱	۰,۹۱۰

پایایی پرسش‌نامه نیز به کمک ضریب آلفای کرونباخ تأیید شد؛ بدین صورت که قبل از اجرای نهایی، پرسش‌نامه بین ۳۰ نفر از نمونه پژوهش به‌طور تصادفی توزیع شد، و با استفاده از داده‌های به دست آمده از این ۳۰ پرسش‌نامه و به کمک نرم‌افزار آماری SPSS، میزان ضریب اعتماد با روش آلفای کرونباخ محاسبه شده است. به‌علاوه جهت اطمینان بیشتر دو شاخص AVE و CR نیز به ترتیب برای بررسی روایی و پایایی پرسش‌نامه مورد ارزیابی قرار گرفت و نتایج نهایی حاکی از ثبات و همسانی درونی پرسش‌نامه می‌باشد.

به‌منظور بررسی روایی پرسش‌نامه‌ها از روایی واگر و مقادیر مجذور AVE متغیرهای مکنون مطابق ماتریس فورنل و لارکر استفاده شده است. این ماتریس میزان رابطه یک سازه با شاخص‌هایش در مقایسه رابطه آن سازه با سایر سازه‌ها را نشان می‌دهد؛ به‌طوری‌که روایی واگرایی قابل قبول یک مدل حاکی از آن است که یک سازه با شاخص‌های خود تعامل بیشتری دارد تا با سازه‌های دیگر. بر اساس نتایج

پژوهش فورنل و لارکر^۱ (۱۹۸۱) روایی واگرا وقتی در سطح قابل قبول است که میزان AVE برای هر سازه بیشتر از واریانس اشتراکی بین آن سازه و سازه‌های دیگر باشد. به عبارت دیگر، روایی سازه‌ها در صورتی قابل قبول است که اعداد مندرج در قطر اصلی این ماتریس از مقادیر زیرین و سمت چپ خود بیشتر باشند. با توجه به این توضیحات و نتایج حاصل از آزمون فورنل و لارکر، روایی متغیرهای مورد مطالعه در این پژوهش نیز مورد تأیید قرار گرفت.

۵. یافته‌های پژوهش

در این بخش ابتدا یافته‌های توصیفی و سپس نتایج استنباطی پژوهش ارائه می‌شود. در پژوهش حاضر، تعداد ۲۴۹ شرکت کننده زن (حدود ۶۰ درصد) و ۱۶۵ شرکت کننده مرد (حدود ۴۰ درصد) با میانگین و انحراف معیار سنی ۴۸٫۹ و ۷٫۶۳ سال حضور داشتند. در بین شرکت کنندگان ۱۰۹ نفر مجرد (۲۶٫۳ درصد) و ۳۰۵ نفر متأهل (۷۳٫۷ درصد) بودند. میزان تحصیلات ۳۵ نفر (۸٫۵ درصد) از شرکت کنندگان زیر دیپلم، ۸۵ نفر (۲۰٫۵ درصد) دیپلم، ۱۷ نفر (۴٫۱ درصد) فوق دیپلم، ۱۹۴ نفر (۴۶٫۹ درصد) کارشناسی، ۷۱ نفر (۱۷٫۱ درصد) کارشناسی ارشد، و ۱۲ نفر (۲٫۹ درصد) دکتری بودند.

جدول (۳) خلاصه آمار پاسخ‌های دریافت شده را نشان می‌دهد. با توجه به اینکه در پژوهش حاضر از طیف لیکرت ۵ گزینه‌ای استفاده شده است، متغیرهایی که میانگین پاسخ به آن‌ها بیشتر از ۳ باشد (ارزیابی پاسخ‌دهندگان از این متغیر بیشتر از حد متوسط باشد) در وضعیت مطلوبی قرار دارند؛ اما متغیرهایی که میانگین کمتر از ۳ داشته باشند نامطلوب ارزیابی می‌شوند. طبق نتایج مندرج در این جدول، تمامی مقادیر مربوط به میانگین متغیرهای پژوهش بیشتر از ۳ می‌باشد که نشان دهنده انتخاب و تعریف مناسب این متغیرها است. همچنین مقادیر انحراف استاندارد همگی کمتر از ۱ بوده که بیانگر نزدیکی پاسخ‌ها و عدم پراکندگی آن‌هاست. این نتیجه نیز دقت اندازه‌گیری متغیرها را نشان می‌دهد.

جدول (۳): مقادیر میانگین و پراکندگی پاسخ‌ها در مورد متغیرهای پژوهش

متغیر	مینیمم	ماکسیمم	میانگین	انحراف استاندارد
مزایای زیست‌محیطی سودمندگر	۲,۹۵۲	۳,۲۸۰	۳,۰۷۸	۰.۹۸۵
درخشش گرم	۳,۱۵۲	۳,۲۲۹	۳,۲۰۰	۰.۹۴۴
شفافیت سبز	۲,۹۱۲	۳,۳۲۷	۳,۱۲۱	۰.۸۸۴
ارزش درک شده سبز	۳,۰۹۱	۳,۴۳۳	۳,۲۵۰	۰.۹۸۶
بازاریابی اجتماعی	۳,۰۳۹	۳,۹۱۷	۳,۵۸۴	۰.۸۲۸
وفاداری برند	۳,۳۶۳	۳,۷۳۴	۳,۳۰۲	۰.۹۰۹
هنجارهای ذهنی	۳,۰۲۹	۳,۲۸۶	۳,۱۲۷	۰.۹۹۴

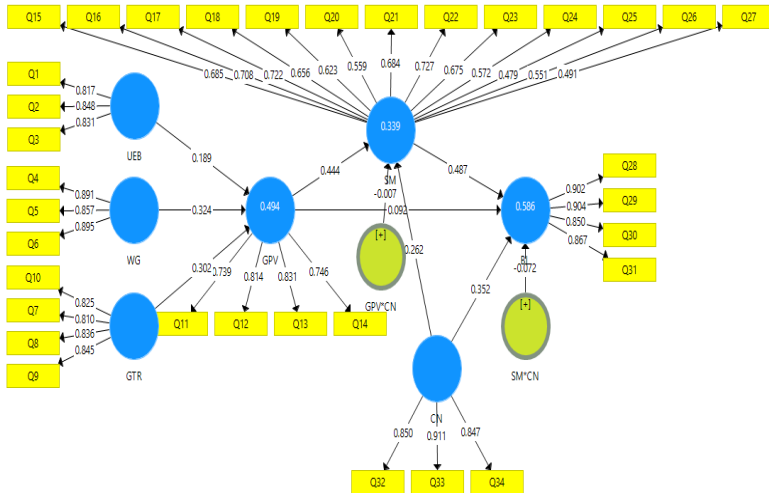
جدول (۴) ضرایب همبستگی بین متغیرهای پژوهش را نشان می‌دهد که بر اساس آن، همبستگی بین متغیرها همسو با نظریه‌های حوزه پژوهش است. این جدول بیانگر بررسی اولیه ارتباط بین متغیرهای پژوهش است که نشان می‌دهد این ارتباط بین اغلب متغیرها در سطح ۰,۰۵ و یا ۰,۰۱ معنادار است؛ البته رابطه بین متغیرها در ادامه با استفاده از رویکرد معادلات ساختاری به صورت دقیق‌تر بررسی می‌شود.

جدول (۴): همبستگی بین متغیرهای پژوهش

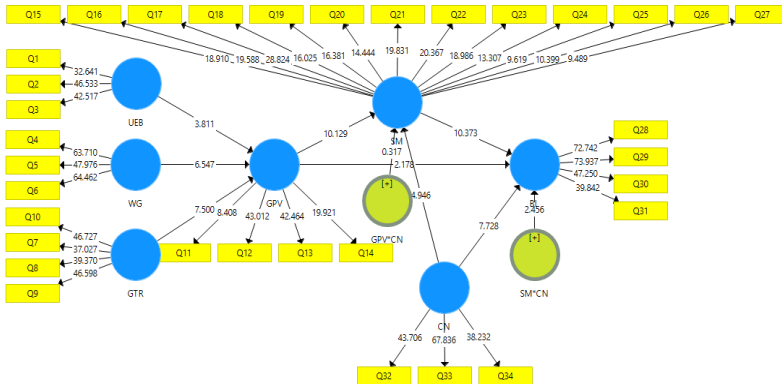
متغیرهای تحقیق	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷
(۱) مزایای زیست‌محیطی سودمندگر							
(۲) درخشش گرم	۰,۴۳۳*						
(۳) شفافیت سبز	۰,۵۶۷*	۰,۷۸**					
(۴) ارزش درک شده سبز	۰,۸۰۹**	۰,۵۶۲*	۰,۶۱۶**				
(۵) بازاریابی اجتماعی	۰,۲۱۱*	۰,۰۳	۰,۴۰۵*	۰,۳۳*			
(۶) وفاداری برند	۰,۱۸	۰,۰۰۴	۰,۲۱*	۰,۷۰۹**	۰,۵۶۱*		
(۷) هنجارهای ذهنی	۰,۱۱	۰,۰۰۸	۰,۱۰۱	۰,۳۰۹*	۰,۳۲*	۰,۴۰۹*	

توضیح: * $p < 0.05$ و ** $p < 0.01$

به منظور بررسی پاسخ سؤالات پژوهش، از روش ضریب مسیر استفاده شده است. شکل (۲) خروجی نرم افزار در خصوص ضریب مسیر بین هریک از متغیرهای اصلی پژوهش و شکل (۳) خروجی نرم افزار آزمون t هریک از روابط مدل مفهومی را نشان می دهد. همچنین مقادیر آماره های مربوطه در جدول (۵) نیز قابل مشاهده است.



شکل (۲): خروجی نرم افزار (ضریب مسیر)



شکل (۳): خروجی نرم افزار (آماره آزمون t)

جدول (۵): ضریب مسیر و آماره آزمون t

وضعیت	آماره آزمون t	ضریب مسیر	مسیر
قابل قبول	۳,۸۱۱	۰,۱۸۹	UEB>>GPV
قابل قبول	۶,۵۴۷	۰,۳۲۴	WG>>GPV
قابل قبول	۷,۵۰	۰,۳۰۴	GTR>>GPV
قابل قبول	۱۰,۱۲۹	۰,۴۴۴	GPV>>SM
قابل قبول	۲,۱۷۸	۰,۰۹۲	GPV>.BL
قابل قبول	۱۰,۳۷۳	۰,۴۸۷	SM>>BL
غیر قابل قبول	۰,۳۱۷	-۰,۰۰۷	GPV*CN>>SM
قابل قبول	۲,۴۵۶	-۰,۰۷۲	SM*CN>>BL

با توجه به نتایج فوق، پاسخ به هریک از سؤالات پژوهش در ادامه آمده است.
سؤال اول: آیا بین آماره آزمون t و ضریب مسیر سودمندی و ارزش درک شده سبز رابطه مثبت و معناداری وجود دارد؟

برای سؤال اول، ضریب مسیر استاندارد بین آماره آزمون t و ضریب مسیر سودمندی و ارزش درک شده سبز ۰,۱۸۹ است که معنادار می‌باشد، و مقدار آماره t نیز ۳,۸۱۱ می‌باشد که از ۱,۹۶ بیشتر می‌باشد، در نتیجه پاسخ به سؤال اول مثبت است.
سؤال دوم: آیا بین آماره آزمون t و ضریب مسیر سودمندی و ارزش درک شده سبز رابطه مثبت و معناداری وجود دارد؟

ضریب مسیر استاندارد بین آماره آزمون t و ضریب مسیر سودمندی و ارزش درک شده سبز ۰,۳۲۴ است که معنادار است و مقدار آماره t نیز ۶,۵۴۷ می‌باشد که بزرگ‌تر از ۱,۹۶ است، در نتیجه پاسخ این سؤال مثبت است.

سؤال سوم: آیا بین شفافیت سبز با ارزش درک شده سبز رابطه مثبت و معناداری وجود دارد؟

ضریب مسیر استاندارد بین متغیرهای شفافیت سبز و ارزش درک شده سبز برابر ۰,۳۰۴ می‌باشد که معنادار است و مقدار آماره t نیز ۷,۵۰ می‌باشد که از ۱,۹۶ بزرگ‌تر است، در نتیجه پاسخ به سؤال سوم نیز مثبت است.

سؤال چهارم: آیا ارزش درک شده سبز در روابط میان: الف) آماره آزمون t و ضریب مسیر سودمندی و ارزش درک شده سبز (ب) آماره آزمون t و ضریب مسیر سودمندی و ارزش درک شده سبز (ج) شفافیت سبز و وفاداری به برند نقش میانجی‌گری دارد؟

برای بررسی تأثیر ارزش درک شده سبز به عنوان متغیر میانجی بر رابطه بین مزایای زیست محیطی سودمندگر و وفاداری برند از آزمون سوبل استفاده شده است. مقدار این آزمون برای این بررسی ۱,۸۶۸ به دست آمد که از ۱,۹۶ کمتر است و نشان می‌دهد ارزش درک شده به عنوان متغیر میانجی بر رابطه میان مزایای محیطی سودمندگر و وفاداری به برند تأثیر مثبت و معناداری ندارد و لذا پاسخ به این سؤال منفی است.

برای بررسی تأثیر ارزش درک شده سبز به عنوان میانجی بر رابطه درخشش گرم و وفاداری برند نیز از آزمون سوبل استفاده می‌شود. مقدار این آزمون برای این بررسی ۲,۱۲ به دست آمد که از ۱,۹۶ بیشتر است و نشان می‌دهد که ارزش درک شده به عنوان متغیر میانجی بر رابطه میان مزایای درخشش گرم و وفاداری برند تأثیر مثبت و معناداری دارد. همچنین مقدار این آزمون در بررسی تأثیر میانجی‌گری ارزش درک شده سبز بر رابطه میان شفافیت سبز و وفاداری برند عدد ۲,۱۲۸ به دست آمده که از ۱,۹۶ بیشتر است و نشان می‌دهد که ارزش درک شده سبز به عنوان متغیر میانجی بر رابطه میان شفافیت سبز و وفاداری برند تأثیر مثبت و معنادار دارد.

سؤال پنجم: آیا بین ارزش ادراک شده سبز با تحقق اهداف بازاریابی اجتماعی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد؟

ضریب مسیر بین ارزش ادراک شده سبز و تحقق اهداف بازاریابی اجتماعی ۰,۴۴۴ می‌باشد که معنادار است و مقدار آماره t نیز ۱۰,۱۲۹ می‌باشد که از ۱,۹۶ بزرگ‌تر است؛ بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که بین ارزش ادراک شده سبز با تحقق اهداف بازاریابی اجتماعی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

سؤال ششم: آیا بین ارزش ادراک شده سبز با وفاداری به برند رابطه مثبت و معناداری وجود دارد؟

ضریب استاندارد میان متغیرهای ارزش ادراک شده و وفاداری برند ۰,۰۹۲ می‌باشد که معنادار است و مقدار آماره t مربوط به این دو متغیر ۲,۱۷۸ می‌باشد که از ۱,۹۶ بیشتر است، در نتیجه پاسخ این سؤال مثبت است.

سؤال هفتم: آیا بین تحقق اهداف بازاریابی اجتماعی با وفاداری به برند رابطه مثبت و معناداری وجود دارد؟

ضریب مسیر میان متغیرهای تحقق اهداف بازاریابی اجتماعی و وفاداری برند ۰,۴۸۷ می‌باشد که معنادار است و مقدار آماره آزمون t ۱۰,۳۷۳ می‌باشد که از

مقدار ۱,۹۶ بیشتر است؛ بنابراین این تأثیر را تأیید می‌کند. سؤال هشتم: آیا ارزش درک شده سبز از طریق تحقق اهداف بازاریابی اجتماعی با وفاداری به برند رابطه مثبت و معناداری دارد؟ به منظور بررسی تأثیر تحقق اهداف بازاریابی اجتماعی به عنوان متغیر میانجی بر رابطه بین ارزش ادراک شده سبز و وفاداری برند از آزمون سوپل استفاده شده است. مقدار این آزمون برای این بررسی ۶,۶۷۴ به دست آمد که به دلیل بیشتر بودن از ۱,۹۶، می‌توان گفت که تأثیر متغیر میانجی تحقق اهداف بازاریابی اجتماعی مثبت و معنادار است. مقادیر آماره‌های مربوط به این سؤال در جدول (۶) نیز قابل مشاهده است.

جدول (۶): آماره‌های آزمون سوپل مربوط به متغیر میانجی

وضعیت	آماره آزمون سوپل	انحراف استاندارد	ضریب مسیر	مسیر
غیر قابل قبول	-	۰,۰۵۶	۰,۱۸۹	UEB>>GPV
	-	۰,۰۴۱	۰,۰۹۲	GPV>>BL
	۱,۸۶۸	-	-	UEB>>BL
قابل قبول	-	۰,۰۵۰	۰,۳۲۴	WG>>GPV
	-	۰,۰۴۱	۰,۰۹۲	GPV>>BL
	۲/۱۲۰	-	-	WG>>BL
قابل قبول	-	۰/۰۴۵	۰,۳۰۲	GTR>>GPV
	-	۰/۰۴۱	۰,۰۹۲	GPV>>BL
	۲/۱۲۸	-	-	GTR>>BL
قابل قبول	-	۰,۰۵۳	۰,۴۴۴	SM>>GPV
	-	۰,۰۴۴	۰,۴۸۶	BL>>SM
	۶,۶۷۴	-	-	BL>>GPV

سؤال نهم: آیا هنجارهای ذهنی مشتریان در رابطه بین ارزش درک شده سبز و تحقق اهداف بازاریابی اجتماعی نقش تعدیلگری دارد؟ همان‌طور که در جدول (۷) مشخص است مقدار آماره t برای متغیر ارزش درک شده سبز و متغیر هنجارهای ذهنی مشتریان برابر با ۰,۳۱۷ می‌باشد که از مقدار ۱,۹۶ کمتر است در نتیجه در سطح اطمینان ۹۵ درصد نمی‌توان تأثیر متغیر

هنجارهای ذهنی مشتریان را به عنوان یک متغیر تعدیل گر در رابطه میان ارزش درک شده سبز و تحقق اهداف بازاریابی اجتماعی را پذیرفت.

جدول (۷): ضریب مسیر و آماره آزمون t برای تأثیر تعدیل گری تأثیر متغیر هنجارهای ذهنی مشتریان

وضعیت	آماره آزمون t	ضریب مسیر	مسیر
غیر قابل قبول	۰,۳۱۷	-۰,۰۰۷	GPV*CN>>SM
قابل قبول	۲,۴۵۶	-۰,۰۷۲	SM*CN>>BL

سؤال دهم: آیا هنجارهای ذهنی مشتریان در رابطه بین تحقق اهداف بازاریابی اجتماعی و وفاداری برند نقش تعدیل گر دارد؟
 مطابق جدول (۷)، مقدار آماره آزمون برای متغیر بازاریابی اجتماعی و هنجارهای ذهنی برابر با ۲,۴۵۶ می باشد که از مقدار ۱,۹۶ بیشتر است. در نتیجه در سطح اطمینان ۹۵ درصد می توان تأثیر متغیر هنجار ذهنی مشتریان را به عنوان یک متغیر تعدیل گر در رابطه میان تحقق اهداف بازاریابی اجتماعی و وفاداری برند را تأیید کرد. تعیین شدت اثر متغیر تعدیل کننده پس از پی بردن به این مطلب که متغیر تعدیل کننده می تواند رابطه بین دو متغیر درونزا و برونزا را تعدیل کند، ضروری است. در واقع بعد از معنادار شدن مقدار آماره t در سطح اطمینان مدنظر محقق، باید قدرت تعدیل کنندگی این متغیر نیز محاسبه شود. به کمک رابطه زیر می توان شدت اثر متغیر تعدیل کننده معنادار را محاسبه کرد. مقدار ۰,۰۲، ۰,۱۵، ۰,۳۵، به ترتیب اثرهای ضعیف، متوسط و قوی را نشان می دهند. عدد به دست آمده برای f^2 برابر با ۰,۲۵۸ به دست آمد که نشان از اندازه تأثیر متوسط متغیر هنجار ذهنی بر وفاداری برند است.

$$f^2 = \frac{R^2y(X \text{ included}) - R^2y(X \text{ excluded})}{1 - R^2y(X \text{ included})}$$

$$f^2 = \frac{0.586 - 0.479}{1 - 0.586} = 0.258$$

سؤال یازدهم: آیا مدل نظری تأثیر فعالیت های زیست محیطی بر وفاداری به برند از برآزش مطلوب برخوردار است؟

برآزش کلی مدل پیشنهادی با ارزیابی معیار GOF^۱ که تنهاوس و همکارانش^۲ معرفی کرده اند انجام می شود (Tenenhaus & et al., 2004). این معیار از طریق

1. Goodness of Fit
 2. Tenenhaus & et al.

رابطه زیر محاسبه می‌گردد:

$$= \sqrt{\overline{Communalities} * R^2} \text{ GOF}$$

در این رابطه، عبارت *communalities* از میانگین مقادیر اشتراکی متغیرهای پژوهش به دست می‌آید. این معیار نشان می‌دهد که چه مقدار از تغییرپذیری شاخص‌ها (سؤالات) توسط سازه‌های مرتبط با خود تبیین می‌شود.

$\overline{R^2}$ معیاری برای بررسی برازش مدل ساختاری در یک پژوهش است و مربوط به متغیرهای پنهان درون‌زای (وابسته) مدل بوده و نشان از تأثیر یک متغیر مستقل بر یک متغیر وابسته دارد. سه مقدار ۰,۱۹، ۰,۳۳ و ۰,۶۷ به‌عنوان مقدار ملاک برای مقادیر ضعیف، متوسط و قوی R^2 در نظر گرفته می‌شود.

$$\overline{communalities} = 0.603$$

$$\overline{R^2} = 0.473$$

$$\text{GOF} = 0.535$$

با توجه به سه مقدار ۰,۰۱، ۰,۲۵، ۰,۳۶ که به‌عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای GOF معرفی شده است (Wetzels & et al., 2009)، حاصل‌شدن ۰,۵۳۷ نشان از برازش قوی الگوی پژوهش دارد.

نتیجه‌گیری

باتوجه به شرایط تحریمی فعلی، توسعه صنایع تولیدی داخلی یکی از راهکارهای مؤثر در خودکفایی و استقلال کشور معرفی شده است. در این راستا، حمایت از تولید داخلی و وفاداری به برندهای ملی، نه تنها یک انتخاب اقتصادی بلکه یک ضرورت راهبردی برای پیشرفت و خودکفایی کشور محسوب می‌شود؛ بنابراین، افزایش وفاداری به برندهای داخلی، نقش کلیدی در تقویت چرخه تولید، ایجاد اشتغال، توسعه فناوری و کاهش وابستگی به واردات ایفا می‌کند. در این میان، طبق نظریه‌های موجود، عوامل مختلفی در افزایش وفاداری به برند وجود دارد که یک دسته از این عوامل، فعالیت‌های ترویجی سازمان است.

هدف اصلی مطالعه حاضر، بررسی نقش فعالیت‌های زیست‌محیطی سازمان‌ها در وفاداری مشتریان به برندهای ملی بوده تا از طریق آن، برخی از راهکارهای وفاداری مشتریان به برندهای ملی شناسایی و تقویت شده و زمینه افزایش سرمایه‌گذاری در تولید داخلی را فراهم نمود. همچنین، شعار «سرمایه‌گذاری برای تولید» به‌عنوان پیامی راهبردی، هم نماد حمایت از تولید داخلی است و هم نشان‌دهنده تعهد به حفظ محیط‌زیست محسوب می‌شود. این شعار می‌تواند به‌عنوان یک محرک قوی

انگیزشی در ارتقای وفاداری مشتریان ایفای نقش کند و چهارچوب مناسبی برای ترویج مصرف کالاهای ایرانی با رعایت اصول زیست‌محیطی فراهم آورد؛ بنابراین، در این مقاله تلاش شد تا به بررسی برآزش مدل نظری‌ای پراخته شود که در آن نقش و تأثیر فعالیت‌های زیست‌محیطی بر وفاداری به برند برجسته شود.

بر اساس نتایج پژوهش، اگر سازمان‌ها می‌خواهند ادراک ارزش سبزی مشتریان را افزایش دهند و وفاداری به برند را تقویت کنند، باید منابع بیشتری را یا در بهبود برنامه‌های منافع سبز خود یا در گزارش صادقانه و شفاف مشارکت زیست‌محیطی خود سرمایه‌گذاری کنند. یافته‌های این مطالعه نشان می‌دهد که برنامه‌های زیست‌محیطی سودمندگر و درخشش گرم، تأثیر مستقیم مثبتی بر ادراک ارزش سبز مصرف‌کنندگان دارند و به‌طور غیرمستقیم بر وفاداری برند از طریق ارزش درک‌شده سبز تأثیر می‌گذارند. علاوه‌براین، ارزیابی مشتریان از رفتار شفافیت زیست‌محیطی شرکت‌ها (شفافیت سبز)، تأثیر مستقیم مثبتی بر درک ارزش سبز آنها دارد و آنها به‌طور غیرمستقیم بر وفاداری به برند از طریق ارزش درک‌شده سبز تأثیر می‌گذارند. این یافته‌ها مشابه یافته‌های به‌دست آمده توسط لین و همکاران^۱ (۲۰۱۷) و گریوال و همکاران^۲ (۲۰۰۳) است.

هنجارهای ذهنی مشتریان رابطه بین تحقق اهداف بازاریابی اجتماعی و وفاداری برند را تعدیل می‌کند که این نتیجه با نتایج پژوهش ایزکوایردو و همکاران^۳ (۲۰۲۲) که در حوزه رستوران فست فود (مواد غذایی) انجام شده همخوانی دارد. در این راستا، تولیدکنندگان محصولات سبز و بازاریابان می‌بایست نسبت به تقویت رفتارهای سازگار با محیط زیست توسط خانواده اقدام نموده و ابتدا خانواده را هدف تبلیغ محصولات خود قرار دهند. شهرت یک شرکت از طریق تبلیغات دهان‌به‌دهان افزایش می‌یابد؛ بنابراین تلاش در این زمینه می‌تواند باعث افزایش خرید و وفاداری به برند شود.

در مجموع می‌توان گفت که یافته‌های پژوهش تأییدکننده دو نظریه ارتباط برند با مصرف‌کننده و ارتباط فعالیت‌های ترویجی با وفاداری به برند می‌باشد. در این راستا، اگر شرکت‌های تولیدی داخل مایل به افزایش وفاداری مشتریان باشند، باید منابع بیشتری را در بهبود برنامه‌های ترویجی و جلب‌نظر مصرف‌کنندگان سرمایه‌گذاری کنند. در این راستا، ادغام فعالیت‌های زیست‌محیطی با راهبردهای بازاریابی برندهای

1. Lin & et al.
2. Grewal & et al.
3. Izquierdo-Yusta & et al.

ملی، نه تنها پاسخگوی نیازهای روزافزون مشتریان به مسئولیت اجتماعی و محیط‌زیستی است بلکه زمینه‌ساز توسعه اقتصادی پایدار و افزایش رقابت‌پذیری برندهای داخلی خواهد بود؛ بنابراین، پیشنهاد می‌شود که سازمان‌ها و تصمیم‌گیرندگان این حوزه، سرمایه‌گذاری مستمر و هدفمند در فعالیت‌های زیست‌محیطی را به‌عنوان بخشی جدایی‌ناپذیر از برنامه‌های توسعه برند، مدنظر قرار دهند تا ضمن تحقق اهداف اقتصادی، نقش مسئولانه و مؤثری در حفاظت از محیط زیست ایفا نمایند.

فهرست منابع

- انصاری، منوچهر و نصایی، وحیدرضا (۱۳۹۲). ایجاد ارزش ویژه برند از طریق آمیخته تبلیغات: بررسی نقش میانجی دانش، وفاداری و ارتباط با برند. چشم‌انداز مدیریت بازرگانی، (۴۱).
- بابایی، مرجان؛ دوستار، محمد؛ عرفانی، سید محمدحسن و بابایی، سارا (۱۳۹۵). تحلیل عوامل مؤثر بر نگرش نسبت به نام تجاری سبز و قصد خرید سبز. کنفرانس مهندسی و تکنولوژی‌های سبز برای آینده پایدار، دی ماه ۱۳۹۵، دانشگاه صنعتی امیرکبیر.
- بحرینی‌زاده، منیجه و پوردهقان، عادل (۱۳۹۳). شناسایی و ارزیابی عوامل مؤثر بر وفاداری به برند: مطالعه برند گوشی‌های تلفن همراه. تحقیقات بازاریابی نوین، (۳)۴، ۱۷-۳۸.
- بلخاری قهی، حسن و نصیری، مهدی (۱۴۰۳). تحلیل نقش انجمن آثار و مفاخر فرهنگی در توسعه دکترین برند و هویت ملی ایران اسلامی. راهبرد اجتماعی فرهنگی، (۱)۱۴، ۲۴۵-۲۷۶.
- حسینی، سید یعقوب؛ اسماعیل‌پور، مجید و ابراهیمی، رقیه (۱۳۹۲). تعیین عوامل مؤثر در ایجاد تصویر سبز از برند خودروهایی ایرانی در اذعان مشتریان آنها در شهر شیراز، فصلنامه مدیریت برند، ۱ (۲)، ۱۰۷-۱۳۴.
- حقیقی، محمد و خلیل، مریم (۱۳۹۰). بررسی جایگاه بازاریابی سبز در رفتار خرید مصرف‌کنندگان، فصلنامه علمی پژوهشی مدیریت فرهنگ سازمانی، ۹ (۲۴)، ۸۳-۱۰۲.
- دشتی، مهدی؛ صانعی، علی و رضایی دولت‌آبادی، حسین (۱۳۹۶). طراحی الگوی تأثیرگذار بر مشارکت مشتریان در تجارت اجتماعی با رویکردی بر مدل محرک -

- موجود زنده - پاسخ. فصلنامه علمی - پژوهشی تحقیقات بازاریابی نوین، سال هفتم، (۲)، ۱۷-۴۲.
- تیموری، هادی و گودرزوند چگینی، مریم (۱۳۹۷). بررسی عوامل فردی و سازمانی مؤثر بر وفاداری الکترونیکی با نقش متغیر میانجی رضایت الکترونیکی. *کاوش‌های مدیریت بازرگانی*، ۱۰(۱۹)، ۶۵-۹۷.
- شافعی، رضا؛ صلواتی، عادل و جهانیان، رودابه (۱۳۹۳). بررسی اثرهای تصویر ذهنی مارک تجاری سبز بر ارزش ویژه مارک تجاری سبز (مورد مطالعه: مشتریان نمایندگی‌های لوازم خانگی و مشتریان لوازم خانگی فروشگاه‌های زنجیره‌ای شهرستان سنندج). *مدیریت بازرگانی*، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران.
- نصرالهی، محمدصادق و امینی باغبادرانی، احسان (۱۴۰۳). مفهوم‌شناسی و مطالعه تطبیقی دیپلماسی سایبر، دیجیتال و همگرا (با تأکید بر بند هفتم سیاست‌های کلی اطلاع‌رسانی). *راهبرد اجتماعی فرهنگی*، ۱۳(۲)، ۵۱۱-۵۵۰.
- Ashton, A. S.; Scott, N.; Solnet, D. & Breakey, N. (2010). Hotel Restaurant Dining: The Relationship between Perceived Value and Intention to Purchase. *Tourism and Hospitality Research*, 10(3), 206-218.
- Baker, J.; Parasuraman, A.; Grewal, D. & Voss, G. B. (2002). The influence of multiple store environment cues on perceived merchandise value and patronage intentions. *Journal of marketing*, 66(2), 120-141.
- Bech-Larsen, T. (1996). Danish consumers' attitudes to the functional and environmental Characteristics of food packaging. *J. Consum. Policy* 19 (3), 339-363.
- Bhardwaj, A.; Gupta, N. & Wadhawan, S. (2024). Self-Brand Connection and Brand Loyalty as an Outcome of Sustainable Cause-Related Marketing: A Conceptual Framework. In *Sustainable Development Goals: The Impact of Sustainability Measures on Wellbeing* (Vol. 113, pp. 75-90). Emerald Publishing Limited.
- Brunk, K. H. (2010). Exploring origins of ethical company/brand perceptions-A consumer perspective of corporate ethics. *Journal of business research*, 63(3), 255-262.
- Chaudhuri, A. & Holbrook, M. B. (2001). The chain of effects from brand trust and brand affect to brand performance: The role of brand loyalty. *Journal of marketing*, 65(2): 81-93.
- Chen, Y. S. (2010). The drivers of green brand equity: Green brand image, green satisfaction, and green trust. *Journal of Business Ethics*, 93(2), 307-319.
- Chen, Y.S. & Chang, C.H. (2012). Enhance green purchase intentions. *Manag Decis.* 50 (3), 502-520.
- de Oliveira Lima, L. A., da Silva, J. M. S., de Oliveira Santos, A., Marques, F. R. V., da Silva Leão, A. P., Carvalho, M. D. C. L., ... & Ferreira, A. B. S. (2024). The Influence of Green Marketing on Consumer Purchase Intention: a Systematic Review. *Revista de Gestão*

- Social e Ambiental*, 18(3), e05249-e05249.
- de Oliveira Lima, L. A.; da Silva, J. M. S.; de Oliveira Santos, A.; Marques, F. R. V.; da Silva Leão, A. P.; Carvalho, M. D. C. L. ... & Ferreira, A. B. S. (2024). The Influence of Green Marketing on Consumer Purchase Intention: a Systematic Review. *Revista de Gestão Social e Ambiental*, 18(3), e05249-e05249.
- Donovan, R. J., & Henley, N. (2003). *Social marketing: Principles and practice*. Melbourne: IP communications.
- Eggert, A. & Helm, S. (2003). Exploring the impact of relationship transparency on business relationships: a cross-sectional study among purchasing managers in Germany. *Ind. Mark. Management*. 32 (2), 101–108.
- Ferguson, E. (2021). Strategies and theories to attract and retain blood donors: fairness, reciprocity, equity and warm-glow. *ISBT Science Series*, 16(3), 219-225.
- Fornell, C. & Larcker, D. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable and measuring error. *Journal of High Technology Management Research*, 39-50.
- Fournier, S. (1998). Consumers and their brands: Developing relationship theory in consumer research. *Journal of consumer research*, 24(4), 343-373.
- Grant, J. (2008). Green marketing. *Strateg. Direct*. 24 (6), 25–27.
- Grewal, D.; Iyer, G. R.; Krishnan, R. & Sharma, A. (2003). The Internet and the price-value-loyalty chain. *Journal of Business Research*, 56(5), 391–398. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(01\)00227-2](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(01)00227-2)
- Hartmann, P. & Apaolaza Ibáñez, V. (2006). Green value added. *Mark. Intel. Plan*. 24 (7), 673–680.
- Islam, M. S.; Tan, C. C.; Sinha, R. & Selem, K. M. (2024). Gaps between customer compatibility and usage intentions: The moderation function of subjective norms towards chatbot-powered hotel apps. *International Journal of Hospitality Management*, (123), 103910.
- Izquierdo-Yusta, A.; Martínez-Ruiz, M. P. & Pérez-Villarreal, H. H. (2022). Studying the impact of food values, subjective norm and brand love on behavioral loyalty. *Journal of Retailing and Consumer Services*, (65), 102885.
- Jain, S. (2020). Assessing the moderating effect of subjective norm on luxury purchase intention: A study of Gen Y consumers in India. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 48(5), 517-536.
- Jeong, H. J. (2024). The warm-glow effect of consumer purchase in cause-related marketing: with roles of purchase type and consumption context. *International Journal of Advertising*, 1-25.
- Keller, K. L. & Kotler, P. (2022). Branding in B2B firms. In *Handbook of business-to-business marketing* (pp. 205-224). Edward Elgar Publishing.
- Lavorata, L. (2014). Influence of retailers' commitment to sustainable development on store image, consumer loyalty and consumer boycotts: Proposal for a model using the theory of planned behavior. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 21(6), 1021–1027.

- <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2014.01.003>
- Lee, S. H. & Workman, J. E. (2015). Determinants of brand loyalty: self-construal, self-expressive brands, and brand attachment. *International Journal of Fashion Design, Technology and Education*, 8(1), 12-20.
- Lee, Y. H. & Chen, S. L. (2019). Effect of green attributes transparency on wta for green cosmetics: Mediating effects of CSR and green brand concepts. *Sustainability*, 11(19), 5258.
- Li, J.; Hu, L. & Basheer, M. F. (2023). Linking green perceived value and green brand loyalty: a mediated moderation analysis of green brand attachment, green self-image congruity, and green conspicuous consumption. *Environment, Development and Sustainability*, 1-19.
- Lin, J.; Lobo, A. & Leckie, C. (2017). The role of benefits and transparency in shaping consumers' green perceived value, self-brand connection and brand loyalty. *Journal of Retailing and Consumer Services*, (35), 133-141.
- Newholm, T. & Shaw, D. (2007). Studying the ethical consumer: a review of research. *J. Consum. Behav.* 6(5), 253-270.
- Papista, E. & Krystallis, A. (2013). Investigating the types of value and cost of green brands: Proposition of a conceptual framework. *Journal of business ethics*, 115(1), 75-92.
- Patterson, P. G. & Spreng, R. A. (1997). Modelling the relationship between perceived value, satisfaction and repurchase intentions in a business-to-business, services context: an empirical examination. *International Journal of service Industry management*, 8(5), 414-434.
- Pina, R. & Dias, A. (2021). The influence of brand experiences on consumer-based brand equity. *Journal of brand Management*, 28(2), 99-115.
- Reynolds, M. & Yuthas, K. (2008). Moral discourse and corporate social responsibility reporting. *J. Bus. Ethic.* 78 (1/2), 47-64.
- Rhein, S. & Schmid, M. (2020). Consumers' awareness of plastic packaging: More than just environmental concerns. *Resources, Conservation and Recycling*, (162), 105063.
- Riva, F.; Magrizos, S.; Rubel, M. R. B. & Rizomyliotis, I. (2022). Green consumerism, green perceived value, and restaurant revisit intention: Millennials' sustainable consumption with moderating effect of green perceived quality. *Business Strategy and the Environment*, 31(7), 2807-2819.
- Sweeney, J. C.; Soutar, G. N. & Johnson, L. W. (1999). The role of perceived risk in the quality-value relationship: A study in a retail environment. *Journal of Retailing*, 75(1), 77-105. [https://doi.org/10.1016/S0022-4359\(99\)80005-0](https://doi.org/10.1016/S0022-4359(99)80005-0).
- Tran, N. K. H. (2023). Enhancing green brand equity through environmental reputation: The important of green brand image, green brand trust, and green brand loyalty. *Business Strategy & Development*, 6(4), 1006-1017.
- Van Tonder, E.; Fullerton, S.; De Beer, L. T. & Saunders, S. G. (2023). Social and personal factors influencing green customer citizenship behaviours: The role of subjective norm, internal values and

- attitudes. *Journal of Retailing and Consumer Services*, (71), 103190.
- Wang, G. & Zhang, Q. (2023). Transparency, Governance, and Innovation: Unveiling the Impact of Environmental Information Disclosure on Corporate Value and Green Innovation Capabilities. *International Journal of Operations and Quantitative Management*, 29(4), 54-70.
- Watson, A.; Perrigot, R. & Dada, O. (2024). The effects of green brand image on brand loyalty: The case of mainstream fast food brands. *Business Strategy and the Environment*, 33(2), 806-819.
- Wetzels, M., Odekerken-Schröder, G. & Van Oppen, C. (2009). *Using PLS path modeling for assessing hierarchical construct models: Guidelines and empirical illustration*. *MIS quarterly*, 177-195.

References

- Ansari, M., & Nasabi, V. R. (2013). Creating brand equity through the advertising mix: Examining the mediating role of knowledge, loyalty, and brand association. *Journal of Business Management Perspective*, 12(15), 37-51. (In Persian)
- Ashton, A. S.; Scott, N.; Solnet, D. & Breakey, N. (2010). Hotel Restaurant Dining: The Relationship between Perceived Value and Intention to Purchase. *Tourism and Hospitality Research*, 10(3), 206–218.
- Babae, M., Dostar, M., Erfani, S. M. H., & Babae, S. (2016). Analysis of factors affecting attitude towards green brand and green purchase intention. The Second International Conference on Green Engineering and Sustainable Technologies for a Sustainable Future, Tehran. (In Persian)
- Bahrainizadeh, M. and PourDehghan, A. (2014). Identify and examine the factors affecting brand loyalty: brand mobile phones Study. *New Marketing Research Journal*, 4(3), 17-38. (In Persian)
- Baker, J.; Parasuraman, A.; Grewal, D. & Voss, G. B. (2002). The influence of multiple store environment cues on perceived merchandise value and patronage intentions. *Journal of marketing*, 66(2), 120-141.
- Bech-Larsen, T. (1996). Danish consumers' attitudes to the functional and environmental Characteristics of food packaging. *J. Consum. Policy* 19 (3), 339–363.
- Bhardwaj, A.; Gupta, N. & Wadhawan, S. (2024). Self-Brand Connection and Brand Loyalty as an Outcome of Sustainable Cause-Related Marketing: A Conceptual Framework. *In Sustainable Development Goals: The Impact of Sustainability Measures on Wellbeing* (Vol. 113, pp. 75-90). Emerald Publishing Limited.
- Bolkhari Ghehi, H. and nasiri, M. (2025). The Significance of the «Society for the Appreciation of Cultural Works and Dignitaries» in Promoting National Branding and Cultural Diplomacy in Iran. *Socio-Cultural Strategy*, 14(1), 245-276. doi: 10.22034/scs.2025.446905.1551. (In Persian)
- Brunk, K. H. (2010). Exploring origins of ethical company/brand perceptions-A consumer perspective of corporate ethics. *Journal of business research*, 63(3), 255-262.
- Chaudhuri, A. & Holbrook, M. B. (2001). The chain of effects from brand

- trust and brand affect to brand performance: The role of brand loyalty. *Journal of marketing*, 65(2): 81-93.
- Chen, Y. S. (2010). The drivers of green brand equity: Green brand image, green satisfaction, and green trust. *Journal of Business Ethics*, 93(2), 307–319.
- Chen, Y.S. & Chang, C.H. (2012). Enhance green purchase intentions. *Manag Decis.* 50 (3),502–520.
- Dashti, M. , Sanayei, A. and Rezaei Dowlat Abadi, H. (2017). Designing a Model on Factors Affecting Customer Participation in Social Commerce Based on Stimuli-Organism-Response Framework. *New Marketing Research Journal*, 7(2), 17-42. doi: 10.22108/nmrj.2017.21796. (In Persian)
- de Oliveira Lima, L. A., da Silva, J. M. S., de Oliveira Santos, A., Marques, F. R. V., da Silva Leão, A. P., Carvalho, M. D. C. L., ... & Ferreira, A. B. S. (2024). The Influence of Green Marketing on Consumer Purchase Intention: a Systematic Review. *Revista de Gestão Social e Ambiental*, 18(3), e05249-e05249.
- de Oliveira Lima, L. A.; da Silva, J. M. S.; de Oliveira Santos, A.; Marques, F. R. V.; da Silva Leão, A. P.; Carvalho, M. D. C. L. ... & Ferreira, A. B. S. (2024). The Influence of Green Marketing on Consumer Purchase Intention: a Systematic Review. *Revista de Gestão Social e Ambiental*, 18(3), e05249-e05249.
- Donovan, R. J., & Henley, N. (2003). *Social marketing: Principles and practice*. Melbourne: IP communications.
- Eggert, A. & Helm, S. (2003). Exploring the impact of relationship transparency on business relationships: a cross-sectional study among purchasing managers in Germany. *Ind. Mark. Management.* 32 (2), 101–108.
- Ferguson, E. (2021). Strategies and theories to attract and retain blood donors: fairness, reciprocity, equity and warm-glow. *ISBT Science Series*, 16(3), 219-225.
- Fornell, C. & Larcker, D. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable and measuring error. *Journal of High Technology Management Reasearch*, 39-50.
- Fournier, S. (1998). Consumers and their brands: Developing relationship theory in consumer research. *Journal of consumer research*, 24(4), 343-373.
- Grant, J. (2008). Green marketing. *Strateg. Direct.* 24 (6), 25–27.
- Grewal, D.; Iyer, G. R.; Krishnan, R. & Sharma, A. (2003). The Internet and the price-value-loyalty chain. *Journal of Business Research*, 56(5), 391–398. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(01\)00227-2](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(01)00227-2)
- Haghighi, M. and Khalil, M. (2011). Investigation of Green Marketing Position of in Consumer's Buying behavior. *Organizational Culture Management*, 9(24), 83-102. (In Persian)
- Hartmann, P. & Apaolaza Ibáñez, V. (2006). Green value added. *Mark. Intel. Plan.* 24 (7), 673–680.
- Hoseini, S. Y. , Esmail Poor, M. and Ebrahimi, R. (2014). Identification of the Influencing Factors Creating Green Brand Image among Customers of Iranian-manufactured Automobiles in Shiraz. *Quarterly*

- Journal of Brand Management, 1(2), 107-134. doi: 10.22051/bmr.2015.1225. (In Persian)
- Islam, M. S.; Tan, C. C.; Sinha, R. & Selem, K. M. (2024). Gaps between customer compatibility and usage intentions: The moderation function of subjective norms towards chatbot-powered hotel apps. *International Journal of Hospitality Management*, (123), 103910.
- Izquierdo-Yusta, A.; Martínez-Ruiz, M. P. & Pérez-Villarreal, H. H. (2022). Studying the impact of food values, subjective norm and brand love on behavioral loyalty. *Journal of Retailing and Consumer Services*, (65), 102885.
- Jain, S. (2020). Assessing the moderating effect of subjective norm on luxury purchase intention: A study of Gen Y consumers in India. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 48(5), 517-536.
- Jeong, H. J. (2024). The warm-glow effect of consumer purchase in cause-related marketing: with roles of purchase type and consumption context. *International Journal of Advertising*, 1-25.
- Keller, K. L. & Kotler, P. (2022). Branding in B2B firms. In Handbook of business-to-business marketing (pp. 205-224). Edward Elgar Publishing.
- Lavorata, L. (2014). Influence of retailers' commitment to sustainable development on store image, consumer loyalty and consumer boycotts: Proposal for a model using the theory of planned behavior. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 21(6), 1021-1027. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2014.01.003>
- Lee, S. H. & Workman, J. E. (2015). Determinants of brand loyalty: self-construal, self-expressive brands, and brand attachment. *International Journal of Fashion Design, Technology and Education*, 8(1), 12-20.
- Lee, Y. H. & Chen, S. L. (2019). Effect of green attributes transparency on wta for green cosmetics: Mediating effects of CSR and green brand concepts. *Sustainability*, 11(19), 5258.
- Li, J.; Hu, L. & Basheer, M. F. (2023). Linking green perceived value and green brand loyalty: a mediated moderation analysis of green brand attachment, green self-image congruity, and green conspicuous consumption. *Environment, Development and Sustainability*, 1-19.
- Lin, J.; Lobo, A. & Leckie, C. (2017). The role of benefits and transparency in shaping consumers' green perceived value, self-brand connection and brand loyalty. *Journal of Retailing and Consumer Services*, (35), 133-141.
- Nasrollahi, M. S. and Amini Baghbaderani, E. (2024). The Conceptualization and Comparative Study of Cyber, Digital and Convergent Diplomacy (with emphasis on the Seventh Article of General Policies of Information-Computer Networks). *Socio-Cultural Strategy*, 13(2), 511-550. doi: 10.22034/scs.2023.411493.1479. (In Persian)
- Newholm, T. & Shaw, D. (2007). Studying the ethical consumer: a review of research. *J. Consum. Behav.* 6(5), 253-270.
- Papista, E. & Krystallis, A. (2013). Investigating the types of value and cost of green brands: Proposition of a conceptual framework. *Journal of business ethics*, 115(1), 75-92.

- Patterson, P. G. & Spreng, R. A. (1997). Modelling the relationship between perceived value, satisfaction and repurchase intentions in a business-to-business, services context: an empirical examination. *International Journal of service Industry management*, 8(5), 414-434.
- Pina, R. & Dias, Á. (2021). The influence of brand experiences on consumer-based brand equity. *Journal of brand Management*, 28(2), 99-115.
- Reynolds, M. & Yuthas, K. (2008). Moral discourse and corporate social responsibility reporting. *J. Bus. Ethic.* 78 (1/2), 47–64.
- Rhein, S. & Schmid, M. (2020). Consumers' awareness of plastic packaging: More than just environmental concerns. *Resources, Conservation and Recycling*, (162), 105063.
- Riva, F.; Magrizos, S.; Rubel, M. R. B. & Rizomyliotis, I. (2022). Green consumerism, green perceived value, and restaurant revisit intention: Millennials' sustainable consumption with moderating effect of green perceived quality. *Business Strategy and the Environment*, 31(7), 2807-2819.
- Shafei, R. , Salavati, A. and Jahanian, R. (2014). Effects of green brand image On Green brand Equity (Case study: Representative household appliances Customer and household appliances Customers of chain stores of city of Sanandaj). *Journal of Business Management*, 6(3), 555-574. doi: 10.22059/jibm.2014.53384. (In Persian)
- Sweeney, J. C.; Soutar, G. N. & Johnson, L. W. (1999). The role of perceived risk in the quality-value relationship: A study in a retail environment. *Journal of Retailing*, 75(1), 77–105. [https://doi.org/10.1016/S0022-4359\(99\)80005-0](https://doi.org/10.1016/S0022-4359(99)80005-0).
- Teimouri, H. and Goodarzvand Chegini, M. (2018). Investigating the Individual and Organizational Factors Affecting E-loyalty with the Mediating Role of E-satisfaction. *Journal of Business Administration Researches*, 10(19), 65-97. (In Persian)
- Tran, N. K. H. (2023). Enhancing green brand equity through environmental reputation: The important of green brand image, green brand trust, and green brand loyalty. *Business Strategy & Development*, 6(4), 1006-1017.
- Van Tonder, E.; Fullerton, S.; De Beer, L. T. & Saunders, S. G. (2023). Social and personal factors influencing green customer citizenship behaviours: The role of subjective norm, internal values and attitudes. *Journal of Retailing and Consumer Services*, (71), 103190.
- Wang, G. & Zhang, Q. (2023). Transparency, Governance, and Innovation: Unveiling the Impact of Environmental Information Disclosure on Corporate Value and Green Innovation Capabilities. *International Journal of Operations and Quantitative Management*, 29(4), 54-70.
- Watson, A.; Perrigot, R. & Dada, O. (2024). The effects of green brand image on brand loyalty: The case of mainstream fast food brands. *Business Strategy and the Environment*, 33(2), 806-819.
- Wetzels, M., Odekerken-Schröder, G. & Van Oppen, C. (2009). *Using PLS path modeling for assessing hierarchical construct models: Guidelines and empirical illustration*. *MIS quarterly*, 177-195.

Extended abstract

Introduction

Within the intellectual framework of the Islamic Revolution, the university is not merely a site for producing science and technology; it is a workshop for building human character and a central hub for nurturing a generation capable of bearing the heavy burden of constructing the "New Islamic Civilization." This grand aspiration, outlined in the "Second Step of the Revolution Statement" as the future roadmap for the system, rests upon the shoulders of revolutionary and committed youth. The central question, then, is which institution holds the responsibility for guiding, directing, and educating these young individuals along this challenging path? Undoubtedly, university professors, as "thinking minds" and "behavioral models," are at the forefront of this civilizational endeavor. However, Iran's higher education system faces challenges such as the dominance of a purely scientific approach and insufficient attention to educational dimensions, cultural invasion, declining professor-student interaction, and weaknesses in the motivational system for professors. In identifying this gap, this research seeks to present a systematic model for explaining the educational roles of university professors, based on the foundations of the Second Step of the Revolution Statement.

Research Methodology

This study was conducted using a qualitative approach and a systematic review method. The research population consisted of reputable domestic and international sources (from databases such as Noormags, SID, ScienceDirect, Scopus) within the timeframe of 2019 to 2024. Using relevant keywords, 50 initial sources were identified, and after applying inclusion and exclusion criteria, 11 sources were ultimately selected for final analysis. The data analysis process was carried out in three stages:

1. Qualitative Content Analysis: In-depth study of texts and extraction of key concepts.
2. Three-Stage Coding: Comprising open coding (extracting 18 initial codes), axial coding (integrating into 8 secondary codes), and selective coding (establishing relationships between categories).
3. Validation: Review of the coding process by two independent researchers specializing in Islamic education and qualitative methodology.

Key Findings: Six Pivotal Roles of Professors in Civilizational Education

Data analysis led to the identification of a comprehensive model consisting of six main, interconnected roles for university professors.

These roles are not independent of one another; rather, within a complex and dynamic network, they reinforce each other and ultimately lead to the "holistic education" of young people.

1- The Modeling Role: The Embodiment of Knowledge and Ethics
The modeling role is the cornerstone of all other roles. A university professor can only be effective when they themselves are a "living example" of the values they teach. This role is subdivided into three components:

- Scientific Modeling: Through scholarly mastery, a questioning spirit, and enlightenment, the professor becomes a model for the student's pursuit of truth and scientific excellence.
- Ethical Modeling: Honesty, justice, humility, and adherence to Islamic values in the professor's conduct and character provide the most powerful moral lesson for the youth.
- Behavioral Modeling: The professor's manner of interaction with students, colleagues, and societal issues—from time management to respecting opposing views—provides a practical paradigm for the student's social life.

2- The Guidance Role: Mentoring the Path of Self-Building and Society-Building: Professors, as compassionate and knowledgeable guides, bear the responsibility of mentoring youth in the two realms of "self-building" and "society-building."

- Spiritual Guidance: By encouraging self-purification, strengthening religious beliefs, and observance of religious duties, the professor accompanies the youth on their path of spiritual growth.
- Motivational Guidance: In an environment where despair and discouragement sometimes surround the youth, the professor, by painting a hopeful vision of the future of Islamic Iran and the unique role of youth within it, strengthens their psychological drive.
- Innovative Guidance: By encouraging critical thinking, creativity, and problem-solving based on Islamic values, the professor prepares the youth for impactful roles in fields of progress and civilization-building.

3- The Knowledge-Enhancement Role: Expanding Horizons of Knowledge and Insight: This role goes beyond the mere transmission of specialized knowledge to develop the "insight" of the youth.

- Transmission of Specialized Knowledge: Teaching contemporary sciences with the highest quality provides the necessary foundation for developing expertise.
- Enhancing Religious and Social Knowledge: By explaining the intellectual foundations of the Islamic Revolution, analyzing contemporary history, and familiarizing students with socio-cultural challenges, the professor instills the necessary insight for an intelligent engagement with global developments.
- Media and Technological Literacy: In the digital age, the professor is obligated to educate students for responsible, critical, and constructive use of cyberspace and new technologies, enabling them to remain safe

from its threats while benefiting from its opportunities.

4- The Identity-Formation Role: Rebuilding Civilizational Self-Confidence

One of the most profound roles of professors is to assist the youth in finding their "true self" through a synthesis of pride in the brilliant past of Islamic-Iranian civilization and hope for an even brighter future.

- Strengthening Islamic Identity: By explaining the depth of religious concepts and their connection to individual and social life.
- Strengthening National-Iranian Identity: By introducing Iran's scientific, literary, and historical luminaries and emphasizing its brilliant civilizational record.
- Political Awareness: Through intelligent analysis of political developments and healthy political affiliations, without engaging in destructive partisanship, the professor transforms the student into an active and aware citizen.

5- The Responsibility-Fostering Role: Cultivating Active and Engaged Citizens: The New Islamic Civilization will not be built by passive citizens. Through this role, the university professor extracts the youth from the confines of individualism and guides them towards the arena of social responsibility.

- Social Responsibility: Encouraging participation in solving local, urban, and national problems through voluntary and civic activities.
- Civic Responsibility: Familiarizing students with their civic rights and duties towards the Islamic system and the Constitution.

6- The Cyber-Education Role: Safeguarding in a Borderless Space

This emerging role is the university's essential response to one of the biggest challenges facing the younger generation. The professor must possess the capability for "digital education"; that is, the ability to educate students for an ethical, healthy, and impactful life in cyberspace, immunizing them against the psychological, moral, and intellectual harms of this realm.

Challenges and Operational Strategies

Implementing this model faces numerous challenges, categorized into structural (lack of funding, inefficient evaluation systems), cultural (cultural invasion, individualism), and individual (professor burnout, lack of communication skills). To overcome these challenges, the following practical strategies are proposed:

- Fundamental revision of professor training and selection programs, incorporating topics on professional ethics, pedagogical skills, and media literacy.
- Establishing a multidimensional evaluation and incentive system that considers educational and mentorship indicators alongside research metrics.
- Founding a "Special Fund for Islamic Education" to finance educational projects and initiatives.
- Implementing a "Professor Occupational Health Plan" to prevent burnout and enhance their psychological well-being.

- Formulating a "Charter of Professional Ethics for Professors" to foster an environment of trust and scientific impartiality within the university.
- Qualitatively developing professor-student interaction through scientific-educational camps, brainstorming sessions, and open discourse platforms.
- Intelligently leveraging the capacities of art and media for the indirect and engaging transmission of educational and civilizational concepts.


Conclusion and Final Summary

The model presented in this research paints a holistic and systematic picture of university professors as "civilization-building educators." This model demonstrates that a professor aligned with the Islamic Revolution is a multidimensional entity who must simultaneously serve as a model and guide for the youth in the spheres of knowledge, ethics, spirituality, identity, and social responsibility. The realization of the New Islamic Civilization, the lofty ideal of the Islamic Republic system, will be impossible without nurturing a generation that integrates "knowledge" and "action," "faith" and "expertise," "rationality" and "spirituality," and "identity" and "responsibility." This crucial task can only be achieved through a redefinition of the professors' role, a transformation in the perspective of higher education policymakers, and a national resolve to invest in "education" alongside "instruction." University professors are the bridge connecting the civilizational ideals of the Second Step Statement and the younger generation—a bridge which, if firmly built, will ensure a tomorrow for Islamic Iran that is brighter than its yesterday.

Keywords: Youth, university professors, educational role, Modern Islamic civilization, The second step of the revolution, Identity formation.

ارائه الگوی نقش اساتید دانشگاه در تربیت جوانان در راستای تحقق تمدن نوین اسلامی


محمد مجیدپور خوئی

استادیار، گروه آموزش معارف اسلامی، دانشگاه فرهنگیان، تهران، ایران (نویسنده مسئول).
M.majidpour@cfu.ac.ir  0009-0001-6431-4741

معین طریقی

دبیر رسمی آموزش و پرورش، تهران، ایران.
Moein.garmini@gmail.com  0009-0009-8301-4776

فاطمه عفتی داریانی

مری، گروه مامایی، دانشکده پرستاری و مامایی، دانشگاه علوم پزشکی ارومیه، ارومیه، ایران.
Effati.f@umsu.ac.ir  0000-0003-4963-0356

چکیده

در شرایط کنونی، نیاز به تربیت جوانان توانمند، متعهد و تمدن ساز به عنوان اصلی ترین سرمایه های انقلاب اسلامی، یکی از دغدغه های کلیدی نظام آموزشی است. با توجه به ضعف های موجود در الگوی تربیتی دانشگاه ها (از جمله تمرکز صرف بر آموزش های نظری و بی توجهی نسبی به ابعاد اخلاقی و هویتی)، این پژوهش به ارائه الگوی نقش اساتید دانشگاه در تربیت جوانان در راستای تحقق تمدن نوین اسلامی بر پایه مبانی بیانیه گام دوم انقلاب می پردازد. بیانیه گام دوم انقلاب، به عنوان سندی راهبردی، بر اهمیت تربیت نیروی انسانی متعهد و متخصص تأکید دارد و دانشگاه ها به عنوان مراکز تربیت نیروی انسانی متعهد و متخصص، نقش کلیدی در پرورش نسل جوان دارند. در این راستا، اساتید به عنوان الگوهای علمی و اخلاقی تأثیر بسزایی دارند. این پژوهش با روش مروری نظام مند و با روش نمونه گیری هدفمند، منابع معتبر (شامل مقالات علمی، اسناد بالادستی و کتب مرتبط) را از پایگاه های داخلی و خارجی (مانند: Science Direct، SID، Noormags) با کلیدواژه های نقش اساتید، تربیت جوانان، تمدن نوین اسلامی و بیانیه گام دوم انقلاب گردآوری و تحلیل کرده است. یافته ها نشان می دهد اساتید دانشگاه در شش نقش الگویی، هدایت گری، معرفت افزایی، هویت بخشی، مسئولیت پذیری و تربیت ساینبری تأثیر گذارند و مواجهه با چالش هایی مانند کاهش تعامل استاد - دانشجو، ضعف نظام انگیزشی اساتید و موانع فرهنگی، نیازمند راهکارهایی چون تغییر ساختار ارزیابی اساتید، تقویت مهارت های تربیتی آنان و استفاده از ظرفیت های فرهنگی دانشگاه است. این مطالعه بر این نکته تأکید دارد که تحقق تمدن نوین اسلامی بدون بازتعریف نقش اساتید در تربیت همه جانبه جوانان ممکن نخواهد بود.

کلیدواژه ها: جوانان، اساتید دانشگاه، نقش تربیتی، تمدن نوین اسلامی، بیانیه گام دوم انقلاب، هویت بخشی.

شاپای الکترونیک: ۲۵۸۸-۶۵۵X / پژوهشکده تحقیقات راهبردی / فصلنامه علمی راهبرد اجتماعی فرهنگی



مسئولیت مقاله از نظر محتوای علمی و نظرهای مطرح شده در متن آن، به عهده نویسندگان و یا نویسنده مسئول مقاله می باشد و مورد تأیید / عدم تأیید صاحب امتیاز نشریه راهبرد اجتماعی فرهنگی نمی باشد.

مقدمه و بیان مسئله

تربیت و آموزش به‌عنوان ارکان اساسی شکل‌گیری و تداوم تمدن‌ها، در اسلام نیز از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. بعثت پیامبران الهی به تربیت انسان‌ها به‌عنوان یکی از اهداف اصلی خود تأکید دارد. در دنیای معاصر، دانشگاه‌ها به‌عنوان نهادهای کلیدی در فرایند تربیتی و آموزشی، نقش مهمی در شکل‌دهی به آینده جوامع ایفا می‌کنند. در این راستا، اساتید دانشگاه به‌عنوان محور اصلی این نهادها، مسئولیت بزرگی در تربیت نسل آینده‌ساز جامعه بر عهده دارند (الویری و کریم‌زاده سورشجانی، ۱۴۰۱).

در جمهوری اسلامی ایران، با توجه به آرمان‌های انقلاب اسلامی و هدف والای تشکیل تمدن نوین اسلامی، نقش تربیتی اساتید دانشگاه اهمیتی دوچندان می‌یابد. در شرایط کنونی که نظام جمهوری اسلامی ایران با چالش‌های متعددی در عرصه‌های فرهنگی، اجتماعی و تمدنی روبه‌رو است، بیانیه گام دوم انقلاب به‌عنوان سند راهبردی کلان، نقش‌های جامع برای عبور از این چالش‌ها و حرکت به سمت تمدن نوین اسلامی ارائه می‌دهد. یکی از محورهای اساسی این بیانیه، تأکید بر نقش جوانان به‌عنوان نیروی محرکه پیشرفت و تحول است (ترابی کلاته قاضی، ۱۴۰۰). با این حال، پرسش اصلی این است که اساتید دانشگاه به‌عنوان هدایتگران فکری و تربیتی جوانان، چگونه می‌توانند با الگوسازی متناسب با مبانی بیانیه گام دوم، در شکل‌گیری نسل تراز تمدن نوین اسلامی مؤثر باشند؟ این مسئله، به‌ویژه در فضای کنونی دانشگاه‌ها که با چالش‌هایی مانند تهاجم فرهنگی، کاهش انگیزه‌های دینی و علمی، و گسست نسلی مواجه است، از اهمیت راهبردی برخوردار می‌باشد (خجیر، ۱۴۰۲).

دانشگاه‌ها به‌عنوان یکی از مهم‌ترین نهادهای اجتماعی، نقشی کلیدی در تربیت نیروی انسانی متخصص و متعهد ایفا می‌کنند. این نهاد نه تنها محل انتقال دانش و مهارت‌های تخصصی هستند بلکه بستری برای شکل‌دهی به شخصیت، ارزش‌ها و نگرش‌های دانشجویان فراهم می‌آورند. از سوی دیگر، اساتید دانشگاه به‌عنوان رکن اصلی این نهاد، تأثیر مستقیمی بر روند تربیتی جوانان دارند. آنها نه تنها با انتقال دانش تخصصی بلکه با رفتارها، گفتارها و منش خود می‌توانند الگویی برای جوانان باشند. نقش الگویی اساتید از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است؛ چراکه جوانان اغلب تحت تأثیر شخصیت و رفتار استادان خود قرار می‌گیرند (خاکپور، اعتمادی‌زاده و صمدی، ۱۳۹۸). بیانیه گام دوم انقلاب نیز با تأکید بر نقش محوری جوانان در تحقق

تمدن نوین اسلامی، اهمیت تربیت آنان را دوچندان کرده است. در این راستا، دانشگاه‌ها باید محیطی فراهم کنند که علاوه بر ارتقای سطح علمی جوانان، زمینه‌ساز رشد اخلاقی و معنوی آنان نیز باشد (اسکندری‌نسب، ۱۴۰۱).

در این نگاشته الگوی نقش اساتید دانشگاه در تربیت جوانان به‌منظور تحقق تمدن نوین اسلامی براساس مبانی بیانیه گام دوم انقلاب ارائه شده است. اساتید دانشگاه به‌عنوان الگوهای علمی و اخلاقی، نقش بسیار مهمی در تربیت جوانان دارند. آنها با رفتار و منش خود می‌توانند ارزش‌های اسلامی را به نمایش بگذارند و جوانان را به خودسازی، تهذیب نفس و کسب فضایل اخلاقی هدایت کنند. این تأثیرگذاری نه‌تنها شامل انتقال دانش تخصصی است بلکه به ارتقای آگاهی دینی و اجتماعی جوانان نیز می‌پردازد. اساتید باید جوانان را به کشف مجهولات و حل مسائل جدید تشویق کنند و زمینه را برای توسعه دانش و بینش اسلامی فراهم آورند. همچنین، تقویت هویت اسلامی - ایرانی جوانان و ایجاد احساس تعلق به انقلاب و نظام اسلامی از دیگر وظایف مهم آنهاست. تربیت جوانان مسئولیت‌پذیر و فعال در جامعه، تشویق به مشارکت در فعالیت‌های اجتماعی و آشنا کردن آنها با حقوق و وظایف شهروندی نیز از دیگر ابعاد نقش هدایت‌گری و الگویی اساتید است. در نهایت، برای ارتقای کیفیت آموزش و تربیت اساتید جدید، بازنگری در برنامه‌های تربیت اساتاد و گنجانیدن مباحث تربیتی و اخلاقی در این برنامه‌ها ضروری است.

در این میان، مسئله اصلی که این پژوهش به دنبال بررسی آن است، چگونگی ایفای نقش اساتید دانشگاه در تربیت جوانان در راستای تحقق اهداف تمدن نوین اسلامی، با توجه به رهنمودهای بیانیه گام دوم انقلاب می‌باشد. اهمیت این موضوع از آنجا ناشی می‌شود که اساتید دانشگاه، علاوه بر انتقال دانش تخصصی، نقش مهمی در شکل‌دهی به هویت، ارزش‌ها و نگرش‌های دانشجویان دارند (خاکپور، اعتمادی‌زاده و صمدی، ۱۳۹۸). این نقش تربیتی می‌تواند در راستای تحقق آرمان‌های انقلاب اسلامی و شکل‌گیری تمدن نوین اسلامی بسیار تأثیرگذار باشد.

۱. هدف و سؤالات پژوهش

پژوهش مروری حاضر با هدف ارائه الگوی نقش اساتید دانشگاه در تربیت جوانان در راستای تحقق تمدن نوین اسلامی بر پایه مبانی بیانیه گام دوم انقلاب انجام می‌شود. این پژوهش به دنبال شناسایی مؤلفه‌های اصلی تمدن نوین اسلامی در بیانیه گام دوم انقلاب، تبیین جایگاه و نقش اساتید دانشگاه در تربیت جوانان و ارائه راهکارهایی

برای تقویت نقش تربیتی اساتید در راستای تحقق تمدن نوین اسلامی است. اهمیت این پژوهش از آنجا ناشی می‌شود که بیانیه گام دوم انقلاب به‌عنوان یک سند راهبردی، چشم‌انداز آینده انقلاب اسلامی را ترسیم کرده و بر نقش محوری جوانان در تحقق این چشم‌انداز تأکید نموده است (ترابی کلاته قاضی، ۱۴۰۰). در این میان، اساتید دانشگاه به‌عنوان الگوهای علمی و اخلاقی، نقش مهمی در شکل‌دهی به شخصیت و نگرش‌های دانشجویان دارند و می‌توانند در راستای تحقق اهداف بیانیه گام دوم انقلاب تأثیرگذار باشند.

هدف اصلی این پژوهش مروری، ارائه الگوی نقش اساتید دانشگاه در تربیت جوانان در راستای تحقق تمدن نوین اسلامی بر پایه مبانی بیانیه گام دوم انقلاب است. در این راستا، اهداف فرعی زیر دنبال می‌شوند:

۱- تبیین جایگاه و نقش اساتید دانشگاه در تحقق اهداف تربیتی بیانیه گام دوم انقلاب؛

۲- ارائه راهکارهایی برای تقویت نقش اساتید دانشگاه در تربیت جوانان در راستای تحقق تمدن نوین اسلامی:

- مؤلفه‌های کلیدی نقش اساتید دانشگاه در تربیت جوانان در راستای تحقق تمدن نوین اسلامی بر پایه مبانی بیانیه گام دوم انقلاب کدامند؟
- چه راهکارهای عملیاتی می‌توان برای تقویت نقش اساتید دانشگاه در تربیت جوانان بر اساس اهداف بیانیه گام دوم انقلاب ارائه داد؟
- موانع و چالش‌های پیش‌روی اساتید دانشگاه در ایفای نقش تربیتی خود مبتنی بر مبانی بیانیه گام دوم انقلاب کدامند؟

۲. ضرورت و اهمیت پژوهش

ضرورت انجام این پژوهش مروری، از چند جنبه قابل توجه است. نخست، با توجه به اهمیت بیانیه گام دوم انقلاب به‌عنوان نقشه راه آینده کشور، بررسی ابعاد مختلف آن و چگونگی تحقق اهدافش ضروری به نظر می‌رسد (غفاری‌هشجین و نیکونهاد، ۱۳۹۹). دوم، با توجه به نقش کلیدی دانشگاه‌ها و اساتید در تربیت نسل جوان کشور، تبیین چگونگی ایفای نقش تربیتی اساتید در راستای تحقق اهداف بیانیه گام دوم انقلاب می‌تواند راهگشای برنامه‌ریزی‌های آتی در حوزه آموزش عالی باشد (منظری توکلی و کهنوجی، ۱۴۰۰). سوم، با توجه به چالش‌های موجود در عرصه تربیت و آموزش در دانشگاه‌ها، ارائه راهکارهایی برای تقویت نقش اساتید در تربیت



جوانان می‌تواند در راستای تحقق اهداف تمدنی انقلاب اسلامی کمک شایانی نماید (رودگر نژاد، ۱۴۰۰). این پژوهش مروری با گردآوری و تحلیل یافته‌های پژوهش‌های پیشین در این زمینه، می‌تواند دیدگاهی جامع و کاربردی برای سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان حوزه آموزش عالی فراهم آورد.

در این پژوهش مروری، با بهره‌گیری از منابع معتبر علمی و پژوهشی، به بررسی ابعاد مختلف موضوع پرداخته خواهد شد. بیانیه گام دوم انقلاب به‌عنوان سند محوری این پژوهش، مبنای تحلیل و بررسی قرار خواهد گرفت و تلاش خواهد شد تا با تحلیل محتوای این بیانیه و سایر منابع مرتبط، چهارچوبی جامع برای ارائه الگوی نقش اساتید دانشگاه در تربیت جوانان در راستای تحقق تمدن نوین اسلامی ارائه گردد.

۳. پیشینه پژوهش

اسکندری‌نسب (۱۴۰۱) در تحلیل محتوای بیانیه گام دوم انقلاب، بر وظایف راهبردی جوانان تأکید دارد و نشان می‌دهد که این بیانیه، دانشگاه‌ها و اساتید را به‌عنوان کانون‌های تربیت نیروی انسانی متعهد و تحقق‌بخش تمدن نوین اسلامی معرفی می‌کند. یافته‌های این پژوهش، لزوم توجه به نقش هدایتگری اساتید در جهت‌دهی به جوانان را مورد تأکید قرار می‌دهد (اسکندری‌نسب، ۱۴۰۱).

غفاری‌هشجین و نیکونهاد (۱۳۹۹) در پژوهش آینده‌نگارانه خود، بیانیه گام دوم را به‌عنوان سندی تحول‌آفرین در عرصه‌های علمی و تربیتی تحلیل کرده‌اند. نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که تحقق اهداف این بیانیه، مستلزم بازتعریف نقش اساتید دانشگاه در تربیت نسل جوان با رویکرد تمدن‌ساز است (غفاری‌هشجین و نیکونهاد، ۱۳۹۹).

کوهی و همکاران (۱۳۹۸)، در بررسی خودتنظیمی پژوهشی دانشجویان، به نقش کلیدی اساتید و گروه‌های آموزشی در هدایت تحصیلی و تربیتی دانشجویان اشاره کرده‌اند. این پژوهش نشان می‌دهد که کیفیت تعامل استاد و دانشجو می‌تواند بر رشد علمی و تربیتی دانشجویان تأثیر معناداری بگذارد (کوهی و دیگران، ۱۳۹۸).

منظری توکلی و کهنوجی (۱۴۰۰)، به تبیین اهداف تربیتی بیانیه گام دوم پرداخته و الگویی برای نقش‌آفرینی اساتید در تربیت جوانان ارائه داده‌اند. این پژوهش بر ضرورت ترکیب سه بُعد علمی، اخلاقی و عملی در نقش‌آفرینی اساتید برای تحقق اهداف تربیتی بیانیه گام دوم انقلاب تأکید می‌کند (منظری توکلی و کهنوجی، ۱۴۰۰).

امیرحمزه مهربانی و مهدی مهربانی (۱۳۹۸)، با اشاره به توانمندی جوانان،

به‌عنوان مخاطبان اصلی «بیانیه گام دوم انقلاب»، نقش آنان را نقش محوری در تحقق تمدن نوین اسلامی دارند. این پژوهش با اتکا به بیانیه گام دوم و با روش تحلیل مضمون، به شناسایی عوامل مؤثر بر توانمندسازی جوانان (شامل عوامل معنوی - اخلاقی، معرفت‌شناختی، ساختاری و مهارتی)، متغیرهای زمینه‌ساز، موانع و پیامدها می‌پردازد. یافته‌ها منجر به طراحی الگوی پارادایمی توانمندسازی جوانان شده است که می‌تواند به‌عنوان چهارچوبی راهبردی در ادبیات تربیت اسلامی مورد استفاده قرار گیرد (مهرابی و مهرابی، ۱۳۹۸).

جعفری و مهجوری (۱۴۰۲)، به ضرورت ترویج معنویت در میان جوانان با توجه به تأکیدات بیانیه گام دوم انقلاب می‌پردازد. در فضای کنونی که جامعه بشری به‌شدت درگیر مادی‌گرایی و پیشرفت‌های فناورانه شده، معنویت به‌عنوان گمشده بشر امروز مطرح می‌شود. پژوهش حاضر با روش توصیفی - تحلیلی و مطالعات کتابخانه‌ای، ابتدا عوامل دین‌گریزی جوانان را بررسی کرده و سپس راهکارهای عملی مانند تبیین صحیح مفاهیم دینی، ارائه چهره عقلانی از دین، تقویت دشمن‌شناسی، استفاده از روش‌های نوین تبلیغ و ایجاد محیط‌های معنوی را برای جذب جوانان به معنویت پیشنهاد می‌دهد. یافته‌ها نشان می‌دهد انقلاب اسلامی با به‌کارگیری این راهکارها می‌تواند نقش احیاگر معنویت در دنیای معاصر را ایفا کند. این مطالعه با پرکردن خلأ موجود در ادبیات موضوع، چهارچوبی کاربردی برای سیاست‌گذاری در حوزه جوانان ارائه می‌دهد (جعفری و مهجوری، ۱۴۰۲).

احمدی‌مقدم (۱۴۰۰)، با استناد به بیانیه گام دوم انقلاب، به بررسی جایگاه راهبردی دانشگاه‌ها در فرایند تمدن‌سازی اسلامی می‌پردازد. با گذار از مراحل اولیه انقلاب، این مطالعه بر نقش محوری دانشگاه‌ها به‌ویژه دانشگاه دفاع ملی در تربیت مدیران کارآمد برای تحقق آرمان‌های تمدنی تأکید دارد. مطالعه نشان می‌دهد که دانشگاه تراز انقلاب اسلامی باید به‌عنوان نهادی کنشگر و از نسل چهارم دانشگاه‌ها، همسو با ارزش‌های اسلامی بازتعریف شود. این پژوهش با روش تحلیلی و با اتکا به اسناد بالادستی، الگویی از دانشگاه اسلامی ارائه می‌دهد که قادر است در تقابل گفتمان تمدن اسلامی با الگوی توسعه غربی ایفای نقش کند. یافته‌ها حاکی از آن است که دانشگاه‌های کشور نیازمند بازنگری اساسی در کارکردها و ساختار خود به‌منظور پاسخگویی به نیازهای مرحله جدید انقلاب هستند. این پژوهش با ترکیب نظریه دانشگاه نسل چهارم و مبانی اسلامی، چهارچوبی نوین برای دانشگاه ایرانی - اسلامی پیشنهاد می‌دهد که می‌تواند به‌عنوان راهنمای سیاست‌گذاری در حوزه



آموزش عالی مورد استفاده قرار گیرد (احمدی‌مقدم، ۱۴۰۰).
 نبی‌زاده و همکاران (۱۴۰۳)، به بررسی مبانی معرفت‌شناختی تربیت معنوی در اندیشه امامین انقلاب اسلامی می‌پردازد. با استفاده از روش تحلیل فرارونده و بررسی اسنادی، شش اصل کلیدی شامل وحیانی بودن، ارزشمندی، توحیدی بودن، عقلانیت، عدم تقلید و سودمندی معرفت استخراج شد. یافته‌ها نشان می‌دهد این اصول می‌توانند چهارچوبی برای تقویت نقش دانشگاه‌ها در تمدن‌سازی اسلامی ارائه دهند. مطالعه بر اهمیت تلفیق رشد علمی با پرورش معنوی در محیط‌های دانشگاهی تأکید دارد (نبی‌زاده و دیگران، ۱۴۰۳).

مطالعه حاضر می‌تواند با ترکیب سطوح خرد (فردی) و کلان (تمدن‌ساز) در نقش‌آفرینی اساتید و ترکیب بیانیه گام دوم با تربیت دانشگاهی و با پُر کردن خلأهای موجود (نظری، روشی و کاربردی)، گامی فراتر از پژوهش‌های قبلی، از جمله عدم توجه کافی به نقش تمدنی دانشگاه‌ها (که در مطالعات پیشین مغفول مانده بود)، ارائه الگوی بومی (به جای الگوهای وارداتی) و تبدیل مبانی نظری به راهکارهای عملیاتی، گامی اساسی در راستای تکمیل چرخه پژوهش‌های پیشین بردارد. این مطالعه می‌تواند با پژوهش‌های کمی برای سنجش اثربخشی الگو و مقایسه تطبیقی با تجربیات دانشگاه‌های اسلامی دیگر کشورها تکمیل گردد.

۴. ملاحظات نظری

۴-۱. تمدن نوین اسلامی

۴-۱-۱. مفهوم کلیدی

تمدن نوین اسلامی مفهومی است که در راستای احیای ارزش‌های اسلامی و بازسازی جامعه بر اساس اصول و آموزه‌های دینی مطرح شده است. این تمدن، برخلاف تمدن‌های مادی‌گرا، بر محوریت دین و اخلاق استوار است و تلاش می‌کند تا با تلفیق معنویت و پیشرفت علمی، جامعه‌ای عادلانه، اخلاق‌مدار و پیشرفته ایجاد کند (الویری و کریم‌زاده، ۱۴۰۲). یکی از ویژگی‌های برجسته تمدن نوین اسلامی، تأکید بر علم و دانش به‌عنوان زیربنای پیشرفت جامعه است. تربیت نیز جایگاه ویژه‌ای در این تمدن دارد؛ چراکه انسان‌های متعهد و متخصص، اساس شکل‌گیری و تداوم آن را تشکیل می‌دهند (کاظمی، ۱۳۹۷). خادم‌علیزاده (۱۳۹۸) در پژوهش خود نشان داده است که تربیت جوانان آگاه و متعهد، یکی از مهم‌ترین عوامل در تحقق اهداف تمدنی اسلام است. او معتقد است که نظام تعلیم و تربیت باید به‌گونه‌ای

طراحی شود که علاوه بر انتقال دانش تخصصی، ارزش‌ها و اصول اخلاقی را نیز به نسل جوان منتقل کند (خادم‌علیزاده، ۱۳۹۸).

۴-۱-۲. مبانی نظری

تمدن نوین اسلامی ریشه در سه منبع اصلی دارد: قرآن کریم به‌عنوان متن بنیادین (آیه ۲۵ سوره حدید که بر عدالت و قسط تأکید دارد)، سنت پیامبر (صلی‌الله‌علیه‌وآله‌وسلم) و ائمه معصومین (علیهم‌السلام) که الگوی عملی جامعه اسلامی را ترسیم کرده‌اند (به‌ویژه حدیث ثقلین)، و اندیشه‌های نوین اسلامی که توسط متفکرانی مانند شهید مطهری (در کتاب «عدل الهی») (مطهری، ۱۴۰۱) و امام خامنه‌ای (در بیانیه گام دوم انقلاب) توسعه یافته است. این تمدن برخلاف تمدن غربی که بر فردگرایی و سکولاریسم استوار است (نظریه هانتینگتون در «برخورد تمدن‌ها» (اخوان، ۱۳۸۴))، بر جامعه‌گرایی دینی و ترکیب عقلانیت با معنویت تأکید دارد. تجربه تاریخی تمدن اسلامی در قرون طلایی (مانند دوره بغداد در قرن چهارم هجری) نشان می‌دهد که این الگو قابلیت تحقق عملی دارد. مطالعات جدید نیز (مانند پژوهش‌های عبدالحمید ابوزید در «نقد گفتمان دینی») نشان می‌دهد که بازخوانی متون اسلامی با نیازهای معاصر ممکن است. در ایران، این نظریه در آثار اندیشمندانی مانند دکتر شریعتی (به‌ویژه کتاب «امت و امامت» (شریعتی، ۱۳۹۸)) و مقام معظم رهبری (در سخنرانی‌های متعدد درباره پیشرفت اسلامی) بسط یافته و بر سه پایه استقلال فرهنگی، عدالت اجتماعی و نوآوری علمی استوار شده است. نمونه عینی آن را می‌توان در پیشرفت‌های علمی ایران پس از انقلاب (مانند دستاوردهای هسته‌ای و زیست‌فناوری) مشاهده کرد که نشان می‌دهد ترکیب علم و دین ممکن است. این نظریه در تقابل با نظریه پایان تاریخ فوکویاما قرار می‌گیرد و اثبات می‌کند که آلترناتیوی برای تمدن غربی وجود دارد.

۴-۲. بیانیه گام دوم انقلاب

۴-۲-۱. مفهوم کلیدی

بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی که توسط مقام معظم رهبری در سال ۱۳۹۷ صادر شد، به‌عنوان سندی راهبردی برای حرکت انقلاب در دهه‌های آینده تدوین شده است. این بیانیه با مروری بر دستاوردهای چهل ساله انقلاب اسلامی، چشم‌انداز



آینده کشور را ترسیم کرده و بر لزوم بهره‌گیری از ظرفیت‌های داخلی برای تحقق اهداف بزرگ انقلاب تأکید دارد (ترابی کلاته قاضی، ۱۴۰۰).

۴-۲-۲. مبانی نظری

یکی از نکات برجسته بیانیه گام دوم انقلاب، تأکید ویژه بر نقش جوانان در پیشبرد اهداف انقلاب اسلامی است. رهبر معظم انقلاب در این بیانیه جوانان را موتور محرکه انقلاب دانسته و از آنها خواسته است تا با تکیه بر علم، ایمان و روحیه جهادی، نقش خود را در تحقق تمدن نوین اسلامی ایفا کنند (اسکندری‌نسب، ۱۴۰۱). منظری توکلی و کهنوجی نیز در پژوهش خود به اهمیت تربیت نیروی انسانی متعهد و متخصص در راستای تحقق اهداف بیانیه اشاره کرده‌اند. آنها معتقدند که اساتید دانشگاه باید نقش فعالی در تربیت جوانان ایفا کنند تا بتوانند نیروهای آگاه، مسئولیت‌پذیر و دارای بصیرت انقلابی برای آینده کشور پرورش دهند (منظری توکلی و کهنوجی، ۱۴۰۰).

در این میان، بیانیه گام دوم انقلاب با تأکید ویژه بر نقش جوانان به‌عنوان موتور محرکه پیشرفت، افق جدیدی را ترسیم کرده است. مطالعاتی مانند پژوهش اسکندری‌نسب (۱۴۰۱) و منظری توکلی (۱۴۰۱) نشان می‌دهد که تربیت نیروی انسانی متعهد و متخصص، از طریق نقش‌آفرینی فعال اساتید دانشگاه، شرط ضروری تحقق این تمدن نوین است. این دیدگاه نه‌تنها نظریه «پایان تاریخ» فوکویاما را به چالش کشیده بلکه با ارائه جایگزینی مبتنی بر ارزش‌های اسلامی، الگویی بدیل برای بشریت عرضه کرده است. موفقیت‌های علمی ایران پس از انقلاب، مصداق عینی کارآمدی این نظریه در عمل بوده و ثابت کرده که تلفیق علم و دین نه‌تنها ممکن بلکه ضروری است.

۵. روش پژوهش

این مقاله با رویکرد مروری نظام‌مند و با هدف ارائه الگوی نقش اساتید دانشگاه در تربیت جوانان در راستای تحقق تمدن نوین اسلامی بر اساس مبانی بیانیه گام دوم انقلاب در بهمن ماه سال ۱۴۰۳ تدوین شده است. روش پژوهش شامل مراحل زیر بوده است:

۱- جمع‌آوری داده‌ها: ابتدا جستجوی گسترده‌ای در پایگاه‌های اطلاعاتی معتبر داخلی (Ensani.ir, Civilica, Magiran, Sid, Noormags) و بین‌المللی

دانشگاه، تربیت جوانان، تمدن نوین اسلامی، بیانیه گام دوم انقلاب و کلیدواژه‌های انگلیسی Islamic civilization, youth education, university professors' role ScienceDirect, Scopus, Google Scholar) با کلیدواژه‌های فارسی نقش اساتید دانشگاه، تربیت جوانان، تمدن نوین اسلامی، بیانیه گام دوم انقلاب و کلیدواژه‌های انگلیسی Islamic civilization, youth education, university professors' role Second Step Revolution Statement انجام شد. مقالات علمی چاپ شده در ۵ سال اخیر (۲۰۱۹-۲۰۲۴)، اسناد بالادستی (مثل سند تحول آموزش عالی ایران)، کتاب‌ها و گزارش‌های مرتبط با موضوع نقش اساتید دانشگاه در تربیت جوانان، تمدن نوین اسلامی و بیانیه گام دوم انقلاب مورد بررسی قرار گرفتند. معیار انتخاب منابع شامل ارتباط مستقیم با موضوع پژوهش، به‌روز بودن و اعتبار علمی آنها بوده است. ابتدا ۵۰ منبع یافت شد. پس از حذف موارد تکراری و نامرتب، ۱۱ منبع برای تحلیل نهایی انتخاب شدند.

۲- تحلیل محتوا: محتوای منابع منتخب با استفاده از روش تحلیل محتوای کیفی بررسی شد. در این مرحله، متون حداقل دو بار با هدف استخراج مفاهیم کلیدی به دقت مطالعه و نکات کلیدی استخراج گردید. مواردی مانند «نقش الگویی اساتید»، «چالش‌های ساختاری» با برجسته‌کردن و حاشیه‌نویسی مشخص شدند. مفاهیم نرم‌افزار MAXQDA ذخیره شدند تا امکان مدیریت نظام‌مند فراهم شود.

۳- کدگذاری: برای تحلیل دقیق‌تر و سازمان‌دهی یافته‌ها، از روش کدگذاری استفاده شد. این فرایند شامل سه مرحله بود.

- **کدگذاری باز:** در این مرحله، مفاهیم اصلی از متون استخراج و به هریک کدی اختصاص داده شد. در این مرحله ۱۸ کد اولیه ایجاد شد.

- **کدگذاری محوری:** کدهای مشابه در مقوله‌ها گسترده‌تر قرار گرفتند. ۱۸ کد به ۸ کد ثانویه تقلیل یافت.

- **کدگذاری انتخابی:** ارتباط بین مقوله‌ها مشخص و مقوله‌های اصلی شناسایی شدند.

درنهایت، ۶ مضمون اصلی (نقش‌های الگویی، هدایت‌گری، معرفت‌افزایی، هویت بخشی، مسئولیت‌پذیری و تربیت سایبری) تعیین شد.

۴- تحلیل و تفسیر: پس از کدگذاری، یافته‌ها تحلیل و تفسیر شدند. در این مرحله، ارتباط بین مفاهیم و مقوله‌ها با اهداف بیانیه گام دوم انقلاب تبیین شد.

۵- اعتبارسنجی: برای اطمینان از صحت یافته‌ها، از روش بازبینی توسط همکاران استفاده شد. دو پژوهشگر مستقل با تخصص در «تربیت اسلامی» و «روش‌شناسی



کیفی» فرایند کدگذاری را بررسی کردند. این روش مروری با استفاده از کدگذاری، امکان بررسی عمیق و سازمان‌یافته موضوع را فراهم کرده است. نتایج این پژوهش می‌تواند به‌عنوان مبنایی برای سیاست‌گذاران آموزش عالی و برنامه‌ریزان دانشگاهی در راستای تقویت نقش اساتید دانشگاه در تربیت جوانان استفاده شود.

۶. نوآوری پژوهش

نوآوری این پژوهش در سه سطح نمایان است: نخست، از منظر نظری با ارائه مدل یکپارچه (نقش‌های الگویی، هدایت‌گری، معرفت‌افزایی، هویت‌بخشی، مسئولیت‌پذیری و نقش تربیت‌سایبری) که برای نخستین بار مؤلفه‌های تربیتی اساتید دانشگاه را با چهارچوب تمدن‌سازی بیانیه گام دوم انقلاب تلفیق می‌کند؛ درحالی‌که مطالعات پیشین عمدتاً بر جنبه‌های جزئی این نقش‌ها متمرکز بودند. دوم، از جنبه روش‌شناختی با به‌کارگیری تحلیل محتوای کیفی نظری (بر اساس کدگذاری سه‌مرحله‌ای اشتراوس و کوربین) و اعتبارسنجی یافته‌ها از طریق روش دلفی با چند خبره. سوم، در عرصه کاربردی می‌توان با تبدیل یافته‌ها به راهکارهای عملیاتی زمینه‌محور (مانند طراحی پادکست‌های دانشجویی برای ترویج هویت اسلامی - ایرانی یا اصلاح نظام ارزیابی اساتید بر اساس شاخص‌های تربیتی) پاسخگوی نیازهای اختصاصی دانشگاه‌های ایران بود. این سه‌گانه نظری - روشی - عملیاتی، تمایز بنیادین این پژوهش را با کارهای پیشین شکل می‌دهد.

۷. یافته‌های پژوهش

یافته‌ها مطابق با سه پرسش اصلی پژوهش سازماندهی شده‌اند.

۷-۱. پاسخ به پرسش اول: نقش‌های تربیتی اساتید دانشگاه در تربیت جوانان و درنهایت تحقق تمدن نوین اسلامی (بر اساس مبنای بیانیه گام دوم)

۷-۱-۱. نقش الگویی

الگوسازی عملی و رفتاری اساتید، یکی از مهم‌ترین ابعاد نقش تربیتی آنهاست. جوانان اغلب از رفتار، منش و گفتار استادان خود تأثیر می‌پذیرند و این تأثیر می‌تواند به شکل گیری ارزش‌ها و نگرش‌های مثبت در آنان منجر شود (خاکپور، اعتمادی‌زاده و صمدی، ۱۳۹۸). بیانیه گام دوم انقلاب نیز بر اهمیت این نقش تأکید دارد و اساتید را به‌عنوان پیشگامان تربیت نسل جوان معرفی می‌کند. الگوسازی اساتید در محیط دانشگاه، به

جوانان کمک می‌کند تا اصول اخلاقی، تعهد اجتماعی و مسئولیت‌پذیری را در زندگی شخصی و حرفه‌ای خود نهادینه کنند (رودگرزاد، ۱۴۰۰).

تأثیرگذاری اساتید از طریق منش و شخصیت آنها یکی از ویژگی‌های برجسته نظام آموزش عالی است. این الگوی رفتاری نه تنها موجب تقویت هویت دینی در جوانان می‌شود بلکه آنان را برای ایفای نقش‌های مؤثر در جامعه آماده می‌کند (الویری و کریم‌زاده، ۱۴۰۱). رودگرزاد (۱۴۰۰) نیز بر این باور است که استاد تراز انقلاب اسلامی باید دوگانگی میان علم و ایمان را از بین برده و با رفتار خود نشان دهد که علم می‌تواند در خدمت معنویت باشد؛ بنابراین، نقش الگویی اساتید یکی از ارکان اصلی تحقق تمدن نوین اسلامی است (رودگرزاد، ۱۴۰۰).

۷-۱-۲. نقش هدایت‌گری

هدایت‌گری یکی دیگر از نقش‌های کلیدی اساتید دانشگاه در راستای تربیت جوانان به‌منظور تحقق تمدن نوین اسلامی است. این هدایت‌گری شامل راهنمایی جوانان به سوی خودسازی، تهذیب نفس و کسب فضایل اخلاقی است. بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی بر اهمیت خودسازی جوانان تأکید دارد و اساتید را به‌عنوان هدایت‌گران اصلی این مسیر معرفی می‌کند (اسکندری‌نسب، ۱۴۰۱). این هدایت‌گری نه تنها در کلاس درس بلکه از طریق روابط فردی نیز قابل تحقق است.

علاوه‌براین، ایجاد انگیزه و امید در جوانان برای نقش‌آفرینی در آینده یکی دیگر از وظایف هدایت‌گرانه اساتید است. جوانانی که امید به آینده دارند و احساس می‌کنند که می‌توانند نقشی مؤثر در جامعه ایفا کنند، انگیزه بیشتری برای تلاش خواهند داشت (رودگرزاد، ۱۴۰۰). خادم‌علیزاده (۱۳۹۸) معتقد است که اساتید باید با ارائه چشم‌اندازی روشن از آینده، جوانان را برای مشارکت فعال در ساخت جامعه آماده کنند. این هدایت‌گری باید به‌گونه‌ای باشد که جوانان احساس کنند بخشی از فرایند تحقق تمدن نوین اسلامی هستند (خادم‌علیزاده، ۱۳۹۸).

۷-۱-۳. نقش معرفت‌افزایی

یکی دیگر از ابعاد مهم نقش تربیتی اساتید دانشگاه، توسعه معرفت و بینش اسلامی در میان جوانان است. معرفت‌افزایی شامل انتقال مفاهیم دینی و تقویت تفکر انتقادی بر اساس مبانی اسلامی است. بیانیه گام دوم انقلاب بر اهمیت علم‌آموزی همراه با بصیرت تأکید دارد و اساتید را مسئول ارتقای سطح آگاهی دینی جوانان



معرفی می‌کند (ترابی کلاته قاضی، ۱۴۰۰).

تقویت تفکر انتقادی یکی دیگر از جنبه‌های معرفت‌افزایی است که توسط اساتید دانشگاه انجام می‌شود. جوانانی که توانایی تحلیل مسائل اجتماعی و سیاسی را بر اساس مبانی انقلاب اسلامی داشته باشند، می‌توانند نقشی مؤثرتر در جامعه ایفا کنند (غفاری هاشجین و نیکونهاد، ۱۳۹۹). رضوی (۱۴۰۱) نیز بر اهمیت آموزش مهارت‌های تفکر انتقادی توسط اساتید تأکید کرده و معتقد است که این مهارت‌ها زمینه‌ساز مشارکت فعال‌تر جوانان در فرایندهای اجتماعی خواهد بود (رضوی، ۱۴۰۱).

۴-۱-۷. نقش هویت‌بخشی

تقویت هویت اسلامی - ایرانی یکی دیگر از وظایف مهم اساتید دانشگاه است. هویت بخشی شامل ایجاد احساس تعلق به انقلاب اسلامی، نظام جمهوری اسلامی ایران و فرهنگ ملی است. بیانیه گام دوم انقلاب تأکید ویژه‌ای بر حفظ هویت دینی و ملی دارد و دانشگاه‌ها را مکلف کرده است تا محیطی فراهم آورند که موجب تقویت این هویت شود (منظری توکلی و کهنوجی، ۱۴۰۰).

اساتید با ارائه محتوای آموزشی مناسب و ایجاد فضای فرهنگی و احساس تعلق به آرمان‌های انقلاب اسلامی می‌توانند نقش مهمی در این زمینه ایفا کنند. حیدری خراسانی (۱۴۰۰) اشاره کرده است که دشمن تلاش دارد تا هویت انقلابی جوانان را تضعیف کند؛ اما حضور فعالانه اساتید با نگاه تبیینی می‌تواند این توطئه‌ها را خنثی کند؛ بنابراین، هویت‌بخشی یکی از ابزارهای مهم برای مقابله با چالش‌های فرهنگی پیش روی جوانان است (حیدری خراسانی و جوان، ۱۴۰۰).

۵-۱-۷. نقش مسئولیت‌پذیری

مسئولیت‌پذیری شامل تشویق جوانان به مشارکت فعال در حل مسائل اجتماعی و ایفای نقش مؤثر در فرایندهای تصمیم‌گیری ملی است (الویری و کریم‌زاده، ۱۴۰۱). بیانیه گام دوم انقلاب نیز بر اهمیت مسئولیت اجتماعی جوانان تأکید کرده و آنان را به‌عنوان نیروی محرکه اصلی جامعه معرفی نموده است.

تشویق جوانان به مشارکت اجتماعی نیازمند آن است که اساتید بتوانند ارتباط مؤثری با آنان برقرار کرده و آنان را نسبت به مسائل جامعه حساس کنند (خاکپور، اعتمادی‌زاده و صمدی، ۱۳۹۸). فروتنی (۱۴۰۱) معتقد است که ایجاد انگیزه برای مشارکت اجتماعی باید بخشی از برنامه‌های آموزشی دانشگاه‌ها باشد تا بتواند

زمینه‌ساز تربیت نیروی انسانی متعهد شود؛ بنابراین، مسئولیت‌پذیری یکی از ابعاد کلیدی نقش تربیتی اساتید دانشگاه در راستای تحقق تمدن نوین اسلامی محسوب می‌شود (فروتنی، ۱۴۰۱).

۶-۱-۷. نقش تربیت سایبری

نقش تربیت سایبری در دنیای امروز اهمیت ویژه‌ای یافته است؛ زیرا فضای سایبری به‌عنوان محیطی گسترده و تأثیرگذار بر رفتار و روان جوانان، نیازمند آموزش‌ها و تربیت‌های تخصصی است. نایب‌پور و موسوی (۱۳۹۵) در پژوهش خود تأکید کرده‌اند که آموزش مبتنی بر تعلیم و تربیت اسلامی می‌تواند نقش پیشگیرانه مؤثری در کاهش آسیب‌های فردی و روانی در فضای سایبری ایفا کند. این نوع آموزش با تقویت باورهای دینی و اخلاقی، جوانان را در برابر تهدیدات فضای مجازی مقاوم می‌سازد و زمینه‌ساز رفتارهای سالم و مسئولانه در این فضا می‌شود (نایب‌پور و موسوی، ۱۳۹۵).

از سوی دیگر، صادقی و همکاران (۱۴۰۳) نقش نهاد آموزش و پرورش را در پیشگیری اجتماعی و وضعی از جرایم سایبری دانش‌آموزان برجسته کرده‌اند. آنان معتقدند که آموزش‌های هدفمند و تربیتی می‌تواند افراد را نسبت به خطرهای فضای سایبری آگاه ساخته و مهارت‌های لازم برای مواجهه با تهدیدات را در آنان تقویت کند. به این ترتیب، تربیت سایبری در نظام آموزش و پرورش، علاوه‌بر پیشگیری از جرایم، موجب ارتقای فرهنگ استفاده صحیح و ایمن از فضای مجازی می‌شود (صادقی و همکاران، ۱۴۰۳).

همچنین، آل رسول کمارعلیا و مرشدی (۱۴۰۳)، در پژوهش خود به نقش آموزش در پیشگیری از بزه‌دیدگی سایبری اشاره کرده‌اند. آنان بر این باورند که ارتقای سواد دیجیتالی و آموزش‌های مستمر می‌تواند به شکل مؤثری از وقوع بزه دیدگی‌های سایبری جلوگیری کند و افراد را در برابر تهدیدات سایبری توانمند سازد؛ بنابراین، تربیت سایبری نه‌تنها به‌عنوان یک ضرورت آموزشی بلکه به‌عنوان یک راهبرد کلان در حفظ سلامت روانی و اجتماعی جامعه مطرح است (کمارعلیا و مرشدی، ۱۴۰۳).



۲-۷. پاسخ به پرسش دوم: راهکارهای عملیاتی تقویت نقش تربیتی

اساتید دانشگاه

۲-۷-۱. بازنگری در برنامه‌های تربیت استاد

منظری توکلی و کهنوجی (۱۴۰۱)، در پژوهش خود بر اهمیت آموزش مفاهیم تربیتی به اساتید تأکید کرده‌اند. آنها معتقدند که اساتید باید با اصول تربیت اسلامی آشنا شوند تا بتوانند این مفاهیم را به دانشجویان منتقل کنند (منظری توکلی و کهنوجی، ۱۴۰۱). علاوه بر این، بهره‌گیری از اساتید مجرب و الگو در تربیت اساتید جدید نیز می‌تواند بسیار مؤثر باشد. کوهی و همکاران (۱۳۹۸) در مطالعه خود نشان داده‌اند که الگوبرداری از اساتید موفق می‌تواند به بهبود عملکرد اساتید جوان کمک کند. این رویکرد می‌تواند به انتقال تجربیات ارزشمند و روش‌های مؤثر تربیتی کمک کند (کوهی و دیگران، ۱۳۹۸).

۲-۷-۲. ایجاد سازوکارهای انگیزشی

ایجاد سازوکارهای انگیزشی برای اساتید فعال در حوزه تربیت، یکی دیگر از راهکارهای مهم است. تشویق و تقدیر از اساتیدی که در زمینه تربیت جوانان، فعالیت چشمگیری دارند، می‌تواند انگیزه سایر اساتید را برای مشارکت در این امر افزایش دهد. ملکوتیان و کتابی (۱۴۰۰) در پژوهش خود بر اهمیت ایجاد نظام تشویقی برای اساتید فعال در حوزه شاگردپروری تأکید کرده‌اند (ملکوتیان و کتابی، ۱۴۰۰). همچنین، ایجاد فرصت‌های مطالعاتی و پژوهشی در زمینه تربیت اسلامی می‌تواند به ارتقای دانش و مهارت‌های اساتید در این حوزه کمک کند. پناهی و همکاران (۱۴۰۲)، اعتقاد دارند که فراهم کردن امکان مطالعه و پژوهش در زمینه تربیت اسلامی می‌تواند به غنی‌سازی محتوای آموزشی و بهبود روش‌های تربیتی اساتید منجر شود (پناهی؛ قاسمی و فولادی، ۱۴۰۲).

۲-۷-۳. توسعه فرهنگ تعامل استاد و دانشجو

برگزاری جلسات هم‌اندیشی و گفتگو بین اساتید و دانشجویان می‌تواند به ایجاد فضای صمیمی و اعتماد متقابل کمک کند. کلیچ و همکاران (۱۴۰۲) در تحلیل خود از بیانیه گام دوم انقلاب، بر اهمیت تعامل سازنده میان نسل‌ها تأکید کرده‌اند (کلیچ؛ عقیلی و باقرزاده، ۱۴۰۲). ایجاد فضایی صمیمی و دوستانه در کلاس درس نیز می‌تواند به تقویت رابطه تربیتی میان استاد و دانشجو کمک کند. حیدری خراسانی و

جوان (۱۴۰۰) معتقدند که فضای صمیمی کلاس، زمینه را برای انتقال ارزش‌های اخلاقی و تربیتی فراهم می‌کند (حیدری خراسانی و جوان، ۱۴۰۰).

۷-۲-۴. بهره‌گیری از ظرفیت‌های فرهنگی و هنری

استفاده از هنر و رسانه برای انتقال مفاهیم تربیتی یکی دیگر از راهکارهای مؤثر است. مرویان حسینی (۱۳۹۷) در بررسی کلیدواژه‌های بیانیه گام دوم انقلاب، بر اهمیت بهره‌گیری از ابزارهای فرهنگی و هنری در انتقال مفاهیم انقلابی تأکید کرده است (مرویان حسینی، ۱۳۹۷). برگزاری برنامه‌های فرهنگی و هنری با محوریت تربیت اسلامی نیز می‌تواند به تقویت نقش تربیتی اساتید کمک کند. این برنامه‌ها می‌توانند فرصتی برای تعامل غیررسمی اساتید با جوانان فراهم کرده و زمینه را برای انتقال ارزش‌های اخلاقی و تربیتی در فضایی جذاب و تأثیرگذار فراهم کنند.

۷-۳. پاسخ به پرسش سوم: چالش‌ها و موانع ایفای نقش تربیتی

اساتید دانشگاه

۷-۳-۱. چالش‌های ساختاری

یکی از چالش‌های اساسی در مسیر تقویت نقش تربیتی اساتید دانشگاه، عدم توجه کافی به تربیت در نظام آموزش عالی است. این مسئله به‌ویژه در نظام آموزش عالی ایران که با آرمان‌های انقلاب اسلامی پیوند خورده است، یک خلأ جدی محسوب می‌شود (سرحدی و دیگران، ۱۴۰۱). نبود سیاست‌گذاری‌های جامع و هماهنگ برای تقویت نقش تربیتی اساتید، موجب شده است که این بُعد مهم از وظایف دانشگاه‌ها در حاشیه قرار گیرد.

علاوه بر این، فقدان سازوکارهای مناسب برای ارزیابی عملکرد تربیتی اساتید نیز یکی دیگر از مشکلات ساختاری است. در حال حاضر، ارزیابی اساتید عمدتاً بر اساس شاخص‌های علمی و پژوهشی انجام می‌شود و معیارهای تربیتی و شاگردپروری کمتر مورد توجه قرار می‌گیرند. این امر باعث شده است که بسیاری از اساتید انگیزه‌ای برای ایفای نقش تربیتی نداشته باشند (سینا و خالقی‌رستمی، ۱۳۹۸). ضرغام بروجنی و همکاران (۱۳۹۹) نیز تأکید کرده‌اند که نبود معیارهای مشخص برای سنجش تأثیرگذاری تربیتی اساتید، یکی از موانع اصلی در تحقق اهداف تربیتی دانشگاه‌ها به‌شمار می‌رود (ضرغام بروجنی و دیگران، ۱۴۰۰).



۲-۳-۷. چالش‌های فرهنگی

تأثیرپذیری از فرهنگ غرب و کم‌رنگ شدن ارزش‌های اسلامی در برخی محیط‌های دانشگاهی، زمینه را برای تضعیف نقش تربیتی فراهم کرده است. این مسئله به‌ویژه در میان نسل جوان که بیشتر تحت تأثیر رسانه‌ها و فرهنگ جهانی قرار دارند، نمود بیشتری دارد (سرحدی و دیگران، ۱۴۰۳). سینا و همکاران (۱۳۹۸) نیز در پژوهش خود نشان داده‌اند که تغییرات فرهنگی سریع و عدم تطابق آن با ارزش‌های اسلامی، چالش‌هایی جدی برای نظام آموزش عالی ایجاد کرده است (سینا و خالقی رستمی، ۱۳۹۸). برخی اساتید به دلیل مشغله‌های علمی یا عدم آگاهی کافی نسبت به اهمیت تربیت، این بُعد از وظایف خود را نادیده می‌گیرند. همچنین، برخی جوانان نیز به دلیل نبود انگیزه یا تأثیرپذیری از محیط‌های غیردینی، علاقه‌ای به برنامه‌های تربیتی نشان نمی‌دهند (ضرغام بروجنی و دیگران، ۱۳۹۹). این مسائل نشان‌دهنده ضرورت بازنگری در رویکردهای فرهنگی دانشگاه‌هاست.

۳-۳-۷. چالش‌های فردی

کمبود انگیزه در برخی اساتید برای ایفای نقش تربیتی یکی از این چالش‌هاست. بسیاری از اساتید به دلیل فشارهای کاری یا نبود حمایت‌های لازم از سوی دانشگاه‌ها، انگیزه کافی برای پرداختن به مسائل تربیتی ندارند (سینا و خالقی رستمی، ۱۳۹۸). علاوه بر این، کمبود مهارت‌های لازم برای تعامل مؤثر با جوانان نیز می‌تواند مانعی جدی باشد. سرحدی و همکاران (۱۴۰۱) بر اهمیت آموزش مهارت‌های ارتباطی به اساتید تأکید کرده‌اند تا بتوانند نقش خود را به نحو مؤثرتری ایفا کنند (سرحدی و دیگران، ۱۴۰۱).

عدم استقبال برخی جوانان از برنامه‌های تربیتی نیز یکی دیگر از چالش‌های فردی است که بر عملکرد تربیتی اساتید تأثیر می‌گذارد. جوانانی که انگیزه کافی برای مشارکت در برنامه‌های اخلاقی و معنوی ندارند، ممکن است تعامل مؤثر با استاد را کاهش دهند و زمینه را برای تحقق اهداف تربیتی محدود کنند (ضرغام بروجنی و دیگران، ۱۳۹۹). این مسئله نشان‌دهنده نیاز به ایجاد انگیزه در میان جوانان از طریق برنامه‌های جذاب‌تر و متناسب با نیازها و علایق آنان است.

۴-۷. کدگذاری اولیه یافته‌ها

در این پژوهش، برای تحلیل دقیق‌تر نقش تربیتی اساتید دانشگاه در تحقق تمدن نوین

اسلامی بر اساس مبانی بیانیه گام دوم انقلاب، از روش کدگذاری کیفی استفاده شده است. این روش امکان سازمان‌دهی و استخراج مفاهیم کلیدی از داده‌های گردآوری‌شده را فراهم می‌کند و به شناسایی الگوها و روابط میان مفاهیم کمک می‌نماید.

ابتدا، متون مرتبط با موضوع پژوهش شامل مقالات علمی (مقالات ورودی ۵۰)، گزارش‌های پژوهشی و منابع معتبر دیگر مورد بررسی قرار گرفتند و درنهایت ۱۱ مقاله برای بررسی و تحلیل انتخاب شد و موارد تکراری حذف شدند. در مرحله نخست، کدگذاری باز انجام شد که طی آن مفاهیم اصلی و نکات کلیدی از متن استخراج گردید. سپس، در مرحله کدگذاری محوری، این مفاهیم در دسته‌های بزرگ‌تر (مقوله‌ها) سازمان‌دهی شدند. درنهایت، در مرحله کدگذاری انتخابی، ارتباط میان مقوله‌ها مشخص شده و مقوله‌های اصلی که بیشترین ارتباط را با موضوع پژوهش داشتند، شناسایی شدند.

برای ارائه یافته‌ها به صورت نظام‌مند، جدول کدگذاری تهیه شده است که شامل سه ستون اصلی است: ستون اول به متن یا بند مربوط به هر کد اختصاص دارد که از تحلیل منابع استخراج شده است. ستون دوم شامل کد انگلیسی است که به صورت مختصر و قابل شناسایی برای هر مفهوم یا مقوله انتخاب شده است. ستون سوم نیز به کدهای باز اختصاص دارد که نمایانگر مفاهیم اصلی استخراج‌شده از متن هستند.

جدول ۱ به عنوان ابزاری برای نمایش فرایند تحلیل داده‌ها و سازمان‌دهی یافته‌ها عمل می‌کند و نشان‌دهنده مسیر منطقی طی شده برای دستیابی به نتایج پژوهش است. همچنین، این روش به شفافیت فرایند پژوهش کمک کرده و امکان پیگیری مسیر تحلیل را برای خوانندگان فراهم می‌آورد.

جدول (۱): کدگذاری نهایی یافته‌های پژوهش

شماره کد	کد انگلیسی	کد باز (مفهوم اصلی)	تعریف عملیاتی	نمونه مصداق	توضیحات تکمیلی
AS1	Role Modeling Scientific	الگوسازی علمی	رفتار و منش اساتید (با جنسیت مرد، زن) ^۱ که به عنوان الگو در حوزه علمی برای جوانان عمل می‌کند.	استادانی که با دانش و تخصص خود الهام بخش دانشجویان هستند.	تمایز از الگوسازی اخلاقی با تمرکز بر دانش و تخصص
AS2	Role Modeling Ethical	الگوسازی اخلاقی	رفتار و منش اساتید که ارزش‌های اخلاقی را به	استادانی که با صداقت و عدالت رفتار	تفکیک از الگوسازی علمی با

۱. در تمامی مراحل تحلیل و دریافت کدهای اولیه هر دو جنسیت مرد و زن به صورت یکسان و برابر در نظر گرفته شده است و ویژگی جنسیتی تأثیری زیادی بر پژوهش و تحلیل نداشته است.

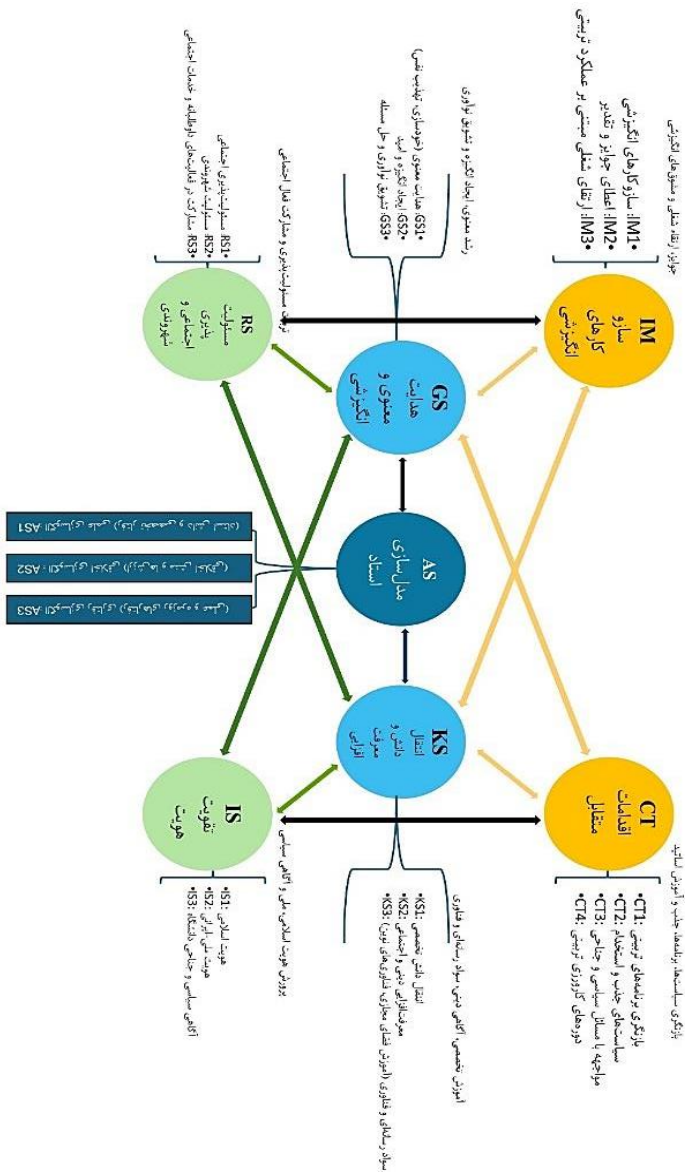


شماره کد	کد انگلیسی	کد باز (مفهوم اصلی)	تعریف عملیاتی	نمونه مصداق	توضیحات تکمیلی
			جوانان منتقل می‌کنند.	می‌کنند.	تمرکز بر ارزش‌های اخلاقی
AS3	Role Modeling Behavioral	الگوسازی رفتاری	رفتارهای عملی و روزمره اساتید که به عنوان الگو در زندگی دانشجویان نقش دارد.	رعایت نظم، احترام به وقت، تعامل مثبت	پوشش رفتارهای غیرکلامی و عملی
GS1	Guidance Spiritual	هدایت معنوی	راهنمایی جوانان در مسیر رشد معنوی، اخلاقی و تهذیب نفس	تشویق به نماز، اخلاق اسلامی، خودسازی	شامل فعالیت‌های مستقیم استاد در رشد معنوی
GS2	Guidance Motivational	ایجاد انگیزه و امید	ایجاد انگیزه، امید و چشم‌انداز روشن برای آینده جوانان	ترغیب به تلاش و مشارکت اجتماعی	شامل حمایت روانی و انگیزشی
GS3	Guidance Innovation	تشویق نوآوری و حل مسئله	ترغیب جوانان به تفکر انتقادی، نوآوری و حل مسائل جدید	حمایت از پروژه‌های تحقیقاتی و خلاقانه	مرتبط با توسعه مهارت‌های نوآورانه
KS1	Knowledge Transfer Technical	انتقال دانش تخصصی	آموزش و انتقال دانش تخصصی و علمی به جوانان	تدریس دروس تخصصی دانشگاهی	تمایز از معرفت افزایی دینی و اجتماعی
KS2	Knowledge Transfer Religious	معرفت‌افزایی دینی و اجتماعی	آشنایی با مبانی فکری، تاریخ، ارزش‌ها و چالش‌های دینی و اجتماعی	آموزش تاریخ انقلاب، مبانی اسلام	شامل توسعه بینش دینی و اجتماعی
KS3	Knowledge Transfer Media	سواد رسانه‌ای و فناوری	آموزش استفاده صحیح از فضای مجازی، شبکه‌های اجتماعی و فناوری‌های نوین	آموزش مدیریت رسانه‌های اجتماعی، آشنایی با فضای مجازی	کد جدید اضافه‌شده بر اساس نقد داور
IS1	Identity Strengthening Islamic	تقویت هویت اسلامی	پرورش هویت دینی و اسلامی در جوانان	ایجاد تعلق به ارزش‌های اسلامی	تفکیک از هویت ملی و فرهنگی
IS2	Identity Strengthening National	تقویت هویت ملی - ایرانی	پرورش هویت ملی، فرهنگی و تاریخی جوانان	آشنایی با تاریخ و فرهنگ ایران	تأکید بر افتخار ملی و فرهنگی
IS3	Identity Political Awareness	آگاهی سیاسی و جناحی	آشنایی با مسائل سیاسی، جناح‌بندی‌ها و تأثیر آنها بر دانشگاه و جوانان	بحث درباره جناح‌های سیاسی در دانشگاه	کد جدید اضافه‌شده برای پوشش نقد داور
RS1	Responsibility Social	مسئولیت‌پذیری اجتماعی	تربیت جوانان مسئول در قبال جامعه و کشور	مشاورت در فعالیت‌های داوطلبانه	تأکید بر نقش اجتماعی و شهروندی
RS2	Responsibility Civic	مسئولیت	آشنایی با حقوق و وظایف	آموزش حقوق	تفکیک از

شماره کد	کد انگلیسی	کد باز (مفهوم اصلی)	تعریف عملیاتی	نمونه مصداق	توضیحات تکمیلی
		شهروندی	شهروندی و ایفای نقش فعال	شهروندی و قوانین	مسئولیت اجتماعی عمومی
CT1	Curriculum Revision	بازنگری برنامه های تربیتی	اصلاح برنامه های تربیت استاد با تأکید بر مباحث اخلاقی و تربیتی	افزودن دروس اخلاق حرفه ای	شامل بازنگری در محتوا و روش ها
CT2	Recruitment Policies	سیاست های جذب اساتید	اصلاح فرایند جذب با تأکید بر صلاحیت های اخلاقی و تربیتی	معیارهای جدید، استخدامی	پوشش مسائل سیاسی و جناحی در جذب
IM1	Incentives Teaching	سازوکارهای انگیزشی	ایجاد مشوق ها برای اساتید فعال در حوزه تربیت	جوایز، ارتقاء شغلی	افزایش انگیزه و کیفیت عملکرد
DEM1	Demographic Details	مشخصات جمعیت شناختی جوانان	تمایز نسل، جنسیت، پایگاه اجتماعی، فرهنگی و سیاسی جوانان	دانشجویان دختر، نسل جدید، مناطق مختلف	پاسخ به نقد انتزاعی بودن

به منظور روشن کردن روابط بین نقش های مختلف اساتید دانشگاهی که از تحلیل کدگذاری های کیفی و بازنگری های انتقادی حاصل شده اند، یک نمودار مفهومی جامع طراحی شده است (شکل ۱). این نمودار نشان می دهد که چگونه نقش های کلیدی شامل مدل سازی استاد (AS)، هدایت معنوی و انگیزشی (GS)، انتقال دانش تخصصی و معرفت افزایی دینی - اجتماعی (KS)، تقویت هویت اسلامی و ملی (IS)، مسئولیت پذیری اجتماعی و شهروندی (RS)، اقدامات متقابل در حوزه برنامه ریزی و سیاست گذار (CT)، و سازوکارهای انگیزشی (IM) به صورت نظام مند و تعاملی با یکدیگر مرتبط و در تعامل هستند.

این الگو، دیدگاهی چندوجهی و نظام مند از نقش های اساتید در محیط آموزشی امروز ارائه می دهد که علاوه بر جنبه های تربیتی و علمی، به ابعاد فناوری، فضای مجازی، تحولات سیاسی و تفاوت های جمعیتی نیز توجه دارد. به این ترتیب، الگو فراتر از دسته بندی صرف نقش ها، چهارچوبی برای فهم عمیق تر و کاربردی تر نقش های اساتید فراهم می آورد.



شکل (۱): نمودار مفهومی توصیف روابط بین نقش‌های اساتید دانشگاهی

شرح شکل (۱): نمودار مفهومی نقش‌های اساتید دانشگاهی

- مدل‌سازی استاد (AS): شامل الگوسازی علمی، اخلاقی و رفتاری است که به‌عنوان پایه و اساس نقش‌های دیگر عمل می‌کند.
- هدایت معنوی و انگیزشی (GS): فرایندهای هدایت معنوی، ایجاد انگیزه و تشویق به

- نوآوری که به رشد فردی و اجتماعی جوانان کمک می‌کند.
- انتقال دانش و معرفت‌افزایی (KS): آموزش دانش تخصصی، آگاهی دینی و اجتماعی، و ارتقای سواد رسانه‌ای و فناوری که دانشجویان را برای مواجهه با چالش‌های معاصر آماده می‌سازد.
 - تقویت هویت (IS): پرورش هویت اسلامی، ملی و آگاهی سیاسی که به تثبیت تعلق و تعهد جوانان به ارزش‌ها و نظام کمک می‌کند.
 - مسئولیت‌پذیری اجتماعی و شهروندی (RS): تربیت جوانان مسئول، فعال و مشارکت‌جو در جامعه و نهادهای مدنی.
 - اقدامات متقابل (CT): سیاست‌ها، برنامه‌ریزی‌ها و بازنگری‌های ساختاری که نقش اساتید را در بستر نهادی و سازمانی تقویت می‌کند.
 - سازوکارهای انگیزشی (IM): مشوق‌ها، جوایز و معیارهای ارتقاء که انگیزه اساتید را برای ایفای نقش‌های تربیتی و علمی افزایش می‌دهد.
- این مؤلفه‌ها به صورت شبکه‌ای و تعاملی به هم متصل شده‌اند؛ به گونه‌ای که هر نقش بر دیگری تأثیرگذار است و در نهایت به ارتقای کیفیت آموزش، تربیت نسل متعهد و توانمند، و پاسخگویی به تحولات اجتماعی و فناورانه منجر می‌شود.
- برای نظام‌مند کردن یافته‌های کیفی، از فرایند کدگذاری دو مرحله‌ای استفاده شد. در مرحله اول، کدهای اولیه (مانند: AS1، GS1، KS1 و غیره) با بررسی دقیق داده‌ها استخراج شدند که بازتاب‌دهنده طیف وسیعی از دیدگاه‌ها درباره نقش اساتید بودند. در مرحله دوم، این کدها به‌طور انتقادی بازنگری و در قالب کدهای ثانویه منسجم و فراگیر سازماندهی شدند که هر کدام نمایانگر خوشه‌ای متمایز از کدهای اولیه هستند. جدول ۲ مروری جامع بر ساختار کدگذاری ثانویه و ارتباط آن با کدهای اولیه ارائه می‌دهد.
- در مرحله دوم، کدهای اولیه به‌طور انتقادی بررسی و سازماندهی شدند و با انتزاعی‌ترین و فراگیرترین دسته‌ها، خلاصه‌سازی شدند. این فرایند منجر به توسعه یک مجموعه منسجم از کدهای ثانویه شد که هر یک از کدهای ثانویه نمایانگر خوشه‌ای متمایز و مرتبط از کدهای اولیه بود. جدول ۲ مروری جامع از ساختار کدگذاری ثانویه ارائه می‌دهد، فهرست کدهای ثانویه از مشتق‌شده و کدهای اولیه که مربوط به هر کد ثانویه است.

جدول (۲): مروری جامع از ساختار کدگذاری ثانویه

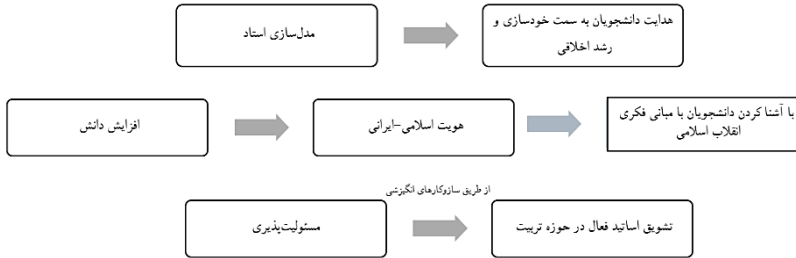
کدهای اولیه مرتبط	شرح	کد ثانویه
AS3, AS2, AS1 AS5, AS4	اساتید به‌عنوان الگوهای علمی، اخلاقی و رفتاری که با الگوسازی خود، تأثیر عمیق و چندبُعدی بر رشد علمی و اخلاقی جوانان دارند.	مدل‌سازی استاد (AS)
GS3, GS2, GS1 GS5, GS4	اساتید با هدایت معنوی، ایجاد انگیزه، تشویق نوآوری و حمایت از رشد اخلاقی و معنوی جوانان، نقش کلیدی در تربیت آنان ایفا می‌کنند.	هدایت معنوی و انگیزشی (GS)
KS3, KS2, KS1 KS6, KS5, KS4	اساتید با انتقال دانش تخصصی، ارتقای آگاهی دینی، اجتماعی، سواد رسانه‌ای و فناوری، و تقویت تفکر انتقادی، به توسعه دانش و بینش جوانان کمک می‌کنند.	افزایش دانش و معرفت‌افزایی (KS)
IS3, IS2, IS1 IS6, IS5, IS4	اساتید با تقویت هویت اسلامی، ملی و سیاسی، معرفی مفاخر و ارزش‌ها، و تبیین پیوندهای هویتی، به پرورش هویت مستحکم و متعهد جوانان کمک می‌کنند.	تقویت هویت (IS)
RS3, RS2, RS1 RS6, RS5, RS4	اساتید با تربیت مسئولیت‌پذیری اجتماعی و شهروندی، تشویق به مشارکت فعال و خدمات داوطلبانه، زمینه‌ساز پرورش جوانان مسئول و متعهد می‌شوند.	مسئولیت‌پذیری اجتماعی و شهروندی (RS)
CT3, CT2, CT1 CT6, CT5, CT4 CT8, CT7	اصلاح و بازنگری برنامه‌های تربیتی، سیاست‌های جذب، آموزش و ارزیابی اساتید، و مدیریت مسائل سیاسی و جناحی دانشگاه، چهارچوب نهادی ایفای نقش اساتید را تقویت می‌کند.	اقدامات متقابل و سیاست‌گذاری (CT)
IM3, IM2, IM1	ایجاد و توسعه سازوکارهای انگیزشی، اعطای جوایز، ارتقای شغلی و مشوق‌های مؤثر برای تشویق اساتید فعال در حوزه تربیت و آموزش	سازوکارهای انگیزشی (IM)
MG1, DEM1 MG2	تمایز نسل، جنسیت، پایگاه اجتماعی، فرهنگی و سیاسی جوانان برای تحلیل دقیق‌تر و متناسب سازی نقش‌ها و سیاست‌ها	مشخصات جمعیت‌شناختی و تفاوت‌های فردی (DEM)

شرح جدول کدگذاری ثانویه:

- کدهای اولیه جدید مرتبط با سواد رسانه‌ای و فناوری (KS6, KS3) آگاهی سیاسی و جناحی (IS3, CT7) و مشخصات جمعیت‌شناختی (MG1, MG2, DEM1) در دسته بندی ثانویه لحاظ شده‌اند.
 - شرح هر کد ثانویه به‌گونه‌ای تنظیم شده که دامنه و عمق نقش‌های اساتید را به‌طور جامع و دقیق منعکس کند.
 - دسته‌بندی ثانویه شامل یک دسته جدید مشخصات جمعیت‌شناختی و تفاوت‌های فردی (DEM) شده است که به نقد داور درباره انتزاعی بودن واژه «جوانان» پاسخ می‌دهد.
 - دسته اقدامات متقابل و سیاست‌گذاری (CT) با افزودن کدهای مرتبط با مسائل سیاسی و بازنگری سیاست‌ها توسعه یافته است.
- با توجه به کدهای اولیه ارائه شده و سازمان‌دهی آنها در جدول، مضامین ثانویه که از کدگذاری ثانویه به‌دست می‌آیند عبارت‌اند از:
- مدل‌سازی استاد (AS): این مضمون شامل رفتارهای الگویی اساتید، تأثیر آنها از طریق شخصیتشان و ارزش‌هایی که آنها تجسم می‌دهند است. این نشان می‌دهد که اساتید الگوهای اخلاقی و علمی هستند.
 - هدایت (GS): این مضمون متمرکز بر هدایت، انگیزه دادن و آماده‌سازی دانشجویان برای مشارکت فعال در جامعه، همچنین تشویق به رشد معنوی و اخلاقی است.
 - افزایش دانش (KS): این مضمون شامل انتقال دانش تخصصی، ارتقای آگاهی دینی و تقویت تفکر انتقادی مبتنی بر اصول اسلامی است.
 - هویت (IS): این مضمون حول تقویت هویت اسلامی - ایرانی دانشجویان، آشنا کردن آنها با چهره‌های برجسته و ترویج ارتباط بین هویت ملی و دینی است.
 - مسئولیت‌پذیری (RS): این مضمون بر پرورش دانشجویان با حس مسئولیت‌پذیری در قبال جامعه، تشویق مشارکت در خدمات اجتماعی و ترویج کار گروهی است.
 - اقدامات متقابل (CT): این مضمون شامل بازنگری برنامه‌های آموزشی، گنجاندن جنبه‌های تربیتی، تدوین استانداردها و استفاده از تجربیات اساتید موفق است.
 - انگیزه‌ها (IM): این مضمون بر ایجاد سازوکارهای انگیزشی برای قدردانی و تشویق اساتیدی که در حوزه آموزش فعال هستند؛ مانند جوایز، ارتقاء و حمایت مالی است.

در ادامه نمودار مفهومی روابط اصلی بین مضامین اصلی پژوهش نمایش داده

شده است:



شکل (۲): روابط بین مضامین اصلی پژوهش

♦♦♦ مدل‌سازی استاد (AS) می‌تواند به هدایت (GS) دانشجویان به سمت خودسازی و رشد اخلاقی کمک کند.

افزایش دانش (KS) می‌تواند هویت اسلامی-ایرانی (IS) را با آشنا کردن دانشجویان با مبانی فکری انقلاب اسلامی تقویت کند.

مسئولیت‌پذیری (RS) می‌تواند از طریق سازوکارهای انگیزشی (IM) تقویت شود که اساتید فعال در حوزه تربیت را تشویق می‌کند.

۴-۱-۷. نقش الگویی اساتید

اساتید دانشگاه به‌عنوان الگوهای علمی، اخلاقی و رفتاری، تأثیر عمیقی بر جوانان دارند. نتایج نشان می‌دهد که الگوسازی جامع، شامل انتقال ارزش‌های اسلامی از طریق رفتار و منش شخصیتی اساتید، یکی از ارکان اصلی نقش تربیتی آنهاست. تلفیق علم و ایمان در رفتار اساتید می‌تواند الهام‌بخش جوانان باشد و آنها را به‌سوی پذیرش ارزش‌های دینی و اخلاقی سوق دهد.

۴-۲-۷. نقش هدایت‌گری اساتید

هدایت‌گری معنوی و انگیزه‌بخشی از دیگر ابعاد مهم نقش تربیتی اساتید است. نتایج نشان می‌دهد که اساتید با راهنمایی جوانان به‌سوی خودسازی، تهذیب نفس و رشد اخلاقی، نقش مهمی در شکل‌دهی شخصیت آنان ایفا می‌کنند. علاوه‌براین، ایجاد انگیزه و امید در جوانان برای مشارکت در ساخت آینده کشور، بخشی از وظایف هدایت‌گرانه اساتید است که می‌تواند جوانان را برای ایفای نقش‌های مؤثر در جامعه آماده کند.

۷-۴-۳. نقش معرفت‌افزایی اساتید

یکی دیگر از نتایج مهم پژوهش، تأکید بر نقش معرفت‌افزایی اساتید است. این نقش شامل توسعه دانش تخصصی همراه با ارتقای آگاهی دینی و اجتماعی جوانان است. تقویت تفکر انتقادی و تحلیل مسائل بر اساس مبانی اسلامی نیز بخشی از این نقش است که به پرورش جوانانی با توانایی تحلیل مسائل پیچیده جامعه کمک می‌کند.

۷-۴-۴. نقش هویت‌بخشی اساتید

تقویت هویت اسلامی - ایرانی یکی دیگر از نتایج کلیدی این پژوهش است. اساتید دانشگاه با معرفی مفاخر علمی و فرهنگی ایران و جهان اسلام، تبیین ارزش‌های انقلابی و ایجاد احساس تعلق به انقلاب اسلامی، نقش مهمی در هویت‌بخشی به جوانان ایفا می‌کنند. این هویت‌بخشی نه تنها موجب تقویت حس افتخار ملی در میان جوانان می‌شود بلکه آنها را برای حفظ ارزش‌های اسلامی - ایرانی در برابر چالش‌های فرهنگی آماده می‌کند.

۷-۴-۵. نقش مسئولیت‌پذیری اساتید

نتایج نشان می‌دهد که تربیت جوانان مسئولیت‌پذیر یکی از وظایف اصلی اساتید دانشگاه است. این مسئولیت‌پذیری شامل توجه به مسائل اجتماعی (شکل ۲)، مشارکت فعال در حل مشکلات جامعه و تقویت روحیه کار جمعی است. تشویق به فعالیت‌های داوطلبانه و خدمات اجتماعی نیز بخشی از این نقش است که می‌تواند زمینه‌ساز پرورش نسلی متعهد به آرمان‌های انقلاب اسلامی باشد.

۷-۴-۶. نقش سایبری اساتید

نقش تربیت سایبری در دنیای امروز اهمیت ویژه‌ای یافته است؛ زیرا فضای سایبری به‌عنوان محیطی گسترده و تأثیرگذار بر رفتار و روان جوانان، نیازمند آموزش‌ها و تربیت‌های تخصصی است. مطالعات نشان داد که آموزش مبتنی بر تعلیم‌وتربیت اسلامی می‌تواند نقش پیشگیرانه مؤثری در کاهش آسیب‌های فردی و روانی در فضای سایبری ایفا کند. این نوع آموزش با تقویت باورهای دینی و اخلاقی، جوانان را در برابر تهدیدات فضای مجازی مقاوم می‌سازد و زمینه‌ساز رفتارهای سالم و مسئولانه در این فضا می‌شود.

۸. راهکارهای تقویت نقش تربیتی اساتید

نتایج کدگذاری نشان داد که برای تقویت نقش تربیتی اساتید دانشگاه، راهکارهای متعددی وجود دارد. بازنگری در برنامه‌های تربیت استاد، گنجانیدن مباحث تربیتی و اخلاقی در برنامه‌های آموزشی، بهره‌گیری از تجربیات اساتید موفق و ایجاد دوره‌های کارورزی تربیتی از جمله پیشنهادهای هستند که می‌توانند به ارتقای کیفیت آموزش کمک کنند. همچنین، ایجاد سازوکارهای انگیزشی مانند اعطای جوایز، ارتقای شغلی بر اساس عملکرد تربیتی و حمایت مالی از پروژه‌های مرتبط با تربیت اسلامی نیز مورد تأکید قرار گرفته است.

۹. چالش‌ها و موانع موجود

درنهایت، نتایج نشان داد که چالش‌ها و موانع متعددی بر سر راه ایفای نقش تربیتی اساتید وجود دارد:

۹-۱. چالش‌های ساختاری

کمبود بودجه تربیتی، فقدان نظام ارزیابی جامع عملکرد تربیتی اساتید و ساختار سنتی آموزش عالی که می‌توان با ایجاد «صندوق ویژه تربیت اسلامی» با مشارکت نهادهای انقلابی و اختصاص درصدی از درآمدهای اختصاصی دانشگاه‌ها به تربیت بر مشکل غلبه کرد.

۹-۲. چالش‌های فرهنگی

تهاجم فرهنگی، کم‌رنگ شدن ارزش‌های اسلامی در محیط دانشگاهی و گرایش به فردگرایی که می‌توان با تشویق به مشارکت در فعالیت‌های جمعی، تولید محتوای جذاب دینی متناسب با نسل جدید، برگزاری اردوهای علمی - تربیتی با رویکرد جمع‌گرایی، ایجاد «خانه‌های فرهنگ» در محیط‌های دانشگاهی و استفاده از هوش مصنوعی برای رصد تحولات فرهنگی چالش موجود را حل کرد.

۹-۳. چالش‌های فردی

فرسودگی شغلی اساتید، کمبود انگیزه در میان برخی جوانان و محدودیت مهارت‌های ارتباطی برخی استادان که می‌توان چالش مذکور را با طرح «سلامت حرفه‌ای اساتید» شامل غربالگری سالانه سلامت روان، کارگاه‌های مدیریت استرس و مشاوره‌های تخصصی برای اساتید و اجرای «نظام انگیزشی چندبعدی» شامل

مشوق‌های علمی (تسهیلات پژوهشی)، مشوق‌های معنوی (تقدیرهای عمومی) و مشوق‌های اجتماعی (مسئولیت‌پذیری) برای اساتید حل کرد.

۹-۴. چالش‌های سیاسی و جناح‌گرایی در محیط دانشگاهی

تأثیر جناح‌بندی‌های سیاسی بر ارزیابی عملکرد اساتید، فضای تعامل استاد - دانشجو و برنامه‌ریزی درسی را می‌توان با تدوین «منشور اخلاق حرفه‌ای اساتید» با محوریت بی‌طرفی علمی، ایجاد «کمیته‌های گفت‌وگوی بین‌جناحی» در دانشگاه‌ها، گنجانیدن درس «اخلاق سیاسی در اسلام» در برنامه درسی، کارگاه‌های مهارت‌های گفت‌وگوی سازنده برای اساتید، تأکید بر مشترکات اسلامی - ایرانی به‌جای تفاوت‌های جناحی و درنهایت با تبدیل چالش به فرصت برای تحقق وحدت ملی تبدیل کرد.

درنهایت تمامی این چالش‌ها نیازمند بازنگری جدی در سیاست‌ها و برنامه‌های آموزش عالی هستند تا بتوانند بستر مناسبی برای ایفای نقش تربیتی اساتید فراهم کنند.

۱۰. الگوی پیشنهادی

درنهایت با تشکیل پنل ۱۲ نفره از خبرگان (متشکل از اساتید تراز انقلاب، مدیران آموزشی و متخصصان علوم تربیتی) و اجرای روش دلفی در سه مرحله (اولویت‌بندی راهکارها، تعیین وزن شاخص‌ها و محاسبه ضریب توافق)، مدل نظری به الگوی عملیاتی تبدیل خواهد شد. این الگو شامل پنج گام اجرایی (نیازسنجی تربیتی دانشگاه‌ها، تدوین شاخص‌های ارزیابی اساتید، طراحی دوره‌های توانمندسازی، اجرای آزمایشی در ۳ دانشگاه و بازخورد و اصلاح مدل) با مشخص کردن دقیق مسئولیت‌ها، زمان‌بندی و شاخص‌های ارزیابی خواهد بود.

۱۱. خلاصه و جمع‌بندی مطالب ارائه شده

اساتید دانشگاه نقش حیاتی در تربیت نسل جوان برای تحقق تمدن نوین اسلامی دارند. این نقش فراتر از آموزش علمی است و شامل الگوسازی اخلاقی، هدایت معنوی و تقویت مسئولیت‌پذیری اجتماعی می‌شود. بیانیه گام دوم انقلاب بر این مسئله تأکید ویژه دارد و دانشگاه‌ها را مراکز کلیدی برای پرورش نیروی انسانی متعهد می‌داند.

اساتید باید با رفتار اسلامی خود الگوی دانشجویان باشند و آن‌ها را به سمت ارزش‌های دینی سوق دهند. این شامل تقویت هویت ایرانی - اسلامی، پرورش تفکر انتقادی و تشویق به مشارکت اجتماعی است؛ اما موانعی مثل نظام آموزشی متمرکز بر علم

محض، نفوذ فرهنگ غرب و کم‌انگیزگی برخی اساتید و دانشجویان وجود دارد. برای موفقیت، باید برنامه‌های تربیتی جذاب‌تری طراحی شود، از اساتید متعهد تقدیر گردد و فضای دانشگاه بیشتر بر اساس ارزش‌های اسلامی شکل بگیرد. در نهایت، تحقق تمدن نوین اسلامی نیازمند اساتیدی است که هم عالم باشند و هم عامل، تا بتوانند جوانان را برای ساختن جامعه‌ای پیشرفته و اخلاق‌مدار آماده کنند.

۱۱-۱. تاکید بر اهمیت نقش تربیتی اساتید دانشگاه در تحقق تمدن

نوین اسلامی بر اساس بیانیه گام دوم

بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی، تحقق تمدن نوین اسلامی را به‌عنوان هدف اصلی ترسیم کرده که نقش اساتید دانشگاه در این مسیر حیاتی است. پژوهش‌های متعدد از جمله مطالعات غفاری‌هشجین و نیکونهاد (۱۳۹۹) نشان می‌دهد اساتید با تلفیق علم و اخلاق می‌توانند نسلی متعهد و متخصص پرورش دهند. این نقش تربیتی چندبعدی شامل الگوسازی اخلاقی، هویت‌بخشی اسلامی - ایرانی و تقویت مسئولیت‌پذیری اجتماعی است (هشجین و نیکونهاد، ۱۳۹۹). مطالعه فرداد (۱۳۹۹) بر همگرایی اسلامی تأکید دارد که در آن دانشگاه‌ها به‌عنوان کانون‌های تربیت نیروی انسانی متعهد عمل می‌کنند (فرداد و طویی، ۱۳۹۹). اساتید باید با ایجاد انگیزه و امیدآفرینی جوانان را برای مشارکت در ساخت تمدن نوین اسلامی آماده کنند (کاظمی، ۱۳۹۷). این امر مستلزم تقویت هویت دینی و ملی در برابر تهاجم فرهنگی است که فروتنی آن را از چالش‌های اساسی می‌داند (فروتنی، ۱۴۰۱). نقش معرفت‌افزایی اساتید شامل ارتقای آگاهی دینی و اجتماعی دانشجویان است. این فرایند نیازمند پرورش مهارت‌های تفکر انتقادی، روحیه پژوهشگری و نوآوری در دانشجویان می‌باشد (فروتنی، ۱۴۰۱). رویکرد میان‌رشته‌ای و حل مسائل جامعه از دیگر الزامات این نقش تربیتی است. مهم‌ترین چالش‌ها در این مسیر شامل: ساختار آموزشی متمرکز بر محفوظات، نفوذ فرهنگ‌های بیگانه، کمبود انگیزه در برخی اساتید و دانشجویان، عدم وجود سازوکارهای ارزیابی عملکرد تربیتی می‌باشد (فلسفی‌طلب و دیگران، ۱۴۰۳).

راهکارهای پیشنهادی شامل بازنگری در سرفصل‌های آموزشی با تأکید بر مباحث تربیتی، ایجاد نظام‌های تشویقی برای اساتید متعهد، توسعه تعامل استاد - دانشجو، استفاده از روش‌های نوین تربیتی و ظرفیت‌های فرهنگی، تقویت کار تیمی و مهارت‌های ارتباطی دانشجویان می‌باشد. تجربیات موفق نشان می‌دهد

دانشگاه‌هایی که به بعد تربیتی توجه ویژه داشته‌اند، در پرورش نیروهای متعهد موفق تر عمل کرده‌اند. این موفقیت‌ها در سایه همراهی نهادهای سیاست‌گذار و برنامه‌ریزی بلندمدت محقق شده است. درنهایت، تحقق تمدن نوین اسلامی نیازمند اساتیدی است که: به ارزش‌های اسلامی و انقلابی پایبند باشند، علم و عمل را تلفیق کنند، الگوی عملی برای جوانان محسوب شوند و به پرورش نسلی خلاق، نوآور و متعهد همت گمارند. این مهم تنها با عزم ملی، برنامه‌ریزی راهبردی و حمایت همه‌جانبه از نظام دانشگاهی محقق خواهد شد. اساتید دانشگاه به‌عنوان پیشگامان این حرکت، مسئولیت تاریخی در قبال نسل جوان و آینده کشور بر عهده دارند.

نتیجه‌گیری

مسئله‌ای که مقاله حاضر درصدد برطرف‌سازی آن برآمد، چگونگی ایفای نقش اساتید دانشگاه در تربیت جوانان در راستای تحقق اهداف تمدن نوین اسلامی بر پایه مبانی بیانیه گام دوم انقلاب بود. در این مسیر موانع و چالش‌هایی پیش‌روی اساتید دانشگاه قرار گرفته و راهکارهای عملیاتی برای ارتقا نقش اساتید دانشگاه در تربیت جوانان مورد تحلیل قرار گرفت.

مقاله حاضر با توجه به این مسئله مهم با رویکرد مروری نظام‌مند و با هدف ارائه الگوی نقش اساتید دانشگاه در تربیت جوانان در راستای تحقق تمدن نوین اسلامی براساس مبانی بیانیه گام دوم انقلاب به روش جمع‌آوری داده‌ها و تحلیل محتوا و کدگذاری سه‌مرحله‌ای باز، محوری و انتخابی و تحلیل نتایج و اعتبارسنجی به نتایج ذیل دست یافت.

نتایج حاصل از کدگذاری اولیه و ثانویه نشان می‌دهد که نقش تربیتی اساتید دانشگاه نه تنها یک وظیفه آموزشی بلکه یک رسالت اجتماعی - فرهنگی است (شکل ۲) که ارتباط مستقیمی با تحقق اهداف تمدن نوین اسلامی دارد. برای دستیابی به این اهداف، باید چالش‌ها شناسایی شده و راهکارهای مناسبی برای رفع آنها ارائه شود تا بتوان جوانانی متعهد، متخصص و پایبند به ارزش‌های انقلاب اسلامی پرورش داد.

اساتید دانشگاه در تربیت جوانان دارای شش نقش الگویی، هدایت‌گری، معرفت‌افزایی، هویت‌بخشی، مسئولیت‌پذیری و تربیت‌سایبری هستند که مسئولان ذی‌ربط دانشگاه موظفند با ارائه راهکارهای بازنگری در برنامه‌های تربیت اساتید، ایجاد سازوکارهای انگیزشی، توسعه فرهنگ تعامل بین اساتید و جوانان و بهره‌گیری از ظرفیت‌های فرهنگی و هنری نقش الگویی و تربیتی اساتید در تربیت جوانان را



روزبه‌روز پُرنرنگ‌تر نموده و با رفع موانع و چالش‌های ساختاری، فرهنگی و فردی نقش اساتید را در تربیت جوانان فعال، مؤمن، انقلابی، شجاع، متخصص و متعهد در جهت تحقق تمدن نوین اسلامی بر پایه مبانی بیانیه گام دوم انقلاب به نحو احسن ایفا نمایند.

ارائه پیشنهادهاتی برای سیاست‌گذاران و مسئولان آموزش عالی

۱- **بازنگری در برنامه‌های آموزشی اساتید:** سیاست‌گذاران باید برنامه‌های آموزشی ویژه‌ای برای اساتید طراحی کنند که در آن علاوه بر دانش تخصصی، مهارت‌های تربیتی، اخلاقی و ارتباطی نیز گنجانده شود. این برنامه‌ها می‌توانند به تقویت نقش تربیتی اساتید کمک شایانی کنند.

۲- **ایجاد نظام ارزیابی جامع:** لازم است سازوکارهای ارزیابی عملکرد اساتید بازنگری شده و معیارهای تربیتی و اخلاقی نیز به‌عنوان بخشی از شاخص‌های ارزیابی در نظر گرفته شود. این نظام ارزیابی باید به‌گونه‌ای طراحی شود که تأثیرگذاری تربیتی اساتید را نیز مورد سنجش قرار دهد.

۳- **تشویق و تقدیر از اساتید فعال در حوزه تربیت:** ایجاد نظام تشویقی برای تقدیر از اساتیدی که در زمینه تربیت اخلاقی و معنوی دانشجویان فعالیت می‌کنند، می‌تواند انگیزه سایر اساتید را برای ایفای نقش تربیتی افزایش دهد.

۴- **فراهم کردن فرصت‌های مطالعاتی:** مسئولان آموزش عالی باید فرصت‌های مطالعاتی و پژوهشی مرتبط با تربیت اسلامی را برای اساتید فراهم کنند تا آنها بتوانند دانش خود را به‌روز کرده و روش‌های نوین تربیتی را به‌کار گیرند.

۵- **توسعه برنامه‌های میان‌رشته‌ای:** طراحی و اجرای برنامه‌های آموزشی میان‌رشته‌ای که بین علوم تخصصی و مباحث تربیتی پیوند برقرار کند، می‌تواند به ارتقای کیفیت آموزش و تربیت دانشجویان کمک کند.

۶- **تقویت تعامل استاد و دانشجو:** سیاست‌گذاران باید اقداماتی انجام دهند که تعامل میان استاد و دانشجو تقویت شود. برگزاری جلسات هم‌اندیشی، کارگاه‌های مشترک و فعالیت‌های فرهنگی می‌تواند به ایجاد فضای صمیمانه‌تر در دانشگاه‌ها کمک کند.

۷- **بهره‌گیری از ظرفیت‌های فرهنگی و هنری:** استفاده از ابزارهای فرهنگی و هنری مانند: فیلم، تئاتر، موسیقی و رسانه برای انتقال مفاهیم اخلاقی و تربیتی

می‌تواند تأثیر عمیقی بر جوانان داشته باشد. مسئولان باید این ظرفیت‌ها را در برنامه‌های دانشگاهی بگنجانند.

۸- حمایت از نوآوری در تدریس: سیاست‌گذاران باید از روش‌های نوین تدریس که به تقویت نقش تربیتی اساتید کمک می‌کند، حمایت کنند. این روش‌ها می‌توانند شامل یادگیری مبتنی بر پروژه، آموزش مشارکتی و استفاده از فناوری‌های نوین است.

۹- توجه به آموزش مهارت‌های ارتباطی: آموزش مهارت‌های ارتباط مؤثر به اساتید می‌تواند به تقویت رابطه آنها با جوانان منجر شود. این مهارت‌ها شامل گوش دادن فعال، حل تعارض و ارائه بازخورد سازنده است.

۱۰- توجه ویژه به هویت اسلامی - ایرانی: سیاست‌گذاران باید برنامه‌هایی طراحی کنند که هویت اسلامی-ایرانی در محیط دانشگاه تقویت شود. این امر می‌تواند از طریق برگزاری رویدادهای فرهنگی، معرفی مفاخر ملی - اسلامی و تبیین ارزش‌های دینی انجام شود.

۱۱- ایجاد شبکه ارتباطی بین اساتید موفق: مسئولان باید زمینه‌ای فراهم کنند تا اساتید موفق در حوزه تربیت بتوانند تجربیات خود را با دیگران به اشتراک بگذارند. این شبکه ارتباطی می‌تواند به انتقال تجربیات ارزشمند کمک کند.

۱۲- حمایت از پژوهش‌های مرتبط با تربیت اسلامی: سیاست‌گذاران باید بودجه‌هایی اختصاص دهند تا پژوهش‌های مرتبط با نقش تربیتی اساتید گسترش یابد. این پژوهش‌ها می‌تواند راهکارهای عملی برای ارتقای نقش تربیتی ارائه دهد.

۱۳- برگزاری دوره‌های آموزشی ضمن خدمت: مسئولان باید دوره‌هایی برای ارتقای مهارت‌های تربیتی اساتید برگزار کنند. این دوره‌ها می‌توانند شامل مباحثی مانند: روان‌شناسی آموزشی، مدیریت کلاس درس و روش‌های نوین تدریس باشند.

۱۴- تقویت روحیه خودباوری در اساتید: سیاست‌گذاران باید اقداماتی انجام دهند که روحیه خودباوری در میان اساتید تقویت شود. این امر می‌تواند از طریق حمایت مالی، معنوی و حرفه‌ای محقق شود.

۱۵- پیوند دانشگاه با جامعه: مسئولان آموزش عالی باید برنامه‌هایی تدوین کنند که پیوند میان دانشگاه‌ها و جامعه تقویت شود. این امر می‌تواند از طریق تعریف پروژه‌هایی مرتبط با مسائل واقعی جامعه انجام شود.



فهرست منابع

- احمدی‌مقدم، اسماعیل (۱۴۰۰). راهبردهای دانشگاه عالی دفاع ملی در مسیر تمدن‌سازی در افق ۱۴۱۰ ش. *مطالعات دفاعی استراتژیک*، ۸۶(۱۹)، ۲۸۱-۳۰۹.
- اخوان، محمد (۱۳۸۴). مهدویت و جنگ تمدن‌ها. *انتظار موعود*، ۱۶(۵)، ۳۰۶-۳۵۵.
- اسکندری‌نسب، محمد (۱۴۰۱). تحلیل محتوای بیانیه گام دوم انقلاب، با تأکید بر وظایف راهبرد عمل جوانان در گام دوم انقلاب. *دولت پژوهی ایران معاصر*، ۸(۱)، ۴۱-۷۲.
- ال رسول کمارعلیا و میرالتفات مرشدی، مسعود (۱۴۰۳). نقش آموزش در پیشگیری از بزه‌دیدگی سایبری. *پژوهش‌های جرم‌شناسی کاربردی*، ۲(۵)، ۷۳-۹۹.
- الویری، محسن و کریم‌زاده سورشجانی، شهناز (۱۴۰۱). تمدن نوین اسلامی و ویژگی‌های زبان تمدن‌ساز. *فصلنامه مطالعات بنیادین تمدن نوین اسلامی*، ۵(۲)، ۳۵-۶۴.
- پناهی، فائزه؛ قاسمی، محمدهادی و فولادی، قاسم (۱۴۰۲). مروری بر بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی بر اساس ویژگی‌های چشم‌انداز در آینده پژوهی. *مدیریت راهبردی و آینده‌پژوهی*، ۶(۱)، ۱۳۵-۱۵۲.
- ترابی کلاته قاضی، علی (۱۴۰۰). بیانیه گام دوم انقلاب؛ سند طرح‌ریزی راهبردی حرکت در مرحله دوم انقلاب اسلامی. *مطالعات مدیریت راهبردی دفاع ملی*، ۵(۱۷)، ۷۱-۱۰۰.
- جعفری، سیدسجاد و مهجوری، مهدی (۱۴۰۲). راهکارهای ترویج و تعمیق معنویت در میان جوانان با تکیه بر بیانیه گام دوم انقلاب. *صیانت فرهنگی و سرمایه اجتماعی*، ۳(۱)، ۱-۲۳.
- حیدری خراسانی، محمدجواد و جوان، جواد (۱۴۰۰). نگرشی بر تمدن نوین اسلامی از منظر آیت‌الله خامنه‌ای (دام‌عزه) و حضرت آیت‌الله جوادی آملی (دامت‌افاضاته). *دولت پژوهی ایران معاصر*، ۷(۳)، ۱۲۱-۱۴۴.
- خادم علیزاده، امیر (۱۳۹۸). واکاوی جایگاه و مولفه‌های اقتصاد بخش عمومی در رشد و تعالی تمدن نوین اسلامی. *نشریه اقتصاد و بانکداری اسلامی*، ۸(۲۶)، ۷-۲۴.
- خاکپور، عباس؛ اعتمادی‌زاده، هدایت‌الله و صمدی مبصر، مصطفی (۱۳۹۸). نقش تدریس تحول‌آفرین در اشتیاق تحصیلی و رفتار تسهیم دانش در بین دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی همدان. *پژوهش در آموزش علوم پزشکی*، ۱۱(۲)، ۲۲-۳۱.

- خجیر، یوسف (۱۴۰۲). بررسی خوانش جوانان از بیانیه گام دوم انقلاب. *مطالعات راهبردی بسیج*، ۲۶(۱۰۱)، ۸۵-۱۲۴.
- رضوی، سیدعبداله (۱۴۰۱). تبیین چالش‌ها و فرصت‌های دیپلماسی انرژی از منظر بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی. *ماهنامه جامعه‌شناسی سیاسی ایران*، ۵(۱)، ۲۲۵-۲۴۸.
- رودگر نژاد، فروغ (۱۴۰۰). بررسی مؤلفه‌های خودسازی در بیانیه گام دوم انقلاب. *رهیافت‌های نوین در مدیریت جهادی و حکمرانی اسلامی*، ۱۱(۱)، ۱۲۶-۱۳۸.
- سرحدی، احمدعلی؛ قیوم‌زاده، محمود؛ مختاری فراکتی، نادر و سنجولی، زینب (۱۴۰۳). مستندات فقهی بیانیه گام دوم انقلاب. *مبانی فقهی حقوق اسلامی*، ۳۲(۱۶)، ۱۹۸.
- سینا، فاطمه‌صغری و خالقی‌رستمی، نسترن (۱۳۹۸). تعیین رابطه بین یادگیری سازمانی و توانمندسازی کارکنان با نقش میانجی میزان استفاده از فناوری اطلاعات اساتید و کارکنان دانشگاه آزاد اسلامی. *فناوری اطلاعات و ارتباطات در علوم تربیتی*، ۳۸(۱۰)، ۴۹-۶۷.
- شریعتی، علی. (۱۳۹۸). *امت و امامت*. تهران: سپیده باوران.
- صادقی، سالار؛ بدلی ملک، محمد و اسلامی، طاهرا (۱۴۰۳). نقش نهاد آموزش و پرورش در پیشگیری اجتماعی و وضعی از جرایم سایبری دانش‌آموزان. *پژوهش‌های جرم‌شناسی کاربردی*، ۲(۴)، ۴۳-۶۴.
- ضرغام بروجنی، حمید؛ ملک، حسن؛ نوری، یوسف و جولائی، معصومه (۱۳۹۹). نقش تلفیق برنامه‌درسی با انواع گردشگری در ساحت‌های تربیتی دوره ابتدایی (مطالعه موردی: اساتید و دانشجویان دکتری دانشگاه علامه طباطبائی). *فصلنامه تعلیم و تربیت*، ۳۷(۳)، ۵۳-۷۶.
- غفاری‌هشجین، زاهد و نیکونهاد، ایوب (۱۳۹۹). تحلیل آینده‌نگارانه بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی. *نشریه دانش سیاسی*، ۱۶(۲)، ۴۸۷-۵۱۲.
- فرداد، طوبی (۱۳۹۹). راهکارهای تحقق همگرایی اسلامی و تمدن‌نوین اسلامی در بیانیه گام دوم. *حبل‌المتین*، ۳۰(۹)، ۱۲۹-۱۵۰.
- فروتنی، زهرا (۱۴۰۱). چالش‌های ساختاری مطرح در بیانیه گام دوم انقلاب و راهکارها. *فصلنامه علمی پژوهش‌های انقلاب اسلامی*، ۴(۴۳)، ۲۱۵-۲۳۴.
- فلسفی‌طلب، سیدحسن؛ واحدی‌ریکی، آرزو و شجاع‌هرمزبایی، عاطفه (۱۴۰۳). بررسی مروری بیانیه گام دوم انقلاب و سند تحول بنیادین. *کنفرانس ملی*



- مدیریت، روان‌شناسی و علوم رفتاری، ۷(۷)، ۱۷۰۰-۱۷۰۵.
- کاظمی، سیدآصف (۱۳۹۷). چشم‌انداز تمدن نوین اسلامی. فصلنامه مطالعات بنیادین تمدن نوین اسلامی، ۱(۲)، ۲۵-۴۹.
- کلیچ، لیلا؛ عقلی، سیدوحید و خجسته‌باقرزاده، وحید (۱۴۰۲). تحلیل مضامین سیاسی بیانیه گام دوم انقلاب. رهیافت‌های نوین در مدیریت جهادی و حکمرانی اسلامی، ۳(۲)، ۲۶-۴۷.
- کوهی، محمد؛ کارشکی، حسین و مهرام، بهروز. (۱۳۹۸). بررسی خودتنظیمی پژوهشی دانشجویان تحصیلات تکمیلی: نقش گروه‌های آموزشی و مقاطع تحصیلی. نشریه پژوهش‌های تربیتی، ۶(۳۸)، ۸۶-۱۰۶.
- مرویان حسینی، سید محمود (۱۳۹۷). نگاهی به کلیدواژه‌های مهم در بیانیه «گام دوم انقلاب»، مشکوه، ۳۷(۴)، ۵-۷.
- مطهری، مرتضی (۱۴۰۱). عدل الهی. تهران: انتشارات صدرا.
- ملکوتیان، مصطفی و کتابی، امیرعلی (۱۳۹۹). بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی و راهکارها و راهبردهای عملیاتی شدن آن. فصلنامه علمی پژوهش‌های انقلاب اسلامی، ۹(۴)، ۷-۲۷.
- منظری توکلی، علیرضا و کهنوجی، مرضیه (۱۴۰۰). تبیین اهداف تربیتی بیانیه گام دوم انقلاب. پژوهش در مسائل تعلیم و تربیت اسلامی، پژوهش در مسائل تعلیم و تربیت اسلامی، ۲۹(۵۳)، ۱۰۱-۱۲۱.
- مهرابی، امیر حمزه و مهرابی، مهدی (۱۳۹۸). توانمندسازی جوانان، راهبردی برای تحقق بیانیه گام دوم انقلاب. همایش بین‌المللی گام دوم انقلاب اسلامی (الگوی نظام انقلابی تمدن‌ساز)، ۱(۱)، ۴۶۶-۴۹۳.
- نایب‌پور، علی و موسوی، سید محمد رضا (۱۳۹۵). تبیین نقش آموزش مبتنی بر تعلیم و تربیت اسلامی در پیشگیری از آسیب‌های فردی - روانی فضای سایبری. پژوهش‌های اطلاعاتی و جنایی، ۴۲(۱۱)، ۹-۳۶.
- نبی‌زاده، محمد؛ بهشتی، سعید؛ فیاض، ایران‌دخت و سلحشوری، احمد (۱۴۰۳). مبانی معرفت‌شناختی تربیت معنوی در تحقق دانشگاه تمدن‌ساز مبتنی بر اندیشه امامین انقلاب اسلامی. پژوهش در مسائل تعلیم و تربیت اسلامی، ۳۲(۶۴)، ۲۲۵-۲۵۴.

References

- Ahmadi-Moghaddam, I. (1400). Strategies of the National Defense University on the path of civilization building in the horizon of 1410 AH. *Strategic Defense Studies*, 86(19), 281-309. <https://B2n.ir/jp9591>. (In Persian)
- Akhavan, M. (2005). Mahdism and the Clash of Civilizations. *Promised Waiting*, 16(5), 255-306. <https://B2n.ir/bg3463>. (In Persian)
- Al-Rasoul Kamar-Alia & Morshedi. (2024). The role of education in preventing cyber victimization. *Applied Criminology Research*, 2(5), 73-99. 10.22034/aqcr.2025.2049961.1048. (In Persian)
- Alviri, M. & Karimzadeh Sureshjani, S. (2022). Modern Islamic Civilization and the Characteristics of Civilizing Language. *Scientific Journal of New Islamic Civilization Fundamental Studies*, 5(2), 35-64. DOI: 10.22070/nic.2023.15151.1126. (In Persian)
- Eskandari Nesab, M. (2022). Analyzing the Content of the Second Step Statement of the Iranian Revolution with the Emphasis on the Strategic Duties of the Youth in the Second Step of the Revolution. *State Studies of Contemporary Iran*, 8(1), 41-72. Available at: <file:///C:/Users/win8/Downloads/39871-284134-x-1362694.pdf>. (In Persian)
- Falsafi Talab, S. H.; Vahedi Riki, A. & Shoja Hormozzaei, A. (2024). A Review of the Statement of the Second Step of the Revolution and the Fundamental Transformation Document. *National Conference on Management, Psychology, and Behavioral Sciences*, 7(7), 1700-1705. Available at: <http://noo.rs/2lo29>. (In Persian)
- Fardad, T. (2019). Strategies for Realizing Islamic Convergence and the New Islamic Civilization in the Second Step Statement. *Habal al-Mateen*, 30(9), 129-150. Available at: <http://noo.rs/z5Qnx>. (In Persian)
- Foroutani, Z. (2023). Structural Challenges Raised in the Statement of the Second Step of the Revolution and Solutions. *Islamic Revolution Research*, 11(4), 215-234. Available at: https://www.roir.ir/article_168672.html. (In Persian)
- Ghaffari Hashjin Zahed, N. & Nikoonahad, A. (2021). Futuristic Analysis of the Second Step Statement of the Islamic Revolution. *Political Knowledge Scientific Journal*, 16(2), 487-512. DOI: 10.30497/pk.2020.75419. (In Persian)
- Heydari Khorasani, M. J. & Javan, J. (2021). An Attitude Towards the New Islamic Civilization from the Perspective of Ayatollah Khamenei and Ayatollah Javadi Amoli. *State Studies of Contemporary Iran*, 7(3), 121-144. Available at: <https://ensani.ir/file/download/article/1645339047-10142-1400-3-5.pdf>. (In Persian)
- Jafari, S.S. & Mahjoori, M. (2023). Strategies for promoting and deepening spirituality among youth based on the Second Step of the Revolution. *Cultural Preservation and Social Capital*, 3(1), 1-23. DOI: [ppsc/ppsc.2023.10710.1022](https://doi.org/10.22034/cpsc.2023.10710.1022). (In Persian)
- Kalij, L.; Aqili, S. V. & Khojastehbagherzadeh, H. (2023). Analysis of the

- Political Themes of the Statement of the Second Step of the Revolution. *New Approaches to Jihadi Management and Islamic Governance*, 3(2), 26-47. Available at: <https://sanad.iau.ir/journal/jmig/Article/704315?jid=704315> . (In Persian)
- Kazemi, S. A. (2018). Perspective of the New Islamic Civilization. *Scientific Journal of New Islamic Civilization Fundamental Studies*, 1(2), 25-49. DOI: 20.1001.1.2676525.1397.1.2.2.5. (In Persian)
- Khadem Alizadeh, A. (2019). Analysis of the Components of the Public Sector Economics in the Growth and Transcendence of the New Islamic Civilization. *Islamic Economics & Banking*, 8(26), 7-24. Available at: <http://mieaoi.ir/article-1-787-fa.html>. (In Persian)
- Khakpour, A.; Etemadzade, H. & Samadi Mobser, M. (2019). Role of Transformational Teaching in Academic Engagements and Knowledge Sharing in Students of Hamadan University of Medical Sciences. *Research in Medical Education*, 11(2), 22-31. DOI: 10.29252/rme.11.2.22 . (In Persian)
- Khojir, Y. (2024). Examining Young People's Reading of the Statement of the Second Step of the Revolution. *Journal of Basij Strategic Studies*, 26(101), 85-124. DOI: 20.1001.1.1735501.1402.26.101.3.9. (In Persian)
- Koohi, M. (2019). Investigating the Role of Educational Groups and Academic Degrees in Research Self-Regulation of Postgraduate Students. *Educational Research*, 6(38), 86-106. DOI: 10.52547/erj.6.38.86 . (In Persian)
- Malakoutiyan, M. & Ketabi, A. (2021). Statement of the Second Step of the Islamic Revolution and Its Strategies for Implementation. *Islamic Revolution Research*, 9(4), 7-27. Available at: https://www.roir.ir/article_139999.html . (In Persian)
- Manzari Tavakolli, A. R. & Kahnouji, M. (2022). Explaining the Educational Goals of the Second Phase of the Revolution Statement. *Research in Islamic Education Issues*, 29(53), 101-121. available at: <file:///C:/Users/win8/Downloads/1136-264325-fa-1070936.pdf> . (In Persian)
- Mehrabi, A.H. & Mehrabi, M. (2019). Youth empowerment, a strategy for realizing the Second Step of the Revolution. *International Conference on the Second Step of the Islamic Revolution (Model of a Civilizing Revolutionary System)*, 1(1), 466-493. https://avj.smc.ac.ir/article_246508.html. (In Persian)
- Moroviyan Hosseini, S. M. (2018). A Look at the Key Concepts in the Statement of the "Second Step of the Revolution". *Meshkat*, 37(4), 5-7. DOI: 20.1001.1.16838033.1397.37.4.1.6. (In Persian)
- Motahari, M. (2023). *Divine Justice*. Tehran: Sadra Publications. (In Persian)
- Nabizadeh, M.; Beheshti, S.; Fayyaz, I. & Salahshouri, A. (2024). Epistemological foundations of spiritual education in the realization of

- a civilization-building university based on the thought of the Imams of the Islamic Revolution. *Research on Islamic Education Issues*, 32(64), 225-254. 20.1001.1.22516972.1403.32.64.8.7. (In Persian)
- Nayebpour, A. & Mousavi, S.M.R. (2016). Explaining the role of Islamic education and upbringing in preventing personal-psychological harm in cyberspace. *Intelligence and Criminal Research*, 42(11), 9-36. B2n.ir/nn2733. (In Persian)
- Panahi, F.; Ghasemi, M. H. & Fouladi, G. (2023). A Review of the Statement of the Second Step of the Islamic Revolution Based on the Characteristics of the Perspective in Future Studies. *Strategic Management & Futures Studies*, 6(1), 135-152. Available at: https://journal.tolouemehr.ac.ir/article_186699.html?lang=en (In Persian)
- Razavi, A. (2021). Studying and Explaining the Challenges and Opportunities of Energy Diplomacy from the Perspective of the Statement of the Second Step of the Islamic Revolution. *Journal of Iranian Political Sociology*, 5(1), Spring. DOI: 10.30510/psi.2022.304631.2302. (In Persian)
- Roodgar Nezhad, F. (2021). Examining the Components of Self-Improvement in the Statement of the Second Step of the Revolution. *New Approaches to Jihadi Management and Islamic Governance*, 1(1), 126-138. Available at: <https://sanad.iau.ir/journal/jmig/Article/683707?jid=683707> (In Persian)
- Sarhaddi, A., Ghayoumzadeh, M., Mokhtari, N., & Sanchooli, Z. (2024). Jurisprudential documentation of the statement of the second step of the revolution. *Journal of Islamic Jurisprudence and Law*, 16(32), 198-214. Available at: <https://sanad.iau.ir/Journal/jjil/Article/1129642/FullText>. (In Persian)
- Shariati, Ali. (2019). *Ummah and Imamate*. Tehran: Sepideh Bavaran. (In Persian)
- Sina, F. S. & Khaleghi Rostemi, N. (2019). Determine the Relationship Between Organizational Learning and Empowerment of Employees with the Mediating Role of Using Information Technology in Faculty Members and Employees. *Information and Communication Technology in Educational Sciences*, 9(6), 49-67. Available at: <https://sanad.iau.ir/journal/ictedu/Article/670776?jid=670776&lang=en> (In Persian)
- Torabi, A. (2021). The Statement of “Second Phase of the Revolution”: Strategic Planning Document of the Movement in the Second Stage of the Islamic Revolution. *Journal of Strategic Management Studies of National Defense Studies*, 5(17), 71-100. DOI: 20.1001.1.74672588.1400.5.17.3.5. (In Persian)
- Zarghaam Broojeni, H.; Maleki, H.; Noori, Y. & Julaa’ee, M. (2021). Combining Curriculum with Different Types of Tourism as an Educational Tool: A Case Study. *Quarterly Journal of Education*, 37(3), 53-76. DOI: 20.1001.1.10174133.1400.37.3.3.8. (In Persian)

Extended abstract

Purpose

In the present study, we seek to identify the nature and nature of the social and cultural strategies of the university institution towards children and adolescents. In this regard, we identified and analyzed the social and cultural strategies of the university towards Iranian children and adolescents among upstream documents, especially documents that are central and basic in the legal-legal field. In this regard, the questions of the present study, which are a guide for the researcher in collecting and analyzing information, are as follows: What are the legal-legal documents that have raised the social and cultural strategies of the university institution towards children and adolescents in Iran? And what are the social and cultural strategies of the university institution towards children and adolescents in the legal-legal documents of Iran? What are their aspects and what are their strengths and weaknesses?

Methodology

The present study method is qualitative with a document analysis design. In this regard, the researcher searched for documents and information related to the research problem and then collected and analyzed the information. The research community is also all Iranian legal documents and information that provide social and cultural strategies for the university institution towards children and adolescents.

Findings

The study and analysis show that the university institution in Iran does not have any coherent plan to carry out actions focused on children and adolescents, and in the opposite direction, the institutions in charge of children and adolescents also have few plans and documents regarding the social and cultural strategies of universities towards children and adolescents.

In the present study, the analysis of the social and cultural tasks and strategies of the university institution towards children and adolescents was carried out by reviewing and analyzing the national document in the horizon of 1404. The findings show that a total of 8 programs directly and 5 programs indirectly related to the social and cultural strategies of the university institution towards Iranian children and adolescents are stated throughout the aforementioned document.

Analyses show that a total of 13 university-related programs reflect the role of the university in various aspects of the lives of children and adolescents, including:

- Conducting research, studies, and discourse-building in the field of

children and adolescents

- Participation of elites in creating a structure for children's rights
- Creating a basis for the emergence and expansion of civil society related to children and adolescents and increasing the relationship between society and government officials in order to propose demands and hold officials accountable
- Raising public awareness in society about the importance of children and adolescents and their rights
- Using academic elites to improve the management system of institutions providing services to children and adolescents in society
- Creating areas for attention and promotion of educational, religious, nurturing, sports, cultural, artistic, and recreational aspects of children and adolescents' lives
- Training and producing human resources specialized in various aspects of children and adolescents' lives in society.

Practical implications and Social implications

First; One of the errors that is common among many activists, even academic activists in the field of humanities; "Reducing children's rights" to a legal matter. While children's rights are a completely socio-cultural matter and should not be reduced as a whole to a part of it, that is, legal articles. Therefore, it is necessary that in presenting programs, the issue of "children/childhood" was considered in a general way and perhaps the creation of educational disciplines and research in the faculties of social sciences, psychology and education was also considered. Perhaps childhood studies could be more expressive and take into account the cultural, social, legal, etc. dimensions of the under-18 age group.

Second; Another issue is the lack of attention to the university's ability to create non-governmental groups and strengthen and direct civil society to pay attention to children and adolescents, their issues, harms and problems. In this regard, the nature of public and non-governmental participation in the field of supporting children in various aspects can have an "association-oriented" format or take on a "charity/endowment" format.

Third; Scientific-educational or scientific-research groups should be formed within universities focusing on child studies to bring together specialists and experts in this field as academic scientific elites and transform the results of their research and studies into executive programs in a participatory manner with themselves.

Fourth; Encourage researchers to conduct research in the field of children and adolescents and provide comprehensive support to them, and also make necessary use of the results of the research.

Fifth; At Farhangian University, as the main custodian of teacher human resource production, there are no educational and research units focused on child studies, but child psychology is taught, which itself can be an initial step for further development in a way that teachers become familiar with various aspects of supporting children and adolescents in the form of child rights.

Originality/Value

In Iran, various policies and programs have been implemented regarding children and adolescents; all of which are in an effort to increase the quality of life of children and adolescents; But none of them has examined and analyzed the responsibility, role, strategy, and performance of the university institution as a base of science and innovation in relation to Iranian children and adolescents; such a thing does not exist in foreign research published in English, so the search for related foreign research was fruitless. Therefore, no research has been conducted so far regarding the subject and problem of the present research, so the present research is new and unique in identifying and analyzing the social and cultural strategies of the university towards children and adolescents in Iran; therefore, the researcher is trying to take an initial step in the relevant field.

Keywords: University social and cultural strategies, children and adolescents, children's rights, comprehensive action plan, academic elites.

راہبردهای اجتماعی و فرهنگی دانشگاه در برابر کودکان و نوجوانان: مطالعه اسناد حقوقی - قانونی ایران

مریم شعبان

عضو هیئت علمی گروه مطالعات اجتماعی، مؤسسه مطالعات فرهنگی و اجتماعی وزارت علوم،
تحقیقات و فناوری، تهران، ایران.

shaban@iscs.ac.ir

0000-0001-6274-3684

چکیده

این پژوهش حاضر با هدف شناسایی راهبردهای اجتماعی و فرهنگی دانشگاه در برابر قشر کودک و نوجوان در ایران انجام شده است. روش پژوهش حاضر، کیفی و با طرح پژوهش تحلیل اسنادی، اقدام به جستجو، بررسی، گزینش و تحلیل اسناد مربوطه شد. تحلیل‌ها نشان می‌دهند که برنامه عمل جامع، مهم‌ترین سند در رابطه با موضوع پژوهش حاضر است. نتایج نشان می‌دهند که نهاد دانشگاه در ایران راهبردهای اندکی که به‌طور مستقیم و غیرمستقیم در جهت انجام اقداماتی برای قشر کودک و نوجوان تعریف شده‌اند، را دارا است. تحلیل راهبردهای مذکور بیانگر نقش بسیار مهم دانشگاه و نخبگان دانشگاهی در زمینه کودک و نوجوان است؛ زیرا قشر مذکور نسبت به اقشار دیگر، توان کنشگری و عاملیت و آگاهی مستقلی ندارند و نیازمند نماینده و کنشگر نیابتی از جانب خود هستند، کنشگرانی که با آگاهی و ابراز وجود، بتوانند مسئولیت عمومی خود در قبال قشر کودک و نوجوان را انجام داده و سهم جامعه را نیز مطالبه نمایند؛ بنابراین لازم است که نهاد دانشگاه توجه بیشتری به پیوند دانشگاه با جامعه در زمینه قشر کودک و نوجوان نماید و در رابطه با قشر مذکور برنامه‌ها و سیاستهای مدونی را در پیش گیرد.

کلیدواژه‌ها: راهبردهای اجتماعی و فرهنگی دانشگاه، کودک و نوجوان، حقوق کودک، برنامه عمل جامع، نخبگان دانشگاهی.

شاپای الکترونیک: ۲۵۸۸-۶۵۵X / پژوهشکده تحقیقات راهبردی / فصلنامه علمی راهبرد اجتماعی فرهنگی

10.22034/scs.2025.519547.1690



مسئولیت مقاله از نظر محتوای علمی و نظرهای مطرح شده در متن آن، به عهده نویسندگان و یا نویسنده مسئول مقاله می‌باشد و مورد تأیید / عدم تأیید صاحب امتیاز نشریه راهبرد اجتماعی فرهنگی نمی‌باشد.

مقدمه و بیان مسئله

با اهمیت یابی گفتمان توسعه با محوریت توسعه پایدار، دانشگاه و نقش نهاد مذکور نیز دچار تغییر و تحول شد. به این معنی که دانشگاه تنها نقش آموزشی ندارد بلکه نقش‌های پژوهشی و خدماتی (خدمات تخصصی) را نیز عهده‌دار و از این منظر دارای راهبردهای گوناگونی است؛ زیرا دانشگاه نظام ایجاد و تولید خیر برای عموم و رفاه اجتماعی از دریچه علم به شکل علم‌ورزی، علم‌آموزی و حتی دانش‌پژوهی است (فراستخواه، ۱۳۹۸)؛ البته با ورود به نسل سوم دانشگاه‌ها و ارتباط بیش‌ازپیش آن‌ها با موضوع صنعت و جامعه، مسئولانه عمل کردن و راهبردمند بودن دانشگاه‌ها گسترش یافته و در سال‌های اخیر نیز شدت گرفته است.

باید توجه داشت که اعضای هیئت علمی دانشگاه، نخبگان و گروه‌های مرجع در هر جامعه‌ای به‌شمار می‌روند که می‌بایست در جهت اثربخشی و مسئولیت‌پذیری، اقدام کنند. همچنین نهاد دانشگاه به‌عنوان نهادی اجتماعی، بدون ارتباط با محیط خود نمی‌تواند رشد و توسعه یابد. زمانی که دانشگاه با ساختار اجتماعی و فرهنگی جامعه خود، هماهنگی و انطباق داشته باشد، توانایی پاسخگویی به نیازهای اجتماعی، فرهنگی، علمی و اقتصادی جامعه را داشته و مورد اعتماد عموم، واقع می‌گردد و در نهایت می‌تواند مسئولیت و اثربخشی خود را نیز اعمال نماید (عزیزی، ۱۳۸۳).

بنابراین، نهاد دانشگاه و دانشگاهیان در هر دو سطح ساختاری و کنشگری باید مبتنی بر اثربخشی و مسئولیت در برابر جامعه عمل کنند و اقدامات خود را جهت پیوند دانشگاه با جامعه و تلاش برای بهبود وضعیت جامعه، متمرکز نمایند. در این بین اقشار خاص و ابعاد مختلف زندگی آن‌ها، نیازمند توجه ویژه نخبگان دانشگاهی است؛ زیرا سهم اصلی در بیان مطالبات آن‌ها را همین نخبگان دانشگاهی به دوش می‌کشند. این نخبگان دانشگاهی هستند که به‌عنوان واسط میان عموم و دولتمردان می‌بایست صدای بی‌صدایانی همچون کودکان و نوجوانان، سالمندان، زنان و... باشند و در این بین نماینده و صدای قشر کودک و نوجوان بودن، اهمیت ویژه‌ای می‌یابد؛ زیرا نسبت به اقشار دیگر، توان کنشگری و عاملیت و آگاهی مستقلی ندارند و نیازمند نماینده و کنشگر نیابتی از جانب خود هستند؛ کنشگرانی که با آگاهی و ابراز وجود، بتوانند اثربخشی و مسئولیت عمومی خود در قبال قشر کودک و نوجوان را انجام داده و کاملاً راهبردی، سهم جامعه را نیز مطالبه نمایند.

قابل توجه است، زمانی که مطالبات قشر کودک و نوجوان در قالب مواد حقوقی -

قانونی مصوب شوند، ضمانت اجرایی یافته و تحقق مطالبات و رفع نیازهای قشر مذکور، بهتر و با دقت بیشتری صورت می‌پذیرند؛ همچنین قانونمندی آنها، امکان فراموشی، جدی واقع نشدن و مسکوت و بی‌اثر ماندن را به حداقل می‌رسانند؛ بنابراین، اگر راهبردهای دانشگاه در برابر قشر کودک و نوجوان، در قالب اسناد و مواد حقوقی مصوب و اجرایی شوند، امکان تحقق و اثربخشی بیشتری خواهند یافت.

۱. اهداف و سؤال‌های پژوهش

در پژوهش حاضر، به دنبال شناسایی ماهیت و چگونگی راهبردهای اجتماعی و فرهنگی نهاد دانشگاه در برابر قشر کودک و نوجوان هستیم. در این راستا، به شناسایی و تحلیل راهبردهای اجتماعی و فرهنگی دانشگاه در برابر قشر کودک و نوجوان ایرانی، در بین اسناد بالادستی، به خصوص اسنادی که در عرصه حقوقی - قانونی محوری و مبنا هستند، پرداختیم.

سؤال‌های پژوهش حاضر که برای پژوهشگر، راهنمای گردآوری و تحلیل اطلاعات به‌شمار می‌روند، به شرح زیر می‌باشند:

- ۱- اسناد حقوقی - قانونی که راهبردهای اجتماعی و فرهنگی نهاد دانشگاه در برابر قشر کودک و نوجوان را در ایران مطرح کرده‌اند، کدامند؟
- ۲- راهبردهای اجتماعی و فرهنگی نهاد دانشگاه در برابر قشر کودک و نوجوان در اسناد حقوقی - قانونی ایران کدامند؟ چه جنبه‌هایی دارند و نقاط قوت و ضعف آن‌ها کدامند؟

۲. پیشینه پژوهش

جستجوها نشان می‌دهند که در رابطه با مفهوم راهبردهای اجتماعی دانشگاه، پژوهش‌ها و مطالعات متفاوتی به‌خصوص در دو دهه اخیر انجام شده‌اند که هریک از منظر متفاوتی به مسئله می‌پردازند. برخی در واکاوی مفهومی راهبردهای اجتماعی و فرهنگی دانشگاه و احصاء شاخص‌های آن تلاش کرده و برخی نیز به دنبال سنجش وضعیت آن در دانشگاه و شناسایی میزان اثرگذاری یا اثربخشی آن بر متغیرهای دیگر بوده‌اند (زمندی؛ حسنی و قلاوندی، ۱۴۰۲؛ آذر و ذاکر صالحی، ۱۴۰۱؛ موبد و نادری‌زاده اردکانی، ۱۴۰۱؛ حیدری‌زاده؛ حسنی و مهاجران، ۱۳۹۹؛ برادران حقیر؛ نورشاهی و روشن، ۱۳۹۸؛ علی محمدلو؛ اکبری و مهدویان‌پور، ۱۳۹۳؛ جهانگیری؛ حیدریبیگی و وفایی، ۱۴۰۱)؛ اما جستجوی منابع فارسی و انگلیسی‌زبان، بیان

می‌دارند که مطالعه‌ای متمرکز بر راهبردهای اجتماعی و فرهنگی دانشگاه در برابر قشر کودک و نوجوان در ایران انجام نشده است؛ اما جستجوی کلیدواژه‌های «راهبردهای اجتماعی و فرهنگی دانشگاه» و «کودک و نوجوان» ما را به مجموعه منابعی پیرامون اثربخشی، مسئولیت‌پذیری در برابر قشر کودکان و نوجوانان می‌رساند که هدف آن‌ها بیشتر ارائه برنامه‌های تربیتی و آموزشی برای بهبود وضعیت کودکان و نوجوانان در جامعه، مسئولیت‌پذیر کردن قشر مذکور است و معمولاً در فضای روان‌شناسی و تعلیم و تربیت مطرح می‌شوند.

پیرامون موضوع مورد مطالعه در پژوهش حاضر چند پژوهش انجام شده‌اند که بیانگر وضعیت سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی اجتماعی و فرهنگی در عرصه کودکان در ایران هستند که به شرح زیر می‌باشند:

اسلامی شعبجره و تاجی (۱۴۰۲)، پژوهشی با عنوان «آسیب‌شناسی چرخه سیاست‌گذاری امور مربوط به کودکان در ایران» با روش تحلیل سیستمی و با برشماری نگاه‌های متفاوت به مسئله کودکی انجام داده‌اند. پژوهش مذکور به دنبال یافتن جایگاه کودک و اهتمام به دوران کودکی و ویژگی‌های حاکم بر آن در سیاست‌گذاری عمومی ایران بوده است. نتایج نشان می‌دهند که حکومت و سیاست در ایران، نگاهی ارزشی به کودکان دارند و در تربیت کودکان به دنبال همسان‌سازی هویتی هستند. اسناد پُرشماری که در این زمینه از سوی نهادهای دولتی و غیردولتی منتشر گردیده بدون در نظر داشتن شرایط و واقعیات جامعه، فاقد نظرهای کارشناسی و دارای اهدافی آرمان‌گرایانه و غیرقابل ارزیابی است. از سوی دیگر تورم روزافزون، کسری بودجه هرساله و به‌طور کل ضعف منابع مالی، امکان تحقق اهداف کلان و آمال ایدئولوژیک را از دولتمردان سلب نموده است.

علاوه بر این، بهراد (۱۴۰۱)، پژوهشی با عنوان «سیاست‌گذاری و حکمرانی کشورها در آموزش و مراقبت اوان کودکی» با روش مرور ادبیات موضوع با استفاده از جستجوی بانک‌های اطلاعات علمی مختلف انجام داده است. نتایج پژوهش بهراد، نشانگر سیر تاریخی شکل‌گیری مراکز آموزش و مراقبت اوان کودکی و چگونگی تحول آن‌ها در این سیر، اهمیت کیفیت و دسترسی به این نوع خدمات و چالش‌های پیش‌روی کشورها و تبیین و تحلیل ابعاد حکمرانی واحد و یکپارچه یا مجزای آموزش و مراقبت اوان کودکی در دو مرحله سنی پیش و پس از ۳ سالگی تا شروع دوره ابتدایی، بحث و بررسی صلاحیت کارکنان و مربیان ارائه‌کننده این نوع خدمات، تدوین برنامه درسی یا راهنماهای آموزشی و تحلیل ابعاد ارزشیابی و پایش کیفیت

این نوع خدمات در نظام‌ها و مراکز آموزش و مراقبت اوان کودکی در سطح جهان با تأکید بر کشورهای اروپایی است.

شعبان (۱۴۰۰)، پژوهشی با عنوان «تحلیل ساختار حقوق کودک در ایران: بررسی مرجع ملی کنوانسیون حقوق کودک بر مبنای پیمان‌نامه جهانی حقوق کودک» با روش مونوگرافی انجام داده است. نتایج نشان داده‌اند که تعارض و بی‌سازمانی در تعریف «کودک» و «کودکی» در ایران، عدم وجود نهاد ملی مشخصی برای تجویز و سیاست‌گذاری، سیستم انکار دستگاه‌های متولی برنامه‌های حمایت از کودکان، شکاف در بین تعاریف نهادهای مختلف از جمله نهاد دین، قانون و حقوق و همچنین عدم انطباق هر کدام از مواد حقوقی تعریف شده با فرهنگ عامه و حافظه تاریخی جامعه ایرانی، منجر به ایجاد موانعی در بهبود وضعیت حقوق کودکان در ایران شده است. شعبان (۱۳۹۹)، همچنین پژوهشی با عنوان «گونه‌شناسی سیاست‌گذاری‌های مرتبط با کودکان در ایران» با روش اکتشافی و تحلیل محتوای کیفی انجام داده است. نتایج نشان می‌دهند که سیاست‌گذاری‌های مرتبط با کودک در ایران را می‌توان در سه مرحله گونه‌شناسی تدقیق نمود که به ترتیب، سیاست‌گذاری‌های داخلی شامل چهار مورد: ۱- سیاست‌گذاری‌های حاکمیتی؛ ۲- سیاست‌گذاری‌های دولتی؛ ۳- سیاست‌گذاری‌های دیوان‌سالارانه (نهادهای بوروکراتیک)؛ ۴- جامعه مدنی) سمن‌ها و خیریه‌ها هستند. سیاست‌گذاری‌های خارجی نیز شامل دو مورد: ۱- سیاست‌گذاری‌های جامعه جهانی؛ ۲- سیاست‌گذاری‌های جهان اسلام می‌باشند. در نتیجه باید گفت که سیاست‌گذاری‌های مرتبط با کودک در ایران، بسیار وسیع و گسترده‌اند که مجموعه وسیعی از ابعاد زندگی کودکان را مورد توجه و حمایت قرار می‌دهند.

زاهدی‌اصل و بزرافکن (۱۳۹۹)، پژوهشی با عنوان «بررسی روند تحولات سیاست‌گذاری و نهادی مربوط به کودکان در ایران» با روش اسنادی تاریخی، انجام داده‌اند؛ در این راستا، به بررسی قوانین و برنامه‌های اجتماع و رویکردهای کلی هر سه دوره تاریخی به کودکی پرداخته شده است. نتایج پژوهش نشان می‌دهند که پهلوی اول مواجهه با کودکان را عموماً از زاویه دولت - ملت‌سازی و نقش آن‌ها در این زمینه مورد بررسی قرار داده و اگرچه اقداماتی برای حمایت از کودکان انجام شده؛ اما دولت سعی داشته است که عمدتاً نیازهای کودکان در قالب خیریه‌ها و امور وقفی پاسخ داده شوند. در دوران پهلوی دوم، تلاش‌ها در این زمینه به تدریج شکل سازمان‌یافته‌تر و رسمی‌تر، عموماً در قالب سایر نهادها مانند خانواده به خود گرفت. در

دوران جمهوری اسلامی ایران، کودک و کودکی محل توجه بیشتر و جامع‌تری از قانون اساسی گرفته تا سایر قوانین قرار گرفته، باین‌حال، تنش‌های بین رویکردهای سنتی یا دینی و رویکردهای نوین، تعیین‌کننده ماهیت اغلب سیاست‌های معطوف به کودکی است که در بسیاری موارد منجر به محروم شدن کودکان از بسیاری حمایت‌ها شده است.

همچنین، شعبان (۱۳۹۸)، پژوهشی با عنوان «حقوق کودک در ایران: تحلیل وضعیت علمی و اجرایی کمیته حقوق کودک استان مرکزی» با روش تحلیل اسنادی انجام داده است. نتایج پژوهش شعبان نشان می‌دهند که عدم وجود تعریف مشخص از «کودک» و «کودکی» در ایران و خرده‌فرهنگ‌های پراکنده در استان‌ها مانند استان مرکزی و شکاف در بین تعاریف نهادهای مختلف از جمله نهاد دین، قانون و حقوق، علاوه بر عدم انطباق هر کدام با فرهنگ عامه، عدم وجود قدرت تجویز و سیاست‌گذاری برای کمیته‌های حقوق کودک استانداری‌ها از جمله استانداری مرکزی، سیستم انکار دستگاه‌های متولی برنامه‌های حمایت از کودکان و در واگذاری مسئولیت حقوق کودکان در استان به دفترهای امور بانوان و خانواده استانداری‌ها منجر به در اولویت دوم قرار گرفتن برنامه‌های حقوق کودک در استان‌ها مانند استان مرکزی شده است. در نتیجه همه این موارد منجر به ایجاد موانعی در بهبود وضعیت حقوق کودکان ایران در سطح کلان و استان مرکزی در سطح خردتر شده است.

علاوه بر این، بیگی (۱۳۹۸)، پژوهشی با عنوان «راهبردنگاری قانونی برای کودکان و نوجوانان در سیاست‌گذاری آموزشی» با روش توصیفی و تحلیلی و بر اساس اسناد و منابع کتابخانه‌ای انجام داده است. هدف از پژوهش بیگی، شناسایی حق آموزش کودکان و نوجوانان در راهبرد اسناد بین‌المللی و مقررات ایران بوده است. نتایج نشان می‌دهند که از جمله حق‌های بنیادین بشری مدنظر سیاست‌گذاران، آموزش و تحصیل کودکان و نوجوانان است تا با بهره‌مندی از این حق، از حیث اجتماعی بازپذیر شوند و با پذیرش تکالیف خود بتوانند در رشد و توسعه جوامع ملی و بین‌المللی، در مقام شهروند مؤثر باشند. حق آموزش و تحصیل کودکان و نوجوانان در کنوانسیون یونسکو بر ضد تبعیض در آموزش و همایش جهانی در حوزه آموزش برای همگان شناسایی شده است؛ اما در قانون تأمین وسایل و امکانات تحصیل اطفال و جوانان ایرانی و قانون حمایت از کودکان و نوجوانان، با راهبردهای ناقصی تضمین شده است.

پیرو پژوهش‌های انجام شده، باید گفت که در ایران پیرامون کودکان و نوجوانان،

سیاست‌گذاری‌ها و برنامه‌ریزی‌های متنوعی انجام شده‌اند؛ مواردی که جملگی در تلاش برای افزایش سطح کیفیت زندگی کودکان و نوجوانان هستند؛ اما هیچ‌یک به بررسی و تحلیل مسئولیت، نقش، راهبرد و عملکرد نهاد دانشگاه به‌عنوان پایگاه علم و نوآوری، در رابطه با قشر کودک و نوجوان ایرانی، نپرداخته است؛ چنین امری در پژوهش‌های خارجی که با زبان انگلیسی منتشر شده‌اند، وجود ندارد؛ بنابراین جستجوی پژوهش‌های مرتبط خارجی، بی‌نتیجه ماند.

بنابراین، در رابطه با موضوع و مسئله پژوهش حاضر، تاکنون پژوهشی انجام نشده است؛ لذا پژوهش حاضر در شناسایی و تحلیل راهبردهای اجتماعی و فرهنگی دانشگاه در برابر کودکان و نوجوانان در ایران، نو و منحصر به فرد است؛ بنابراین پژوهشگر در تلاش است که گامی آغازین در زمینه مربوطه بردارد.

۳. تعریف مفاهیم

پژوهش حاضر چون ماهیت کیفی دارد؛ بنابراین پرداختن به نظریه‌ها، یک خطای روش‌شناختی و غیرضروری است؛ لذا، پیرو منطق روش تحقیق کیفی، در ادامه به مرور مفاهیم حساس پژوهش، می‌پردازیم.

۳-۱. دانشگاه

یکی از نهادهای آموزشی در همه جوامع دانشگاه‌ها هستند. دانشگاه در ایران زیرمجموعه سه وزارتخانه، وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی (دانشگاه‌های علوم پزشکی)، وزارت آموزش و پرورش (دانشگاه فرهنگیان) اداره می‌شود. در جامعه ایرانی، آموزش دانشگاهی در چند سطح کاردانی، کارشناسی، کارشناسی ارشد، دکترا است؛ البته باید توجه داشت که دانشگاه‌های ایران به شش گروه اصلی دانشگاه‌های دولتی، دانشگاه آزاد، دانشگاه غیرانتفاعی، پیام نور، فنی و حرفه‌ای و علمی - کاربردی تقسیم می‌شوند. جمعیت دانشگاهی در ایران، ناظر بر دانشجویان و اعضای هیئت علمی (پژوهشی و آموزشی) هستند. کارمندان دانشگاهی در برخی از تعاریف نیز جزئی از جمعیت دانشگاهی مطرح می‌شوند (نفیسی، ۱۳۸۰)؛ بنابراین در پژوهش حاضر منظور از دانشگاه، نهاد دانشگاه و کتشران آن در قالب دانشجو و اعضای هیئت علمی (آموزشی و پژوهشی) هستند.

۳-۲. مفهوم کودک

در تعریف مفهومی کودکی و نوجوانی تعیین بازه زمانی و سنی، یکی از مهم‌ترین

گام‌ها می‌باشد که نه تنها تعیین‌کننده گروه مورد نظر به‌عنوان مخاطبان است بلکه ماهیت آن‌ها را نیز تعیین می‌کند. کودک در اسناد بین‌المللی به‌خصوص پیمان‌نامه حقوق کودک که مرجع در سطح جهانی است، بر اساس ماده ۱، یعنی هر فرد انسانی که از نظر سنی زیر ۱۸ سال تمام باشد. طول دوران کودکی نیز، از بدو تولد تا قبل از ۱۸ سال تمام است که در هر کشور بر مبنای تقویم رسمی همان کشور محاسبه می‌گردد. کودک در جامعه ایرانی اسلامی هر فرد انسانی از زمان تشکیل نطفه است تا قبل از ۱۸ سالگی تمام قمری؛ بنابراین، دوران کودکی از ۱۸ سالگی پایان می‌یابد. هرچند که از منظر پژوهشگر و پژوهش‌های پیشین، دوران کودکی در جامعه ایرانی اسلامی، شامل سه مرحله: دوران جنینی، خردسالی و نوجوانی می‌گردد؛ بنابراین بر اساس مبانی حقوقی - قانونی و مسئولیت‌های اجتماعی، در جامعه ایرانی، دوران کودکی تا ۱۸ سالگی تمام قمری را شامل می‌شود (شعبان، ۱۳۹۹).

۴. روش پژوهش

در پژوهش حاضر، پژوهشگر به‌دنبال احصاء راهبردهای اجتماعی و فرهنگی دانشگاه در برابر قشر کودک و نوجوان جامعه ایرانی، متمرکز بر در اسناد حقوقی - قانونی است؛ برای این کار، به‌دنبال مطالعه اسناد رسمی مربوطه است که مبانی حقوقی و هنجاری موضوع را فراهم می‌آورند. روش پژوهش حاضر کیفی با طرح تحلیل اسنادی است. در این راستا پژوهشگر اقدام به جستجوی اسناد و اطلاعات مربوط به مسئله پژوهش نموده و سپس به گردآوری، تجزیه و تحلیل اطلاعات پرداخته است. جامعه پژوهش نیز، کلیه اسناد و اطلاعات حقوقی - قانونی ایرانی هستند که به ارائه راهبردهای اجتماعی و فرهنگی برای نهاد دانشگاه در برابر کودکان و نوجوانان می‌پردازند.

جستجوها نشان می‌دهند که در ایران در رابطه با راهبردهای اجتماعی و فرهنگی و یا مسئولیت نهاد دانشگاه در برابر قشر کودک و نوجوان، اسناد حقوقی - قانونی مشخصی (در ربط مستقیم) که توسط دانشگاه‌ها یا نهادهای متولی امور کودکان و نوجوانان تهیه شده باشند، وجود ندارند. پیرامون کودکان و نوجوانان ایرانی نیز سه حوزه حقوقی - قانونی کلی، شامل: ۱- قوانین و مقررات ایران (با تأکید بر لایحه حقوق کودک)، (آرتیدا و تقی‌زاده، ۱۳۹۱)؛ ۲- قواعد کنوانسیون حقوق کودک (جامعه جهانی) (سند حقوق کودک به گزارش کنوانسیون حقوق کودک، ۱۹۸۹)؛ ۳- میثاق اسلامی حقوق کودک (جهان اسلام)، (گزارش متن حقوق کودک در جهان

اسلام، ۱۹۵۹)؛ در ایران وجود دارند و مبنای بسیاری از قانون‌گذاری‌ها و تعریف هنجارهای اجتماعی و فرهنگی می‌باشند که در پژوهش حاضر، پیرامون موضوع «راهبردهای اجتماعی و فرهنگی دانشگاه در برابر کودکان و نوجوانان: مطالعه اسناد حقوقی - قانونی ایران» به بررسی و تحلیل آن‌ها می‌پردازیم.

۵. یافته‌های پژوهش

۱- اسناد حقوقی - قانونی که راهبردهای اجتماعی و فرهنگی نهاد دانشگاه در برابر قشر کودک و نوجوان را در ایران مطرح کرده‌اند:

در پاسخ به پرسش اول پژوهش مبنی بر «اسناد حقوقی - قانونی که راهبردهای اجتماعی و فرهنگی نهاد دانشگاه در برابر قشر کودک و نوجوان را در ایران مطرح کرده‌اند کدامند؟» به بررسی همه اسناد و اطلاعات حقوقی و قانونی موجود در ایران پرداختیم که پیرامون سه حوزه، شامل: ۱- قوانین و مقررات ایران (با تأکید بر لایحه حقوق کودک)، ۲- قواعد کنوانسیون حقوق کودک (جامعه جهانی) و ۳- میثاق اسلامی حقوق کودک (جهان اسلام)، قابل تقسیم‌بندی هستند.

نتایج مرور و بررسی اسناد مذکور نشان می‌دهند که پیرامون راهبردهای اجتماعی و فرهنگی نهاد دانشگاه در برابر قشر کودک و نوجوان، قوانین و مقررات مشخصی وجود ندارند که به‌صورت مستقیم و حتی غیرمستقیم به این موضوع بپردازند. در رابطه با مواد و قواعد میثاق اسلامی حقوق کودک (جهان اسلام) نیز چنین وضعیتی قابل مشاهده است؛ اما در رابطه با قواعد کنوانسیون حقوق کودک (جامعه جهانی) در جامعه ایرانی، «برنامه عمل جامع حقوق کودک و نوجوان (سند ملی) در افق ۱۴۰۴: راهبردها، اهداف و برنامه‌های اجرایی» به‌عنوان سند حقوقی - قانونی وجود دارد. برنامه عمل جامع مذکور که توسط مرجع ملی کنوانسیون حقوق کودک در وزارت دادگستری در سال ۱۳۹۵ تدوین و اجرایی شده است بیانگر راهبردهای اجتماعی و فرهنگی نهادهای مختلف جامعه ایرانی از جمله دانشگاه در قبال کودکان و نوجوانان است؛ بنابراین تنها سند حقوقی - قانونی که راهبردهای اجتماعی و فرهنگی نهاد دانشگاه در برابر قشر کودک و نوجوان را در ایران مطرح کرده است، همان برنامه عمل جامع مذکور است؛ بنابراین نمونه مورد مطالعه در پژوهش حاضر، متن برنامه عمل جامع حقوق کودک و نوجوان (سند ملی) در افق ۱۴۰۴: راهبردها، اهداف و برنامه‌های اجرایی است که مورد تحلیل و بررسی شده و در ادامه به اختصار، «برنامه عمل جامع» نامیده می‌شود.

لازم به توجه است، برای شناسایی بهتر پیرامون برنامه عمل جامع به‌عنوان تنها سند حقوقی - قانونی شناسایی شده در ایران که راهبردهای اجتماعی و فرهنگی نهاد دانشگاه در برابر قشر کودک و نوجوان را مطرح کرده است، به مرور ماهیت آن می‌پردازیم.

«برنامه عمل جامع حقوق کودک و نوجوان (سند ملی) در افق ۱۴۰۴: راهبردها، اهداف و برنامه‌های اجرایی» سندی است جامع و با افق بلندمدت که چشم‌انداز، مأموریت، اهداف کلان و عملیاتی، سیاست‌ها، برنامه‌ها و دستگاه‌های مسئول و همکار اجرا را شامل شده و مرجع تمامی اسناد پس از خود محسوب می‌شود. برنامه مذکور، افراد دارای کمتر از ۱۸ سال تمام شمسی را گروه هدف خود معرفی کرده که به موجب آن از حمایت‌های این برنامه بهره‌مند می‌شوند.

مبانی ارزشی حاکم بر برنامه مذکور را می‌توان در ۷ مورد زیر شرح داد؛ نویسندگان سند با مبانی ارزشی زیر سعی در تدوین برنامه‌ها داشته‌اند؛ اما باید توجه داشت تا حدودی نیز تحقق مبانی ارزشی زیر در هر برنامه‌ها تا حدودی کمال‌گرایانه و حتی شعارگونه است.

- **تضمین موضوع برابری و عدم تبعیض در بین قشر کودک و نوجوان:** هر کودک و نوجوانی، حق توسعه و رشد تا سر حد ظرفیت خود را داراست. این برنامه برای تمام کودکان و نوجوانان بدون هیچ‌گونه تبعیضی قابل اعمال است. هیچ کودک و نوجوانی نباید بر اساس عواملی همچون: سن، جنسیت، نژاد، طایفه، وضعیت سلامت، وضعیت اقتصادی، روابط مذهبی یا سیاسی مورد تبعیض یا رفتار نابرابر قرار گیرد. از همه کودکان و نوجوانان در برابر انواع تبعیض و سوءاستفاده حمایت می‌شود (برنامه عمل جامع، ۱۳۹۴).
- **رعایت منافع عالی قشر کودک و نوجوان:** همه برنامه‌ها و اقدامات موجود که در جهت بهبود وضعیت زندگی کودکان و نوجوانان انجام می‌شوند باید در راستای پیشبرد منافع آن‌ها باشند؛ بنابراین همه نهادهای دولتی و غیردولتی که در زمینه کودک و نوجوان دارای برنامه هستند می‌بایست این امر را رعایت کنند (برنامه عمل جامع، ۱۳۹۴).
- **مشارکت جویی:** قشر کودکان و نوجوانان می‌بایست در جریان هر تصمیم‌گیری و سیاست‌گذاری که برای آن‌ها می‌شود، مشارکت داشته باشند و به قدرت فهم آن‌ها احترام گذاشته شود (برنامه عمل جامع، ۱۳۹۴).

- **دانش محوری و دانش بنیان بودن:** رویکردها و روش‌های علمی و به‌روز می‌بایست در تمامی سیاست‌گذاری‌ها و امور اجرایی مربوط به کودکان و نوجوانان در نظر گرفته شوند (برنامه عمل جامع، ۱۳۹۴).
 - **نقدپذیر بودن و پاسخگو بودن:** همه کنشگران مربوط به قشر کودک و نوجوان از جمله حکمرانان و قانون‌گذاران، والدین، مربیان و معلمان و... می‌بایست نسبت به حقوق کودکان و نوجوانان پاسخگو و نقدپذیر باشند (برنامه عمل جامع، ۱۳۹۴).
 - **رویکرد جنسیتی:** توجه به نیازها و نقش‌های آینده دختران و پسران در جامعه باید با توجه به رویکرد جنسیت‌محور صورت پذیرند؛ بنابراین رویکرد اسلامی می‌بایست در تعریف نقش‌های جنسیتی در زندگی فردی و اجتماعی کودکان و نوجوانان لحاظ گردد (برنامه عمل جامع، ۱۳۹۴).
 - **خانواده بنیان و خانواده محور:** از آنجاکه طبق موازین اسلامی و به موجب اصل ۱۰ قانون اساسی خانواده، بنیادی‌ترین واحد اجتماع است؛ نهاد خانواده می‌بایست به‌عنوان نهاد امن و حامی و بسترساز برای رشد و توسعه کودکان و نوجوانان در نظر گرفته شود؛ همچنین در تدوین هر برنامه‌ای برای قشر کودکان و نوجوان می‌بایست اهمیت نهاد خانواده لحاظ گردد (برنامه عمل جامع، ۱۳۹۴).
- علاوه‌براین باید توجه داشت که برنامه عمل جامع، در ۶ هدف کلان به شرح زیر تدوین شده است:
- ۱- بهبود وضعیت حقوق کودک و نوجوان ایرانی با توجه به احکام و مبانی دین اسلام؛
 - ۲- افزایش عدالت اجتماعی در جامعه و ضمانت فرصت‌های برابر برای همه؛
 - ۳- افزایش مشارکت عمومی و جامعه مدنی در رابطه با حقوق کودک و نوجوان؛
 - ۴- رشد و توسعه اخلاقی، دینی و فرهنگی قشر کودک و نوجوان؛
 - ۵- فرهنگ‌سازی برای تقویت احترام به حقوق کودکان و نوجوانان جامعه؛
 - ۶- آگاهی‌بخشی عمومی و روشنگری برای افزایش اعتماد عموم مردم، نسبت به نهادهای و نظام حکمرانی در جهت حمایت از کودکان و نوجوانان.
- در راستای تحقق اهداف مذکور، ۱۱ راهبرد با ۳۸ اهداف اختصاصی و ۲۲۳ برنامه و در نهایت ۸۳۶ فعالیت جهت اجرا توسط متولیان، طراحی شده‌اند (برنامه عمل جامع، ۱۳۹۲).

۲- راهبردهای اجتماعی و فرهنگی نهاد دانشگاه در برابر قشر کودک و نوجوان در اسناد حقوقی - قانونی ایران کدامند؟ چه جنبه‌هایی دارند و نقاط قوت و ضعف آن‌ها کدامند؟

لازم به توجه است که در جهت پاسخگویی به پرسش دوم پژوهش، متن برنامه عمل جامع را مورد بررسی و مذاقه قراردادیم؛ در بررسی برنامه عمل جامع، سهم نهاد دانشگاه در انجام هریک از فعالیت‌ها در زیرمجموعه وزارت علوم، تحقیقات و فناوری تعریف شده است. سهم وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی به ارائه خدمات مربوط به درمان و سلامت محدود شده است؛ بنابراین ماهیت فعالیت‌های مطرح شده برای وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی، غیردانشگاهی و محدود و مبتنی بر خدمات پزشکی - درمانی تعریف شده‌اند. چنین امری یک ضعف در سیاست‌گذاری و تدوین برنامه توسط نگارندگان آن است؛ گویی نسبت به نظام دانشگاهی جامعه ایرانی دیدگاه کاملی نداشته و همین امر موجب محدودشدن برنامه‌های پیش‌بینی و تعریف شده در برنامه عمل جامع شده است.

در بررسی نقش دانشگاه‌ها در تحقق هریک از فعالیت‌های پیش‌بینی شده، ۸ برنامه به صورت مستقیم توسط دانشگاه‌ها و ۵ برنامه دیگر نیز توسط نهادهای دیگر اما با همکاری دانشگاه‌ها می‌بایست اجرا شوند.

جدول (۱): راهبردهای اجتماعی و فرهنگی دانشگاه برای قشر کودک و نوجوان در ایران

شماره راهبرد	عنوان راهبرد در سند	اهداف اختصاصی	تعداد	مورد مشارکت دانشگاه‌ها به‌عنوان مسئول اصلی
۱	ارتقاء وضعیت حقوق بنیادین کودکان	۶ هدف	۲۵	ندارد
۲	ارتقاء روابط خانوادگی و مراقبت‌های جایگزین	۳	۱۷	ندارد
۳	تأمین سلامت و رفاه اولیه کودکان	۴	۳۳	ندارد
۴	ترویج، تقویت و نهادینه‌سازی فرهنگ دوستدار	۳	۱۸	با ۶ برنامه

شماره راهبرد	عنوان راهبرد در سند	اهداف اختصاصی	ع:؛	ع:؛	مورد مشارکت دانشگاهها به عنوان مسئول اصلی
	کودک				
۵	توسعه و ارتقای رشد اخلاقی و دینی	۶	۳۵	۱۳۸	ندارد
۶	گسترش مراقبت‌های ویژه	۴	۲۴	۸۶	ندارد
۷	بهبود ساختار و نظام مدیریت	۴	۳۰	۱۱۶	با یک برنامه
۸	توسعه قوانین و مقررات	۲	۲۱	۹۷	ندارد
۹	توسعه علمی و پژوهشی	۲	۸	۲۵	با یک برنامه
۱۰	توسعه توانمندسازی منابع انسانی	۳	۱۱	۴۴	ندارد
۱۱	توسعه همکاری‌های بین‌المللی	۱	۱	۳	ندارد
جمع کل	۱۱ مورد	۳۸	۲۲۳	۸۳۶	۸

منبع: (برنامه عمل جامع حقوق کودک و نوجوان (سند ملی) در افق ۱۴۰۴: راهبردها، اهداف و برنامه‌های اجرایی (۱۳۹۴))

- در ذیل راهبرد گسترش فرهنگ دوستدار کودک، راهبرد جزعی با عنوان «ارتقاء آگاهی جامعه از حقوق کودک» مطرح شده است که شامل ۶ برنامه به شرح زیر می‌شوند:
- ۱- ایجاد و توسعه رشته کارشناسی ارشد حقوق کودک در دانشگاه‌ها برای دانشجویان حقوق؛
 - ۲- اختصاص ۲ واحد درس حقوق کودک در مقطع کارشناسی؛
 - ۳- برگزاری همایش‌های داخلی و بین‌المللی حقوق کودک؛
 - ۴- برگزاری دوره‌های آموزش مهارت‌های رفتاری و مهارت فرزندپروری برای دانشجویان؛
 - ۵- تعیین اولویت‌های پژوهشی مربوط به حقوق کودک؛
 - ۶- تشکیل کلینیک‌های حقوق کودک و خانواده در دانشگاه‌ها.

همان‌طور که واضح است، تمرکز برنامه‌های دانشگاه‌ها در زیرمجموعه راهبرد «گسترش فرهنگ دوستدار کودک/ ارتقاء آگاهی جامعه از حقوق کودک» بر آموزش و پژوهش است. ایجاد رشته تحصیلی، آموزش دانشجویان و تدوین مطالعات و پژوهش‌ها، ایجاد ساختارها و نهادهای متمرکز، گفتمان‌سازی و مهارت‌آموزی البته با تمرکز بر «حقوق کودک» برنامه‌های راهبرد مذکور هستند که می‌بایست توسط دانشگاه‌ها انجام شوند. باید توجه داشت، یکی از خطاهایی که در بین بسیاری از کنشگران حتی کنشگران دانشگاهی در عرصه‌ی علوم انسانی، رایج است؛ «تقلیل حقوق کودک» به یک امر قانونی است، و این خطا نیز در برنامه عمل جامع اتفاق افتاده است. حقوق کودک که معادل انگلیسی آن Child Rights است؛ دربرگیرنده همه حق‌های کودک در زمینه‌های فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی یک جامعه است. در این معنا، حقوق کودک مجموعه‌ای شامل همه‌ی سیاست‌گذاری‌های تقنینی و غیرتقنینی مرتبط با کودکان است. سیاست‌گذاری‌های تقنینی مرتبط با کودک همان مواد قانونی هستند که معادل آن در انگلیسی Child Low است؛ اما سیاست‌گذاری‌های غیرتقنینی همه برنامه‌ریزی‌ها، مصوبات، شیوه‌نامه‌ها، اسناد و... را دربرمی‌گیرد؛ حتی شامل همه هنجارها و قواعد اجتماعی می‌شود که در فضای فرهنگی یک جامعه در رابطه با کودکان، مورد پیروی قرار می‌گیرند و برنامه عمل جامع حقوق کودک و نوجوان (سند ملی) در افر ۱۴۰۴ نیز خودش از همین دست سیاست‌گذاری‌های غیرتقنینی است؛ اما در درون خود سیاست‌گذاری برای تحقق حقوق کودکان را مبتنی بر تعریف تقنینی از حقوق کودک نموده است، با وجود اینکه حقوق کودک امری کاملاً اجتماعی فرهنگی است و نباید آن را به‌عنوان یک کل به جزیی از آن یعنی مواد قانونی، تقلیل داد؛ بنابراین لازم است که در ارائه برنامه‌ها، موضوع «کودک / کودکی» به شکلی کلی لحاظ می‌شود و چه‌بسا ایجاد رشته‌های آموزشی و پژوهش‌ها در دانشکده‌های علوم اجتماعی، روان‌شناسی و تعلیم‌وتربیت نیز مورد توجه قرار می‌گرفت. چه‌بسا مطالعات کودکی بیشتر می‌توانست گویا باشد و ابعاد فرهنگی، اجتماعی، حقوقی و... قشر زیر ۱۸ ساله را مورد توجه قرار دهد.

در راهبرد «راهبرد بهبود ساختار و نظام مدیریت»، راهبرد جزعی «افزایش مشارکت مردمی و جامعه مدنی» مطرح شده است که برنامه «تشکیل و توسعه گروه-های پژوهشی انجمن‌های علمی غیردولتی حقوق کودک» با مسئولیت مستقیم دانشگاه‌ها را دربرمی‌گیرد. در این بخش علاوه‌بر مسئله‌ای که پیشتر مطرح شد که

تمرکز بر امر تقنینی دارد در حالی که برای تحقق حقوق کودکان موضوع کودک به شکل کلی باید مورد توجه در برنامه‌ها باشد. مسئله دیگر، عدم توجه به توانمندی دانشگاه در ایجاد گروه‌های مردم‌نهاد و تقویت و جهت‌دهی جامعه مدنی برای توجه به کودکان و نوجوانان، موضوع‌ها، آسیب‌ها و مسائل آنهاست. در این راستا ماهیت مشارکت‌های مردمی و مردم‌نهاد در عرصه حمایت از کودکان در جوانب مختلف می‌تواند قالبی «انجمن‌محور» داشته باشد و یا قالبی «خیریه‌ای / وقفی» به خود بگیرند. در راهبرد توسعه علمی و پژوهشی، راهبرد جزعی «ارتقاء وضعیت نظام پژوهش با رویکرد کاربردی نمودن نتایج پژوهش‌ها» را به‌عنوان مسئولیت اصلی دانشگاه‌ها مطرح می‌کند که در زیرمجموعه آن برنامه «استفاده از نتایج پژوهش‌های کاربردی» مطرح شده است. باید توجه داشت که تلاش دانشگاه برای تشویق، حمایت از پژوهش‌های مربوط به کودکان و نوجوانان به شکل کلی می‌بایست مطرح می‌شد؛ همچنین این بخش در جهت پیوند بیشتر جامعه و دانشگاه و در راستای استفاده از یافته‌های علمی دانشگاهی و پژوهش‌های نخبگان علمی در عرصه اجرایی جامعه، زمانی مؤثر است که گروه‌های علمی - آموزشی یا علمی - پژوهشی در درون دانشگاه‌ها با تمرکز بر مطالعات کودکان شکل بگیرند تا متخصصان و صاحب‌نظران این حوزه را به‌عنوان نخبگان علمی دانشگاهی گرد هم آورده و نتایج پژوهش‌ها و مطالعات آن‌ها را به شیوه مشارکتی با خودشان به برنامه‌های اجرایی تبدیل نمایند. در برنامه عمل جامع، ۵ برنامه دیگر پیرامون راهبردهای اجتماعی و فرهنگی دانشگاه‌ها در برابر قشر کودک و نوجوان قابل بررسی هستند؛ این ۵ برنامه توسط نهادهای دیگر اما با همکاری دانشگاه‌ها می‌بایست اجرا شوند؛ بنابراین دانشگاه نه مسئول اصلی بلکه همکار در اجرای راهبردها است.

جدول (۲): راهبردهای اجتماعی و فرهنگی مورد همکاری دانشگاه برای قشر

کودک و نوجوان ایرانی

شماره راهبرد	عنوان راهبرد در سند	اهداف اختصاصی	م. ع. ۴	م. ع. ۵	مورد مشارکت دانشگاه‌ها به‌عنوان مسئول همکار
۱	ارتقاء وضعیت حقوق بنیادین کودکان	۶ هدف	۲۵	۸۳	
۲	ارتقاء روابط خانوادگی و	۳	۱۷	۵۵	

شماره راهبرد	عنوان راهبرد در سند	اهداف اختصاصی	تعداد	تعداد	مورد مشارکت دانشگاه‌ها به‌عنوان مسئول همکار
	مراقبت‌های جایگزین				
۳	تأمین سلامت و رفاه اولیه کودکان	۴	۳۳	۱۳۰	
۴	ترویج، تقویت و نهادینه‌سازی فرهنگ دوستدار کودک	۳	۱۸	۵۹	
۵	توسعه و ارتقای رشد اخلاقی و دینی	۶	۳۵	۱۳۸	۱ برنامه با مسئولیت اصلی وزارت آموزش و پرورش
۶	گسترش مراقبت‌های ویژه	۴	۲۴	۸۶	
۷	بهبود ساختار و نظام مدیریت	۴	۳۰	۱۱۶	
۸	توسعه قوانین و مقررات	۲	۲۱	۹۷	۱ برنامه با مسئولیت اصلی مرجع ملی کنوانسیون حقوق کودک
۹	توسعه علمی و پژوهشی	۲	۸	۲۵	۱ برنامه با مسئولیت اصلی وزارت آموزش و پرورش
۱۰	توسعه توانمندسازی منابع انسانی	۳	۱۱	۴۴	۲ برنامه با مسئولیت اصلی وزارت آموزش و پرورش و سازمان بهزیستی کشور
۱۱	توسعه همکاری‌های بین‌المللی	۱	۱	۳	
جمع کل	۱۱ مورد	۳۸	۲۲۳	۸۳۶	۵

منبع: (برنامه عمل جامع حقوق کودک و نوجوان (سند ملی) در افق ۱۴۰۴: راهبردها، اهداف و برنامه‌های اجرایی (۱۳۹۴))

در راهبرد توسعه و ارتقای رشد اخلاقی و ارزشی، راهبرد فرعی «گسترش مراکز و فعالیت‌های آموزشی، دینی، پرورشی، ورزشی، فرهنگی، هنری و تفریحی» ذکر شده است که ناظر بر برنامه «تدوین بسته‌های مطالعاتی ویژه کودکان و برگزاری برنامه‌های کتابخوانی در سطح مدارس» است. مسئول اصلی این برنامه وزارت

آموزش و پرورش است که با همکاری چند نهاد از جمله دانشگاه‌ها می‌بایست انجام شود. همان‌طور که قبلاً ذکر شد، اجرای این بخش زمانی امکان‌پذیر است که گروه‌های علمی - آموزشی یا علمی-پژوهشی در درون دانشگاه‌ها با تمرکز بر مطالعات کودکان شکل بگیرند تا متخصصان و صاحب‌نظران این حوزه را به‌عنوان نخبگان علمی دانشگاهی را تشویق نموده و نتایج پژوهش‌ها و مطالعات آن‌ها را در جهت تدوین بسته‌های مطالعاتی ویژه کودکان سوق دهد.

راهبرد توسعه قوانین و مقررات، با راهبرد فرعی روزآمدسازی قوانین و مقررات، برنامه «تدوین قانون جامع حقوق کودک» را مطرح می‌کند که مرجع ملی کنوانسیون حقوق کودک متولی اصلی آن و دانشگاه‌ها نیز از جمله همکاران است. باید توجه داشت که تقلیل حقوق کودک به امر قانونی نیز مطرح شد و لزوم توجه به هنجارها و فرهنگ‌سازی نیز وجود دارد؛ بنابراین دانشگاه‌ها در این بخش می‌بایست نسبت به این راهبرد و برنامه، نظری اصلاحی داشته باشند تا برنامه تدوین قانون در عرصه حقوق کودک را به حوزه‌ای وسیع‌تر از جمله فرهنگ‌سازی و ساخت و بر ساخت هنجارهای اجتماعی، توسعه دهند؛ اما بر اساس آخرین پیگیری‌ها از مرجع ملی کنوانسیون حقوق کودک، هیچ کنشگر دانشگاهی نسبت به این مورد نظری اعتراضی و تکمیلی اعلام نکرده است و این خود بیانگر عدم آگاهی دانشگاهیان از متن برنامه عمل جامع است.

راهبرد دیگر، توسعه علمی و پژوهشی است که ارتقاء فعالیت پژوهشی از جمله راهبردهای فرعی آن است که ناظر بر برنامه حمایت از برنامه‌های پژوهشی مربوط به بهبود نظام آموزشی مرتبط است. مسئول اصلی این برنامه نیز وزارت آموزش و پرورش است که با همکاری نهادهایی همچون دانشگاه می‌بایست سعی در تشویق پژوهشگران برای پژوهش در حوزه کودکان و نوجوانان و حمایت همه‌جانبه از آن‌ها نماید و همچنین، از نتایج پژوهش‌ها نیز بهره‌برداری لازم داشته باشد.

راهبرد دیگر، توسعه و توانمندسازی منابع انسانی است که دو راهبرد فرعی «تأمین منابع انسانی متناسب با نیازها» و «توسعه آموزش منابع انسانی» با برنامه‌های «ایجاد رشته‌های مدیریت مهدهای کودک، مدیریت مراکز مراقبتی و پرورشی کودکان، سلامت جنسی کودکان و نوجوان، مربی پیش‌دبستانی در دوره‌های کاردانی و کارشناسی و مددکاری کودک دوره کارشناسی ارشد» و «افزایش مهارت‌ها و صلاحیت‌های حرفه‌ای معلمان» برای آن‌ها ذکر شده‌اند. متولی اصلی آن‌ها نیز سازمان بهزیستی کشور و وزارت آموزش و پرورش اعلام شده‌اند و دانشگاه‌ها نیز

از جمله همکاران اجرای برنامه‌ها هستند؛ بنابراین این بخش نیز همانند بخش‌های پیشین، زمانی امکان‌پذیر است که گروه‌های علمی - آموزشی یا علمی - پژوهشی در درون دانشگاه‌ها با تمرکز بر مطالعات کودکان شکل بگیرند تا پیرو آن بتوان متخصصانی در زمینه‌های علوم اجتماعی، روان‌شناسی و تعلیم و تربیت، حقوق و... تربیت نمود؛ بنابراین آنچه که در حال حاضر وجود دارد، تربیت متخصصانی است که در گروه‌های آموزشی متفاوت، پیرو علاقه‌مندی خود بر مطالعات کودک و نوجوان متمرکز شده‌اند. همچنین در دانشگاه فرهنگیان به‌عنوان متولی اصلی تولید نیروی انسانی معلم، واحدهای آموزشی و پژوهشی متمرکز بر مطالعات کودکی وجود ندارد بلکه روان‌شناسی کودک تعلیم داده می‌شود که خود می‌تواند گامی آغازین برای توسعه بیشتر باشد به شکلی که معلمان با جنبه‌های مختلف حمایت از کودکان و نوجوانان در قالب حقوق کودک، آشنا شوند.

نتیجه‌گیری

در پژوهش حاضر به دنبال پرداختن به پرسش‌های «اسناد حقوقی - قانونی که راهبردهای اجتماعی و فرهنگی نهاد دانشگاه در برابر قشر کودک و نوجوان را در ایران مطرح کرده‌اند کدامند؟ راهبردهای اجتماعی و فرهنگی نهاد دانشگاه در برابر قشر کودک و نوجوان در اسناد حقوقی - قانونی ایران کدامند؟ چه جنبه‌هایی دارند و نقاط قوت و ضعف آن‌ها کدامند؟» بودیم. در این راستا با رویکرد کیفی و روش تحلیل اسنادی، اقدام به جستجو، بررسی و گزینش اسناد حقوقی - قانونی مربوطه کردیم. در این راستا «برنامه عمل جامع حقوق کودک و نوجوان (سند ملی) در افق ۱۴۰۴: راهبردها، اهداف و برنامه‌های اجرایی» نزدیک‌ترین سند به اهداف پژوهش حاضر بود. بررسی و تحلیل‌ها نشان می‌دهند که نهاد دانشگاه در ایران هیچ برنامه منسجمی برای انجام اقداماتی متمرکز بر قشر کودک و نوجوان ندارد و در مسیر معکوس نیز، نهادهای متولی امور قشر کودک و نوجوان نیز برنامه‌ها و اسناد اندکی در رابطه با راهبردهای اجتماعی و فرهنگی دانشگاه‌ها در برابر قشر کودک و نوجوان دارند. در پژوهش حاضر، تحلیل وظایف و راهبردهای اجتماعی و فرهنگی نهاد دانشگاه در برابر قشر کودک و نوجوان با بررسی و تحلیل سند ملی در افق ۱۴۰۴، انجام شد. یافته‌ها نشان می‌دهند که در مجموع ۸ برنامه به‌طور مستقیم و ۵ برنامه به‌طور غیرمستقیم در رابطه با راهبردهای اجتماعی و فرهنگی نهاد دانشگاه در برابر قشر کودک و نوجوان ایرانی، در طول سند مذکور بیان شده‌اند.

تحلیل‌ها نشان می‌دهند که مجموع ۱۳ برنامه مربوط به دانشگاه بیانگر نقش دانشگاه در ابعاد مختلفی از زندگی قشر کودکان و نوجوان است که شامل:

- انجام امور پژوهشی، مطالعاتی و گفتمان‌سازی در زمینه کودک و نوجوان؛
- مشارکت نخبگان برای ایجاد ساختار حقوق کودک؛
- ایجاد زمینه برای بروز و گسترش جامعه مدنی مربوط به قشر کودک و نوجوان و افزایش رابطه در بین جامعه و دولتمردان در راستای طرح مطالبات و پاسخگویی مسئولان؛
- آگاهی بخشی عمومی در جامعه پیرامون اهمیت قشر کودک و نوجوان و حقوق آن‌ها؛
- استفاده از نخبگان دانشگاهی برای ارتقاء نظام مدیریتی نهادهای خدمات‌رسان به قشر کودک و نوجوان جامعه؛
- ایجاد زمینه‌های توجه و ارتقاء جنبه‌های آموزشی، دینی، پرورشی، ورزشی، فرهنگی، هنری و تفریحی زندگی قشر کودک و نوجوان جامعه؛
- تربیت و تولید نیروهای انسانی متخصص در جنبه‌های مختلف زندگی قشر کودک و نوجوان جامعه.

باید توجه داشت در مرور و تحلیل ۱۳ برنامه مذکور چند نکته قابل ملاحظه هستند: اول؛ یکی از خطاهایی که در بین بسیاری از کنشگران حتی کنشگران دانشگاهی در عرصه علوم انسانی، رایج است؛ «تقلیل حقوق کودک» به یک امر قانونی است. درحالی‌که حقوق کودک امری کاملاً اجتماعی فرهنگی است و نباید آن را به‌عنوان یک کل به جزیی از آن یعنی مواد قانونی، تقلیل داد؛ بنابراین لازم است که در ارائه برنامه‌ها، موضوع «کودک / کودکی» به شکلی کلی لحاظ می‌شود و چه‌بسا ایجاد رشته‌های آموزشی و پژوهش‌ها در دانشکده‌های علوم اجتماعی، روان‌شناسی و تعلیم و تربیت نیز مورد توجه قرار می‌گرفت. چه‌بسا مطالعات کودکی بیشتر می‌توانست گویا باشد و ابعاد فرهنگی، اجتماعی، حقوقی و... قشر زیر ۱۸ ساله را مورد توجه قرار دهد.

دوم؛ یک مسئله دیگر، عدم توجه به توانمندی دانشگاه در ایجاد گروه‌های مردم‌نهاد و تقویت و جهت‌دهی جامعه مدنی برای توجه به کودکان و نوجوانان، موضوع‌ها، آسیب‌ها و مسائل آنهاست. در این راستا ماهیت مشارکت‌های مردمی و مردم‌نهاد در عرصه حمایت از کودکان در جوانب مختلف می‌تواند قالبی «انجمن‌محور» داشته باشد و یا قالبی «خیریه‌ای / وقفی» به‌خود بگیرند.

سوم؛ گروه‌های علمی - آموزشی یا علمی - پژوهشی در درون دانشگاه‌ها با تمرکز بر مطالعات کودکان شکل بگیرند تا متخصصان و صاحب‌نظران این حوزه را به‌عنوان نخبگان علمی دانشگاهی گرد هم آورده و نتایج پژوهش‌ها و مطالعات آن‌ها را به شیوه مشارکتی با خودشان به برنامه‌های اجرایی تبدیل نمایند.

چهارم؛ در تشویق پژوهشگران برای پژوهش در حوزه کودکان و نوجوانان و حمایت همه‌جانبه از آن‌ها نماید و همچنین، از نتایج پژوهش‌ها نیز بهره‌برداری لازم داشته باشد.

پنجم؛ در دانشگاه فرهنگیان به‌عنوان متولی اصلی تولید نیروی انسانی معلم، واحدهای آموزشی و پژوهشی متمرکز بر مطالعات کودکی وجود ندارد بلکه روان‌شناسی کودک تعلیم داده می‌شود که خود می‌تواند گامی آغازین برای توسعه بیشتر باشد به شکلی که معلمین با جنبه‌های مختلف حمایت از کودکان و نوجوانان در قالب حقوق کودک، آشنا شوند.

درنهایت آنچه که در جامعه ایرانی به‌عنوان راهبردهای اجتماعی و فرهنگی دانشگاه‌ها در برابر قشر کودک و نوجوان قابل احصاء است بسیار محدود است؛ درحالی‌که نقش دانشگاه و نخبگان دانشگاهی در زمینه کودک و نوجوان بسیار اهمیت دارد زیرا قشر مذکور نسبت به اقشار دیگر، توان کنشگری و عاملیت و آگاهی مستقلی ندارند و نیازمند نماینده و کنشگر نیابتی از جانب خود هستند، کنشگرانی که با آگاهی و ابراز وجود، بتوانند مسئولیت عمومی خود در قبال قشر کودک و نوجوان را انجام داده و سهم جامعه را نیز مطالبه نمایند؛ بنابراین لازم است که نهاد دانشگاه توجه بیشتری به پیوند دانشگاه با جامعه در زمینه قشر کودک و نوجوان نماید و پیرامون اثربخشی و مسئولیت دانشگاه در رابطه با قشر مذکور راهبردها و سیاست‌های مدونی را در پیش گیرد. در این راستا نیز ضروری است اولین گام خود را بر شفاف‌سازی نهاده و موضوع کودک و نوجوان را از محدودیت نگاه حقوقی نجات داده و از جنبه‌های مختلف اجتماعی، فرهنگی، سیاسی، حقوقی، اقتصادی، سلامت و... به زندگی قشر مذکور بپردازد؛ چنین امری یک نیاز مهم در جامعه کودک و نوجوان ایرانی است؛ زیرا بر اساس آخرین پیگیری‌ها از مرجع ملی کنوانسیون حقوق کودک هیچ کنشگر دانشگاهی نسبت به محدود شدن کودک و نوجوان و مباحث حقوق کودک در برنامه‌های سند ملی در افق ۱۴۰۴، به امور حقوقی - قانونی، نظری اعتراضی و تکمیلی اعلام نکرده است و این خود بیانگر عدم آگاهی دانشگاهیان از متن برنامه عمل جامع است.

فهرست منابع

آرتیدا، طیبه و تقی‌زاده، مرضیه (۱۳۹۱). حقوق کودکان و نوجوانان در جمهوری اسلامی ایران: مجموعه قوانین و مقررات تا پایان سال ۱۳۸۸. جلد اول، تهران: نشر یونیسف.

آذر، خدیجه و ذاکر صالحی، غلامرضا (۱۴۰۱). مسئولیت اجتماعی دانشگاه در مقابله با بحران ویروس کرونا. *مجله رفاه اجتماعی*، (۸۵)، ۸۱-۱۲۲.

اسلامی شعبجره، روح‌اله و تاجی، سکینه (۱۴۰۲). آسیب‌شناسی چرخه سیاست‌گذاری امور مربوط به کودکان در ایران. *راهبرد اجتماعی فرهنگی*، (۵۳)۱۳، ۱۲۹۳-۱۳۲۶.

برادران حقیر، مریم؛ نورشاهی، نسرین و روشن، احمدرضا (۱۳۹۸). مفهوم‌سازی مسئولیت اجتماعی دانشگاه در ایران. *فصلنامه پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی*، (۳)۲۵، ۱-۲۶.

برنامه عمل جامع حقوق کودک و نوجوان (سند ملی) در افق ۱۴۰۴: راهبردها، اهداف و برنامه‌های اجرایی (۱۳۹۴). مجری، مؤسسه فرهنگی فضیلت مهر، به سفارش مرجع ملی کنوانسیون حقوق کودک، وزارت دادگستری.

بهراد، بهنام (۱۴۰۱). سیاست‌گذاری و حکمرانی کشورها در آموزش و مراقبت اوان کودکی. *فصلنامه سلامت و آموزش در اوان کودکی*، (۱)۳، ۳۳-۶۷.

بیگی، جمال (۱۳۹۸). راهبردنگاری قانونی برای کودکان و نوجوانان در سیاست‌گذاری آموزشی. *سیاست‌نامه علم و فناوری*، (۴)۹، ۳۱-۴۶.

جهانگیری، علی؛ حیدر بیگی، شهلا و وفایی، سپیده (۱۴۰۱). مسئولیت اجتماعی دانشگاه‌ها در مقابل بحران کرونا: کووید ۱۹. *مجله پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی*، (۲۸)، ۲۱۷-۲۴۳.

حیدری‌زاده، زهرا؛ حسنی، محمد و مهاجران، بهناز (۱۳۹۹). تحلیل همبستگی قانونی بین مؤلفه‌های فرهنگ دانشگاهی و مسئولیت اجتماعی در آموزش عالی مطالعه موردی دانشگاه شهید بهشتی. *مجله فرهنگ در دانشگاه اسلامی*، (۳۷)، ۵۴۳-۵۶۶.

زاهدی‌اصل، محمد و بزرافکن، فرهاد (۱۳۹۹). بررسی روند تحولات سیاست‌گذاری و

- نهادی مربوط به کودکان در ایران. برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی، (۴۵)، ۱۴۷-۱۹۱.
- زمندی، علی‌اکبر؛ حسنی، محمد و فلاوندی، حسن (۱۴۰۲). شناسایی و اولویت‌بندی مؤلفه‌های مسئولیت اجتماعی در راستای اثربخشی دانشگاهی با استفاده از رویکرد دلفی فازی. *مجله فرآیند مدیریت و توسعه*، (۱۲۴)، ۱۶۷-۱۹۹.
- شعبان، مریم (۱۳۹۸). *جامعه‌شناسی کودکی در ایران*. رساله دکتری. با راهنمایی دکتر تقی آزاد ارمکی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران.
- شعبان، مریم (۱۳۹۸). حقوق کودک در ایران: تحلیل وضعیت علمی و اجرایی کمیته حقوق کودک استان مرکزی. *حقوق کودک*، (۱)، ۳۹-۷۰.
- شعبان، مریم (۱۳۹۹). گونه‌شناسی سیاست‌گذاری‌های مرتبط با کودک در ایران. *حقوق کودک*، (۵)، ۴۴-۷۱.
- شعبان، مریم (۱۴۰۰). تحلیل ساختار حقوق کودک در ایران: بررسی مرجع ملی کنوانسیون حقوق کودک بر مبنای پیمان‌نامه جهانی حقوق کودک. *تمدن حقوقی*، (۹)، ۱۳۹-۱۶۸.
- عزیزی، نعمت‌الله (۱۳۸۳). اشتغال و آموزش عالی: راهبردهای پیوند آموزش عالی با نیازهای بازار کار. *فصلنامه پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی*، (۲)۱۰، ۱۷۱-۱۹۷.
- علی محمدلو، مسلم؛ اکبری، بنفشه و مهدویان‌پور، الهام (۱۳۹۳). شناسایی مؤلفه‌های مسئولیت اجتماعی دانشگاه‌ها با استفاده از تکنیک دلفی فازی مطالعه موردی دانشگاه شیراز. *مجله آموزش عالی ایران*، (۲۳)، ۱۶۱-۱۹۲.
- فراستخواه، مقصود (۱۳۹۸). *گاه و بی‌گاه دانشگاه در ایران: مباحثی نو و انتقادی در باب دانشگاه پژوهی*. مطالعات علم و آموزش عالی، تهران: نشر آگاه.
- موبد، میترا و نادى‌زاده اردکانی، علی (۱۴۰۱). مروری بر شاخص‌های ارتباط مؤثر دانشگاه و جامعه بر مبنای مدل‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی دانشگاه. *مجله سیاست‌نامه علم و فناوری*، (۳۸)، ۹۹-۱۱۲.
- نقیسی، عبدالحسین (۱۳۸۰). *تحلیل نظام آموزش عالی*. گزارش تلفیقی شماره ۶، مؤسسه پژوهش و برنامه‌ریزی آموزش عالی.



References

- Artida, Tayyebeh & Taghizadeh, Marzieh (2012). Children and Adolescent Rights in the Islamic Republic of Iran: A Collection of Laws and Regulations up to the End of 2009, Volume 1, First Edition, Tehran: UNICEF Publications. (In persian)
- Azizi, Nematollah (2004). Employment and Higher Education: Strategies for Linking Higher Education with Labor Market Needs, Quarterly Journal of Research and Planning in Higher Education, 10(2), 171-197. (In persian)
- Baradaran Hagir, Maryam; Noorshahi, Nasrin & Roshan, Ahmadreza (2019). Quarterly Journal of Research and Planning in Higher Education, 25(3), 1-26. (In persian)
- Behrad, Behnam (2022). Policy-Making and Governance of Countries in Early Childhood Education and Care, 3(1), 33-67. (In persian)
- Beigi, Jamal (2019). Legal Strategy for Children and Adolescents in Educational Policy-Making, Science and Technology Policy, 9(4), 31-46. (In persian)
- Comprehensive Action Plan for Children and Adolescent Rights (National Document) in the Horizon 2025: Strategies, Goals and Implementation Plans (2015). Implemented by Fazil Mehr Cultural Institute, to the National Authority for the Convention on the Rights of the Child, Ministry of Justice. (In persian)
- Eslami Shaabjareh, Roohollah & Taji, Sakineh (2023), Pathology of the Policy-Making Cycle for Children in Iran. Socio-Cultural Strategy, 13(53), 1293-1326. (In persian)
- Farastkhah, Maghsoud (2019). Occasionally, the University in Iran: New and Critical Discussions on University Studies, Science Studies and Higher Education, 4th Edition, Tehran: Agah Publishing. (In persian)
- Nafisi, Abdolhossein (2001). Analysis of the Higher Education System, Consolidated Report No. 6, Institute for Higher Education Research and Planning. (In persian).
- Shaban, Maryam (2019). Children's Rights in Iran: Analysis of the Scientific and Executive Status of the Children's Rights Committee of Markazi Province, Children's Rights, (1), 39-70. (In persian)
- Shaban, Maryam (2019). Sociology of Childhood in Iran, PhD thesis supervised by Dr. Taghi Azad Aramaki, Faculty of Social Sciences, University of Tehran. (In persian)
- Shaban, Maryam (2020), Typology of Child-Related Policymaking in Iran, Children's Rights, (5), 44-71. (In persian)
- Shaban, Maryam (2021). Analysis of the Structure of Children's Rights in Iran: A Study of the National Reference of the Convention on the

Rights of the Child Based on the Universal Declaration of the Rights of the Child, Legal Civilization, (9), 139-168. (In persian)

Zahedisa, Mohammad; Bozrafkan, Farhad (2020). Review of Policy-Making and Institutional Development Trends Related to Children in Iran, Welfare and Social Development Planning, (45), 147-191. (In persian)

Extended abstract

Purpose

The primary objective of this study is to identify and conceptualize the key identity components of the ideal model of womanhood within the discourse of the Islamic Revolution, based on the intellectual framework of Ayatollah Khamenei. By critically reexamining both traditional and modern conceptions of female identity in contemporary Iran, this research aims to construct a theoretical foundation for effective identity policymaking that aligns with Islamic values across social, cultural, and political domains.

Methodology

Given the nature of the research problem, this study employs a qualitative thematic analysis. The corpus consists of Ayatollah Khamenei's speeches, letters, general policies, and official statements regarding women's issues from 1989 to 2024, analyzed as a coherent textual community. Data were classified, analyzed, and thematically categorized using *MAXQDA* software. To ensure validity and reliability—key criteria in qualitative research—the principle of *trustworthiness* was applied. The researchers sought to avoid interpretive bias by systematically analyzing all relevant data, documenting every research stage, including coding and categorization processes, and verifying the authenticity of findings. Final validation was achieved through expert review and interpretive confirmation.

Findings

Ayatollah Khamenei's conception of the "*Third Model of Woman*" represents an attempt to articulate a holistic and balanced vision of Muslim womanhood in the modern era—one that transcends the dichotomy between traditionalist and Western feminist models. Within this framework, women's identity is defined by five interrelated dimensions:

- 1- Balance:** Contrary to feminist extremes, the model envisions a woman capable of being both a devoted mother and wife and an active, influential participant in society.
- 2- Preservation of Values:** The woman in this model maintains her religious and cultural values in confronting the challenges of modernity. In line with Henri Tajfel's social identity theory, her sense of self is rooted in belonging to a religious community—the "religious we"—which shapes identity boundaries and social interactions.
- 3- Responsibility:** The woman bears moral and social responsibility toward herself, her family, and society, reflecting Charles Cooley's notion that identity is formed through interaction and contrast between

the self and others.

4- Progress: The model emphasizes both material and spiritual dimensions of development. Women pursue knowledge and skills for personal and societal advancement, while growth is realized in harmony with familial and social roles.

5- Independence: The woman is recognized as possessing intellectual autonomy, enabling her to make informed decisions regarding her life and future.

Moreover, the *Third Model of Woman* presents a distinctive ontological interpretation of women's inclusivity and multidimensional identity. The principal identity dimensions in this model are as follows:

1- Religious and Spiritual Identity: In the Third Model, woman is viewed as a devout Muslim committed to Islamic values and moral principles—such as faith in God, adherence to Islamic ethics, and striving for spiritual growth. Her religious identity constitutes the foundation upon which other aspects of her being are built.

2- Familial Identity: Unlike feminist frameworks, the Third Model emphasizes the woman's role within the family as a compassionate wife, caring mother, and active family member. She plays a central role in nurturing morally and spiritually elevated human beings, which is essential to the moral and social advancement of society.

3- Social Identity: The model underscores women's active and effective participation in social life. Women are encouraged to engage in diverse fields—scientific, economic, cultural, and political—contributing to the progress and development of society. Unlike feminist perspectives, the Third Model does not view social identity as being in conflict with familial identity; rather, both dimensions coexist harmoniously and complement one another in the woman's journey toward holistic perfection.

4- Individual Identity: The model highlights women's independence and self-confidence, recognizing their inherent right to actualize their talents and abilities. Women are encouraged to pursue personal growth and self-fulfillment as an integral part of their broader identity development.

5- Cultural Identity: Within this framework, women are seen as both preservers and reformers of culture. While respecting societal traditions and customs, they are also expected to contribute to the preservation, refinement, and advancement of national and cultural values, thereby serving as mediators between heritage and modernity.

6- Athletic Identity: The Third Model stresses the significance of physical activity for women while simultaneously adhering to religious and cultural norms and acknowledging natural and role-based distinctions between genders. Sports are not merely seen as a means of maintaining health but as an instrument for empowerment, enhancing self-confidence, and strengthening women's capacity for active social engagement.

7- Scientific and Intellectual Identity: The model attaches high importance to women's pursuit of knowledge, research, and participation in the production and dissemination of science. Women are viewed as intellectual, creative, and capable contributors to the scientific community, with both the right and the duty to seek knowledge. The post-revolutionary increase in women's participation in universities and research centers stands as tangible evidence of the realization of this aspect of the Third Model.

8- Political Identity: Women's political identity in the Third Model is grounded in Islamic values, justice-seeking, accountability, and active participation in shaping the destiny of society. Their involvement in political life contributes positively to the moral and civic culture of the community, promoting ethical governance, justice, and civic engagement. Unlike traditional frameworks that marginalized women from political life—and unlike Western models that insist on complete gender uniformity while neglecting biological and social distinctions—the Third Model advocates gender equality in rights and opportunities while recognizing the natural and functional differences between men and women.

Recommendations

To institutionalize and operationalize the “Third Model of Woman,” several strategies are proposed across individual, familial, and structural levels:

- *Individual level:*
 - Strengthening ethical and religious foundations to preserve women's identity amid modern challenges.
 - Fostering self-awareness and self-confidence to enable women to recognize their capacities and intrinsic values.
 - Expanding educational and skill-building opportunities for women to enhance their societal engagement.
 - Encouraging balance among multiple life roles, including those of spouse, mother, student, employee, and social actor.
 - Promoting active participation of women in socio-cultural activities to raise public awareness and contribute to community development.
- *Family level:*
 - Supporting women's education and employment as pathways for personal and familial advancement.
 - Promoting equitable distribution of household responsibilities.
 - Presenting exemplary female role models for younger generations to emulate.
- *Social and institutional level:*
 - Ensuring equal access for women to educational, occupational, managerial, and political opportunities.
 - Supporting empowerment-oriented programs for women.
 - Expanding supportive infrastructures such as childcare centers, eldercare facilities, and public transportation to facilitate women's

public participation.

- Counteracting negative and discriminatory attitudes toward women's social roles.
- Promoting the "Third Model of Woman" through media and educational systems to raise awareness and reshape public perceptions.
- Organizing conferences and workshops dedicated to discussing and disseminating this model.
- Encouraging systematic, policy-oriented research on women's issues to inform effective governance.

Social Implications

The active presence of women in scientific, cultural, social, and political arenas after the Islamic Revolution—while upholding religious and familial values—exemplifies the realization of the *Third Model of Woman*. This model reflects a dynamic, context-sensitive, and evolving conception of identity. Its central feature lies in presenting an integrated and balanced image of Muslim women across personal, familial, and sociopolitical spheres, empowering them to participate meaningfully in shaping societal destiny. Hence, the Third Model of Woman should be given serious consideration in state-level policy formulation.

Originality and Value


This study offers significant originality and scholarly value in several respects:

- 1- It specifically addresses women's identity through the lens of Ayatollah Khamenei's thought.
- 2- It provides a comprehensive analytical framework encompassing cognitive, attitudinal, and behavioral dimensions of female identity.
- 3- Methodologically, the application of *networked thematic analysis* in exploring women's identity components within Khamenei's intellectual paradigm represents a distinct innovation.


Keywords: Islam; Iran; Third Model of Woman; Ayatollah Khamenei; Muslim Woman; Women's Happiness; Women's Identity.

مؤلفه‌های هویتی حاکم بر الگوی مطلوب زن در منظومه فکری آیت‌الله خامنه‌ای

ملیحه حاجی حسن

دانشجوی دکتری مطالعات سیاسی انقلاب اسلامی، دانشگاه شاهد، تهران، ایران.
malihehajihasn@gmail.com  0009-0003-4084-7580

مهدی نادری

دانشیار گروه علوم سیاسی، دانشکده حقوق و علوم سیاسی، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران (نویسنده مسئول).
mahdinaderi35@gmail.com  0000-0002-8336-0110

چکیده

اساساً رویکردهای نظری پیرامون مسئله زن می‌کوشند الگوهای مطلوبی از هویت زن ارائه دهند تا از رهگذر آن، سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی در رابطه با مسئله زنان در سطح خانواده و جامعه عملیاتی گردد. نظر به اهمیت مسئله، هدف از این مقاله شناسایی و ارائه تصویری از الگوی مطلوب زن ناظر بر گفتمان انقلاب اسلامی است که در مقام نظر و عرصه عمل، در تقابل با الگوی زن لیبرال و الگوی زن سنتی در جامعه ایران می‌باشد. در این راستا، این نوشتار ناظر بر نقش آیت‌الله خامنه‌ای به‌مثابه رهبر و ایدئولوگ انقلاب اسلامی، با کاربست روش تحلیل مضمون شبکه‌ای و بهره‌گرفتن از نرم‌افزار (MAXQDA) درصدد پاسخ به این سؤال اصلی است: «مؤلفه‌های هویتی حاکم بر الگوی مطلوب زن در منظومه فکری آیت‌الله خامنه‌ای چیست؟». یافته‌های پژوهش بر این نکته تأکید دارد که الگوی سوم زن در نگاه آیت‌الله خامنه‌ای از یک‌سو، بر هویت تکاملی و متعالی زن استوار شده است و از سوی دیگر، به‌طور نظام‌مند و چندجانبه ابعاد بینشی، گرایشی و رفتاری هویت زن را در ساحت‌های فردی و اجتماعی، و همچنین مادی و معنوی را دربرمی‌گیرد. تجربه عملی انقلاب اسلامی در مسئله زنان بیانگر این است که زن مسلمان با حفظ نقش مادری و همسری می‌تواند بر خلاف الگوهای لیبرالی و سنتی، با عزت و کرامت در عرصه‌های علمی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و ورزشی، نقش‌آفرینی متعالی داشته باشد.

کلیدواژه‌ها: هویت زنان، انقلاب اسلامی، الگوی سوم زن، فمینیسم، تحلیل مضمون، آیت‌الله خامنه‌ای.

شاپای الکترونیک: ۲۵۸۸-۶۵۵X / پژوهشکده تحقیقات راهبردی / فصلنامه علمی راهبرد اجتماعی فرهنگی

 10.22034/scs.2025.471607.1591





مسئولیت مقاله از نظر محتوای علمی و نظرهای مطرح‌شده در متن آن، به عهده نویسندگان و یا نویسنده مسئول مقاله می‌باشد و مورد تأیید / عدم تأیید صاحب امتیاز نشریه راهبرد اجتماعی فرهنگی نمی‌باشد.

مقدمه و بیان مسئله

به دلیل بافت اجتماعی و فرهنگی جامعه ایران، هویت زن در دوره معاصر در جدال الگوی سنتی و الگوی نوین در نوسان و سیلان بوده است. از یک‌سو، زن در الگوی سنتی بعضاً در ساختارهای فرهنگی و هویتی متصلب و متعصبانه به‌دور از هرگونه نقش‌آفرینی اجتماعی و سیاسی تحت سلطه آداب و رسوم کهن و نابحق گرفتار بوده است و از سوی دیگر، به دلیل بحران هویتی ناشی از مدرنیسم غربی و همچنین تغییر ساختارهای فرهنگی، سیاسی، اقتصادی جامعه ایران متناسب با ارزش‌ها و هنجارهای لیبرالی در دوران پهلوی، هویت زن همسو با الگوهای متعارف لیبرالی مستمسک شی‌وارگی و کلایی بودن در راستای التذاذ مردانه قرار گرفته است. رژیم پهلوی به‌وسیله شبکه‌های اجتماعی، سیاسی و فرهنگی در صدد نهادینه‌کردن مؤلفه‌های هویتی جدیدی برای زنان ایرانی در عرصه سیاست‌گذاری، تقنین و اجرا بود و جامعه زنان را به‌سوی هویت «زن مدرن» هدایت و راهبری می‌کرد (ساناساریان، ۱۳۸۴، ص. ۵۷). با پیروزی انقلاب اسلامی، تحولی بینادی در عرصه هویتی زنان جامعه ایران پدید آمد و ارزش و دامنه مشارکت آنان گسترش یافت. امام خمینی (رحمت‌الله‌علیه) با الگوسازی حضرت زهرا (سلام‌الله‌علیها) در جامعه نوپدید انقلابی توانست مؤلفه‌های هویتی زنان را در جنبه‌های گوناگون در نظام اسلامی به‌سوی «زن انقلابی» تغییر ماهیت دهد: «تمام نسخه انسانیت و حقیقت زن در تمام ابعاد، در وجود شخصیت بانوی عصمت خانم فاطمه زهرا (سلام‌الله‌علیها) قابل تصور می‌باشد» (خمینی، ۱۳۹۰، ص. ۱۵).

باین‌حال، در حیات سیاسی و اجتماعی جمهوری اسلامی، عینی‌ترین نمود بحران هویتی [بخشی از] جامعه بانوان ایران را می‌توان در ناآرامی‌ها و اعتراضات ۱۴۰۱ در قالب شعار «زن، زندگی، آزادی» دید که همچنان معرکه نزاع فکری در میان نخبگان و دولتمردان است. گرچه گفتمان انقلاب اسلامی بر خلاف مسیر جهانی به‌صورت نسبی توانسته است تحول بین‌المللی در فضای هویت زن به‌وجود آورد؛ باین‌حال، فقدان عملیاتی شدن و انضمامی‌شدن الگوی هویت مطلوب زن در سطوح اجتماعی و در ابعاد رسمی و غیررسمی، می‌تواند منجر به تعمیق گسل و شکاف هویتی در کوتاه‌مدت، میان‌مدت و بلندمدت گردد.

هرگونه سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی ناظر بر مسائل زنان منوط به التزام به چهارچوب‌های هویتی حاکم بر الگوی مطلوب زن می‌باشد. بی‌تردید نقش کاریزمایی

رهبران در راهبرد هویتی جامعه کم‌نظیر است. در واقع، رهبران از نظمی جدید سخن می‌گویند که راه‌حل‌های منطقی و نوین برای شکل‌گیری الگوی هویتی مطلوب افراد جامعه خصوصاً زنان ارائه می‌دهند (حسینی، ۱۳۸۸، ص. ۳۳). از این‌رو، شناسایی مؤلفه‌های هویتی الگوی مطلوب زن در گفتمان انقلاب اسلامی اهمیتی دوچندان دارد.

۱. اهداف و سؤال‌های پژوهش

هدف این پژوهش، شناسایی و تبیین مؤلفه‌های هویتی الگوی مطلوب زن در گفتمان انقلاب اسلامی با تکیه اندیشه‌های آیت‌الله خامنه‌ای است تا از طریق بازخوانی انتقادی الگوهای سنتی و نوین هویت زن در ایران معاصر، زمینه نظری لازم برای سیاست‌گذاری هویتی کارآمد و هم‌راستا با ارزش‌های اسلامی در عرصه‌های اجتماعی، فرهنگی و سیاسی فراهم گردد.

هدف مذکور، در پاسخ به سؤالات زیر محقق می‌گردد:

پرسش اصلی این مقاله عبارت است از: مؤلفه‌های هویتی حاکم بر الگوی مطلوب زن در اندیشه آیت‌الله خامنه‌ای چیست؟.

در این راستا، این نوشتار درصدد پاسخ به سؤالات فرعی زیر است:

- ۱- از منظر آیت‌الله خامنه‌ای، مؤلفه‌های بینشی حاکم بر الگوی مطلوب زن چیست؟
- ۲- از منظر آیت‌الله خامنه‌ای، مؤلفه‌های گرایشی حاکم بر الگوی مطلوب زن چیست؟
- ۳- از منظر آیت‌الله خامنه‌ای، مؤلفه‌های رفتاری حاکم بر الگوی مطلوب زن چیست؟
- ۴- از منظر آیت‌الله خامنه‌ای، هندسه هویتی حاکم بر الگوی مطلوب زن در مقایسه با الگوی زن مدرن و زن سنتی بر اساس چه منطقی استوار شده است؟

۲. پیشینه پژوهش

در رابطه با مسئله هویت زن در دیدگاه آیت‌الله خامنه‌ای آثاری منتشر شده است. بانکی‌پور مجموعه پنج‌جلدی با عنوان کلی «نقش و رسالت زن» با عناوین فرعی «عفاف و حجاب در سبک زندگی ایرانی - اسلامی»، «الگوی زن»، «زن و خانواده»، «جایگاه و مسائل زنان در اسلام و تجدد» و «عرصه‌های حضور اجتماعی زن» تدوین نموده است (بانکی‌پور، ۱۳۹۳). گرچه این مجموعه در گردآوری دیدگاه‌های آیت‌الله خامنه‌ای توفیق داشته؛ اما منظومه‌ای منطقی با ماهیت تبیینی از هویت زن ارائه نداده است. کربلایی‌نظر، کتاب «بازیابی هویت حقیقی زن» در حوزه فردی، خانوادگی و اجتماعی منتشر کرده؛ اما کتاب مذکور صرفاً تنظیم بیانات آیت‌الله

خامنه‌ای بدون ارائه چهارچوب نظام‌مند و شاکله‌ای دقیق از هویت است. جلالی در مقاله‌ای با عنوان «مؤلفه‌های هویت بخشی به زن در اندیشه قرآنی امام خامنه‌ای» مؤلفه‌های هویت‌بخشی به زن با رویکرد قرآنی در دیدگاه آیت‌الله خامنه‌ای بررسی کرده‌اند (جلالی و دیگران، ۱۴۰۲). لولآور در مقاله «واکاوی نقش اجتماعی زن از منظر آیت‌الله خامنه‌ای» در ۵ محور تحصیلات، اشتغال، فعالیت‌های سیاسی، عرصه مجاهدت‌ها و ورزش قهرمانی به نقش زنان در اندیشه‌های آیت‌الله خامنه‌ای پرداخته است (لولآور و دیگران، ۱۳۹۳). هدایت‌نیا در کتاب «الگوی سوم: الگوی رفتاری زن در خانواده و جامعه» تلاش می‌کند به صورت ایجابی به ترسیم خطوط رفتاری زن در خانواده و جامعه بر اساس گفتمان انقلاب اسلامی بپردازد (هدایت‌نیا، ۱۳۹۵). متقی و روشنایی در مقاله «نقش دولت در توسعه و تحدید گفتمان‌های مطالبات مدنی معاصر زن ایرانیان»، مروری بر جنبش‌های زنان و نقش دولت در توسعه و یا تحدید این جنبش و گفتمان‌های مدنی داشته‌اند (متقی و دیگران، ۱۳۹۰).

لازم به ذکر است پژوهش‌های مذکور بیشتر به صورت عام به مسئله زنان و کمتر به هویت زن به صورت مصداقی و جزئی اشاره داشته‌اند. عمده آثار مذکور، صرفاً در مقام گردآوری و تدوین بیانات آیت‌الله خامنه‌ای بدون تبیین و تحلیل محدود شده‌اند. از این رو، نوشتار حاضر از چند جهت نوآوری دارد:

- ۱- مسئله هویت زنان را به صورت خاص در مجموعه بیانات رهبری مورد بررسی قرار داده است.
- ۲- تلاش کرده است نگاه جامع ناظر بر ابعاد بینشی، گرایشی و رفتاری ناظر بر هویت زنان در دیدگاه رهبری داشته باشد.
- ۳- استفاده از روش تحلیل مضمون شبکه‌ای در تبیین مؤلفه‌های هویتی زنان در اندیشه آیت‌الله خامنه‌ای نیز نوآوری از حیث روشی به‌شمار می‌آید.

۳. ملاحظات نظری

۳-۱. مبانی نظری

چارلز هورتون کولی^۱ با ارائه «نظریه آینه‌وار خود» تأثیر عمیقی بر مطالعات هویت، جامعه و خود داشته است. کولی معتقد است هویت فردی مانع در تنهایی بلکه از طریق بازتابی که از دیگران دریافت می‌کنیم شکل می‌گیرد. او استعاره‌ای از «آینه» به کار می‌برد تا توضیح دهد که انسان خود را از طریق نگاه دیگران می‌بیند، درست

1. Charles Horton Cooley

همان‌طور که تصویر خود را در آینه می‌بیند. این نظریه بر شکل‌گیری «خود اجتماعی»^۱ تأکید دارد. خود آینه‌سان، تصویر مشخصی از خود شخص و به تعبیر دیگر، هر برداشت و احساسی که شخص از خود - با رویکرد دیگران نسبت به ما - دارد. به‌این ترتیب که در افکار دیگران، برداشتی از قیافه، رفتار، هدف‌ها، کردار وجود دارد و این ابعاد، خود به شیوه‌های گوناگون تحت تأثیر حضور «ما» قرار می‌گیرند؛ بنابراین هویت فردی همان است که فرد به‌واسطه ارتباطات و تعاملات با دیگران و با نظر کردن در آینه افراد دیگر به‌دست آورده و این هویت انسانی، لازمه اجتماعی فرد است (ریتزر، ۱۳۷۹، ص. ۲۸۸). در این نظریه، مؤلفه‌های هویتی به‌صورت ضمنی و تجربی در سه مرحله مشخص تعریف می‌شوند:

۱- تصویرسازی اجتماعی از خود: فرد درباره خودش فکر می‌کند که «دیگران چگونه من را می‌بینند؟». در این مرحله، تصویر ذهنی از خود بر پایه نگاه دیگران شکل می‌گیرد.

۲- برداشت از قضاوت اجتماعی: فرد به‌دنبال این است که دیگران چه قضاوتی درباره او دارند. در این مرحله، ارزش‌گذاری خود بر اساس برداشت از قضاوت دیگران انجام می‌گردد.

۳- پاسخ عاطفی به آن قضاوت: بر اساس نگاه و قضاوت مفروض دیگران، در فرد احساساتی مثل: غرور، شرم، عزت نفس یا تحقیر نسبت به هویت خود شکل می‌گیرد. در واقع، در این دیدگاه مؤلفه‌های هویتی بر مبنای دوگانه هویت خود و دیگری، بازسازی می‌شود.

نظریه مقوله‌بندی هنری تاجفل^۲ بر این نکته تأکید دارد که «هویت» بر اساس احساس تعلق، بیان می‌شود. به‌تعبیر دیگر، هویت فردی، احساسی است درون‌گروهی که فرد به آن تعلق دارد و نیز احساسی برون‌گروهی که فرد به آن تعلق ندارد. ایشان معتقد است، هویت‌های اجتماعی بر پایه مقایسه فرد میان گروه‌های خود و گروه‌های دیگری شکل می‌گیرد؛ بنابراین هویت اجتماعی اگر مثبت باشد، باید نتیجه بررسی‌ها و مقایسه‌ها به منفعت گروه متعلق انسان منتهی گردد. هنری، هویت اجتماعی را با عضو شدن فرد با گروه پیوند می‌زند و دارای سه ویژگی می‌داند:

۱- احساسات فرد نسبت با گروه و نیز نسبت با دیگری که رابطه‌ای با همان گروه دارند.

1. Social Self
2. Henri Tajfel

۲- آگاهی و شناختی که فرد به گروه خاص دارد.

۳- برخورداری از پیامدهای مثبت یا منفی عضویت گروه (تقوی‌نسب و دیگران، ۱۳۹۶، صص. ۱۷۰-۱۸۰).

بر اساس نظریه تاجفل مقوله‌بندی باعث ساده‌سازی اطلاعات می‌شود؛ اما همچنین زمینه‌ساز شکل‌گیری کلیشه‌ها، تعصبات، تبعیض و تقویت هویت گروهی است. مهم‌ترین مؤلفه هویتی در نظریه مقوله‌بندی اجتماعی، هویت اجتماعی است. نظریه مقوله‌بندی تاجفل، مبتنی بر عناصر سه‌گانه بر سه سطح مؤلفه‌های هویتی تأکید دارد:

۱- سطح «هویت خودی» ناظر بر مقوله‌بندی^۱: در واقع، انسان‌ها دیگران (و خودشان) را به گروه‌هایی با ویژگی‌های مشترک دسته‌بندی می‌کنند؛ به‌عنوان مثال: «زن مسلمان»، «زن غرب‌گرا»، «زن انقلابی».

۲- سطح «هویت ما» ناظر بر همسان‌سازی^۲: افراد خود را با یک گروه اجتماعی خاص هویت‌یابی می‌کنند و احساس تعلق دارند؛ به‌عنوان مثال: «من یک زن مسلمان ایرانی هستم».

۳- سطح «غیریت‌سازی هویت» ناظر بر مقایسه بین گروهی^۳: افراد برای حفظ یا افزایش عزت‌نفس، گروه خود را نسبت به دیگران برتر تلقی می‌کنند.

ترکیب نظریه تاجفل و کولی، امکان شناخت مؤلفه‌های هویتی ناظر بر نظرگاه بینشی، گرایشی و ارزشی آیت‌الله خامنه‌ای را فراهم می‌سازد. کاربرست نظریه‌های مذکور، در شناخت مؤلفه‌های هویتی زن در دیدگاه آیت‌الله خامنه‌ای به شرح جدول ذیل است:

جدول (۱): کاربرست نظریه تاجفل و کولی در دیدگاه آیت‌الله خامنه‌ای

کاربرد در اندیشه آیت‌الله خامنه‌ای	مؤلفه نظری (تاجفل/کولی)	بعد هویتی
شناخت و ادراک زن از جایگاه خود در ساختار انقلاب، خانواده، جامعه و تمدن اسلامی	مقوله‌بندی اجتماعی (تاجفل) + تصور از نگاه دیگران (کولی)	بینشی (شناختی)
شناخت و ادراک ارزش‌های حاکم بر هویت زن	شناسایی با گروه (تاجفل) + قضاوت اجتماعی (کولی)	گرایشی (ارزشی)

1. Categorization
2. Identification
3. Social Comparison

کاربرد در اندیشه آیت‌الله خامنہ‌ای	مؤلفہ نظری (تاجفل/کولی)	بعد هویتی
شناخت و ادراک کنش‌های فردی و اجتماعی متعارف حاکم بر هویت زن	مقایسه اجتماعی (تاجفل) + خودسازی از طریق بازخورد (کولی)	رفتاری (کنشی)

۳-۲. تعریف مفاهیم

هویت به معنای مجموعه‌ای از خصوصیات در افراد است که آن‌ها را شبیه یا متمایز از دیگری می‌کند. هویت، خصلت زمانی و تداوم فرانسلی دارد. از یک‌سو، ریشه در گذشته مشترک داشته و گسست از هویت گذشته ممکن نیست و از سوی دیگر، رو به آینده مشترک دارد. هویت را به دو سطح فردی و اجتماعی تقسیم می‌کنند و هر سطح، از عناصری تشکیل می‌شود که احساس تعلق افراد به آنان تفاوت دارد و دارای شبکه‌های پیچیده است؛ بنابراین «هویت یعنی امری تراکمی و انباشتگی که در فرایند و طول زمان شکل می‌گیرد و در مسیر تاریخ، تکامل و تغییر می‌کند» (لطف‌آبادی، ۱۳۹۲، ص. ۶۰). هویت از دیدگاه آیت‌الله خامنہ‌ای را می‌توان عبارت از: «مجموعه فرهنگ‌ها، باورها، خواست‌ها، آرزوها و رفتارها» دانست (بیانات مقام معظم رهبری در دیدار دانشگاهیان سمنان، ۱۳۸۵/۸/۱۸).

دگرگونی‌ها در اثر گسترش نوسازی و نوگرایی در عرصه‌های بین‌المللی منجر به تحولاتی در زمینه ساختارهای فرهنگی، اقتصادی، سیاسی و اجتماعی شده و به تبع آن، سبب تغییراتی در نظریات و دیدگاه‌های متفکران شده است. از این‌رو صاحب‌نظران جامعه‌شناسی، روان‌شناسی، فرهنگی و سیاسی دیدگاه‌های متفاوتی در رابطه با ماهیت هویت و انواع آن دارند. بر اساس دیدگاه جامعه‌شناسان، هویت بر اساس زمان و مکان ساخته می‌شود. اما بر اساس دیدگاه روان‌شناسان، فرایندهای روانی و ذهنی شخص از دوران کودکی تا بزرگسالی در ساخت و پرداخت هویت اجتماعی فرد تأثیر فراوانی دارد. متفکرانی تلاش کرده‌اند در تبیین هویت بر ساختار میان فرد و جامعه و کنش اجتماعی او ارتباط برقرار کنند و فرایند هویت‌سازی و هویت‌یابی را با تأثیرات دوطرفه افراد و ساختارهای اجتماعی تعریف کنند (ساروخانی و رفعت‌جاء، ۱۳۸۳، ص. ۱۳۸).

۴. روش پژوهش

یکی از روش‌های تحلیل کیفی، تحلیل مضمون است. در تحلیل مضمون، تأکید به

بافت متن شده و از شمارش عبارت و اصطلاح جلوتر رفته و بر شناخت و تبیین ایده‌ها توجه می‌شود. با تحلیل مضمون‌ها، می‌توان از فراوانی‌های نسبی مضامین‌ها و کدها برای مقایسه، تحلیل و ترسیم شبکه مضامین‌ها بهره جست (شیخ‌زاده و دیگران، ۱۳۹۰، ص. ۱۵۷). تحلیل مضمون، راهبرد تحلیل داده‌هاست که با آن داده‌های کیفی، تقسیم‌بندی، طبقه‌بندی و بازسازی می‌شوند (Green, 1990, p. 367). روش شبکه مضامین یکی از انواع تحلیل مضمون است که در این نوشتار مبنای پیشبرد روش قرار گرفته است. در این روش، بر اساس روندی مشخص، مضامین پایه (کدها و نکات کلیدی متن)، مضامین سازمان‌دهنده (مضامین دربرگیرنده اصول حاکم بر متن به‌مثابه کل) را نظام‌مند می‌کنند (شیخ‌زاده و دیگران، ۱۳۹۰، صص. ۱۶۴-۱۷۳).

نظر به مسئله پژوهش، برای ترسیم هویت مطلوب زن در گفتمان انقلاب اسلامی مجموعه بیانات، نامه‌ها، سیاست‌های کلی نظام و پیام‌های رهبر انقلاب از سال ۱۳۶۸ تا ۱۴۰۳ ناظر بر مسئله زن به‌عنوان جامعه متنی مدنظر نگارندگان قرار گرفته است. طبقه‌بندی، تحلیل و مقوله‌بندی داده‌ها با کمک نرم‌افزار (MAXQDA) انجام شده است. مراحل پیشبرد روش تحلیل مضمون در ترسیم ذیل قابل مشاهده است:



شکل (۱): منطق پیشبرد پژوهش

در راستای اعتباربخشی نتایج پژوهش، از آن جهت که تحلیل مضمون روش کیفی به‌شمار می‌آید، بیشتر روش‌شناسان در تحقیقات کیفی به‌جای استفاده از واژگان روایی و پایایی از معیار اعتمادپذیری استفاده می‌کنند. گویا و لینکلن برای ارزیابی کیفیت پژوهش‌های کیفی چهار معیار باورپذیری، انتقال‌پذیری، تأییدپذیری و اطمینان‌پذیری را پیشنهاد می‌دهند (اکبری، ۱۳۹۷، ص. ۳۱). در این راستا، نگارندگان با پرهیز از سوءگیری، تمامی داده‌ها را مبنای تحلیل قرار دادند و تلاش نمودند با ثبت و ضبط مراحل تحقیق - مستندسازی چگونگی کدسازی، مقوله‌بندی و ... - امکان واقعی بودن یافته‌ها را نشان دهند و درنهایت با ارائه یافته‌ها به متخصصان امر در قالب روایی تفسیری، تأیید نهایی صورت گرفت.

۵. یافته‌های پژوهش

در این بخش، در راستای پاسخ به پرسش اصلی مقاله تلاش شد مضامین و کدهای مربوط به مؤلفه‌های هویتی در اندیشه آیت‌الله خامنه‌ای استخراج گردد. همان‌طور که در جدول ۲ قابل مشاهده است در گام اول و در راستای پاسخ به سؤالات فرعی، ابعاد بینشی، گرایشی و رفتاری مؤلفه‌های هویت در دیدگاه آیت‌الله خامنه‌ای مورد شناسایی قرار گرفتند.

جدول (۲): مؤلفه‌های هویتی در اندیشه آیت‌الله خامنه‌ای

متن	مضمون (کد ۳)	مقوله (کد ۲)	منبع	ابعاد (کد ۱)
در میدان سیاسی، من یک مورد را ذکر می‌کنم. زمان شوروی سابق، در یکی از مهم‌ترین پیام‌بری‌های سیاسی بین دو کشور، امام یک هیئت سه‌نفره فرستادند که یکی‌شان زن بود؛ یک زن قدرتمند که رحمت خدا بر او باد!	مؤلفه توانایی بینش سیاسی	بُعد بینشی: بینش سیاسی	(بیانات مقام معظم رهبری در دیدار ائمه جمعه سراسر کشور، ۱۴۰۱/۵/۵)	مؤلفه هویتی
قدرت ایمان، راه مجاهدت‌های بزرگ را به روی زنان ایرانی گشود و صحنه‌های شگفت‌انگیز و کم‌نظیری از حضور شجاعانه و فداکارانه و مبتکرانه آنان در میدان‌های دشوار پدید آورد.	مؤلفه شجاعت	بُعد بینشی: بینش سیاسی	(بیانات مقام معظم رهبری، پیام به کنگره ملی هفده هزار زن شهید، آزاده و جانباز، ۱۳۹۹/۱۲/۱۹)	
من عرض می‌کنم که شما زنان مسلمان، بانوان انقلاب و بانوانی که می‌توانید برای تاریخ این کشور مایه افتخار باشید.	مؤلفه افتخار و سربلندی	بُعد بینشی: بینش سیاسی		
بی‌شک زنان شهید و جانباز و آزاده — که تعداد آنان را هفده هزار دانسته‌اند — در قله این افتخاراتند	مؤلفه افتخار و سربلندی	بُعد بینشی: بینش سیاسی	(بیانات مقام معظم رهبری، پیام به کنگره ملی هفده هزار زن شهید، آزاده و جانباز، ۱۳۹۹/۱۲/۱۹)	
شیرزنان انقلاب و دفاع مقدس	مؤلفه الگوسازی	بُعد بینشی:	(بیانات مقام معظم	

متن	مضمون (کد ۳)	مقوله (کد ۲)	منبع	ابعاد (کد ۱)
نشان دادند که الگوی سوم، «زن نه شرقی، نه غربی» است.		بینش سیاسی	رهبری در دیدار شرکت‌کنندگان در اجلاس جهانی زنان و بیداری اسلامی، (۱۳۹۱/۴/۲۱)	
مادر او فاطمه زهرا (سلام‌الله‌علیها) زن دیگری بود که مقامش از زینب کبری (سلام‌الله‌علیها) هم بالاتر بود. این‌ها زنان الگو و نمونه اسلامند. زن امروز دنیا الگو می‌خواهد. اگر الگوی او زینب و فاطمه زهرا (سلام‌الله‌علیها) باشند،	مؤلفه الگوسازی	بُعد بینشی: بینش سیاسی	(بیانات مقام معظم رهبری در دیدار جمعی از پرستاران، (۱۳۷۰/۸/۲۲)	
به خانواده این شهیدان والامقام تبریک می‌گویم و امیدوارم که به برکت خون این زنان شریف و مجاهد، رسانه‌ها و هنرمندان و فرزندان و سینماگرانی بتوانند جهاد بزرگ زن ایرانی مسلمان را به دنیا که سخت محتاج شناختن آن است، بنمایانند.	مؤلفه الگوسازی	بُعد بینشی: بینش سیاسی	(بیانات مقام معظم رهبری، پیام به کنگره هفت هزار زن شهید کشور، (۱۳۹۱/۱۲/۱۶)	مؤلفه هویتی
امروز زن مسلمان در کشور ایران، یک موجود سرافراز و عزتمند است. هزاران وسیله تبلیغی، بمباران خبری می‌کنند برای اینکه این واقعیت را واژگون جلوه بدهند؛ اما حقیقت این است. امروز مؤمن‌ترین و انقلابی‌ترین زنان ما، زنان تحصیلکرده ما هستند.	مؤلفه بیداری سیاسی	بُعد بینشی: بینش سیاسی	(بیانات مقام معظم رهبری در دیدار شرکت‌کنندگان در اجلاس جهانی زنان و بیداری اسلامی، (۱۳۹۱/۴/۲۱)	
بنده احتمال قوی می‌دهم یکی از عوامل مهم حرکت توأبیین که بُعد در کوفه سر بلند کردند و قیام کردند و آن حادثه بزرگ را راه انداختند، همین فرمایش حضرت زینب و همین خطبه حضرت زینب	مؤلفه بیداری سیاسی	بُعد بینشی: بینش سیاسی	(بیانات مقام معظم رهبری در دیدار پرستاران و خانواده شهدای سلامت، (۱۴۰۰/۹/۲۱)	

ابعاد کد(۱)	منبع	مقوله کد(۲)	مضمون کد(۳)	متن
				(سلام‌الله‌علیها) بود.
	(بیانات مقام معظم رهبری در دیدار ائمه جمعه سراسر کشور، ۱۴۰۱/۵/۵)	بُعد بینشی: بینش علمی	مؤلفه رشد علمی	زن ایرانی در همه میدان‌ها با موقّیّت و سربلندی و با حجاب اسلامی ظاهر شده. این‌ها رجزخوانی نیست، این‌ها واقعیت‌های محسوس جامعه ما است. ورودی‌های دانشگاه‌های ما یا پنجاه درصد یا بیش از پنجاه درصد دخترهای ما هستند، زن‌های ما هستند. در مراکز علمی حسّاس و مهم که بنده از بعضی از آن مراکز خودم شخصاً بازدید کردم، زنان دانشمند ما آنجا نقش آفرینند.
مؤلفه هویتی	(بیانات مقام معظم رهبری در دیدار ائمه جمعه سراسر کشور، ۱۴۰۱/۵/۵)	بُعد بینشی: بینش علمی	مؤلفه تولید علمی	در میدان ادب، ادبیات، شعر، رمان، شرح‌حال‌نویسی، زن‌ها جزو برجسته‌ترین‌هایند.
	(بیانات مقام معظم رهبری در دیدار مداحان اهل بیت (علیهم‌السلام)، ۱۳۹۶/۱۲/۱۷)	بُعد بینشی: بینش فرهنگی	مؤلفه تولید هویت زن ارزشی	زن محترم است.
	(بیانات مقام معظم رهبری در دیدار مداحان اهل بیت (علیهم‌السلام)، ۱۳۹۶/۱۲/۱۷)	بُعد بینشی: بینش فرهنگی	مؤلفه تولید هویت زن ارزشی	زن مسلمان، امروز در کشور ما سرافراز است.
	(بیانات مقام معظم رهبری در دیدار جمعی از بانوان نخبه، ۱۳۹۰/۳/۱)	بُعد بینشی: بینش فرهنگی	مؤلفه تولید هویت ارزشی زن	مسئله زن - که امروز در دنیا باید به‌عنوان «بحران زن» آن را نامید - یکی از اساسی‌ترین مسائل هر تمدنی، هر جامعه‌ای و هر کشوری است. در این مورد، شما توانسته‌اید به

ابعاد کد(۱)	منبع	مقوله کد(۲)	مضمون کد(۳)	متن
				ریزه‌کاری‌هایی، به دقت‌هایی، به سرفصل‌های مهمی دست پیدا کنید و درباره این مسئله بیندیشید. بنابراین آن قضاوت این شد که جمهوری اسلامی به یک قله‌ای دست یافته است که ای‌بسا بسیاری از کشورهای عالم به آن دست نیافته‌اند.
مؤلفه هویت	(بیانات مقام معظم رهبری در دیدار جمعی از زنان، ۱۳۷۱/۹/۲۵)	بُعد بینشی: بینش فرهنگی	مؤلفه تولید هویت زن	ما به زنان مسلمان خودمان افتخار می‌کنیم.
	(بیانات مقام معظم رهبری در دیدار شرکت‌کنندگان در اجلاس جهانی زنان و بیداری اسلامی، ۱۳۹۱/۴/۲۱)	بُعد بینشی: بینش فرهنگی	مؤلفه تولید هویت زن	زن بودن، برای زن یک نقطه امتیاز است، یک نقطه افتخار است.
	(بیانات مقام معظم رهبری، پیام به کنگره هفت هزار زن شهید کشور، ۱۳۹۱/۱۲/۱۶)	بُعد بینشی: بینش فرهنگی	مؤلفه تولید هویت زن	زن، در تعریف غالباً شرقی، همچون عنصری در حاشیه و بی‌نقش در تاریخ‌سازی و در تعریف غالباً غربی، به‌مثابه موجودی که جنسیت او بر انسانیتش می‌چربد و ابزاری جنسی برای مردان و در خدمت سرمایه‌داری جدید است، معرفی می‌شد. شیرزنان انقلاب و دفاع مقدس نشان دادند که الگوی سوم، «زن نه شرقی، نه غربی» است.
	(بیانات مقام معظم رهبری، بیانات در دیدار مداحان اهل بیت (علیهم‌السلام)، ۱۳۹۶/۱۲/۱۷)	بُعد بینشی: بینش فرهنگی	- مؤلفه ایمان - مؤلفه عفاف - مؤلفه انسان‌ساز - مؤلفه مدیریت خانواده	زن اسلامی عبارت است از آن موجودی که دارای ایمان است، دارای عفاف است، متصدی مهم‌ترین بخش تربیت انسان است، اثرگذار در اجتماع است، دارای رشد علمی و معنوی است، مدیر کانون

ابعاد کد(۱)	منبع	مقوله کد(۲)	مضمون کد(۳)	متن
			- مؤلفه آرامش - افزایش - مؤلفه الهی	بسیار مهمّ خانواده است، مایه آرامش جنس مرد است؛ همه این‌ها در کنار خصوصیات زنانگی است، مثل لطافت، مثل رقت قلب، مثل آمادگی دریافت انوار الهی؛ این الگوی زن مسلمان است.
مؤلفه هویتی	(بیانات مقام معظم رهبری، پیام به کنگره عظیم حج، ۱۳۷۲/۲/۲۸)	بُعد بینشی: بینش فرهنگی	- مؤلفه ایمان - مؤلفه عفاف	تضييع حقوق زنان، تهمت از سوی کسانی است که شأن والای زن ایرانی را که با حفظ حجاب و حدّ شرعی، در برترین فعالیت‌های کشور شرکت می‌ورزد، نمی‌پسندند و ابتذال حاکم بر روابط زن و مرد و بهره‌کشی ناجوانمردانه از زن در جوامع غربی را، نسخه مطلوب در حیات اجتماعی زن می‌شمرند.
	(بیانات مقام معظم رهبری در دیدار جمعی از زنان، ۱۳۷۶/۷/۳۰)	بُعد بینشی: بینش فرهنگی	مؤلفه عفاف	عفت زن، مایه احترام و شخصیت اوست.
	(بیانات مقام معظم رهبری در دیدار جمعی از زنان، ۱۳۷۶/۷/۳۰)	بُعد بینشی: بینش فرهنگی	مؤلفه عفاف	مسئله بُعد، مسئله اهمیت‌دادن به عفاف در زن است.
	(بیانات مقام معظم رهبری در دیدار جمعی از زنان، ۱۳۷۶/۷/۳۰)	بُعد بینشی: بینش فرهنگی	مؤلفه عفاف	عفت در زن، وسیله‌ای برای تعالی و تکریم شخصیت زن در چشم دیگران، حتی در چشم خود مردان شهوتران و بی‌بندوبار است.
	(بیانات مقام معظم رهبری در دیدار اعضای شورای فرهنگی، اجتماعی زنان، ۱۳۷۰/۱۰/۴)	بُعد بینشی: بینش فرهنگی	مؤلفه عفاف	باید مسائل ارزشی اسلام در جامعه ما احیاء بشود؛ مثلاً مسئله حجاب، یک مسئله ارزشی است.

ابعاد کد(۱)	منبع	مقوله کد(۲)	مضمون کد(۳)	متن
مؤلفه هویتی	(بیانات مقام معظم رهبری در دیدار مداحان اهل بیت علیهم السلام، ۱۳۹۶/۱۲/۱۷)	بُعد بینشی: بینش فرهنگی	مؤلفه عفاف	درعین حال حجاب و عفاف و وجه تمایز میان زن و مرد، فاصله میان زن و مرد، در معرض سوءاستفاده مردان قرار نگرفتن، خود را در حدّ وسیله التذاذ مردان بیگانه و زیاده طلب پایین نیاوردن و تحقیر نکردن، جزو خصوصیات زن ایرانی و زن مسلمان امروز است.
	(بیانات مقام معظم رهبری در دیدار جمعی از زنان، ۱۳۷۶/۷/۳۰)	بُعد بینشی: بینش فرهنگی	مؤلفه عفاف برابر	البته عفاف مرد هم مهم است. عفاف مخصوص زنان نیست؛ مردان هم باید عقیف باشند.
مؤلفه هویتی	(بیانات مقام معظم رهبری، پیام به کنگره هفت هزار زن شهید کشور، ۱۳۹۱/۱۲/۱۶)	بُعد بینشی: بینش اجتماعی	مؤلفه جامعه‌ساز	در انقلاب اسلامی و در دفاع مقدس، زنائی ظهور کردند که می‌توانند تعریف زن و حضور او در ساحت رشد و تهذیب خویش و در ساحت حفظ خانه سالم و خانواده متعادل و در ساحت ولایت اجتماعی و جهاد امر به‌معروف و نهی از منکر و جهاد اجتماعی را جهانی کنند و بن‌بست‌های بزرگ را درهم بشکنند.
	(بیانات مقام معظم رهبری در دیدار جمعی از پرستاران، ۱۳۷۴/۷/۱۲)	بُعد بینشی: بینش اجتماعی	مؤلفه جامعه‌ساز	اگر زن در جامعه و در محیط زنانه اصلاح شود، جامعه به‌طورکلی اصلاح خواهد شد.
	(بیانات مقام معظم رهبری، پیام به کنگره هفت هزار زن شهید کشور، ۱۳۹۱/۱۲/۱۶)	بُعد بینشی: بینش فراملی	مؤلفه تمدن‌ساز	زن مسلمان ایرانی، تاریخ جدیدی را پیش چشم زنان جهان گشود و ثابت کرد.
	(بیانات مقام معظم رهبری، پیام به	بُعد بینشی: بینش فراملی	مؤلفه تمدن‌ساز	زن مجاهد مسلمان ایرانی، معلّم ثانی برای زنان جهان خواهد بود؛

ابعاد کد(۱)	منبع	مقوله کد(۲)	مضمون کد(۳)	متن
	کنگره هفت هزار زن شهید کشور، ۱۳۹۱/۱۲/۱۶			پس از معلم اول که زنان مجاهد صدر اسلام بودند.
مؤلفه هویتی	(بیانات مقام معظم رهبری، پیام به کنگره هفت هزار زن شهید کشور، ۱۳۹۱/۱۲/۱۶)	بُعد بینشی: بینش فراملی	مؤلفه تمدن‌ساز	اقتدار و جذبه تازه‌ای به برکت خون این زنان مجاهد در عصر جدید، ظهور کرده است که زنان را ابتدا در جهان اسلام، تحت تأثیر قرار داد و دیر یا زود در سرنوشت و جایگاه زنان جهان، دست خواهد برد.
	(بیانات مقام معظم رهبری در دیدار جمعی از بانوان نخبه، ۱۳۹۰/۳/۱)	بُعد بینشی: بینش فراملی	مؤلفه تمدن‌ساز	اما وقتی پوشش زن، عدم تبرج زن، آرایش نکردن زن در جامعه مطرح شود، دستگاه‌های مسلط تبلیغاتی دنیا سرپلند می‌کنند، جنجال می‌کنند؛ این نشان‌دهنده این است که یک فرهنگی، یک سیاستی، یک راهبردی وجود دارد که سال‌های متمادی است دنبال می‌شود و پایه‌اش این است که این جایگاه، این شأن، این موقعیت غلط و اهانت‌آمیز را برای زن تثبیت کنند؛ و متأسفانه کردند.
	(بیانات مقام معظم رهبری، پیام به سمینار بررسی شخصیت زن از دیدگاه حضرت امام خمینی، ۱۳۶۸/۸/۳)	بُعد بینشی: بینش فراملی	مؤلفه تمدن‌ساز	ملت ایران امروز به برکت انقلاب قادر گشته است که نظرگاه جدیدی در باب زن و ارزش‌های او ارایه کند و طراز نوینی از زن برجسته و والا بیافریند. این، توفیقی بزرگ و حرکتی ماندگار و قابل تقلید است. علی‌رغم هیاهوی امتناع و مقاومت از سوی محافل و مطبوعات غرب، نشانه‌ی تأثیر و نفوذ این حرکت را در دنیا می‌توان مشاهده کرد.
مؤلفه هویتی	(بیانات مقام معظم رهبری در دیدار جمعی از زنان،	بُعد بینشی: بینش حقوقی	مؤلفه حقوق انسانی	ما طرفدار حقوق بشریم و حقوق بشر را هم دنبال خواهیم کرد. کاری هم به گفته فلان کمیسیون سازمان

متن	مضمون (کد ۳)	مقوله (کد ۲)	منبع	ابعاد (کد ۱)
ملل و فلان کمیته بین‌المللی نداریم.... منتها چیزی را که آن‌ها مطرح می‌کنند، یک فریب و دروغ می‌دانیم. آن از طرف‌داریشان از حقوق زن، این از طرف‌داریشان از حقوق بشر! مستکبرین و مستبدین و غارتگران عالم و بی‌اعتنایان به حقوق ملت‌ها و نابودکنندگان منافع ملت‌های ضعیف و اشغالگران سرزمین‌های کشورهای ضعیف، امروز پرچم به اصطلاح دفاع از حقوق انسان و حقوق زن را در دست گرفته‌اند!			(۱۳۷۱/۹/۲۵)	
ستم‌هایی که در حق زن روا داشته شده و اسمش ستم است، و چه ستم‌هایی که اسمش هم ستم نیست؛ اما در حقیقت ستم است.	مؤلفه حقوق انسانی	بُعد بینشی: بینش حقوقی	(بیانات مقام معظم رهبری در دیدار اعضای شورای فرهنگی اجتماعی زنان، ۱۳۶۹/۱۰/۱۶)	
تحمیل کار سنگین بر زن، ظلم به زن است.	مؤلفه حقوق انسانی	بُعد بینشی: بینش حقوقی	(بیانات مقام معظم رهبری در جمع زنان شهر ارومیه، ۱۳۷۵/۶/۲۸)	
زن در مقیاس خانواده و در رابطه‌ی با فرزندان، حق سنگین‌تری دارد؛ البته این هم نه از باب این است که خدای متعال خواسته است جمعی را بر جمع دیگر ترجیح دهد. بلکه به این جهت است که زنان زحمت بیشتری تحمل می‌کنند. این هم عدل الهی است.	مؤلفه حقوق انسانی	بُعد بینشی: بینش حقوقی	(بیانات مقام معظم رهبری در دیدار جمعی از پرستاران، ۱۳۷۳/۷/۲۰)	
امروز مسئله بحران آب و هوا، بحران آب، بحران انرژی، بحران	مؤلفه حقوق انسانی	بُعد بینشی: بینش حقوقی	(بیانات مقام معظم رهبری در دیدار	مؤلفه هویتی

ابعاد کد(۱)	منبع	مقوله کد(۲)	مضمون کد(۳)	متن
	جمعی از بانوان نخبه، ۱۳۹۰/۳/۱			گرم شدن زمین، به عنوان مسائل اصلی بشریت مطرح می‌شود؛ اما هیچ کدام از این‌ها مسائل اصلی بشریت نیست. بیشتر آن چیزهایی که مشکلات اصلی بشریت است، برمی‌گردد به مسائلی که ارتباط پیدا می‌کند با معنویت انسان، با اخلاق انسان، با رفتار اجتماعی انسان‌ها با یکدیگر که یکی از آن‌ها مسئله زن و مرد، جایگاه زن، مسئله زن و شأن زن در جامعه است که این حقیقتاً یک بحران است.
	(بیانات مقام معظم رهبری در دیدار اقشار مختلف مردم، ۱۳۸۴/۳/۲۵)	بُعد بینشی: بینش حقوقی	مؤلفه حقوق انسانی	زن به یک جایگاه مصنوعی و تصنعی و تشریفاتی احتیاج ندارد؛ جایگاهی که دون شأن متانت و سکینه و آرامش روحی اوست.
	(بیانات مقام معظم رهبری در دیدار جمعی از مداحان سراسر کشور، ۱۳۹۱/۲/۲۳)	گرایش: بُعد معنوی اخلاق	روابط انسانی اخلاق انسانی حرمت انسانی	معنایش این است که زن باید در این صراط حرکت کند؛ عظمت و جلالت و علو مقام و مقدار برای زنان در این راه است؛ راهی که در آن تقوا هست، عفاف هست، دانش هست، نطق هست، ایستادگی در میدان‌های گوناگون محتاج ایستادگی هست، تربیت فرزند هست، زندگی خانوادگی هست؛ همه زینت‌ها و فضیلت‌های معنوی در آن هست؛ زنان باید در این جهت حرکت کنند.
	(بیانات مقام معظم رهبری، پیام به سمینار بررسی شخصیت زن از دیدگاه حضرت امام	گرایش: بُعد معنوی اخلاق	روابط انسانی اخلاق انسانی حرمت انسانی	در مرتبه اول، آن چیزی مهم است که ایران اسلامی آن را قاطعانه رد می‌کند؛ یعنی مرزشکنی در روابط زن و مرد و هتک حرمت انسانی زن و تبدیل آن به وسیله برای التذاذ یا

متن	مضمون (کد ۳)	مقوله (کد ۲)	منبع	ابعاد (کد ۱)
دستگاهی برای مصرف مصنوعات پر زرق و برق.			خمینی، (۱۳۶۸/۸/۳)	
این مادران چه کشیدند. این‌ها فرزندان را فرستادند جبهه‌ها؛ بسیاری از آن‌ها شهید شدند، جانباز شدند و این اسوه‌های صبر و مقاومت مثل کوه، استوار ایستادند. این در عرصه مسائل معنوی و انسانی.	صبر و مقاومت انسانی معنویت انسانی	گرایشی: بُعد معنوی اخلاق	(بیانات مقام معظم رهبری در دیدار جمعی از بانوان نخبه، ۱۳۹۰/۳/۱)	مؤلفه هویت
بیشتر آن چیزهایی که مشکلات اصلی بشریت است، برمی‌گردد به مسائلی که ارتباط پیدا می‌کند با معنویت انسان، با اخلاق انسان، با رفتار اجتماعی انسان‌ها با یکدیگر؛ که یکی از آن‌ها مسئله زن و مرد، جایگاه زن، مسئله زن و شأن زن در جامعه است که این حقیقتاً یک بحران است، منتها به رو نمی‌آورند، مطرح نمی‌کنند و سیاست‌های مسلط در دنیا به‌صرفه خودشان نمی‌دانند و شاید برخلاف راهبردهای اصلی خودشان می‌دانند که این مسئله را مطرح کنند.	معنویت انسانی اخلاق انسانی شان انسانی	گرایشی: بُعد معنوی اخلاق	(بیانات مقام معظم رهبری در دیدار جمعی از بانوان نخبه، ۱۳۹۰/۳/۱)	
زن باید در این صراط حرکت کند؛ عظمت و جلالت و علو مقام و مقدار برای زنان در این راه است؛ راهی که در آن تقوا هست، عفاف هست،... همه زینت‌ها و فضیلت‌های معنوی در آن هست؛ زنان باید در این جهت حرکت کنند.	پرورش روح عفاف تقوی	گرایشی: بُعد معنوی اخلاق	(بیانات مقام معظم رهبری در دیدار جمعی از مداحان سراسر کشور، ۱۳۹۱/۲/۲۳)	
در میدان مسابقات ورزشی — واقعاً گاهی انسان قدرت تحسین این شخصیت‌ها را ندارد به اندازه‌ای که شایسته آن هستند — دختر ایرانی	آزادی فعالیت با حجاب، در عرصه‌های گونا گون	گرایشی: بُعد کنش و عمل اخلاقی	(بیانات مقام معظم رهبری در دیدار ائمه جمعه سراسر کشور، ۱۴۰۱/۵/۵)	مؤلفه هویت

ابعاد کد(۱)	منبع	مقوله کد(۲)	مضمون کد(۳)	متن
				روی سگوی اول مسابقات ایستاده، پرچم و سرود ملی ایران را در مقابل چشم صدها میلیون تماشاچی تلویزیون‌های دنیا بالا برده، باحجاب است، با آن مردی که می‌آید به او مدال بدهد دست نمی‌دهد، یعنی حدّ شرعی را رعایت می‌کند؛ این چیز کمی است.
	(بیانات مقام معظم رهبری در دیدار ائمه جمعه سراسر کشور، ۱۴۰۱/۵/۵)	گرایشی: بُعد کنش و عمل اخلاقی	آزادی فعالیت با حجاب، در عرصه‌های گوناگون	در مسائل علمی، در مسائل ادبی، در مجریان صداوسیما، بهترین مجریان. در میدان‌های مختلف، زن ایرانی حضور پیدا کرده، در بالاترین سطوح قرار گرفته، با حجاب اسلامی، با رعایت حجاب؛ این خیلی چیز مهمی است. این باطل‌کننده یک زحمت و تلاش دویست سیصد ساله غرب است.
	(بیانات مقام معظم رهبری در دیدار مداحان اهل بیت (علیهم‌السلام)، ۱۳۹۶/۱۲/۱۷)	گرایشی: بُعد کنش و عمل اخلاقی	آزادی فعالیت با حجاب، در عرصه‌های گوناگون	زن می‌تواند در میدان‌های اجتماعی حضور فعال داشته باشد، تأثیرگذاری اجتماعی عمیق داشته باشد. امروز زنان کشور ما در بخش‌های مختلف چنین تأثیرگذاری‌ای دارند؛ در عین حال حجاب و عفاف و وجه تمایز میان زن و مرد، فاصله میان زن و مرد، معرض سوءاستفاده مردان قرار نگرفتن، خود را در حدّ وسیله التذاذ مردان بیگانه و زیاده‌طلب پایین نیاوردن و تحقیر نکردن، جزو خصوصیات زن ایرانی و زن مسلمان امروز است.
مؤلفه هویتی	(بیانات مقام معظم رهبری، پیام تشکر	گرایشی: بُعد کنش و	آزادی فعالیت با حجاب، در	به بانوان ورزشکاری که نشانه افتخارآمیز پوشش زن ایرانی را به

ابعد کد(۱)	منبع	مقوله کد(۲)	مضمون کد(۳)	متن
	از کاروان ورزشی ایران در المپیک ۲۰۱۶ ریو، ۱۳۹۵/۶/۲	عمل اخلاقی	عرصه‌های گوناگون	رخ همگان کشیدند، به بانوی شجاعی که با حجاب کامل در پیشانی کاروان درخشید و به مربیان و پیشکسوتان ورزش کشور، خوشامد می‌گویم و از همه شما سپاسگزاری می‌کنم.
	(بیانات مقام معظم رهبری، پیام به سمینار بررسی شخصیت زن از دیدگاه حضرت امام خمینی، ۱۳۶۸/۸/۳)	رفتاری: بُعد فردی	مجاهدت برای رهایی از ذلت	زن ایرانی و زن مسلمان، به مجاهدت خود برای رهاشدن از دام‌های پرداخته و در راه نهاده فرهنگ تباه‌گر غرب، با اراده‌ایی راسخ ادامه دهد و به‌هیچ‌رو تسلیم اغوای آنان که زن را ابزاری برای پیشبرد سیاست‌های ویرانگر و اسارت‌بار خواسته‌اند، نشود.
	(بیانات مقام معظم رهبری در دیدار جمعی از بانوان سراسر کشور، ۱۳۶۸/۱۰/۲۶)	رفتاری: بُعد فردی	مجاهدت برای حجاب و عفاف	درحالی‌که زن در همان حال توانست حجاب و وقار و متانت اسلامی و عفاف و دین و تقوای خود را حفظ کند.
	(خامنه‌ای، بیانات در اجتماع مردم گیلان‌غرب، ۱۳۹۰/۷/۲۳)	رفتاری: بُعد اجتماعی	حضور شجاعانه و جسور	اینکه در شهر شما یک بانوی مسلمان و شجاع در مقام دفاع می‌تواند سرباز دشمن را اسیر کند و نیروی مهاجم را به خاک و خون بکشد.
مؤلفه هویت‌ی	(بیانات مقام معظم رهبری در دیدار جمعی از بانوان نخبه، ۱۳۹۰/۳/۱)	رفتاری: بُعد اجتماعی	حضور پیشرفت علمی	در عرصه مسائل علمی هم کشور بحمدالله پیشرفت فوق‌العاده‌ای داشته است. این همه زنان دانشمند، استاد در رشته‌های مختلف علمی، در علوم حوزوی، در علوم دانشگاهی - که نمونه‌ای از آن‌ها خوشبختانه شما حضار محترم هستید که در اینجا حضور دارید - همه نشان‌دهنده موفقیت جمهوری اسلامی است.

ابعاد کد (۱)	منبع	مقوله کد (۲)	مضمون کد (۳)	متن
	(بیانات مقام معظم رهبری، پیام به سمینار بررسی شخصیت زن از دیدگاه حضرت امام خمینی، ۱۳۶۸/۸/۳)	رفتاری: بُعد اجتماعی	حضور در فعالیت‌های جامعه	زن امروز ایران، در صحنه علم و سیاست و هنر و در گوناگون فعالیت‌های اجتماعی، از گذشته بسی فعال‌تر و میدان‌دارتر است.
	(بیانات مقام معظم رهبری در دیدار مداحان اهل بیت (علیهم‌السلام)، ۱۳۹۶/۱۲/۱۷)	رفتاری: بُعد اجتماعی	حضور الگو در فعالیت‌های جامعه	حجاب و عفاف ما البته این الگو را داریم، این چهارچوب را داریم، در میان بانوان ما کسانی هستند در حد بسیار خوب، بعضی در حد اعلای این الگو دارند زندگی می‌کنند، بعضی هم در حدود متوسطند؛ به هر حال، این الگو وجود دارد و مبنای کار زن ایرانی این است.
	(بیانات مقام معظم رهبری، پیام به کنگره هفت هزار زن شهید کشور، ۱۳۹۱/۱۲/۱۶)	رفتاری: بُعد سیاسی	حضور شهامت و شهادت	زنانی که اوج احساس و لطف و رحمت زنانه را با روح جهاد و شهادت و مقاومت درآمیختند و مردانه‌ترین میدان‌ها را با شجاعت و اخلاص و فداکاری خود فتح کردند.
مؤلفه هویت	(بیانات مقام معظم رهبری، پیام به کنگره هفت هزار زن شهید کشور، ۱۳۹۱/۱۲/۱۶)	رفتاری: بُعد سیاسی	حضور شهامت و شهادت	امروز در این جا برای تعظیم به ارتش هزاران نفره زنان شهیدی گرد آمده‌اید که در تغییر مسیر تاریخ اسلام و کشور، نقشی شایسته ایفاء کردند و سربلند به محضر خدای متعال رفتند؛ لشکری از فرشتگان که از جان مقدس خویش در راه اسلام مایه گذاردند، تماشایی نبودند و قدم در میدان عمل نهادند و در نقش معماران ایران جدید ظاهر شدند. اینان زنان بزرگی بودند که تعریف جدیدی از «زن» به شرق و غرب ارائه کردند.

در پاسخ به سؤال اصلی باید گفت: موضوع «مؤلفه‌های هویتی زن» یکی از مسائل بنیادین در بیانات آیت‌الله خامنه‌ای است. شناسایی و تحلیل مؤلفه‌های هویتی زن در ابعاد بینشی، گرایشی و رفتاری در گفتمان انقلاب اسلامی می‌تواند چهارچوب هویتی برای سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی عملیاتی برای بهبود و ارتقاء جایگاه و نقش بانوان در جامعه فراهم سازد. نظر به تحولات سیاسی، اجتماعی و فرهنگی جامعه ایران و به تبع آن سیاسی شدن و دوقطبی کردن مسئله زن، رهبر انقلاب در دو سال اخیر، تأکید مضاعف بر معرفی، تبیین و ارائه «الگوی سوم زن» داشته‌اند. گرچه الگوی سوم زن در امتداد همان نگرش نظام‌ساز انقلابی، هویت مبارک و میمونی است که از غلبه هویت‌های غربی و شرقی ممانعت می‌نماید؛ اما آنچه در مقام برنامه‌ریزی و اجرا دیده می‌شود بیانگر این نکته است که عملاً این گفتمان و چهارچوب هویت زن، تقویت نشده و بعضاً برخی از جریان‌های سیاسی همگرا با جریان‌های فکری غربی یا شرقی به آرمان‌زدایی از هویت زن انقلابی مبادرت نموده‌اند (طالبی، ۱۴۰۱).

زن در دیدگاه آیت‌الله خامنه‌ای، مبنا و محتوایی دارد که می‌تواند به‌عنوان الگو ارائه شود. در دیدگاه ایشان، زنان وقتی الگویی را انتخاب می‌کنند یعنی به لحاظ رفتار و کارکرد می‌خواهند مانند او باشند. بی‌تردید یکی از مسائل بنیادین در مسئله زنان در جامعه امروز ایران، خلع معرفی الگو مطلوب زن همسو با ارزش‌ها و هنجارهای جامعه مسلمانی است. در دیدگاه رهبری بر اساس گرایش «توحید محوری»، زنان می‌توانند هم الگو بگیرند و هم الگوساز باشند: «زن، در تعریف غالباً شرقی، همچون عنصری در حاشیه و بی‌نقش در تاریخ‌سازی و در تعریف غالباً غربی، به‌مثابه موجودی که جنسیت او بر انسانیتش می‌چربد و ابزاری جنسی برای مردان و در خدمت سرمایه‌داری جدید است، معرفی می‌شد. شیر زنان انقلاب و دفاع مقدس نشان دادند که الگوی سوم، «زن نه شرقی، نه غربی» است» (بیانات مقام معظم رهبری، پیام به کنگره هفت هزار زن شهید کشور، ۱۳۹۱/۱۲/۱۶). از این جهت لازم است هویت زنان در اندیشه آیت‌الله خامنه‌ای ناظر بر الگوی سوم زن را در سه بُعد بینشی، گرایشی و رفتاری استخراج کرد.

۵-۱. مؤلفه «بینشی» هویت زنان در دیدگاه آیت‌الله خامنه‌ای

در پاسخ به سؤال فرعی اول مبنی بر شناسایی مؤلفه‌های بینشی هویت زنان، می‌توان گفت آیت‌الله خامنه‌ای معتقد است، اگر کسی بخواهد زن را از فعالیت سیاسی و اجتماعی، فرهنگی و علمی محروم کند، به خلاف حکم خدا عمل کرده است. مؤلفه بینشی هویت زن در دیدگاه آیت‌الله خامنه‌ای، ابعاد سیاسی، اجتماعی، فرهنگی، حقوقی، علمی و فراملی دارد:

یک. بُعد بینش فرهنگی زن (با فراوانی ۲۴,۳ درصد): نتایج تحلیل مضمون با فراوانی ۱۹ مضمون از بیانات آیت‌الله خامنه‌ای تأکید به‌سزایی بر بینش فرهنگی زن دارد. آیت‌الله خامنه‌ای بر این نکته تأکید دارد که نباید به‌سد کردن بُعد فرهنگی زنان پرداخت بلکه باید زمینه تعالی و تکریم آن را فراهم ساخت (بیانات مقام معظم رهبری در دیدار جمعی از زنان، ۱۳۷۶/۷/۳۰). بینش فرهنگی زن در دیدگاه ایشان، ناظر بر مؤلفه‌هایی است: بُعد ارزشمندی زن (۲,۸۶ درصد)؛ بُعد الهی زن (۱,۴۳ درصد)؛ بُعد ایمان زن (۲,۸۶ درصد)؛ بُعد هویت‌سازی زن (۴,۲۹ درصد)؛ بُعد عفاف زن (۱۰ درصد)؛ بُعد انسان‌سازی زن (۱,۴۳ درصد)؛ بُعد مدیریت خانواده زن (۱,۴۳ درصد)؛ بُعد آرامش بخشی زن (۱,۴۳ درصد).

دو. بُعد بینش سیاسی زن (با فراوانی ۱۲,۸۷ درصد): نتایج تحلیل مضمون با فراوانی ۹ مضمون، از بیانات آیت‌الله خامنه‌ای بر این نکته تأکید دارد که بینش سیاسی زنان در نظام اجتماعی اسلام مورد تأکید است. در رابطه با بینش سیاسی زن در اسلام چنین می‌فرماید: «بنده احتمال قوی می‌دهم یکی از عوامل مهم حرکت توأبیین که بعد در کوفه سر بلند کردند و قیام کردند و آن حادثه بزرگ را راه انداختند، همین فرمایش حضرت زینب (سلام‌الله‌علیها) و همین خطبه حضرت زینب (سلام‌الله‌علیها) بود» (بیانات مقام معظم رهبری در دیدار پرستاران و خانواده شهدای سلامت، ۱۴۰۰/۹/۲۱). بینش سیاسی زن در دیدگاه آیت‌الله خامنه‌ای ناظر بر مؤلفه‌هایی است: بُعد توانایی سیاسی زن (۱,۴۳ درصد)؛ بُعد شجاعت سیاسی زن (۱,۴۳ درصد)؛ بُعد افتخار سیاسی زن (۲,۸۶ درصد)؛ بُعد الگوسازی سیاسی زن (۴,۲۹ درصد)؛ بُعد بصیرت و بیداری سیاسی زن (۲,۸۶ درصد).

سه. بُعد بینش اجتماعی زن (با فراوانی ۲,۸۶ درصد): در دیدگاه رهبری، نقش اجتماعی زن در پیشبرد و تعالی جامعه بی‌بدیل است (بیانات مقام معظم رهبری در دیدار جمعی از پرستاران، ۱۳۷۴/۷/۱۲). آیت‌الله خامنه‌ای بیشترین تأکید بر بُعد

جامعه‌سازی زنان (۲,۸۶ درصد) دارد. زنان با نقش بی‌بدیل مادری و همسری و همچنین با ایفای نقش سیاسی، اجتماعی و فرهنگی می‌توانند دوشادوش مردان و حتی مقدم بر آن‌ها در مسیر جامعه‌سازی مؤثر و نقش‌آفرین باشند.

چهار. بُعد بینش علمی زن (با فراوانی ۲,۸۶ درصد): آیت‌الله خامنه‌ای بر این نکته تأکید دارد که زنان توانایی پیمودن مدارج علمی بالا را دارند. رهبری در رابطه با میدان فعالیت و تلاش علمی زنان می‌فرماید: «ورودی‌های دانشگاه‌های ما یا پنجاه درصد یا بیش از پنجاه درصد دخترهای ما هستند، زن‌های ما هستند. در مراکز علمی حساس و مهم که بنده از بعضی از آن مراکز خودم شخصاً بازدید کردم، زنان دانشمند ما آنجا نقش‌آفرینند» (بیانات مقام معظم رهبری در دیدار ائمه جمعه سراسر کشور، ۱۴۰۱/۵/۵). بینش علمی نسبت به زن در دیدگاه آیت‌الله خامنه‌ای ناظر بر ابعادی است: بُعد توانایی رشد علمی زنان (۱,۴۳ درصد)؛ و بعد تولیدات علمی زنان (۱,۴۳ درصد).

پنج. بُعد بینش فراملی زن (با فراوانی ۷,۱۴ درصد): نگاه و بینش رهبری درباره نقش زن ایرانی در جهان، یک رویکرد تمدن‌گرایی اسلامی است: «زن مسلمان ایرانی، تاریخ جدیدی را پیش چشم زنان جهان، گشود و ثابت کرد که می‌توان زن بود، عفیف بود، محجبه و شریف بود، و درعین‌حال، در متن و مرکز بود... زن مجاهد مسلمان ایرانی، معلم ثانی برای زنان جهان خواهد بود پس از معلم اول که زنان مجاهد صدر اسلام بودند» (مقام معظم رهبری، پیام به کنگره هفت هزار زن شهید کشور، ۱۳۹۱/۱۲/۱۶).

شش. بُعد بینش حقوقی زن (با فراوانی ۸,۵۷ درصد): آیت‌الله خامنه‌ای تأکید به‌سزایی بر جایگاه و اهمیت حقوق زن در جامعه دارد. به اعتقاد ایشان، در میدان فعالیت گوناگون اقتصادی، اجتماعی، علمی نباید بر زن تحمیل و اجبار کرد: «بیشتر آن چیزهایی که مشکلات اصلی بشریت است، برمی‌گردد به مسائلی که ارتباط پیدا می‌کند با معنویت انسان، با اخلاق انسان، با رفتار اجتماعی انسان‌ها با یکدیگر که یکی از آن‌ها مسئله زن و مرد، جایگاه زن، مسئله زن و شأن زن در جامعه است؛ که این حقیقتاً یک بحران است» (بیانات مقام معظم رهبری در دیدار جمعی از بانوان نخبه، ۱۳۹۰/۳/۱).

۵-۲. مؤلفه «گرایش» هویت زنان در دیدگاه آیت‌الله خامنه‌ای

در پاسخ به سؤال فرعی دوم مبنی بر شناسایی مؤلفه‌های گرایشی هویت زنان،

می‌توان گفت در دیدگاه آیت‌الله خامنه‌ای مؤلفه‌های گرایش‌های هویت زن ناظر بر دو بعد معنوی و اخلاقی است:

یک. بُعد گرایش معنوی زن (با فراوانی ۲۰,۰۲ درصد): در دیدگاه آیت‌الله خامنه‌ای زن می‌تواند در راه تکامل معنوی و نفسانی رشد نمایند: «زنان، در صراط باید حرکت کنند؛ علو مقام و جلالت و مقدار ارزشی برای زن در این صراط است... آن تقوا و عفاف است... تمام فضیلت و زینت معنوی در آن وجود دارد. زنان باید در این مسیر حرکت کنند» (بیانات مقام معظم رهبری در دیدار جمعی از مداحان سراسر کشور، ۱۳۹۱/۲/۲۳). در این دیدگاه، گرایش معنوی زن سطوح و ابعاد الهی دارد: روابط متعالی انسانی (۲,۸۶ درصد)، اخلاق انسانی (۴,۲۹ درصد)، حرمت الهی انسانی (۲,۸۶ درصد)، صبر و مقاومت انسان (۱,۴۳ درصد)، معنویت انسانی (۲,۸۶ درصد)، شانیت الهی انسانی (۱,۴۳ درصد)، پرورش روح (۱,۴۳ درصد)، عفاف (۱,۴۳ درصد)، تقوی (۱,۴۳ درصد).

دو. بُعد گرایش اخلاقی زن (با فراوانی ۵,۷۱ درصد): در نگاه رهبری تأکید بر فراهم‌سازی زمینه رشد و کمال اخلاقی است که خداوند در دین الهی برای انسان‌ها و مرد و زن به‌صورت برابر در نظر گرفته است. امری که در صورت تحقق آن مسیر تعالی و پیشرفت جامعه، خوشبختی خانواده و تربیت انسان‌های والامقام فراهم می‌گردد. حضور پُرفروغ و اخلاقی زنان با عفاف و حجاب در میادین ورزشی از مصادیقی است که مورد اشاره در این رابطه می‌باشد (بیانات مقام معظم رهبری در دیدار جمعی از زنان، ۱۳۷۶/۷/۳۰).

۳-۵. مؤلفه «رفتاری» هویت زنان در دیدگاه آیت‌الله خامنه‌ای

در پاسخ به سؤال فرعی سوم مبنی بر شناسایی مؤلفه‌های رفتاری هویت زنان، می‌توان گفت در دیدگاه آیت‌الله خامنه‌ای به لحاظ هویتی، رفتار زنان شامل ابعاد فردی، اجتماعی و سیاسی است:

یک. بُعد رفتار فردی و خانوادگی زنان (با فراوانی ۲,۸۶ درصد): آیت‌الله خامنه‌ای معتقد است نقش زن در خانواده، طبیعی‌ترین، فطری‌ترین و مطلوب‌ترین نقش او به‌شمار می‌آید: «طبیعی‌ترین و فطری‌ترین و مطلوب‌ترین کار برای زنان، کار در خانه است» (بیانات مقام معظم رهبری در دیدار جمعی از خواهران متخصص رشته پزشکی و مامایی، ۱۳۷۲/۹/۸) و ضمن تأکید بر خانه‌داری به‌مثابه یک شغل بر ضرورت ارزش‌گذاری آن نیز تأکید دارد: «خانه‌داری یک شغل است؛ شغل بزرگ،

شغل مهم، شغل حساس، شغل آینده‌ساز... زن در خانواده عنصر محوری است... مرد باید قدر دان باشد. جامعه باید قدر دان باشد. حتماً بایستی بر روی کار زن‌های خانه‌دار ارزش‌گذاری ویژه بشود» (بیانات مقام معظم رهبری در دیدار جمعی از خواهران متخصص رشته پزشکی و مامایی، ۱۳۷۲/۹/۸) و بر این نکته تأکید می‌کند که باید خانه‌داری در دیدگاه آیت‌الله خامنه‌ای در مؤلفه رفتار فردی زنان، بیشترین تأکید بر مجاهدت زن برای رهایی از ذلت (با فراوانی ۱،۴۳ درصد) و مجاهدت زن برای حجاب و عفاف (با فراوانی ۱،۴۳ درصد) شده است.

دو. بُعد رفتار اجتماعی زنان (با فراوانی ۵،۷۱ درصد): در بیانات رهبری در خصوص رفتار و مشارکت اجتماعی زنان، تأکید فراوان شده است: «زنان در هر جامعه سالم بشری قادرند و می‌باید فرصت پیدا کنند که در حد سهم خود، تلاش و مسابقه خویش را در پیشرفت‌های علمی و اجتماعی و سازندگی و اداره این جهان به عهده بگیرند» (بیانات مقام معظم رهبری در دیدار اقشار مختلف مردم، ۱۳۶۸/۸/۳). در دیدگاه آیت‌الله خامنه‌ای تأکید بر بُعد رفتار اجتماعی زنان با ویژگی‌های هویتی همچون حضور جسورانه زنان در جامعه (۱،۴۳ درصد)؛ حضور علمی زنان در جامعه (۱،۴۳ درصد)؛ حضور پویای زنان در جامعه (۱،۴۳ درصد) و حضور زنان الگوساز در جامعه (۱،۴۳ درصد) شده است.

سه. بُعد رفتار سیاسی زنان (با فراوانی ۲،۸۶ درصد): دیدگاه رهبری نسبت به رفتار سیاسی زنان، دقیقاً مناسب با سیر موضوعات سیاسی جامعه بوده و ایشان حضور زنان را در عرصه‌های گوناگون سیاسی و اجتماعی به رسمیت می‌شناسند: «زنانی که اوج احساس و لطف و رحمت زنانه را با روح جهاد و شهادت و مقاومت در آمیختند و مردانه‌ترین میدان‌ها را با شجاعت و اخلاص و فداکاری خود فتح کردند» (بیانات مقام معظم رهبری، پیام به کنگره هفت هزار زن شهید کشور، ۱۳۹۱/۱۲/۱۶). در این دیدگاه بر نقش فعالانه، مجاهدانه، شجاعت‌گونه و شهادت‌گونه زن تأکید شده است.

۴-۵. مقایسه مؤلفه‌های هویتی زنان در بیانات آیت‌الله خامنه‌ای

در راستای پاسخ به پرسش فرعی چهارم، باید گفت بررسی مؤلفه‌های هویتی زنان در اندیشه آیت‌الله خامنه‌ای، حکایت از این نکته دارد که بیشترین تأکید بر مؤلفه بینشی هویت زنان است. دلیل این امر، این است که با اصلاح باور و بینش، زمینه اصلاح گرایش و رفتار در زنان فراهم می‌گردد. نکته قابل توجه دیگر این است که بُعد

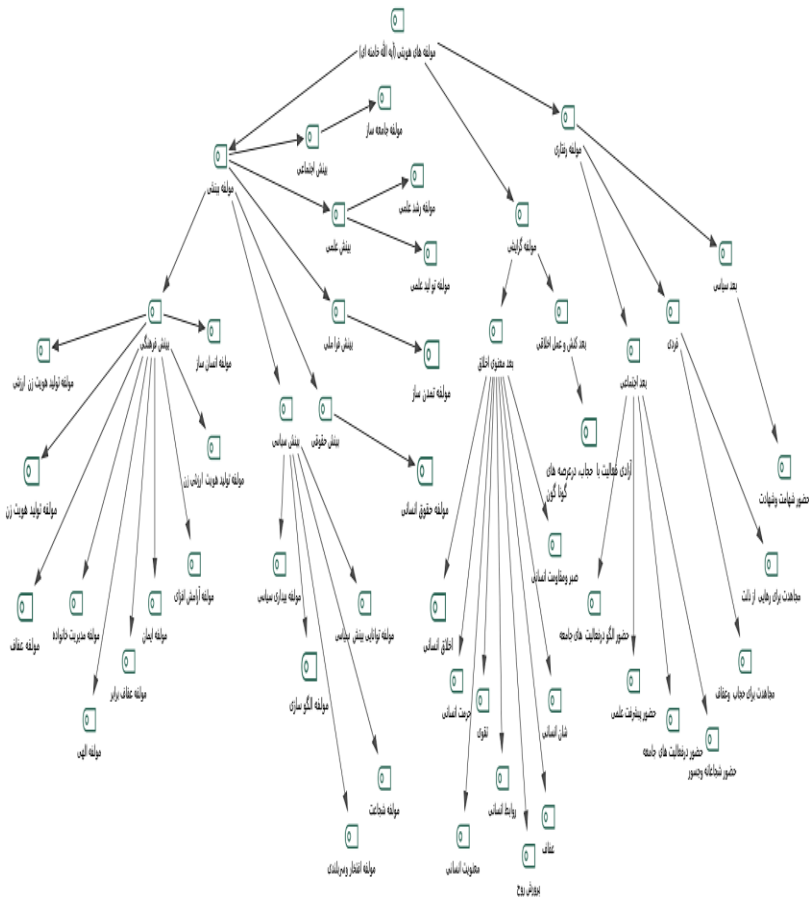
بینش فرهنگی زن، بیشترین تأکید در دیدگاه رهبری دارد و این امر بیانگر این است که اصلاح، تکامل و رشد جایگاه مطلوب هویت زنان در جامعه منوط به اتخاذ رویکرد فرهنگی می‌باشد.

در رابطه با مؤلفه گرایشی هویت زنان باید توجه کرد در دیدگاه رهبر انقلاب اساساً تعالی انسان در گروه گرایش به معنویات و اخلاق است. از این‌روست که رهبری بر بعد معنوی انسان و به تبع آن زن تأکید فراوانی داشته و پیمودن مراتب عالی روحانی برای زنان را متأثر از الگوی فاطمی و زینبی (سلام‌الله‌علیها) امری ممکن و لازم می‌داند. در واقع خودسازی زن زمینه رفتار فردی، خانوادگی و اجتماعی سیاسی او خواهد بود.

آنچه که به لحاظ مؤلفه رفتاری هویت زن در دیدگاه رهبری مطرح است این است که زن در کنار نقش والای همسری و مادری امکان حضور و مشارکت فعال فرهنگی، سیاسی و اجتماعی در جامعه و به تبع آن نقش آفرینی دارد. دیدگاهی که ناقد نگاه ابزاری به زن در جامعه و صرفاً التذاذی جنسی برای وی است.

جدول (۳): مؤلفه هویتی حاکم بر الگوی مطلوب زن در دیدگاه رهبری

مؤلفه	ابعاد	درصد فراوانی
مؤلفه بینشی هویت زن	بُعد بینش فرهنگی زن	۲۴,۳
	بُعد بینش سیاسی زن	۱۲,۸۷
	بُعد بینش اجتماعی زن	۲,۸۶
	بُعد بینش علمی زن	۲,۸۶
	بُعد بینش فراملی زن	۷,۱۴
	بُعد بینش حقوقی زن	۸,۵۷
مؤلفه گرایشی هویت زن	بُعد گرایش معنوی زن	۲۰,۰۲
	بُعد گرایش اخلاقی زن	۵,۷۱
مؤلفه رفتاری هویت زن	بُعد رفتار فردی زنان	۲,۸۶
	بُعد رفتار اجتماعی زنان	۵,۷۱
	بُعد رفتار سیاسی زنان	۲,۸۶



شکل (۲): شبکه مضامین مؤلفه‌های هویت زنان در اندیشه آیت الله خامنه‌ای

نتیجه‌گیری

ساخت و تبیین هویت زن در «الگوی سوم زن»، مسئله‌ای با اهمیت، چندوجهی و همچنین لازم و ضروری در گفتمان معاصر ایران در راستای سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی، تقنین و اجرا است. الگوی سوم زن، در واقع تلاشی برای ارائه تصویری جامع و متعادل از هویت زن مسلمان در دنیای معاصر است که نه به‌طور کامل در چهارچوب الگوهای سنتی محدود می‌شود و نه تقلیدی صرف از الگوهای غربی است.

از یک‌سو، هویت زن در الگوی سوم، مبتنی بر پنج ویژگی اصلی است:

۱- تعادل: زن در این الگو، بر خلاف الگوهای فمینیستی می‌تواند همزمان هم مادر

- و همسری موفق باشد و هم در جامعه نقشی فعال و مؤثر ایفا نماید.
- ۲- **حفظ ارزش‌ها:** زن در این الگو برای غلبه بر چالش‌های دنیای نوین مبادرت به حفظ ارزش‌های دینی و فرهنگی خود می‌کند. در واقع، همسو با هنری تاجفیل، هویت زن در الگوی سوم با احساس تعلق به دین معنا می‌یابد. در این معنا، زن به «مای» دینی تعلق دارد و بر مبنای آن با گروه‌های دیگر، مرزبندی هویتی پیدا می‌کند و از پیامدهای آن برخوردار می‌گردد.
- ۳- **مسئولیت‌پذیری:** زن در این الگو، در قبال خود، دیگری، خانواده و جامعه مسئولیت دارد و در راستای آن تلاش می‌کند. در واقع، همان‌طوری که چارلز کولی اشاره می‌کند در این الگو، هویت زن در تعامل / تقابل گروه‌های خود با گروه‌های دیگری شکل می‌گیرد.
- ۴- **پیشرفت:** زن در این الگو، با کسب دانش و مهارت‌های جدید به دنبال رشد و تعالی فردی و اجتماعی است؛ البته رشد و تعالی زن، همچون الگوهای لیبرالی صرفاً مادی نیست بلکه توأمان مادی و معنوی است و به صورت چندجانبه در تعامل با نقش همسری، مادری و اجتماعی تحقق می‌یابد.
- ۵- **استقلال:** زن در این الگو، با استقلال فکری می‌تواند در رابطه با آینده زندگی خود تصمیم بگیرد.

از سوی دیگر، هویت زن در الگوی سوم، **تفاسیر ماهوی متفاوت از شمول و**

- ابعاد هویتی زن** دارد. مهم‌ترین ابعاد هویتی زن در الگوی سوم به شرح ذیل است:
۱. **هویت دینی و معنوی:** زن در الگوی سوم، به‌عنوان یک مسلمان معتقد و متعهد به ارزش‌ها و هنجارهای اسلامی - از قبیل ایمان به خدا، پایبندی به اخلاقیات اسلامی و تلاش برای رشد معنوی - شناخته می‌شود.
 ۲. **هویت خانوادگی:** بر اساس الگوی سوم زن، نقش زن در خانواده - بر خلاف الگوی فمینیستی - در مقام همسری مهربان، مادری دلسوز و عضوی فعال می‌باشد که نقش محوری در فرایند تربیت انسان متعالی در روند پیشرفت جامعه دارد.
 ۳. **هویت اجتماعی:** در این الگو، بر حضور فعال و مؤثر زن در جامعه تأکید می‌شود و زن می‌تواند در عرصه‌های مختلف اجتماعی، علمی، اقتصادی و سیاسی نقش ایفا نماید و در پیشرفت و تعالی جامعه سهیم باشد؛ البته برخلاف الگوی فمینیستی هویت اجتماعی زن در تعارض با هویت خانوادگی قرار

- نمی‌گیرد بلکه همسو و هم‌عرض یکدیگر در مسیر تکامل زن قرار دارند.
۴. **هویت فردی:** در این الگو ضمن اهمیت به استقلال و خودباوری زن، برای زن حق مسلمی است که استعدادها و توانایی‌های خود را شکوفا نمایند و در جهت رشد و تعالی فردی خود تلاش کند.
۵. **هویت فرهنگی:** زن در این الگو، ضمن احترام به سنت‌ها و آداب و رسوم جامعه، می‌تواند در جهت حفظ ارزش‌های فرهنگی و ملی و همچنین اصلاح و بهبود آن‌ها ایفای نقش نماید.
۶. **هویت ورزشی:** در الگوی سوم، ضمن تأکید بر اهمیت ورزش برای زنان، بر خلاف الگوهای لیبرالی و سکولار بر رعایت موازین شرعی و فرهنگی و همچنین تفاوت‌های طبیعی و نقش‌های متفاوت آن‌ها توجه می‌شود. این الگو، با نگاهی جامع و متعادل، ورزش را نه تنها به‌عنوان فعالیتی برای حفظ سلامت، بلکه به‌عنوان ابزاری برای توانمندسازی زنان، ارتقاء اعتماد به نفس، و حضور مؤثرتر آنان در جامعه می‌نگرد.
۷. **هویت علمی زن:** الگوی سوم زن بر اهمیت دانش‌اندوزی، پژوهش و مشارکت زنان در تولید و نشر علم تأکید دارد. در این الگو، زن موجودی اندیشمند، خلاق و توانمند در عرصه علم و دانش به‌حساب می‌آید و زنان همچون مردان، حق و بلکه وظیفه دارند که در مسیر کسب علم و دانش گام بردارند. بعد از انقلاب اسلامی، حضور پُررنگ زنان در دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی، مصداقی از تحقق الگوی سوم زن در عرصه علم و دانش است.
۸. **هویت سیاسی:** هویت سیاسی زن در الگوی سوم، بر پایه اصولی چون ارزش‌های اسلامی، عدالت‌خواهی، مسئولیت‌پذیری و مشارکت فعال در سرنوشت جامعه شکل می‌گیرد. حضور زن در عرصه حیات سیاسی تأثیرگذاری مثبتی بر فرهنگ سیاسی جامعه خواهد داشت و می‌تواند به ترویج ارزش‌های اخلاقی، عدالت‌خواهی و مشارکت مدنی در جامعه کمک شایانی نماید. هویت سیاسی زن در الگوی سوم، بر خلاف الگوی سنتی، که عمدتاً از عرصه‌های سیاسی و اجتماعی خارج بود و بعضاً حقوق و توانمندی‌ها او دیده نمی‌شد و بر خلاف الگوی غربی که بر تشابه کامل زن و مرد در همه زمینه‌ها و نادیده گرفتن تفاوت‌های جنسیتی تأکید می‌شود؛ ضمن تأکید بر حقوق برابر زن و مرد، به تفاوت‌های طبیعی و نقش‌های متفاوت آن‌ها نیز توجه دارد.

در مجموع باید گفت حضور گسترده زنان در عرصه‌های مختلف علمی، فرهنگی، اجتماعی و سیاسی پس از انقلاب اسلامی ایران با عنایت به حفظ ارزش‌های دینی و خانوادگی - بر خلاف الگوهای فمینیستی و سکولار - نمونه‌ای از تحقق الگوی سوم زن است. باید توجه کرد هویت زن در الگوی سوم ناظر به شرایط زمان و مکان، هویتی پویا و در حال تکامل می‌باشد و مهم‌ترین ویژگی آن، ارائه تصویری جامع و متعادل از زن مسلمان در عرصه فردی، خانوادگی، سیاست و اجتماع در راستای سهیم‌شدن در سرنوشت جامعه می‌باشد.

پیشنهادات برای گفتمان‌سازی و سیاست‌گذاری:

در راستای گفتمان‌سازی و سیاست‌گذاری برای عملیاتی شدن و نهادینه‌کردن هویت زن در الگوی سوم می‌توان پیشنهادهایی را در سطح فردی، خانوادگی و همچنین ساختاری و نهادی ارائه داد:

الف) در سطح فردی:

- تقویت بنیان‌های اخلاقی و دینی برای حفظ هویت زن و مواجهه با چالش‌های دنیای پیشرفته؛
- لزوم خودباوری و خودشناسی زنان ضمن به‌منظور شناخت دقیق از استعدادها، توانایی‌ها و ارزش‌های خود؛
- زمینه‌سازی کسب دانش و مهارت‌های جدید برای زنان در راستای ایفای نقش مؤثرتر در جامعه؛
- تعادل بین ابعاد و سطوح مختلف زندگی زنان همچون نقش همسری، مادری، دانشجوی بودن، شاغل بودن و همچنین فعالیت اجتماعی؛
- مشارکت فعالانه زنان در عرصه فعالیت‌های اجتماعی و فرهنگی به‌منظور ارتقاء سطح آگاهی جامعه و حل مشکلات آن.

ب) پیشنهادات در سطح خانواده:

- لزوم پشتیبانی خانواده از تحصیل و اشتغال زنان در راستای رشد و پیشرفت آنان؛
- لزوم تقسیم عادلانه وظایف خانواده؛
- لزوم الگوسازی متعالی از زنان پیشگام، توانمند و موفق برای دختران.

پ) پیشنهادات در سطوح اجتماعی و نهادی:

- ایجاد فرصت‌های مختلف آموزشی، شغلی، مدیریتی و سیاسی برابر برای بانوان؛
- حمایت از طرح‌ها و برنامه‌های توانمندی‌سازی زنان در جامعه؛

- توسعه زیرساخت‌هایی نظیر مهدکودک‌ها، مراکز نگهداری سالمندان و وسایل حمل‌ونقل عمومی برای حضور فعال زنان در جامعه؛
- تغییر نگرش‌های منفی و تبعیض‌آمیز نسبت به نقش مؤثر زنان در جامعه؛
- ترویج الگوی سوم زن در رسانه‌ها و نظام آموزشی به‌منظور آگاهی‌بخشی جامعه و تغییر نگرش‌ها؛
- برگزاری همایش‌ها و کارگاه‌های آموزشی در مورد الگوی سوم زن؛
- لزوم پژوهش و تحقیق هدفمند در رابطه با مسائل زنان به‌منظور دست‌یافتن به راه‌حل‌های مناسب در راستای سیاست‌گذاری‌های مؤثر.

فهرست منابع

- بانکی‌پور، امیرحسین (۱۳۹۳). *نقش و رسالت زن*. تهران: انتشارات انقلاب اسلامی.
- تقوی‌نسب، سیدمجتبی و دیگران (۱۳۹۶). بررسی عوامل مرتبط با هویت اجتماعی زنان. *فصلنامه زن و جامعه*، ۸(۳۲)، ۱۶۵-۱۸۴.
- جلالی، سیده‌فاطمه معصومه؛ شفیعی، سیدحسین و سبحانی، فرزانه (۱۴۰۲). مؤلفه‌های هویت‌بخشی به زن در اندیشه قرآنی امام خامنه‌ای. *دوفصلنامه قرآن و علم*، ۱۷(۳۳).
- حسینی، حسین (۱۳۸۸). *رهبری و انقلاب*. تهران: نشر عروج.
- خامنه‌ای، سیدعلی: <https://farsi.khamenei.ir>
- خمینی، روح‌الله (۱۳۹۰). *تبیان هشتم جایگاه زن در اندیشه امام خمینی (رحمت‌الله‌علیه)*. تهران: مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی (رحمت‌الله‌علیه).
- ریتزر، جورج (۱۳۷۹). *نظریه‌های جامعه‌شناسی در دوران معاصر*. تهران: سروخانگی، باقر و رفعت جاه، مریم (۱۳۸۳). زنان و باز تعریف هویت اجتماعی. *مجله پژوهش زنان*، ۵(۲)، ۷۱-۹۱.
- ساناساریان، الیز (۱۳۸۴). *جنبش حقوق زنان در ایران، طغیان، افول و سرکوب از ۱۲۸۰ تا انقلاب ۵۷*. ترجمه احمدی‌خراسانی، تهران: انتشارات اختران.
- شیخ‌زاده، محمد و دیگران (۱۳۹۰). تحلیل مضمون و شبکه مضامین: روشی ساده و کارآمد برای تبیین الگوهای موجود در داده‌های کیفی، *اندیشه مدیریت راهبردی*، ۵(۲)، ۱۵۱-۱۹۸.
- طالبی، سارا (۱۴۰۱/۱۰/۱۴). *سخنرانی خانم سارا طالبی در دیدار جمعی از بانوان*

فرهینخته با رهبری. بازیابی از: <https://farsi.khamenei.ir>

کربلایی نظر، محسن (۱۳۹۰). کتاب زن و بازیابی هویت حقیقی. تهران: انقلاب اسلامی.
 لطف‌آبادی، محسن (۱۳۹۲). بازخوانی نظری مفهوم هویت. خردنامه، ۵(۲)، ۵۴-۶۵.
 لول‌آور، منصوره و شاهمرادی زواره، راضیه (۱۳۹۳). واکاوی نقش اجتماعی زن از
 منظر آیت‌الله خامنه‌ای. نظریه‌های اجتماعی متفکران مسلمان، ۴(۱)، ۹-۲۸.
 متقی، ابراهیم و روشنایی، علی (۱۳۹۰). نقش دولت در توسعه و تحدید گفتمان‌های
 مطالبات مدنی معاصر زنان ایران. مطالعات توسعه اجتماعی ایران، ۴(۱)، ۲۵-۳۹.
 هدایت‌نیا، فرج‌الله (۱۳۹۵). الگوی سوم: الگوی رفتاری زن در خانواده و جامعه.
 تهران: لشکر فرشتگان.

Green, Thomash (1990). *Comparative Revolutionary Movements*. third Edition. New jersey: prentice- Hall.

References

The Holy Qur'an.

- Abedi Jafari, H., Taslimi, M. S., Faghihi, A. & Sheikhzadeh, M. (2011). Thematic analysis and thematic networks: A simple and efficient method for explaining patterns in qualitative data. *Strategic Management Thought*, (2), 151-198. (In Persian)
- Al-Ghafour, M. T. (2008). A new chapter of women's political participation in Iran. *Shiite Women Quarterly*, 18, 147-180. (In Persian)
- Derakhshan, J. & et al. (2015). Thematic analysis of trust in the thought of Ayatollah Khamenei. *Contemporary Political Studies Quarterly*, 6(17), 53-72. (In Persian)
- Giddens, A. (1999). *Sociology* (Trans. by Manouchehr Sabouri). Tehran: Ney Publishing. (In Persian)
- Giddens, A. (2010). *Modernity and Self-Identity: Society and Personal Identity in the Modern Age* (Trans. by Naser Movafaghian). Tehran: Ney Publishing. (In Persian)
- Given, L. M. (2008), *The sage encyclopedia of qualitative research methods-Sage*, (1&2), Retrieved from <https://www.yanchukvladimir.com>
- Green, Thomash (1990). *Comparative Revolutionary Movements*, third Edition. New jersey: prentice- Hall.
- Imam Ali (A.S.). (2000). *Nahj al-Balagha* (Trans. by Mohammad Dashti). Qom: Mashreqin Publications. (In Persian)
- Imam Khomeini, R. (2002). *Forty Hadiths* (25th ed.). Tehran: The Institute for Compilation and Publication of Imam Khomeini's Works. (In Persian)

- Imam Khomeini, R. (2008). *The Will of Imam Khomeini* (14th ed.). Tehran: Firdous Publications. (In Persian)
- Imam Khomeini, R. (2010). *Sahifeh-ye Imam Khomeini* (Collected Works of Imam Khomeini). Tehran: The Institute for Compilation and Publication of Imam Khomeini's Works. (In Persian)
- Imam Khomeini, R. (2011). *Tebyan-e Hashtom* (Tebyan VIII). Tehran: The Institute for Compilation and Publication of Imam Khomeini's Works. (In Persian)
- Jamshidi, M. H. (2005). *The Political Thought of Imam Khomeini* (R.A.). Tehran: The Institute for Compilation and Publication of Imam Khomeini's Works. (In Persian)
- Jenkins, R. (2002). *Social Identity* (Trans. by Touraj Yarahmadi). Tehran: Shirazeh Publications. (In Persian)
- Khamenei, S. A. (March 6, 2013). *Message to the Congress of Seven Thousand Martyred Women*. (In Persian)
- Kowsari, M., Tafreshi, A. & Alavi-Neko, M. S. (2017). Imam Khomeini (R.A.) and the construction of female identity in the Islamic Revolution: Deconstruction of Pahlavi II's discourse and Imam Khomeini's semantical hegemony. *Women in Development and Politics Quarterly*, 13, 327–357. (In Persian)
- Lotfabadi, M. (2013). A theoretical review of the concept of "identity." *Kheradnameh Quarterly*, 4(10), 54–65. (In Persian)
- Mehrabi Koushki, R. & et al. (2016). The role of identity styles in explaining national identity. *Applied Sociology Quarterly*, 27(2), 43–60. (In Persian)
- Mirmomeni, Z. S. (2015). Critique of the feminist movement and its consequences. *The New Jurisprudential and Legal Research Journal of Women and Family*, (2), 140–157. (In Persian)
- Rafatjah, M. & Rouhafza, F. (2012). A study of social and cultural factors affecting Muslim women's attitudes toward religious identity. *Iranian Journal of Social Issues*, 3(6). (In Persian)
- Sanasarian, E. (2005). *The Women's Rights Movement in Iran* (Trans. by Noushin Ahmadi Khorasani). Tehran: Akhtaran Publications. (In Persian)
- Sarookhani, B. & Rafatjah, M. (2004). Women and the redefinition of social identity. *Women's Research Journal*, 2(1), 71–91. (In Persian)
- Severin, W. J. & Tankard, J. W. (2007). *Communication Theories* (Trans. by Alireza Dehghan). Tehran: University of Tehran Press. (In Persian)
- Sheikhzadeh, M., Taslimi, M. S., Abedi Jafari, H., & Faghihi, A. (2011). Thematic analysis and thematic networks: A simple and efficient method for explaining patterns in qualitative data. *Strategic Management Thought Journal*, 2, 151–197. (In Persian)
- Tavassoli, G. A. (1990). *Sociological Theories*. Tehran: SAMT Publications. (In Persian)
- Tohidfam, M. & Eisavand, L. (2010). Feminism and democracy through history. *Journal of International Relations Studies*, (13), 25–56. (In Persian)

Extended abstract

Purpose

This study aims to explore the intricate and often overlooked interrelationship between religion, culture, and society from the standpoint of prominent thinkers of the Islamic Revolution in Iran. In doing so, it seeks to formulate an indigenous model of governance rooted in Islamic thought that is capable of addressing the specific cultural and social contexts of Muslim societies. The importance of this analysis stems from the fact that failure to define the correct relationship among these three constructs can result in conceptual overlap and practical governance challenges, particularly in policy-making, cultural engineering, and identity formation.

By clarifying this triadic relationship and its dialectical nature, the study contributes to the intellectual foundation of what can be described as "Islamic dialectical governance"—a system of rule that preserves religious authenticity while dynamically interacting with evolving cultural and social structures.

Design / Methodology / Approach

The research adopts a qualitative design situated within an interpretive-critical paradigm. The data were gathered through documentary and library-based sources. Primary sources included the works and speeches of two key Islamic Revolution thinkers—Ayatollah Ali Khamenei and Martyr Morteza Motahhari—as well as key theoretical texts from both Islamic and Western sociopolitical literature.

The analytical process followed the methodology of Grounded Theory (GT), which consists of three stages of coding:

Open coding: Identifying basic concepts such as "sacred rationality", "cultural resistance", or "Islamic identity construction".

Axial coding: Linking these concepts into thematic categories like "the role of religion in social change" or "dialectical cultural governance".

Selective coding: Synthesizing categories into a central theoretical model of religion-culture-society interaction.

The data corpus included 28 books by Martyr Motahhari and more than three decades of speeches by Ayatollah Khamenei. Purposeful sampling focused on segments with high conceptual relevance. Methodological triangulation and peer debriefing were used to ensure internal and external validity.

Findings

The findings underscore a unique model of interaction among religion, culture, and society in Islamic governance. This relationship is:

- Dialectical rather than hierarchical or reductionist.
- Multidimensional rather than linear.
- Context-sensitive, reflecting both ideal religious principles and empirical cultural-social realities.

Religion emerges as an independent variable and guiding force that plays both a culture-forming and culture-correcting role. Culture, in turn, is both shaped by and shaping of religion. It provides the soft infrastructure or the operating context within which religious and political directives are enacted. Society acts as the platform of interaction, the arena in which these forces engage, conflict, and co-evolve.

Motahhari views religion as a comprehensive system capable of generating social transformation, emphasizing its ideological vitality, flexibility, and resistance to cultural imperialism. He critiques both fundamentalism and eclecticism as deviations from authentic Islamic cultural engagement.

Khamenei emphasizes religion as the bedrock of cultural identity, calling for cultural policies that resist Western secularism and promote Islamic ethics. His speeches often portray culture as "the air we breathe", stressing that governance must aim to Islamize educational systems, media, and public life to counteract foreign influence.

Originality / Value

This study is among the few that provides a triadic, dialectical model of religion-culture-society interaction grounded in Islamic political thought. While previous research has often addressed bilateral relationships (e.g., religion and culture), this paper offers:

- A three-dimensional analytical framework based on dialectics.
- A theoretical comparison with Western models (e.g., Marxist, Durkheimian, Weberian).
- A redefinition of sacred rationality ('Aql-e Qodsi) as a governing epistemology in Islamic public management.

The research advances the discourse on faith-based governance by challenging secular assumptions in Western sociological theory and positioning religion as a constructive, autonomous force rather than a derivative of economic or cultural structures.

Research Limitations / Implications

The primary limitation is the theoretical and documentary nature of the research. While it provides a robust model, the empirical application remains limited. The framework has not yet been tested in comparative studies across Islamic countries, nor does it account for practical constraints in modern governance structures.

Additionally, the model is highly contextualized within the Iranian experience of Islamic governance, which may limit its generalizability to more pluralistic or less ideologically unified Muslim societies.

Future studies should incorporate empirical policy analysis, cross-national comparisons, and possibly quantitative testing of specific governance outcomes linked to this model.

Practical Implications

The dialectical model of governance proposed here holds several actionable implications:

Cultural Engineering: Design of media, education, and arts institutions must align with religious values while engaging public sentiment. Institutions like state media should mediate between doctrinal purity and cultural relevance.

Policy Formulation: Laws and public policies should reflect divine principles while responding to local cultural and social realities. For instance, laws on family, education, and public morality must merge fixed religious tenets with evolving cultural forms.

Civic Engagement: Civil society organizations should be structured to act as intermediaries between state religious objectives and grassroots cultural expressions, embodying what the model refers to as “dialectical mediation.”

Social Implications

On the social level, the model contributes to building a coherent national identity that is neither culturally rootless nor religiously dogmatic. By acknowledging the dialectical overlap between faith and culture, the model provides tools for navigating globalization, cultural pluralism, and ideological contestation.

It presents religion not as a repressive force, but as a dynamic engine for social cohesion and identity preservation. This stands in contrast to secular modernization theories that treat religion as either obsolete or marginal.

In contexts where cultural invasion and secular pressures challenge traditional values, this model offers a path toward cultural resilience and value-centric modernization.

Keywords: Relationship between religion and culture, desirable governance, dialectical relationships.

واکاوی نسبت دین، فرهنگ و جامعه در منظر متفکران انقلاب اسلامی؛ دلالت‌هایی برای حکمرانی مطلوب

محمد سهیل سرو

استادیار دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران، تهران، ایران.

soheilsarv.moham@ut.ac.ir

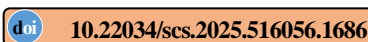
ORCID: 0000-0001-8003-550

چکیده

دین، فرهنگ و جامعه سه مقوله محوری در بررسی‌های نظری و عملی برای عرصه‌های حکمرانی هستند. این سه، مفاهیمی بسیار نزدیک به یکدیگر در عرصه اجرا هستند. این پژوهش با هدف بررسی نسبت سه‌گانه دین، فرهنگ و جامعه با تأکید بر اندیشه متفکران انقلاب اسلامی انجام شد تا الگویی برای حکمرانی مطلوب در جوامع دینی ارائه دهد. در صورت عدم تعیین نسبت دقیق این مقولات عرصه حکمرانی مطلوب دینی با چالش مواجه خواهد شد و تداخل نقشی میان این موارد به وجود خواهد آمد. این تحقیق با استفاده از روش کیفی انجام شده و گردآوری اطلاعات در آن به صورت اسنادی بوده و با رویکرد تفسیری - انتقادی متون اندیشمندان انقلاب اسلامی و نظریه‌های غربی مورد بررسی قرار گرفت و داده‌ها با استفاده از کدگذاری سه‌مرحله‌ای (باز، محوری، انتخابی) تحلیل شدند. یافته‌های این پژوهش حاکی از آن است نسبت این سه مقوله در منظر متفکران انقلاب اسلامی، دیالکتیکی و چندسطحی است، نه تقلیل‌گرایانه (برخلاف رویکردهای مارکسیستی یا اثبات‌گرا)؛ بنابراین در دلالت‌های حکمرانی بایستی چندبُعدی بودن این مقولات و روابط متداخل آن‌ها را در نظر داشت. همچنین دین به‌عنوان متغیر مستقل، هم‌نقش فرهنگ‌ساز (ایجاد الگوهای دینی) و هم فرهنگ‌سوز (اصلاح الگوهای ناسازگار) دارد. در حکمرانی مطلوب، فرهنگ به‌مثابه بستر و جامعه به‌عنوان صحنه تعامل این دو عمل می‌کنند. در این مقاله به این نتیجه‌گیری رسیده شده است که فرهنگ بستر حرکت اصلی جامعه و دین محتوا و تغذیه‌کننده فرهنگ است که می‌بایست از گذر تمیز روابط دیالکتیکی خود را در حکمرانی نشان دهند.

کلیدواژه‌ها: نسبت دین و فرهنگ، حکمرانی مطلوب، روابط دیالکتیکی، عقلانیت قدسی، مهندسی فرهنگی.

شاپای الکترونیک: ۲۵۸۸-۶۵۵X / پژوهشکده تحقیقات راهبردی / فصلنامه علمی راهبردی اجتماعی فرهنگی



مسئولیت مقاله از نظر محتوای علمی و نظرهای مطرح‌شده در متن آن، به عهده نویسندگان و یا نویسنده مسئول مقاله می‌باشد و مورد تأیید / عدم تأیید صاحب امتیاز نشریه راهبردی اجتماعی فرهنگی نمی‌باشد.

مقدمه و بیان مسئله

ساختارهای جامعه را می‌توان منبعث از عوامل مختلفی در نظر گرفت که هریک در قوام اجتماع بشری اثرگذارند. دین، فرهنگ و جامعه به‌عنوان سه عامل اصلی، اثرگذار و جامعه‌ساز به حساب می‌آیند. این مفاهیم از ارکان زندگی اجتماعی بوده و بر یکدیگر نیز اثرگذار هستند. می‌توان گفت طبق منطق قرآنی جوامع از زمانی که شناخت از آن‌ها به‌دست آمده عموماً دیندار بوده‌اند.

فرهنگ را نیز می‌توان بر اساس تعاریفی که از آداب و رسوم به‌عمل آمده هم در جوامع ابتدایی و هم جوامع امروزی مطالعه نمود؛ اما برخی بنا به اینکه کدام‌یک از این دو یعنی دین یا فرهنگ ارجح است نظرهای متفاوتی دارند. بعضی با اکتفا بر نظام‌های ارزشی خود به نفع دین و برخی به نفع فرهنگ سخن گفته‌اند (مک‌لولین، ۱۳۸۳، ص. ۵۳).

در صورتی که هریک از این عوامل منشأ دیگری باشد نوع متفاوتی از نگاه به هستی و جهان اجتماعی شکل می‌گیرد. یک رویکرد قائل بر ارزش‌مداری اقتصاد است. از این‌رو فرهنگ و دین را روبنا می‌داند و یک نگاه معطوف به اصالت دین است؛ بنابراین فرهنگ و جامعه را روبنا می‌داند.

بر این اساس نگاه مادی و معنوی به هریک از این مقولات متفاوت است. با اصالت‌بخشی به دین جای فرهنگ‌های دیگر محدود می‌گردد و با اصالت‌بخشی به فرهنگ، این فرهنگ است که دین را تفسیر می‌کند و محدوده‌اش را مشخص می‌نماید. اگر دین همگام با فرهنگ در مسیر توسعه نباشد، نگاهی سلبی به فرهنگ دارد، همان‌گونه که مارکس دین را افیون ملت‌ها می‌خواند. اگر دین به‌عنوان عنصر شاخص اجتماعی، سیاسی و اقتصادی ایفای نقش نماید، احکام ثابت آن واضع قوانین، اصول و حدود مقولات فرهنگی خواهد بود (سیاهپوش و آقایی، ۱۳۹۳، صص. ۴۶-۴۷).

در تاریخ معاصر ایران، انقلاب اسلامی ۱۳۵۷ نقطه عطفی در بازتعریف نقش دین در عرصه عمومی، فرهنگ و ساختارهای اجتماعی - سیاسی بود. برخلاف بسیاری از تحولات سیاسی نوین که دین را به حاشیه رانده‌اند، انقلاب اسلامی با الهام از گفتمان دینی و فرهنگی خاصی شکل گرفت که در آن دین نه‌تنها عنصر هویت‌بخش فردی بلکه عامل سازمان‌دهنده جامعه و حتی مبنای حکمرانی تلقی می‌شود.

متفکران انقلاب اسلامی، هریک در نسبت‌سنجی میان دین، فرهنگ و جامعه دیدگاه‌های متمایز اما هم‌افزایی داشته‌اند. بررسی این دیدگاه‌ها می‌تواند در فهم

الگوی خاصی از حکمرانی که انقلاب اسلامی به دنبال آن بوده است، روشن‌نگر باشد. با این حال، علی‌رغم انبوهی از آثار درباره اندیشه‌های این متفکران، تحلیل منظومه‌های از نسبت دین، فرهنگ و جامعه در آثار ایشان، و پیامدهای آن برای طراحی نظام حکمرانی مطلوب، کمتر مورد توجه قرار گرفته است.

از سوی دیگر، تجربه بیش از چهار دهه حکمرانی پس از انقلاب نشان داده است که کاستی‌ها و چالش‌هایی در تحقق حکمرانی مطلوب اسلامی وجود داشته که بخشی از آن ناشی از درک نادقیق یا سطحی از نسبت میان دین، فرهنگ و جامعه است. در این میان، ضرورت دارد با بازخوانی نقادانه و منظومه‌ای دیدگاه متفکران انقلاب، به تبیینی جامع از این نسبت‌ها دست یافت؛ تبیینی که بتواند مبنای نظری اصلاح مسیر حکمرانی در جمهوری اسلامی ایران باشد؛ بنابراین، این پژوهش در پی آن است که با واکاوی و تحلیل دیدگاه‌های متفکران انقلاب اسلامی درباره نسبت دین، فرهنگ و جامعه، دلالت‌هایی برای طراحی و تحقق حکمرانی مطلوب اسلامی استخراج کند.

۱. هدف و سؤال‌های پژوهش

مقاله پیش‌رو با هدف تبیین نظری نسبت سه‌گانه دین، فرهنگ و جامعه در اندیشه متفکران انقلاب اسلامی، تحلیل روابط دیالکتیکی این مفاهیم در صحنه عمل اجتماعی و ارائه الگویی کاربردی برای حکمرانی مطلوب در جامعه دینی انجام شد.

ضرورت این پژوهش در پر کردن خلأ دانشی در مورد نسبت سه‌گانه دین، فرهنگ و جامعه در الگوواره انقلاب اسلامی و ارائه چهارچوبی بومی برای تحلیل تعامل این مفاهیم در جامعه ایران است. همچنین پرداخت به این موضوع اهمیت دارد تا به واسطه آن بتوان کمک به حل چالش‌های سیاستی در حوزه مهندسی فرهنگی نمود و ارائه راهکار برای مواجهه فعال با جهانی شدن فرهنگی و طراحی الگوی مناسب برای نهادهای اجتماعی در جمهوری اسلامی به دست آورد.

بدین‌منظور پاسخ به سؤالات ذیل در این پژوهش پیگیری می‌شود:

۱- نسبت دین، فرهنگ و جامعه در منظومه فکری متفکران انقلاب اسلامی چگونه تبیین می‌شود؟

۲- روابط دیالکتیکی این سه مفهوم چه تأثیری بر حکمرانی مطلوب در جامعه دینی دارد؟

۳- الگوی بهینه برای مدیریت تعامل دین، فرهنگ و جامعه در سیاست‌گذاری فرهنگی جمهوری اسلامی چیست؟

مشخصاً نوآوری این مقاله نسبت به پژوهش‌های گذشته نیز در: ۱- ارائه مدلی دیالکتیکی برای تحلیل تعامل دین، فرهنگ و جامعه، ۲- مقایسه نظریه‌های غربی با مبانی فکری انقلاب اسلامی و ۳- تبیین مفهوم «عقلانیت قدسی» به‌عنوان محور حکمرانی دینی است.

۲. پیشینه پژوهش

بررسی و پرداخت به مسئله این پژوهش در صورت‌های نسبت «دین و فرهنگ» و «جامعه و فرهنگ» کم‌وبیش انجام شده است. از جمله پیروزمند (۱۳۸۶) معتقد به سه نوع رویکرد است که در نسبت دین و فرهنگ وجود دارد. دین محصول فرهنگ، دین از عوامل فرهنگ‌ساز و دین منشأ فرهنگ‌سازی. وی رویکرد سوم را اصیل می‌داند و دلیل آن را به خاطر کامل بودن دین اسلام می‌داند.

ذولعلم (۱۳۹۲)، در نسبت فرهنگ و دین معتقد به دین فرهنگی و فرهنگ دینی است. فرهنگ دینی، فرهنگی است که عناصر ریشه‌ای آن یعنی باورها و ارزش‌ها از دین الهی و حق یعنی همان که بر پیامبر (صلی‌الله‌علیه‌وآله‌وسلم) نازل شده است گرفته شده و سایر عناصر فرهنگ را تحت‌الشعاع خود قرار داده باشد؛ اما در دین فرهنگی، دین به‌عنوان یک عنصر فرهنگی، بخشی از زندگی معنوی انسان را تشکیل می‌دهد و به‌خودی‌خود فاقد جنبه ارزشی و پشتوانه‌ای از حقایق است مگر اینکه نسبتی با دین حق و الهی برقرار کرده باشد.

مطهری (۱۳۶۴)، معتقد است «فرهنگ و دین» هویت‌های مستقلی هستند که می‌توانند باهم تعامل یا تقابل کنند و نه در دو سر یک طیف بلکه طی یک فرایند در یکدیگر تأثیرگذارند؛ بنابراین امکان فرهنگ‌سازی (تعامل) و فرهنگ‌سوزی (تقابل) اثراتی است که طی ورود دین اسلام به اقصا نقاط دنیا به‌وجود آمده است.

حسینی (۱۳۷۸) معتقد است هرگونه رویکرد متعالی و تکاملی انسان‌ها از قبیل زیست اجتماعی، آنگاه که در سطح عموم پدید می‌آید و اکثریت انسان‌ها یا همه آنان بدان متمایل‌اند، نیازمند عامل یا عوامل دیگری فراتر از عقل و اراده انسان است و از همین جا است که پای دین و وحی در میان می‌آید. ازاین‌رو، دین از سه جهت در زندگی اجتماعی مؤثر است؛ منشأ جامعه، رشد جامعه و پایداری جامعه.

صاحبی (۱۳۸۴) معتقد است دین از مهم‌ترین عوامل پیدایش نظام‌های فرهنگی است و شالوده اجتماعی مبتنی بر فرهنگ دینی را پدید آورده است. دین و فرهنگ، تأثیرات متقابلی دارند، بدین‌معنا که دین پالایش و پیرایش فرهنگ‌ها را موجب

می‌شود و فرهنگ، اقتضات زمانی و مکانی را برای دین مشخص می‌سازد. ایمان دینی به تحقق فرهنگ دینی می‌انجامد و در این صورت، دین و فرهنگ، هویتی واحد و درهم‌تنیده را به جامعه می‌بخشند که انفکاک دین یا فرهنگ از آن میسر نیست.

بهرامی (۱۳۸۷) به این نتیجه رسیده است که اگر خاستگاه دین را فطرت بدانیم، نسبت میان دین با فرهنگ تمامی، خاستگاه‌هایی که برای فرهنگ آمده است، نسبت جزء و کل خواهد بود و درست بر این اساس، شماری از جامعه‌شناسان دین را جزء معنوی فرهنگ می‌خوانند.

دریابگی (۱۳۹۰) به این نتیجه رسیده است که می‌توان دین را با نگاهی اجتماعی معنا نمود؛ اما با یک نفر متدین هم می‌توان آن را در اجتماع یافت. حتی اگر دین را مجموعه‌ای از گزاره‌ها و یا راه زندگی معنوی ترجمه کنیم و حتی یک نفر هم پایبند بالفعل نداشته باشد، باز حقیقت خود را از دست نمی‌دهد. درحالی‌که فرهنگ امری اجتماعی است.

درحالی‌که مطالعات پیشین عمدتاً به بررسی جزبه‌جز روابط دین، فرهنگ و جامعه پرداخته‌اند، این پژوهش با نگاهی نظام‌مند و با ترکیب روش‌های تفسیری و انتقادی، به دنبال ارائه مدلی یکپارچه برای درک تعامل پویای این سه رکن اساسی در جامعه دینی است. مطالعات پیشین عمدتاً به بررسی رابطه دوسویه دین و فرهنگ یا فرهنگ و جامعه پرداخته‌اند (ذوعلم، ۱۳۹۲؛ پیروزمند، ۱۳۸۶)، درحالی‌که نسبت سه‌گانه این مفاهیم و تأثیر متقابل آنها بر یکدیگر در منظومه فکری انقلاب اسلامی کمتر مورد توجه قرار گرفته است. همچنین، نظریه‌های غربی (مانند: مارکس، دورکیم و وبر) که دین را متغیری وابسته به فرهنگ یا اقتصاد می‌دانند، با مبانی فکری نظام اسلامی ناسازگارند.

جدول (۱): تفاوت پژوهش حاضر با پژوهش‌های پیشین

پژوهش‌های پیشین	نوآوری این پژوهش
تمرکز بر رابطه دین و فرهنگ (ذوعلم، ۱۳۹۲) روابط دیالکتیکی	تحلیل سه‌گانه دین، فرهنگ و جامعه با روابط دیالکتیکی
دین به‌عنوان عنصری از فرهنگ (دورکیم، ۱۳۸۶) فرهنگ	دین به‌عنوان محور حکمرانی مستقل از فرهنگ
جامعه‌سازی صرفاً بر اساس عقلانیت ابزاری (وبر، ۱۳۹۲)	جامعه‌سازی با ترکیب عقلانیت قدسی و دیالکتیک اجتماعی

۳. ملاحظات نظری

در این قسمت دو بخش مبانی نظری و تعریف مفاهیم آورده شده است تا موضوع مورد بررسی بیشتر بررسی شود.

۳-۱. مبانی نظری

با واکاوی نسبت دین، فرهنگ و جامعه می‌توان رویکردهای مختلفی را مشاهده کرد که هر یک نگاهی خاص بر این موضوعات دارند. در اینجا چهار رویکرد اساسی اثبات‌گرایی، انتقادی، تفسیری و عقلانیت‌قدسی بررسی شده است.

۳-۱-۱. رویکرد اثبات‌گرایی

اثبات‌گرایی با توجه به نگاه علوم طبیعی به حوزه علوم انسانی مطالعات خود را ناظر بر تعمیم‌بخشی قوانین در سطح اجتماع نموده است. در نظر اثبات‌گرایان جامعه به‌عنوان فیزیک اجتماعی مطالعه می‌شود که قوانین خاصی دارد. مبنای این رویکرد علت‌یابی و کشف است. معلول‌ها حتماً یک علت دارند که با کشف آن می‌توان بحثی علمی را ارائه داد (بلیکی، ۱۳۹۳).

اسپنسر به‌عنوان یک داروینیست، معتقد به تکاملی بود که جهان پیوسته به‌سوی وضعیت پیشرفته‌تر رشد می‌کند؛ بنابراین، آن را باید به حال خود گذاشت. اسپنسر بر فرد تأکید داشت و معتقد بود فرد از جمع جدا شده و اصالت می‌یابد. از این رو فرهنگ به‌عنوان دستاورد جمعی از دسترس دور می‌شود و فرد و عقلانیت او گسترش می‌یابد (کوزر، ۱۳۸۶).

او به ساختار فراگیر جامعه، روابط متقابل اجزای جامعه و کارکردهای آن‌ها برای یکدیگر و نیز برای کل نظام، علاقه‌مند بود (ریتزر، ۱۳۸۶). در تکامل اسپنسری جامعه ضعیف به سمت جامعه قوی و اصلاح در حال حرکت است. در بقای اصلح فرهنگ تنازعی بین فرهنگ شر و قدرت وجود دارد. از این رو از جامعه ابتدایی ساده به‌سوی جوامع امروزی پیچیده گذر خواهد شد؛ اما این پیچیدگی ابتدای بر قدرت و خودمحوری دارد (دیلینی، ۱۳۸۷). به عبارت دیگر منافع خود است که اهمیت دارد؛ بنابراین نسبت میان دین، فرهنگ جامعه در نگاه تکاملی اسپنسر مبتنی بر اصل قدرت است.

در رویکرد آگوست کنت که آن‌هم تکاملی است؛ اما تکاملی که بر جانشینی مرحله‌ای مبتنی است، سخن آن است که جامعه سه مرحله الهیاتی، فلسفی و علمی را

گذرانده است و مرحله علمی آخرین مرتبه جامعه است. دین مربوط به دوره الهیاتی بوده که جای خود را به فلسفه یعنی عقل داده و در مرحله سوم فلسفه جای خود را به علم داده است؛ بنابراین در جامعه امروزی دین موضوعیت ندارد بلکه علم اساس جامعه است. جامعه نیز پدیده‌های و ساختارهایی است که مبتنی بر علم شکل می‌گیرد از این رو فرهنگ نیز هرآنچه خواهد بود که بر اساس الگوهای پیشرفت علمی به اثبات برسد در غیر این صورت به‌عنوان امر غیرعلمی باید حذف شود (آرون، ۱۳۸۶).

دورکیم به‌عنوان فرد شاخص اثبات‌گرایی اما نظر دیگری دارد. وی معتقد است دین یک امر ضروری در زندگی اجتماعی انسان‌ها بوده و هست که در یک مکان مشخص به نام معبد و با آداب و رسوم خاص انجام می‌شود؛ اما مسئله این است که افراد جامعه در مناسک دینی خود به‌جای خدا و دین امر دیگری را پاسداشت دارند و آن جامعه است. درواقع جامعه خداست. از این رو دین همان جامعه است و جامعه همان دین. فرهنگ نیز در این نگاه همان دین است و دین فرهنگ (دورکیم، ۱۳۸۶).

۳-۱-۲. رویکرد انتقادی

رویکرد انتقادی مبتنی بر نقد نظام سرمایه‌داری و لیبرالی است و بیشتر با نام مارکس و پیروان او شناخته می‌شود. در این رویکرد که نگاهی تکاملی و تاریخی دارد، جوامع از دیدی فرهنگی و اقتصادی مطالعه می‌شوند. مارکس معتقد بود اقتصاد و شیوه تولید اصلت دارد و اساساً همه زندگی اجتماعی انسان متأثر از آن است و بنابراین اقتصاد زیربنا و فرهنگ یا ایدئولوژی و سیاست روبنا هستند. به‌عبارت‌دیگر هرگونه که اقتصاد تغییر کند به‌تبع فرهنگ و دین نیز تغییر خواهند کرد.

مارکس معتقد بود، شیوه تولید جامعه طبقاتی را به‌وجود آورده و برای استمرار این نگاه طبقاتی، سرمایه‌داران اقدام به ایجاد آیینی برای تداوم بقای خود بر طبقات فرودست نموده‌اند. این آیین همان دین یا ایدئولوژی است؛ لذا دین را افیون توده‌ها می‌نامید (مارکس، ۱۳۸۸).

گرامشی و لوکاچ در ادامه مباحث مارکس فرهنگ را در نسبت با جامعه کمی توسعه دادند و معتقد بودند فرهنگ در قالب مفاهیمی مانند از خودبیگانگی و بت‌وارگی کالا اساس نرم‌افزاری قدرت را فراهم می‌کند که توسط روشنفکران تولید می‌شود و اقتصاد اساس سخت‌افزاری آن را؛ بنابراین کمی گام به سمت هم‌ترازی فرهنگ و جامعه برداشتند؛ اما همچنان اعتقاد به روبنا بودن فرهنگ داشتند (ریترز، ۱۳۸۶).

هابرماس که از متأخرین نگاه‌های مارکسیستی است، معتقد به کنش‌های ارتباطی

است. او سخن گفتن عقلانی را محور جامعه می‌داند و اعتقاد به احیای حوزه عمومی داشت. حوزه عمومی نماد جامعه و کنش ارتباطی نماد فرهنگ است؛ بنابراین مردم بایستی در جامعه گرد هم آیند و با فرهنگ با یکدیگر سخن بگویند. از این رو نسبت فرهنگ و جامعه نسبت امر نرم و سخت است؛ اما در این دیدگاه نیز دین همچنان به عنوان افیون باقی است. چون فرهنگ توده که به نوعی با رسانه‌ها ایجاد می‌شود بر محور ایدئولوژی می‌چرخد آگاهی کاذب را به توده جامعه تزریق می‌کند و در تخالف با حوزه عمومی و کنش ارتباطی قرار می‌گیرد (هابرماس، ۱۳۹۸. الف).

هابرماس برای این موضوع دوگانه‌ایی را تحت عنوان زیست جهان که واجد حوزه عمومی و کنش ارتباطی است و نظام اجتماعی که واجد فرهنگ توده‌ایی و فقدان حوزه عمومی است ابداع نمود. در واقع زیست جهان و نظام اجتماع در تضاد و تقابل با یکدیگر قرار دارند. یعنی هر جا ایدئولوژی یا دین رشد کند زیست جهان یا جامعه و فرهنگ آفت خواهد کرد و بالعکس (هابرماس، ۱۳۹۸. ب).

۳-۱-۳. رویکرد تفسیری

رویکرد تفسیری مبتنی بر آرای ماکس وبر به معنا و فهم روابط انسانی و اجتماعی علاقه‌مند است. در واقع همدلی به جای کشف علت از وجوه این رویکرد است. بدین منظور باید درک نمود که کنشگر اجتماعی چه معنایی را از رفتارهای خود مدنظر دارد و رفتارهای او مستند به چه سابقه‌ایی است. بر این اساس امر فرهنگ در رویکرد تفسیری اهمیت زیادی دارد. در این رویکرد همه کنشگران و همه جوامع دارای فرهنگ هستند و هیچ جامعه‌ایی را نمی‌توان بی فرهنگ دانست. با اکتفا بر این موضوع هر فرهنگی بنای کنش‌هایی هدفمند و قصدمند را می‌سازد (وبر، ۱۳۹۲).

دوگانه میان عقلانیت و عدم عقلانیت در آرای وبر مشهود است؛ هر چند وی منتقد عقلانیت صوری است؛ اما در این قفس آهنین راهی برای گریز از آن را هم فراهم نمی‌بیند و این بدان معناست که کنش عقلانی معطوف به ارزش نیز پاسخگوی نیازهای جامعه جدید نیست؛ بنابراین دین امری قدیمی و منسوخ بر شمرده خواهد شد؛ از این رو، نسبت میان دین و فرهنگ در آرای وبر نسبت دین و عقل است که دین به نفع عقل بایستی کنار گذاشته شود و جامعه با عقل هدایت گردد، و فرهنگ همان عقل خواهد بود؛ اما عقلی غلبه پیدا خواهد کرد که قانون ایجاد کند قانونی مبتنی بر عقلانیت ابزاری تا از این طریق جامعه عقلانی به وجود آید.

بر این اساس اگر همه کنش‌های افراد عقلانی یا فرهنگی مبتنی بر عقلانیت



صوری گردد آنگاه جامعه عقلانی و قانونی شکل خواهد گرفت؛ و این جامعه خواهد بود که در دوره نوین به کار می‌آید. دین امر قدسی در برابر امری غیرقدسی است که طی آن مناسک خاصی انجام می‌شود. درحالی‌که رویکردهای مادی امر قدسی را قبول ندارند؛ بنابراین، امر قدسی یا دین همان ضد عقل است. فرهنگ اما عقل است که منجر به کنش عقلانی و جامعه عقلانی می‌شود (آرون، ۱۳۸۶).

نسبت میان دین، فرهنگ و جامعه را با توجه به توضیحات رویکردهای مختلف به آن‌ها در جدول ذیل خلاصه شده است:

جدول (۲): نسبت میان دین، فرهنگ و جامعه

مقوله اصلی	نوع دیدگاه	رویکردها
قدرت جامعه		تکاملی
جامعه		جانشینی
جامعه		این‌همانی
اقتصاد		تضادی مارکسی
فرهنگ		تضادی هابرماسی
فرهنگ		عقلانیت قانونی در برابر عدم عقلانیت ارزشی

۳-۲. تعریف مفاهیم

۳-۲-۱. دین

برخی معتقدند دین، محصول فرهنگ است. از دیدگاه اومانستی و غربی فرهنگ اساساً جانشین دین پنداشته شده و برخی، نظریه‌پردازان قرن نوزدهم را پیامبران فرهنگ (لزلی، ۱۳۷۸، ص. ۴۵) لقب داده بودند؛ و در این دیدگاه دین جایگاهی در هدایتگری برای فرهنگ ندارد.

برخی نظیر دورکیم خاستگاه دین را جامعه دانسته‌اند. دین در نگاه دورکیم عبارت است از دستگامی همبسته از باورها و اعمال مربوط به امور لاهوتی، یعنی مجزا (از امور ناسوتی) و ممنوع؛ این باورها و اعمال، همه کسانی را که پیرو آن‌ها هستند، در یک اجتماع اخلاقی واحد به نام معبد متحد می‌کنند (دورکیم، ۱۳۶۰، ص. ۶۳)؛ بنابراین از آن جهت که دورکیم، دین را یک پدیده اجتماعی می‌شناسد، دین را چیزی جز پرستش جامعه نمی‌بیند. از این رو دین در نظر دورکیم نه یک امر الهی بلکه امری اجتماعی و بنابراین از لوازم فرهنگ است (پیروزمند، ۱۳۸۶).

در دیدگاه الهی اما، دین منشأ وحیانی دارد. براین اساس دستورات و مقررات دینی از جانب خداوند نازل شده است و فرهنگ‌ها و جوامع در دین شدن یا نشدن آن نقشی ندارند. علامه طباطبائی با استناد به آیه ۱۹ سوره آل عمران همه ادیان را با یکدیگر مشترک دانسته و معتقد است همه انبیاء (علیهم‌السلام) به یک دین دعوت نموده‌اند و دید همه ناظر بر دین وحیانی است (طباطبائی، ۱۳۷۹، ج ۵، صص. ۲۲۹-۲۴۰). علامه همچنین معتقد است چون انسان مرکب از جسم و روح است (طباطبائی، ۱۳۷۹، ج ۳، ص. ۱۶۱) و همه انسان‌ها در انسانیت با یکدیگر مشترک‌اند، انسان‌ها دارای فطرت و نیازهای ثابت هستند. براین اساس اگر دین را به‌عنوان آنچه از ناحیه پیامبران بر مردم (وحی الهی) عرضه می‌شود، دانست آنگاه روش خاصی در زندگی که صلاح دنیا را به‌گونه‌ای که موافق کمال اخروی و حیات دائمی حقیقی باشد تأمین می‌کند، معلوم است که منشأ دین وحی است (طباطبائی، ۱۳۷۹، ج ۳، ص. ۱۸۷).

۳-۲-۲. فرهنگ

مارکسیست‌ها فرهنگ را امری تبعی ناشی از اقتصاد و ابزار تولید دانسته‌اند. انسان‌شناسان اما، فرهنگ را امری انسانی دانسته‌اند که در بستر روابط جمعی و با ذهنیت انسانی شکل می‌گیرد؛ اما برخی فرهنگ را ناشی از امری فراانسانی و لاهوتی می‌دانند که از دین نتیجه می‌شود (دریابیگی، ۱۳۹۰).

در مشهورترین تعریف، فرهنگ را عبارت از مجموعه‌ای از اعمال، رفتارها، آداب‌ورسوم، قانون، حقوق و... می‌دانند (آشوری، ۱۳۸۴)؛ اما اسلام خود یک سلسله اندوخته‌های معنوی آورد که همان‌ها فرهنگ اسلامی به‌شمار می‌رود (مطهری، ۱۳۶۴، ص. ۴۰۵). تاریخ رشد و گسترش دین اسلام، گویای این تغذیه فرهنگ است که موجب شد فرهنگ اسلامی چنان یک سلول زنده با نخستین حرکتهای خود در مدینه، رشد خود را آغاز کند و درنهایت به‌صورت یک دستگاه متشکل درآید (مطهری، ۱۳۶۴، ص. ۴۳۶). دستگاهی که سرانجام فرهنگ بین‌المللی را به ارمغان آورد که در آن ملیت‌های هندی، مصری، ایرانی، عربی و اسپانیایی را در خود هضم کرد و فرهنگ جهان‌وطنی را به تصویر کشید (مطهری، ۱۳۶۴، ص. ۳۸۶).

البته این تغذیه و هضم تنوع موجود در جهاز معرفتی اسلام، نه به شکل التقاطی صرف که ذیل روح واحد و با نظر به هم‌سنخی شکل گرفته است (مطهری، ۱۳۷۸، ص. ۱۴۳). از این‌رو، این تغذیه به نحوی در تعامل با فرهنگ، فرهنگ‌ساز و



فرهنگ سوز است. چنان که رسالت دین اسلام بر تخلیه انسان‌ها از فرهنگ‌هایی است که دارند و نباید داشته باشند و تثبیت آن‌ها است در آنچه دارند و باید داشته باشند (مطهری، ۱۳۶۴، ص. ۳۴۹).

در تعریف فرهنگ بعضاً دین نیز یک عنصر به‌شمار آمده است؛ اما این کاملاً با معنای راستین و حقیقی دین که معارف و حقایق نازل از سوی مبدء هستی است، متفاوت می‌باشد. دین مقوله‌ای فرافرهنگی است که می‌تواند عناصر ریشه‌ای هر فرهنگی را دینی سازد. فرهنگ شرقی و غربی است، ولی دین «لاشرقیه و لاغربیه» (نور: ۳۵) است (دوعلم، ۱۳۹۲، صص. ۳۵-۳۷).

۳-۲-۳. جامعه

بررسی جامعه نیازمند پاسخ به این پرسش است که زندگی اجتماعی انسان طبیعی است؟ یا اضطراری؟ یا انتخابی؟

مطابق نظریه اول زندگی اجتماعی انسان‌ها از قبیل زندگی خانوادگی زن و مرد است که هریک از زوجین به‌صورت یک «جزء» از یک «کل» در متن خلقت آفریده شده و در نهاد هرکدام گرایش به پیوستن به «کل» خود وجود دارد و مطابق نظریه دوم، زندگی اجتماعی از قبیل همکاری و هم‌پیمانی دو کشور است که خود را به‌تنهایی در مقابل دشمنی مشترک، زبون می‌بینند و ناچار نوعی همکاری و همگامی و ارتباط میان خود برقرار می‌نمایند و مطابق نظریه سوم زندگی اجتماعی از قبیل شرکت دو سرمایه‌دار است که برای تحصیل سود بیشتر، یک واحد تجاری یا کشاورزی یا صنعتی به‌وجود می‌آورند.

بنا بر نظریه اول عامل اصلی، طبیعت درونی انسان است و بنا بر نظریه دوم امری بیرونی و خارج از وجود انسان است و بنا بر نظریه سوم عامل اصلی، نیروی عقلانی و فکری و حساب‌گرانه انسانی است. بنا بر نظریه اول، اجتماعی بودن یک غایت کلی و عمومی است که طبیعت انسان بالفطره به‌سوی او روان است و بنا بر نظریه دوم از قبیل امور اتّفاقی و عرضی است و به‌اصطلاح فلاسفه غایت ثانوی است نه غایت اولی و بنا بر نظریه سوم از نوع غایات فکری است نه غایات طبیعی (مطهری، ۱۳۸۴، صص. ۳۳۱-۳۳۳).

- قلمرو دین ذهنیت‌ها و عینیت‌هاست به‌طوری که فرد بماهو فرد نیز در تنهایی خود دیندار به‌حساب می‌آید؛ اما فرهنگ زمینه بروز خود را در عینیت‌ها و عمل می‌یابد؛ و بدون جمع نمی‌توان از فرهنگ سخن به میان آورد؛ بنابراین دین کل

وجود را شامل می‌شود و فرهنگ وجود مادی را دربرمی‌گیرد.
- دین قلمرو خود را کمال و سعادت نهایی بشر می‌داند ولی فرهنگ هدفش کمال نیست بلکه تسهیل و گذران زندگی است.

۳-۲-۴. غایت دین، فرهنگ و جامعه

اندیشمندان وضع طبیعی معتقد به وجود نظم اجتماعی هستند که وجود بی‌نظمی و ذات شرّ انسان سبب شکل‌گیری آن بوده است؛ بنابراین نظم و قانون غایت جامعه است. در وضع طبیعی هر انسانی از وضع طبیعی برخوردار است یعنی اختیار و آزادی دارد تا به میل خویش قدرت خود برای حفظ زندگی را به کار بندد و تلاش برای کسب قدرت بیشتر برای هر کس بیشتر می‌شود. از این‌رو، انسان گرگ انسان خواهد بود (هابز، ۱۳۸۰، صص. ۱۳۹-۱۶۰). طبق نظر هابز جامعه به‌وجود می‌آید تا انسان‌ها امنیت یکدیگر را برقرار کنند و نیازهای همدیگر را تأمین کنند.

در منطق دینی «نظام دینی غایتش در دستیابی به عدالت اجتماعی و رفاه عمومی و تشکیل جامعه عادلانه در بُعد اجتماعی است» (بیانات مقام معظم رهبری در دیدار رئیس‌جمهور و اعضای هیئت دولت، ۱۳۷۲/۶/۰۳) از سوی دیگر «رسیدن به قله کمال انسانیت نیز، هدف و غایت دین است» (خامنه‌ای، ۱۳۹۸، ص. ۱۴۷).

نظریه پرستش اجتماعی، غایت شکل‌گیری جوامع را پرستش اجتماعی می‌داند. پرستش، همان میل محوری است که همه امیال و اعمال از جمله حب و بغض‌ها حول آن شکل می‌گیرند. به عبارت دیگر، «پرستش» به معنای محور قرار گرفتن تعلق انسان، نسبت به موضوعی است، به گونه‌ای که کلیه موضوعات دیگر تابع آن شوند، سپس خاضع شدن انسان در برابر آن موضوع، به گونه‌ای که همه موضوعات دیگر، رنگ «موضوع محوری» را بپذیرند (Luthfia & Yazid, 2024).

در پرستش اجتماعی مجموعه‌ای از طلب‌ها و خواسته‌ها متناسب با یک جهت و حول یک اراده بزرگ، پیدا می‌شوند. نتیجه این اراده بزرگ، قدرت بزرگ و موجود بزرگ‌تری به نام «جامعه» می‌باشد که در آن اراده هر فرد در فعل «کل» حضور پیدا کرده و شریک در فعل «کل» می‌شود و نسبت به کل نظام، سهیم بوده و مورد بازخواست قرار می‌گیرد (گفتاری از سیدمنیرالدین تارنمای فرهنگستان علوم اسلامی، گفتار شاخصه‌های سیاسی، فرهنگی و اقتصادی اسلام آمریکایی).

آیت‌الله خامنه‌ای در نسبت دین، فرهنگ و جامعه، فرهنگ را به‌عنوان بستر اصلی حرکت جامعه می‌دانند (بیانات مقام معظم رهبری در دیدار با جمعی از رؤسای

دانشگاه‌ها، ۱۳۸۳/۱۰/۱۷). براین اساس آنچه می‌تواند این بستر را اولاً، راهبری و ثانیاً، با محتوا نماید، دین است. فرهنگ در بیان رهبری هوایی است که تنفس می‌شود که کیفیت آن بر جامعه تأثیرگذار است؛ بنابراین نسبت فرهنگ و جامعه به‌مانند هوا و محیط زندگی جسمانی و روحانی است. همچنین فرهنگ نرم‌افزار جامعه تلقی می‌شود که جامعه را به کار یا بیکاری می‌تواند وادار نماید (بیانات مقام معظم رهبری در دیدار با جمعی از فرهنگیان، ۱۳۸۱/۱۰/۲۵ و بیانات مقام معظم رهبری در دیدار کارگزاران حج، ۱۳۹۲/۹/۱۹). فرهنگ از ادبیات و هنر تا سبک زندگی تا فرهنگ عمومی تا اخلاق تا رفتار اجتماعی، شامل همه این‌ها است؛ فرهنگ با جوهر دین، با جوهر انقلاب، اساس کارهای ما است (بیانات مقام معظم رهبری در دیدار رئیس جمهور و اعضای هیئت دولت، ۱۳۹۵/۶/۳).

۴. روش پژوهش

در این بخش نحوه انجام پژوهش و کدگذاری اندیشه آیت‌الله خامنه‌ای و شهید مطهری آمده است:

۴-۱. مراحل پژوهش

این پژوهش با رویکردی کیفی انجام شده است. روش اصلی پژوهش، تحلیل اسنادی با تکیه بر منابع کتابخانه‌ای است که در چهارچوب الگوواره تفسیری - انتقادی قرار می‌گیرد. در مرحله گردآوری داده‌ها متون دینی و آثار اندیشمندان انقلاب اسلامی مانند: شهید مطهری و آیت‌الله خامنه‌ای با مراجعه به کتب، مقالات و نرم‌افزارهای بینش مطهر و حدیث ولایت مطالعه و بررسی شد. همچنین در مرحله بعد به اسناد سیاست‌گذاری فرهنگی مانند مصوبات شورای عالی انقلاب فرهنگی و بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی مراجعه و این متون مطالعه شدند.

جامعه آماری این پژوهش تمامی کتب شهید مطهری شامل ۲۸ عنوان کتاب، تمامی بیانات آیت‌الله خامنه‌ای از سال ۱۳۶۸ تا ۱۴۰۲ بوده است. نمونه این پژوهش نمونه‌گیری هدفمند با تأکید بر آن بخش از کتب و بیاناتی بوده است که بیشترین ارتباط را با حوزه مفهومی پژوهش داشتند. از این‌رو در کتب شهید مطهری بر دو کتاب جامعه و تاریخ، علل گرایش به مادگرایی، پیرامون انقلاب اسلامی، اسلام و مقتضیات زمان و مکان و پیرامون جمهوری اسلامی توجه بیشتری شده است. در بیانات آیت‌الله خامنه‌ای نیز سخنرانی‌های ایشان در بین اعضای شورای عالی انقلاب

فرهنگی، کارکنان و رؤسای صداوسیما، دیدار با اساتید و دانشجویان، دیدار با معلمان و اعضای آموزش و پرورش و دیدارهای روز اول نوروز و سخنرانی به مناسبت سالگرد ارتحال امام خمینی (رحمت‌الله‌علیه) بیشتر مورد نظر قرار گرفت.

تحلیل داده‌ها نیز از روش نظریه داده‌بنیاد بهره برده شد. در تحلیل داده‌های نظریه داده‌بنیاد سه مرحله کدگذاری وجود دارد. مراحل سه‌گانه کدگذاری باز، محوری و انتخابی. از این رو داده‌ها با این سه نوع کدگذاری بررسی و تحلیل شدند:

۱- کدهای باز: استخراج مفاهیم کلیدی از متون (مانند: «فرهنگ‌سازی دینی»، «عقلانیت قدسی»).

۲- کدهای محوری: دسته‌بندی مفاهیم در چهارچوب سؤالات پژوهش (مانند: «نقش دین در حکمرانی»).

۳- کدهای انتخابی: تلفیق یافته‌ها در مدل نهایی.

اعتبار درونی داده‌ها از طریق بازبینی یافته‌ها توسط دو متخصص علوم اجتماعی و دینی تأیید شد و اعتبار بیرونی نیز از انطباق نتایج با نمونه‌های عینی از حکمرانی فرهنگی در جمهوری اسلامی بررسی شد.

مراحل مختلف روش پژوهش به‌طور خلاصه در جدول ۳ نمایش داده شده است:

جدول (۳): مراحل مختلف روش پژوهش

مرحله	روش/ابزار	هدف
گردآوری داده‌ها	تحلیل اسنادی، کتابخانه‌ای	استخراج مفاهیم کلیدی از متون دینی و جامعه‌شناختی
کدگذاری	نظریه داده‌بنیاد (GT)	کشف الگوهای پنهان در داده‌ها
اعتبارسنجی	مثلت‌سازی، بازبینی متخصصان	افزایش دقت و عینیت نتایج
ارائه نتایج	مدل‌سازی مفهومی	تبیین نظام‌مند رابطه دین، فرهنگ و جامعه

۴-۲. کدگذاری دین، فرهنگ و جامعه

براساس روش پژوهش ذکر شده کدگذاری اندیشه شهید مطهری و آیت‌الله خامنه‌ای در موضوع مقاله به شرح ذیل انجام شد:

الف. تحلیل دین، فرهنگ و جامعه در اندیشه شهید مرتضی مطهری

۱- کدگذاری باز (استخراج مفاهیم کلیدی)

جدول (۴): کدگذاری باز شهید مطهری

مفهوم مستخرج	کدباز
دین به عنوان اساس هویت فرهنگی و اجتماعی	«دین تنها یک سلسله عبادات فردی نیست بلکه برنامه‌ای جامع برای زندگی اجتماعی است.»
	«فرهنگ اصیل اسلامی باید در تمام شئون جامعه جاری شود.»
	«اسلام به عنوان یک ایدئولوژی، هم جهت دهنده فرهنگ است و هم تمدن ساز.»
تعامل دین و فرهنگ	«فرهنگی که از دین جدا شود، به انحطاط کشیده می شود.»
	«تجبر و التقاط، دو آفت بزرگ در رابطه دین و فرهنگ هستند.»
	«فرهنگ غربی با ارزش‌های اسلامی ناسازگار است و باید با آن مقابله فکری کرد.»
نقش دین در تحولات اجتماعی	«انقلاب اسلامی ایران نمونه بارز تأثیر دین در تغییر جامعه بود.»
	«دین باید پاسخگوی نیازهای متغیر جامعه باشد، بدون اینکه اصولش تغییر کند.»
	«جامعه بدون دین، به سوی مادی‌گرایی و پوچی می‌رود.»
چالش‌های پیش‌روی دین در عرصه فرهنگ	«تهاجم فرهنگی غرب، بزرگ‌ترین تهدید برای هویت اسلامی است.»
	«نظام آموزشی باید بر اساس ارزش‌های دینی بازسازی شود.»
	«رسانه‌ها نباید ابزار ترویج فرهنگ منحط غربی باشند.»

۲- کدگذاری محوری (ارتباط‌سنجی مفاهیم) شهید مطهری

جدول (۵): کدگذاری محوری مفاهیم شهید مطهری

مقوله محوری	کدهای مرتبط	رابطه علی و مفهومی
دین به عنوان برنامه جامع زندگی	دین به عنوان ایدئولوژی، اسلام تمدن ساز، پاسخگویی دین به نیازهای جامعه	دین نه فقط یک نظام عبادی، بلکه چهارچوبی برای مدیریت فرهنگ و جامعه است.
تهاجم فرهنگی و مقابله با آن	انحراف فرهنگی، تقابل اسلام و غرب، لزوم بازسازی نظام	فرهنگ غربی به عنوان تهدید، نیازمند مقاومت فرهنگی بر اساس آموزه‌های

مقوله محوری	کدهای مرتبط	رابطه علی و مفهومی
	آموزشی	دینی است.
نقش انقلابی دین در جامعه	انقلاب اسلامی، تحول اجتماعی مبتنی بر دین، مبارزه با مادی‌گرایی	دین می‌تواند محرک تغییرات اجتماعی عمیق و ساختارشکن باشد.
آفات فکری در دینداری	تجسس، التقاط، تفسیرهای نادرست از دین	فهم نادرست از دین می‌تواند به انحرافات فرهنگی و اجتماعی بینجامد.

ب. تحلیل دین، فرهنگ و جامعه در اندیشه آیت‌الله خامنه‌ای

۱- کدگذاری باز (استخراج مفاهیم کلیدی)

جدول (۶): کدگذاری باز مفاهیم آیت‌الله خامنه‌ای

مفهوم مستخرج	کدباز
دین به‌عنوان اساس فرهنگ و جامعه	«دین، زیربنای هویت فرهنگی یک جامعه است.»
	«اسلام تنها یک دین فردی نیست بلکه برنامه‌ای برای اداره جامعه است.»
	«فرهنگ بدون دین، به انحراف و ابتذال کشیده می‌شود.»
نقش فرهنگ در پیشرفت جامعه	«فرهنگ اصیل اسلامی، جامعه را به سمت پیشرفت سوق می‌دهد.»
	«تهاجم فرهنگی، تهدیدی برای استقلال و هویت ملی است.»
	«فرهنگ غنی اسلامی می‌تواند در مقابل فرهنگ لیبرالیستی مقاومت کند.»
تعامل دین و جامعه	«جامعه اسلامی باید بر اساس ارزش‌های دینی ساخته شود.»
	«قوانین اجتماعی باید برگرفته از احکام اسلامی باشند.»
	«دین نباید منزوی شود، بلکه باید در تمام شئون جامعه جاری باشد.»
چالش‌های پیش‌روی دین و فرهنگ	«نظام آموزشی باید بر اساس فرهنگ اسلامی طراحی شود.»
	«سبک زندگی غربی، ارزش‌های دینی را تضعیف می‌کند.»
	«جوانان باید در مقابل شبهات فرهنگی مصون‌سازی شوند.»

۲- کدگذاری محوری (ارتباط‌سنجی مفاهیم) آیت‌الله خامنه‌ای

در این مرحله، ارتباط بین کدهای باز بررسی شده و مقوله‌های اصلی استخراج شده است:

جدول (۲): کدگذاری محوری مفاهیم آیت‌الله خامنه‌ای

مقوله محوری	کدهای مرتبط	رابطه علی و مفهومی
دین به‌عنوان مبنا	دین به‌عنوان اساس فرهنگ، اسلام به‌عنوان برنامه اجتماعی	دین به‌عنوان چهارچوبی که فرهنگ و جامعه را شکل می‌دهد.
تهاجم فرهنگی	سبک زندگی غربی، تضعیف ارزش‌ها، مصون‌سازی جوانان	فرهنگ غربی به‌عنوان تهدیدی که نیاز به مقاومت فرهنگی دارد.
نقش حکومت دینی	قوانین اجتماعی اسلامی، نظام آموزشی اسلامی، جریان دین در جامعه	حکومت دینی مسئول پیاده‌سازی ارزش‌ها در ساختارهای اجتماعی است.
پیشرفت فرهنگی	فرهنگ اصیل اسلامی، مقاومت در برابر لیبرالیسم، هویت ملی	فرهنگ اسلامی می‌تواند جامعه را به سمت ترقی هدایت کند.

۵. یافته‌های پژوهش

در این بخش پاسخ به سؤالات ابتدایی پژوهش ارائه شده است. بدین‌گونه که ابتدا پرسش و بعد پاسخ به‌دست آمده در مقاله به آن اشاره شده است.

۵-۱. پاسخ به پرسش نخست

نسبت دین، فرهنگ و جامعه در منظومه فکری متفکران انقلاب اسلامی چگونه تبیین می‌شود؟

الف. در نگاه شهید مطهری نسبت دین، فرهنگ و جامعه مطابق آنچه در کدگذاری بخش قبلی به‌دست آمد به شرح ذیل است: با توجه به جداول کدگذاری، تمامی مفاهیم شهید مطهری حول محور «دین به‌عنوان نظام هویت‌ساز فرهنگی و اجتماعی» می‌چرخند که دین اسلام یک سیستم جامع برای ساخت فرهنگ، هویت و جامعه است و سه ویژگی کلیدی دارد:

۱- جهت‌دهندگی فرهنگی (مقابله با انحرافات و ارائه الگوی زندگی اسلامی)؛

۲- انقلابی‌گری اجتماعی (توانایی ایجاد تحولات ساختاری مانند انقلاب اسلامی)؛ و

۳- پویایی و انعطاف (قابلیت پاسخگویی به نیازهای زمانه بدون تغییر اصول).

بنابراین از نگاه شهید مطهری، دین اسلام یک ایدئولوژی پویا و جامعه‌ساز است که می‌تواند هم‌زمان فرهنگ، سیاست و اقتصاد را تحت تأثیر قرار دهد. همچنین تهاجم فرهنگی غرب بزرگ‌ترین چالش در برابر هویت اسلامی است و مقابله با آن نیازمند بازتعریف آموزش، رسانه و هنر بر اساس معیارهای دینی است. تحجر و التقاط دو خطر اصلی هستند: یکی با جمود فکری مانع پیشرفت می‌شود و دیگری با اختلاط غیرمنطقی، اصالت دین را تهدید می‌کند. همچنین انقلاب اسلامی نمونه عینی تأثیر دین در تغییر جامعه است؛ اما تداوم آن نیازمند اجتهاد پویا و تطبیق دین با شرایط جدید است.

ب. در نگاه آیت‌الله خامنه‌ای نسبت دین، فرهنگ و جامعه مطابق آنچه در کدگذاری بخش قبلی به دست آمد به شرح ذیل است: «دین به‌عنوان محور هویت‌سازی فرهنگی و اجتماعی»؛ تمامی کدها و مقولات حول این ایده است که دین اسلام نه تنها یک نظام اعتقادی فردی بلکه چهارچوبی برای ساخت فرهنگ و جامعه است. تهاجم فرهنگی و سبک زندگی غربی به‌عنوان موانع این هویت‌سازی مطرح می‌شوند و حکومت دینی مسئولیت دارد با سیاست‌گذاری فرهنگی و آموزشی، این هویت را حفظ و تقویت کند. از این رو آیت‌الله خامنه‌ای به رابطه دیالکتیکی بین دین، فرهنگ و جامعه قائل است، به‌گونه‌ای که دین به‌عنوان سازنده فرهنگ و فرهنگ به‌عنوان تعیین‌کننده مسیر جامعه عمل می‌کند. ایشان تهاجم فرهنگی غرب را یک چالش جدی می‌دانند و معتقدند نظام اسلامی باید با تقویت فرهنگ اصیل اسلامی در مقابل آن بایستد. از دیدگاه ایشان، حکومت دینی باید در عرصه‌های قانون‌گذاری، آموزش و رسانه، ارزش‌های اسلامی را نهادینه کند تا جامعه به سمت پیشرفت توأم با هویت دینی حرکت کند.

۵-۲. پاسخ به پرسش دوم

روابط دیالکتیکی این سه مفهوم چه تأثیری بر حکمرانی مطلوب در جامعه دینی دارد؟ بر اساس آنچه در بخش قبل گفته شد فرهنگ بایستی بر بنیان دین باشد؛ اما طیف وسیعی را دربرمی‌گیرد که لزوماً دین همه آن‌ها را پوشش نداده است؛ به‌عنوان نمونه سینما و تئاتر به‌عنوان دو موضوع فرهنگی هستند که امروزه بر سبک زندگی و نظام الگویی جامعه تأثیرگذارند؛ اما دین آن‌ها را نساخته است. دین در چگونه بودن آن‌ها اظهارنظر می‌کند؛ اما این پدیده‌ها خود فرهنگ‌سازی می‌کنند. به نظر می‌رسد این نسبت را از میان‌همه روابطی که وجود دارد می‌توان در قالب

روابط دیالکتیکی دین، فرهنگ و جامعه بیان نمود. به این معنی که در واقعیت آنچه از دین، فرهنگ و جامعه وجود دارد با آنچه تصور می‌شود یا در منابع موجود است متفاوت خواهد بود و در تداخل این موارد در صحنه عملی با یکدیگر ترکیب جدید حاصل خواهد شد. به عبارت دیگر تز و آنتی تز با یکدیگر ترکیب و سنتز به وجود می‌آید؛ بنابراین می‌توان دریافت، در نسبت دیالکتیکی میان دین، فرهنگ و جامعه وجود حقیقی و نفس‌الامری با امر واقع اجتماعی ترکیب و امر جدیدی را به وجود می‌آورد.

جدول (۸): ویژگی‌های مقولات دین، فرهنگ و جامعه

ویژگی / قلمرو	دین	فرهنگ	جامعه
نفس‌الامر	دارد	ندارد	ندارد
امر واقع اجتماعی	دارد	دارد	دارد
دیالکتیک امر واقع با نفس‌الامر	نک: جدول ۳		
وابسته به فرد/ اجتماع	فرد و اجتماع	اجتماع	اجتماع

مثلاً با ورود دین به جامعه و در ارتباط با فرهنگ ترکیبات جدیدی تشکیل خواهد شد. فرض کنید جامعه فرهنگی یک ترکیب دیالکتیکی است که عبارت از دو متغیر اصلی جامعه و فرهنگ است. فرهنگ به عنوان علت و متغیر مستقل بر جامعه به عنوان متغیر وابسته یا معلول اثر گذاشته و در نتیجه امر سومی به نام جامعه فرهنگی شکل گرفته است که هم فاقد فرهنگ به معنی محض و جوهری آن است و هم عاری از خصوصیات جامعه به معنی جامعه قبلی است.

مدرنیته نیز در مواجهه با جامعه سنتی فرهنگ خود را جایگزین فرهنگ سنتی نمود و آن را به جامعه مدرن تبدیل کرد. ولی نه آن فرهنگ مدرنی که در تیپ ایدئال از آن یاد می‌شود بلکه در ترکیب با جامعه سنتی فرهنگ مختلطی از سنت و مدرنیته شکل گرفته است.

در جدول ذیل ترکیبات سنتزی دیالکتیکی مشاهده می‌شود:

جدول (۹): ترکیب وصفی دیالکتیک نسبت دین، فرهنگ و جامعه

مقولات	دینی	فرهنگی	اجتماعی
دین	دین دینی	دین فرهنگی	دین اجتماعی
فرهنگ	فرهنگ دینی	فرهنگ فرهنگی	فرهنگ اجتماعی
جامعه	جامعه دینی	جامعه فرهنگی	جامعه اجتماعی

ترکیبات ماتریس جدول ۳، مفاهیم دین فرهنگی، دین اجتماعی (طباطبایی)^۱، (۱۳۷۴)، فرهنگ دینی، فرهنگ اجتماعی، جامعه دینی و جامعه فرهنگی مطرح هستند. که در ذیل به آن‌ها اشاره شده است:

۱- **دین فرهنگی، فرهنگ دینی:** فرهنگ دینی، فرهنگی است که عناصر ریشه‌ای آن یعنی باورها و ارزش‌ها از دین الهی و حق یعنی همان‌که بر پیامبر نازل شده است گرفته شده و سایر عناصر فرهنگ را تحت‌الشعاع خود قرار داده باشد. چون دین حق نزد خداوند تنها اسلام است؛ بنابراین فرهنگ دینی فرهنگی است که باورها و آموزه‌های حقیقی اسلام و به‌خصوص ویژگی بنیادین آن یعنی تسلیم محض خدا بودن، در آن تحقق یافته باشد. فرهنگ دینی را نمی‌توان به بینش دینی تأویل کرد یا آن را در آداب و رسوم خاص دینی تحدید نمود. هرکدام از این دو معنی بخشی از گستره دینی است و نه تمام معنی آن (ذوعلم، ۱۳۹۲، ص. ۴۰).

۲- **دین اجتماعی، اجتماع دینی:** دین به‌عنوان امری فردی یا اجتماعی از موضوعات محوری در مباحث اندیشمندان بوده است. برخی ادیان کاملاً فردی بوده‌اند. موضوعی که در خصوص اسلام به‌عنوان آخرین دین الهی، صادق نیست. اسلام تنها دینی است که بنیان خود را بر اجتماع نهاده. اولین ندایی که از بشر برخاست و برای اولین بار بشر را دعوت نمود که به امر اجتماع اعتنا و اهتمام بورزد و آن را از کنج اهمال و زاویه تبعیت حکومت‌ها خارج نموده و موضوعی مستقل و قابل‌بحث حساب کند، ندایی بود که شارع اسلام و خاتم‌انبیاء سر داد و مردم را دعوت کرد به اینکه آیاتی را که از ناحیه پروردگارش به‌منظور سعادت زندگی اجتماعی و پاکی آنان نازل شده پیروی کنند، مانند آیات ۱۰۳ و ۱۰۴ سوره آل‌عمران، آیه سوره حجرات و... تا آنجا که به مسئله حفظ مجتمع از تفرق و انشعاب اشاره نموده و می‌فرماید: «وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ، وَلَا تَكُونُوا كَالَّذِينَ تَفَرَّقُوا وَاخْتَلَفُوا مِنْ بَعْدِ مَا جَاءَهُمُ الْبَيِّنَاتُ» (آل‌عمران / آیه ۱۰۴). اما همین آیه نشان می‌دهد که اجتماع با پذیرش دین بعضاً از اجرای کامل آن طفره می‌رود و آن را به دینی فردی بدل می‌کند و از حالت اجتماعی خارج می‌کند؛ بنابراین دیالکتیک اجتماع و دین سبب تشکیل دین اجتماعی با تفسیر جامعه می‌شود که لزوماً برابر دین اجتماعی مطلوب نیست.

۳- **فرهنگ اجتماعی، اجتماع فرهنگی، جامعه فرهنگی:** فرهنگ عمومی یا

۱. تفسیر المیزان ذیل تفسیر آیه ۲۰۰ سوره آل‌عمران

اجتماعی، از زیرمجموعه‌های نظام‌یافته و ارکانی چون ارزش‌ها، باورها و اعتقادات، رسوم و هنجارها تشکیل شده‌اند، هم در جوامع مختلف، نظام‌های فرهنگی متفاوتی موجودند و هم در بطن و درون یک نظام فرهنگی بزرگ و وسیع، خُرده‌فرهنگ‌های کوچک‌تری جای گرفته‌اند، که این امری طبیعی است؛ اما در میان یک قوم، ملت، یا جامعه بزرگ و اصلی، بسیاری از ارزش‌ها، باورها، هنجارها، معیارها و الگوهای رفتاری هستند که جنبه عام دارند و همه آن‌ها را پذیرفته‌اند و همه در زندگی و روابط اجتماعی از آن‌ها پیروی می‌کنند و رفتار اجتماعی‌شان تحت تأثیر آن‌هاست.

همین جنبه‌های عام فرهنگ در میان یک جامعه بزرگ یا ملت را می‌توان به‌عنوان فرهنگ عمومی یا اجتماعی آن جامعه مورد مشاهده و مطالعه قرار داد. فرهنگ عمومی زیربنای اجتماعی فراگیر و تعیین‌کننده کیفیت رابطه برخورد آحاد یک اجتماع با مسائل و واقعیت‌های موجود در زندگی اجتماعی است. شخصیت اجتماعی مردم یک جامعه در فرهنگ عمومی خلاصه می‌شود و اهداف و کیفیت مسیر حرکت به‌سوی تعالی و پیشرفت یا زوال و عقب‌افتادگی آن تحت تأثیر این فرهنگ است. به‌عبارت‌دیگر فرهنگ عمومی یا اجتماعی، عبارت است از مجموعه منسجم و نظام‌یافته‌ای از اهداف ارزش‌ها، عقاید، باورها، رسوم و هنجارهای مردمی متعلق به یک جامعه بزرگ، قوم یا ملت؛ اما آنچه در واقع تجلی‌گر همه این‌هاست و در یک جامعه ظهور عمومی و قابل مشاهده دارد، رفتار، منش و عُرف جامعه با همین معیارهای اجتماعی است که به‌سادگی می‌تواند به وصف درآید (آراسته‌خو، ۱۳۹۱).

این فرهنگ که ترکیب فرهنگ اجتماعی یا عمومی است از ترکیب فرهنگ و اجتماع تشکیل شده و ساختارهای اجتماع با ارزش‌های فرهنگ درهم‌آمیخته و دیالکتیک فرهنگ اجتماعی را تشکیل داده است که با جوهره هریک از آن دو متفاوت است.

۵-۳. پاسخ به پرسش سوم

الگوی بهینه برای مدیریت تعامل دین، فرهنگ و جامعه در سیاست‌گذاری فرهنگی جمهوری اسلامی چیست؟

پس‌ازاینکه دولت‌ها، به‌خصوص در اواخر سده بیستم و آغاز سده بیست‌ویکم میلادی، با چالش‌های جدیدی روبه‌رو شدند، حکمرانی به‌مثابه راهکاری جدید برای خروج از این چالش‌ها ارائه شد. از لحاظ تاریخی، مفهوم حکمرانی به‌اندازه تمدن بشری قدمت دارد و بسته به سطح آن (ملی، منطقه‌ای و محلی) مجموعه‌ای از

بازیگران رسمی و غیررسمی را دربرمی‌گیرد که بر جریان تصمیم‌گیری تأثیرگذارند. حکمرانی را می‌توان نفوذ هدایت‌شده در فرایندهای اجتماعی، تعریف کرد که سازوکارهای مختلفی در آن درگیر هستند. برخی از این سازوکارها بسیار پیچیده‌اند و فقط از بازیگران بخش دولتی سرچشمه نمی‌گیرند.

به عبارت دیگر «حکمرانی مجموعه‌ای از روش‌های فردی و نهادی، عمومی و خصوصی است که امور مشترک مردم را اداره می‌کند. حکمرانی فرایندی پیوسته است که از طریق آن منافع متضاد یا گوناگون را همساز می‌کند و اقدامی همکاری جویانه انتخاب می‌گردد. دولت شفاف، کارآمد و درستکار بر شایسته‌سالاری، قوانین و مقررات ساده و روشنی استوار است و حاکمیت قانون به گونه‌ای منصفانه اعمال می‌شود» (میدری و خیرخواهان، ۱۳۸۳). از این رو، این گونه می‌توان استدلال کرد که حکمرانی خوب، زمینه‌ساز توسعه دولت و دیگر بخش‌های هر کشور است (بردبار و دیگران، ۱۳۹۴).

این نکته نیز قابل ذکر است که تمام تعاریف حکمرانی بیانگر مفهوم وسیع‌تری از حکومت هستند؛ کاربرد جدید این واژه فقط بازیگران و نهادهای دولتی را شامل نمی‌شود بلکه سه نهاد حکومت، جامعه مدنی و بخش خصوصی را هم دربرمی‌گیرد. دولت، محیط سیاسی و حقوقی مناسب به وجود می‌آورد، بخش خصوصی اشتغال و درآمد ایجاد می‌کند و جامعه مدنی تعامل سیاسی و اجتماعی گروه‌های فعال را برای مشارکت در فعالیت‌های اقتصادی، اجتماعی و سیاسی تسهیل می‌نماید. وظیفه حکمرانی خوب نیز فراهم کردن زمینه همکاری و هماهنگی هر چه بیشتر این سه بخش با یکدیگر است.

حکمرانی خوب مدیریت شفاف و پاسخگو در یک کشور با هدف تضمین توسعه اقتصادی و اجتماعی عادلانه و پایدار است. همچنین حکمرانی خوب به طور خاص به موضوع مدیریت منابع عمومی جهت ایجاد اقتصادی پایدار و شیوه‌های توزیع عادلانه مربوط می‌شود (قلی‌پور، ۱۳۸۷، ص. ۴۵):

«اعمال قدرت سیاسی، اقتصادی و اداری برای مدیریت امور عمومی یک کشور در همه سطوح را نیز حکمرانی خوب تعریف نموده‌اند» (صحرايي و ديگران، ۱۳۹۷) شاخص‌های حکمرانی خوب به ترتیب عبارت‌اند از: ۱- مشارکت، ۲- حاکمیت قانون، ۳- شفافیت، ۴- مسئولیت‌پذیری، ۵- اجماع‌سازی، ۶- عدالت و انصاف، ۷- کارایی و اثربخشی، ۸- پاسخگویی (Huther & Anwar, 2006).

با توجه به اینکه حکمرانی خوب وظیفه تعامل مناسب بخش‌های مختلف جامعه

را بر عهده دارد و به نوعی اعمال قدرت و نفوذ هدایت‌شونده بر امور است می‌توان سه عنصر اساسی اعمال قدرت، تعامل بخش‌ها و نفوذ هدایت‌شونده را به‌عنوان نقاط اصلی حکمرانی مطلوب تصویر کرد. براین‌اساس دلالت‌های حکمرانی مطلوب در قلمرو دین، فرهنگ و جامعه را مبتنی بر روابط دیالکتیکی می‌توان به‌قرار ذیل نظر گرفت:

۱- دین، فرهنگ و جامعه را نمی‌توان به‌عنوان سه مقوله جدای از یکدیگر در نظر گرفت بلکه ابعادی به‌هم‌پیوسته هستند؛ بنابراین تک‌بعدی نگری در امر حکمرانی ناصواب است و بایستی جمع این موارد را در نظر گرفت.

۲- امر آرمانی دیدن هر یک از این مقولات به‌تنهایی کفایت نمی‌کند بلکه بایستی امر واقعی یعنی تداخل آن‌ها با یکدیگر را نیز در نظر گرفت. به این معنی که روابط دیالکتیکی میان سه مقوله دین، فرهنگ و جامعه در واقعیت اجتماعی به‌وجود می‌آید؛ بنابراین نمی‌توان صرفاً به‌صورت آرمانی دین، فرهنگ جامعه را اداره کرد بلکه این سه مقوله بایستی به‌صورت دین فرهنگی، فرهنگی دینی و... حکمرانی و مدیریت شوند.

۳- علی‌رغم درهم‌تنیدگی این سه مقوله در امر واقع اما، دین به‌عنوان رأس هرم در حکمرانی فرهنگ و جامعه است؛ بنابراین بایستی با دین به فرهنگ‌سوزی در بخش‌های نامتوازن فرهنگ و جامعه پرداخت و با فرهنگ‌سازی امر مطلوب فرهنگ را ساری و جاری کرد.

نتیجه‌گیری

دین، فرهنگ و جامعه سه مقوله اساسی هستند که از گذشته تاکنون منشأ آثار مختلفی بوده‌اند و در نسبت مستقیمی نیز با یکدیگر قرار داشته‌اند. در این پژوهش با بررسی چپستی این سه مقوله رابطه و نسبت آن‌ها در رویکردهای مختلف اثبات‌گرایی، انتقادی و تفسیری ارائه شد. اثبات‌گرایی دیدگاه‌های این‌همانی، جانشینی و تکاملی را در نسبت دین، فرهنگ و جامعه اتخاذ نموده، رویکرد انتقادی فرهنگ را روبنا نگرینسته و اقتصاد را زیربنا و رویکرد تفسیری نیز نگاه عقلانی مبتنی بر کنش متقابل را در زندگی اجتماعی اتخاذ نموده است.

این مقاله در پی پاسخ به این سؤال پژوهش که نسبت میان سه مقوله دین، فرهنگ و جامعه کدام است برآمد و به این نتیجه رسید که روابط میان این سه مقوله بر اساس روابط دیالکتیکی است. روابط دیالکتیکی از سنتز هر یک از این

مقولات در یکدیگر به دست می‌آید. به عبارت دیگر امر مطلوب و آرمانی دین، فرهنگ و جامعه یک چیز است و ورود این موارد در جامعه منجر به ایجاد مؤلفه‌های چندبُعدی و متداخل در یکدیگر می‌شود.

براین اساس دلالت حکمرانی مطلوب برای این سه مقوله بر اساس رویکرد دیالکتیکی آن است که دین به عنوان رأس هرم حکمرانی در امر جامعه و فرهنگ به کار رود و بتوان به واسطه آن فرهنگ‌سوزی و فرهنگ‌سازی و جامعه‌پردازی نمود. همچنین گرچه روابط دیالکتیکی میان این سه مقوله وجود دارد؛ اما بایستی بتوان به استیلاي دین در بُعد اجتماعی و فردی، مهندسی فرهنگی در بُعد فرهنگی و جامعه‌پردازی در بُعد اجتماعی و تمامی نظامات اجتماعی پرداخت. از این رو، نمی‌توان به دیالکتیک امر واقعی دین، فرهنگ و جامعه اکتفا نمود بلکه بایستی راه را برای خلوص هریک از این ابعاد بر اساس امر والاتر دینی فراهم نمود همان‌طور که در جدول ذیل قابل مشاهده است:

جدول (۱۰): مسائل، مطلوبیت‌ها و دلالت‌های حکمرانی سه مقوله دین، فرهنگ و جامعه

مقوله	مسئله و چالش	مطلوب ذهنی	دلالت حکمرانی
دین	دین و عقلانیت	استیلاي دین	دین فرهنگی ناب
فرهنگ	فرهنگ و جهانی‌شدن	مهندسی فرهنگی	فرهنگ دینی ناب
جامعه	گذر از جامعه (جهان‌وطنی)	جامعه‌پردازی تمدنی	جامعه دینی و فرهنگی ناب

همچنین این پژوهش با بررسی نظام‌مند نسبت سه‌گانه دین، فرهنگ و جامعه در منظرمتفکران انقلاب اسلامی و مقایسه آن با رویکردهای غربی، به یافته‌های کلیدی زیر دست یافته است:

- دین در منظرمتفکران انقلاب اسلامی، نه به عنوان زیرمجموعه فرهنگ (دورکیم)، نه ابزار سلطه (مارکس) و نه صرفاً یک کنش عقلانی (وبر)، بلکه به مثابه «متغیر مستقل فرهنگ‌ساز و جامعه‌پرداز» تعریف می‌شود که هم بر ساختارها و هم بر معنابخشی به زندگی اجتماعی اثر می‌گذارد.
- فرهنگ در این مدل، «بستر متغیر و زمینه‌مند» است که می‌تواند هم تحت تأثیر دین (فرهنگ دینی) و هم تحت تأثیر جریان‌های جهانی (فرهنگ سکولار) بازتعریف شود.
- جامعه به عنوان صحنه تعامل دیالکتیکی این دو، نیازمند حکمرانی هوشمندانه‌ای است که هم از ثبات دینی و هم از پویایی فرهنگی پشتیبانی کند.

در الگوی پیشنهادی به دست آمده یعنی حکمرانی دیالکتیکی مدل به دست آمده نشان می‌دهد که حکمرانی مطلوب در جامعه دینی باید سه اصل را همزمان دنبال کند:

- اصل هدایتگری دینی (تثبیت ارزش‌های وحیانی)،
- اصل انعطاف‌پذیری فرهنگی (پذیرش اقتضانات زمان و مکان)،
- اصل تعادل اجتماعی (اجتناب از تقلیل‌گرایی یک‌سویه به نفع دین یا فرهنگ).

دلالت‌های عملی این الگو برای سیاست‌گذاران در حوزه‌های ذیل قابل به‌کارگیری است:

- ۱- مهندسی فرهنگی: طراحی نهادهای فرهنگی (مثل صداوسیما) با ترکیب «امر دینی ناب» و «زبان فرهنگی روز».
 - ۲- قانون‌گذاری: تصویب قوانینی که هم از حریم دین دفاع کند و هم پاسخگوی تنوع فرهنگی باشد (مثال: قانون حمایت از خانواده).
 - ۳- نهادهای مدنی: تقویت سازمان‌های مردمی که نقش واسط بین دین (بالا به پایین) و فرهنگ (پایین به بالا) را ایفا می‌کنند.
- در مقایسه با مطالعات پیشین نیز در حالی که مطالعات گذشته (مانند: رشاد، ۱۳۸۵؛ پیروزمند، ۱۳۸۶؛ ذوعلم، ۱۳۹۲) عمدتاً به رابطه دوسویه دین و فرهنگ پرداخته‌اند، این مقاله با ارائه مدلی چندسطحی و دیالکتیکی، تعامل پویای این سه مقوله را در صحنه واقعیت اجتماعی تحلیل می‌کند. به‌عبارت‌دیگر، نه تنها به «دین فرهنگی» یا «فرهنگ دینی» می‌پردازد بلکه سنتزهای جدیدی مانند «جامعه دینی - فرهنگی» را به‌عنوان امری واقعی (نه آرمانی) معرفی می‌کند که در حکمرانی مطلوب تأثیرگذار است. همچنین پژوهش‌های موجود (مثل: صاحبی، ۱۳۸۴؛ دریابیگی، ۱۳۹۰) معمولاً دین را به‌عنوان یکی از عناصر فرهنگ یا جامعه در نظر می‌گیرند؛ اما این مقاله با الهام از اندیشه انقلاب اسلامی، دین را به‌عنوان رأس هرم حکمرانی معرفی می‌کند که هم می‌تواند فرهنگ‌ساز باشد و هم فرهنگ‌سوز (بر اساس نیازهای جامعه). این نگاه، چهارچوبی جدید برای مهندسی فرهنگی در حکومت‌های دینی ارائه می‌دهد. همچنین در حالی که رویکردهای رایج (مانند مارکسیسم یا تفسیرگرایی وبری) معمولاً دین را نادیده می‌گیرند یا آن را محصول فرهنگ/اقتصاد می‌دانند، این مقاله با تلفیق نظریه‌های جامعه‌شناختی (مثل: دورکیم، هابرماس) و اندیشه‌های اسلامی (مثل: مطهری، خامنه‌ای)، نشان می‌دهد که دین نه تنها یک متغیر مستقل است بلکه می‌تواند در عین دیالکتیکی بودن با فرهنگ و جامعه، هویت مستقل خود را حفظ کند.

فهرست منابع

- آراسته‌خو، محمد (۱۳۸۱). فرهنگ اصطلاحات علمی اجتماعی. تهران: چاپخش.
- آرون، رمون (۱۳۸۶). مراحل سیر اساسی اندیشه در جامعه‌شناسی. ترجمه پرهام، تهران: مرکز.
- آشوری، داریوش (۱۳۸۴). تعریف‌ها و مفهوم فرهنگ. تهران: طرح نو.
- بردبار، غلامرضا؛ ضرابی‌زاده، شیما و صالحی، طاهر (۱۳۹۴). ارائه الگوی حکمرانی خدامدار. مدیریت اسلامی، ۲۳(۲)، ۹-۴۱.
- بلیکی، نورمن (۱۳۹۳). پارادایم‌های تحقیق در علوم انسانی. ترجمه سیدامیررضا حسینی؛ محمدتقی ایمان و مسعود ماجدی، تهران: پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.
- بهرامی، محمد (۱۳۸۷). نسبت دین و فرهنگ از نگاه قرآن کریم. پژوهش‌های قرآنی، ۱۴(۵۴)، ۱۷۳-۲۰۳.
- پیروزمند، علیرضا (۱۳۸۶). نقش دین در مهندسی فرهنگی کشور. مجموعه مقالات همایش مهندسی فرهنگی (جلد اول) (ص. ۹۱-۹۵). تهران: دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی.
- حسینی، موسی (۱۳۷۸). دین و جامعه از نگاه شهید مطهری. پژوهش‌های قرآنی، ۵(۱۷)، ۷۴-۱۸۳.
- خامنه‌ای، سیدعلی (۱۳۹۸). بیان قرآن؛ تفسیر سوره بقره. تهران: مؤسسه پژوهشی فرهنگی انقلاب اسلامی.
- خامنه‌ای، سیدعلی (۱۳۹۹). حدیث ولایت. تهران: مؤسسه انقلاب اسلامی.
- دریابیگی، مسحن (۱۳۹۰). نسبت دین و فرهنگ. برگ فرهنگ، ۲۳(۲۳)، ۱۲۰-۱۳۳.
- دورکیم، امیل (۱۳۶۰). فلسفه و جامعه‌شناسی. ترجمه فرحناز خمسه‌ای، تهران: مرکز ایرانی مطالعه فرهنگ‌ها.
- دورکیم، امیل (۱۳۸۶). صور بنیانی حیات دینی. ترجمه پرهام، تهران: مرکز.
- دیلمینی، تیم (۱۳۸۷). نظریه‌های کلاسیک جامعه‌شناسی. ترجمه بهرنگ صدیقی و وحید طلوعی، تهران: نی.
- ذوعلم، علی (۱۳۹۲). فرهنگ معیار از منظر قرآن کریم. تهران: پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی.

رشاد، ع. (۱۳۸۵). وبگاه رسمی آیت‌الله علی‌اکبر رشاد. بازیابی از:
<https://rashad.ir/?p=1299>

ریتزر، جورج (۱۳۸۶). نظریه جامعه‌شناسی در دوران معاصر. ترجمه محسن ثلاثی، تهران: علمی.

سیاهپوش، امیر و آقاپور، علی (۱۳۹۱). فرهنگ در منظر مقام معظم رهبری. تهران: شهرتهران (وابسته به سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران).
 صاحبی، محمدجواد (۱۳۸۴). مناسبات دین و فرهنگ در جامعه ایران. تهران: طبع و نشر.

صحرايي، عليرضا و محمودي‌نيا، امين (۱۳۹۷). الگوی حکمرانی خوب: چهارچوبی برای تحلیل اقتصاد سیاسی دولت هاشمی رفسنجانی (۱۳۶۸-۱۳۷۶). *مطالعات راهبردی سیاست‌گذاری عمومی (مطالعات راهبردی جهانی‌شدن)*، ۸(۲۸)، ۲۰۷-۲۲۸.
 طباطبائی، سیدمحمدحسین (۱۳۷۹). *تفسیر‌المیزان*. قم: جامعه مدرسین حوزه علمیه قم.
 قلی‌پور، رحمت‌الله (۱۳۸۷). حکمرانی خوب و الگوی مناسب دولت. تهران: دانشگاه آزاد اسلامی.

کوزر، لوئیس (۱۳۸۶). *زندگی و اندیشه بزرگان جامعه‌شناسی*. ترجمه محسن ثلاثی، تهران: علمی.

لزلی، جانسون (۱۳۷۸). *منتقدان فرهنگ*. ترجمه ضیاء موحد، تهران: طرح نو.

مارکس، کارل (۱۳۸۸). *سرمایه*. ترجمه حسن مرتضوی، تهران: آگاه.

مطهری، مرتضی (۱۳۶۴). *مقدمه‌ای بر جهان‌بینی اسلامی*. قم: دفتر انتشارات اسلامی.

مطهری، مرتضی (۱۳۷۸). *یادداشت‌های استاد مطهری*. تهران: صدرا.

مطهری، مرتضی (۱۳۸۴). *مجموعه آثار*. تهران: صدرا.

مک‌لولین، شون (۱۳۸۳). *دین، مراسم مذهبی و فرهنگ*. ترجمه افسانه نجاریان، تهران: آگاه.

میدری، احمد و خیرخواهان، جعفر (۱۳۸۳). *حکمرانی خوب بنیان توسعه*. تهران: مرکز پژوهش‌های مجلس.

وبر، ماکس (۱۳۹۲). *دین، قدرت، جامعه*. ترجمه احمد تدین، تهران: هرمس.

هابرماس، یورگن (۱۳۹۸ الف). *دگرگونی ساختاری حوزه عمومی*. ترجمه جمال محمدی،

تهران: افکار.

هابرماس، یورگن (۱۳۹۸ ب). *نظریه کنش ارتباطی*. ترجمه پولادی، تهران: مرکز. هاین، تامس (۱۳۸۰). *لویاتان*. ترجمه حسین بشیریه، تهران: نی.

- Huther, J. & Anwar, S. (2006). *Local Governance in Developing Countries (Public-sector Governance and Accountability)*. Washington DC: World Bank Publications.
- Luthfia, A. & Yazid, S. (2024). Ibadah dan Perilaku Luhur. *Kajian Psikologis dan Sosiologis*. 2(1), 35-46.

References

- Arasteh Khou, M. (2002). *Farhang-e Estelihat-e Elmi-ye Ejtemai [Dictionary of Social Science Terms]*. Tehran: Chapakhsh. (In Persian)
- Aron, R. (1968). *Main Currents in Sociological Thought: Montesquieu, Comte, Marx, Tocqueville (Vol. 1)*. Garden City, NY: Anchor Books. (goodreads.com) (In Persian)
- Ashouri, D. (2005). *Ta'rif-ha va Mafhum-e Farhang [Definitions and Concepts of Culture]*. Tehran: Tarh-e No. (In Persian)
- Bahrami, M. (2008). "Nesbat-e Din va Farhang az Negah-e Qur'an-e Karim" [The Relationship Between Religion and Culture from the Perspective of the Holy Quran]. *Pazhuhesh-hā-ye Qur'āni*, 14(54), 173–203. (In Persian)
- Bardbar, G., Sarabi Zadeh, Sh., & Salehi, T. (2015). "Erā'e-ye Algu-ye Hokmrāni-ye Khodāmadār" [Presenting a God-Centered Governance Model]. *Modiriyat-e Eslāmi*, 23(2), 9–41. (In Persian)
- Coser, L. A. (2007). *Lives and Thoughts of Great Sociologists*. Tehran: Elmi. (In Persian)
- Daryabegi, M. (2011). "Nesbat-e Din va Farhang" [The Relationship Between Religion and Culture]. *Barg-e Farhang*, (23), 120–133. (In Persian)
- Durkheim, É. (2001). *The Elementary Forms of Religious Life*. Translated by Carol Cosman. Oxford: Oxford University Press. (researchgate.net) (In Persian)
- Gholipour, R. (2008). *Hokmrāni-ye Khob va Algu-ye Monāseb-e Dowlat [Good Governance and the Appropriate Model of Government]*. Tehran: Enteshārāt-e Dāneshgāh-e Āzād-e Eslāmi. (In Persian)
- Habermas, J. (2019a). *The Structural Transformation of the Public Sphere*. Tehran: Afkar. (In Persian)



- Habermas, J. (2019b). *The Theory of Communicative Action*. Tehran: Markaz. (In Persian)
- Hobbes, T. (2001). *Leviathan*. Tehran: Ney. (In Persian)
- Hosseini, M. (1999). "Religion and Society from the Perspective of Martyr Motahhari". *Pazhuhesh-hā-ye Qur'āni*, 5(17), 74–183. (In Persian)
- Huther, J. & Anwar, S. (2006). *Local Governance in Developing Countries (Public-sector Governance and Accountability)*. Washington DC: World Bank Publications.
- Khamenei, A. (2019). *Bayān-e Qur'an; Tafsir-e Surah-ye Barā'at [Quranic Explanation; Interpretation of Surah Bara'ah]*. Tehran: Mo'asseseh-ye Pazhuheshi-ye Farhangi-ye Enqelāb-e Eslāmi. (In Persian)
- Khamenei, A. (2020). *Hadith-e Velāyat [The Hadith of Guardianship]*. Tehran: Mo'asseseh-ye Enqelāb-e Eslāmi. (In Persian)
- Leslie, J. (1999). *Critics of Culture*. Tehran: Tarh-e No. (In Persian)
- Luthfia, A. & Yazid, S. (2024). *Ibadah dan Perilaku Luhur. Kajian Psikologis dan Sosiologis*. 2(1), 35-46.
- Marx, K. (2009). *Capital*. Tehran: Agah.(researchgate.net) (In Persian)
- Midari, Ahmad and Khairkahan, Jafar (2004). *Good Governance as the Foundation of Development*. Tehran: Majles Research Center.
- Motahhari, M. (1985). *Introduction to the Islamic Worldview*. Qom: Daftar-e Enteshārāt-e Eslāmi. (In Persian)
- Motahhari, M. (1999). *Notes of Professor Motahhari*. Tehran: Sadra. (In Persian)
- Motahhari, M. (2005). *Collected Works*. Tehran: Sadra. (In Persian)
- Peyrouzmand, A. (2007). "Naqsh-e Din dar Mohandesi-ye Farhangi-ye Keshvar" [The Role of Religion in the Country's Cultural Engineering]. In *Majmu'e-ye Maqālāt-e Hamāyesh-e Mohandesi-ye Farhangi (Vol. 1, pp. 91–95)*. Tehran: Dabirkhāneh-ye Shorā-ye 'Āli-ye Enqelāb-e Farhangi. (In Persian)
- Rashad, A. (2006). *Official Website of Ayatollah Ali Akbar Rashad*. Retrieved from <https://rashad.ir/?p=1299> (In Persian)
- Ritzer, G. (2007). *Sociological Theory in the Contemporary Era*. Tehran: Elmi. (In Persian)
- Sahraei, A., & Mahmoudinia, E. (2018). "Algu-ye Hokmrāni-ye Khob: Chārchubi barā-ye Tahlil-e Eqtesād-e Siyasi-ye Dowlat-e Hāshmi Rafsanjāni (1989–1997)" [Good Governance Model: A Framework for Analyzing the Political Economy of Hashemi Rafsanjani's Government (1989–1997)]. *Motāle'āt-e Rāhbordi-ye Siyasatgozāri-ye 'Omumi*, 8(28), 207–228. (In Persian)
- The Holy Quran. (In Persian)
- Weber, M. (2013). *Religion, Power, Society*. Tehran: Hermes. (In Persian)

Zoulam, A. (2013). Farhang-e Me'yār az Manzar-e Qur'an-e Karim [Standard Culture from the Perspective of the Holy Quran]. Tehran: Pazhuheshgāh-e Farhang va Andisheh-ye Eslāmi. (In Persian)

Extended abstract

Over the past few decades, one of the most important issues that has embroiled the country of Iran has been the legal and illegal immigration of Afghan nationals. Based on data published by the Statistical Center of Iran, the total number of legal and illegal Afghan immigrants living in Iran is estimated to be at least 6 to 7 million. Accordingly, the Iranian state, like many other countries, has made provisions for the entry of foreign nationals into its territory, including obtaining visas, and has provided the possibility of foreign nationals entering its country, in order to monitor their actions. In order to improve the management of immigrants and foreign nationals, the country of Iran has formulated policies for organizing immigrants in Article 86 of the Seventh Development Plan (1403-1407). But despite Iran's efforts to control the entry of foreign nationals, the widespread and rapid migration of Afghan citizens—especially after the Taliban's return to power—has created complex security challenges for the country. This migration has affected not only the military and political aspects, but also the social, cultural, and environmental dimensions of Iran's security, causing problems in social cohesion, cultural coexistence, and environmental sustainability. Official security institutions often do not pay enough attention to these software threats, while in the long run they can lead to deeper crises.

Purpose

Internal and external security has always been one of the main priorities of governments in policymaking and plays an important role in the stability and development of countries. Despite the implementation of policies such as the requirement to obtain a visa and the approval of Article 86 of the Seventh Development Plan, the migration of Afghan citizens to Iran continues to increase and has become one of the major challenges to the country's social, cultural, and environmental security. This study aims to examine the negative consequences of this migration, and attempts to reveal the hidden dimensions and complexities of this issue by utilizing the perspectives of social science experts. Accurate understanding of these impacts can help improve the country's security and pave the way for providing effective solutions for better management of these challenges.

Question

This article seeks to answer the question of what impact the migration of Afghan nationals has had on the social, cultural, and environmental security of Iran.

Method

To investigate this issue, the Delphi method and Shannon technique were used, and the views of 10 social science experts were collected.

findings

The findings indicate that the most important impact of Afghan immigration on Iran's security is from the category of "environmental" impacts with an average of 0.04351, followed by the categories of "cultural" with an average of 0.04322 and "social" with an average of 0.03873. Also, from the perspective of experts, population growth, marginalization, and an increase in crime and delinquency with an average of 0.04386 are three important effects that Afghan immigration has had on Iran's security.

conclusion

The results of this study demonstrate that the increase in the arrival of Afghan refugees to Iran, which is due to the political, economic, and environmental crises in Afghanistan, has mainly taken place under emergency conditions and has had numerous negative consequences for Iran. This migration has exacerbated social, cultural, and environmental challenges in the country and has exposed internal security to new threats. The results obtained show that from the perspective of experts, population growth, marginalization, and increased crime are the three important effects that the migration of Afghan citizens has had on Iran's security, as follows:

- The massive migration of Afghan citizens to Iran has led to an increase in population and undesirable congestion in urban spaces. This situation has reduced the quality of social services such as education, health, and welfare, especially in immigrant and marginal areas, and has created public dissatisfaction and social harm. Pressure on the country's resources and infrastructure has also increased, raising public spending, which may lead to increased taxes and ultimately a threat to Iran's social security.
- The large-scale migration of Afghan nationals to Iran has led to an increase in marginalization in large cities. The limited urban and administrative capacity in Iran is unable to respond to the additional population, which has disrupted the spatial organization of cities and reduced the quality of social and welfare services.
- The widespread migration of Afghan nationals to Iran, especially in suburban areas, has led to a significant increase in social crimes such as theft, murder, smuggling, and rape. The deprivation of these areas from educational, health, and welfare services has reduced the quality of life of migrants, leading to dropout, illiteracy, and employment in informal jobs. These conditions have exposed migrants to crime and posed a serious threat to the country's social, cultural, and environmental security. Therefore, based on the information presented, it can be acknowledged that formulating comprehensive and strategic policies for managing migration and reducing its negative impacts is an undeniable necessity for maintaining and promoting Iran's social, cultural, and environmental security.

Keywords: Immigration, Article 86 of the Seventh Development Plan, Afghan nationals, security, social, cultural, environmental, Iran.

تأثیر مهاجرت اتباع افغانستان بر امنیت اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی ایران: (ناظر بر ماده ۸۶ برنامه هفتم توسعه)

الهه صادقی

استادیار گروه علوم سیاسی دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران (نویسنده مسئول).

E-sadeghi@Modares.ac.ir

0009-0003-9208-8854

محمد معین طاهری

دانشجوی کارشناسی ارشد گروه علوم سیاسی دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران.

Moein.taheri@modares.ac.ir

0009-0001-8534-5045

چکیده

مهاجرت اتباع افغانستان یکی از موضوعاتی است که ارتباطی تنگاتنگی با امنیت و نظام سیاسی ایران دارد. ایران به‌عنوان یکی از مهم‌ترین مقاصد مهاجرتی برای اتباع افغانستان، شاهد ورود قانونی و غیرقانونی آن‌ها به دلیل قرابت‌های مذهبی، زبانی و فرهنگی بوده است. در سال‌های اخیر، علی‌رغم سیاست‌هایی نظیر اخذ ویزا و تصویب ماده ۸۶ برنامه هفتم توسعه، این روند افزایش یافته و تأثیرات قابل توجهی بر امنیت اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی ایران برجای گذاشته است. بنابراین پژوهش حاضر با هدف دستیابی به تأثیرهای مهاجرت اتباع افغانستان بر امنیت اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی ایران نوشته شده است. برای بررسی این موضوع از روش دلفی و تکنیک شانون بهره گرفته و دیدگاه‌های ۱۰ نفر از صاحب‌نظران حوزه علوم اجتماعی جمع‌آوری گردید. نتایج نشان می‌دهد که مهم‌ترین تأثیر مهاجرت اتباع افغانستان بر امنیت ایران از دسته تأثیرهای «زیست‌محیطی» با میانگین ۰/۰۴۳۵۱ بوده و سپس در رتبه‌های بعدی دسته «فرهنگی» با میانگین ۰/۰۴۳۲۲ و «اجتماعی» با میانگین ۰/۰۳۸۷۳ قرار دارد. همچنین از منظر متخصصان افزایش جمعیت، حاشیه‌نشینی و افزایش جرم و جنایت با میانگین ۰/۰۴۳۸۶ سه تأثیر مهمی است که مهاجرت اتباع افغانستان بر امنیت ایران گذاشته است.

کلیدواژه‌ها: ایران، مهاجرت، اتباع افغانستان، ماده ۸۶ برنامه هفتم توسعه، امنیت اجتماعی، امنیت فرهنگی، امنیت زیست‌محیطی.

شابای الکترونیک: ۶۵۵X-۲۵۸۸ / پژوهشکده تحقیقات راهبردی / فصلنامه علمی راهبرد اجتماعی فرهنگی

doi 10.22034/scs.2025.496299.1641



مسئولیت مقاله از نظر محتوای علمی و نظرهای مطرح‌شده در متن آن، به عهده نویسندگان و یا نویسنده مسئول مقاله می‌باشد و مورد تأیید / عدم تأیید صاحب امتیاز نشر به راهبرد اجتماعی فرهنگی نمی‌باشد.

مقدمه و بیان مسئله

در طی چند دهه گذشته، یکی از مهم‌ترین مسائلی که کشور ایران را در درگیر ساخته، مهاجرت قانونی و غیرقانونی اتباع افغانستان است که متعاقب این پدیده، کشور ایران با چهار موج عمده مهاجرت افغان‌ها مواجه بوده است. موج نخست در اوایل دهه ۱۹۷۰ رخ داد؛ زمانی که ناآرامی‌های داخلی و بحران‌های سیاسی در افغانستان موجب مهاجرت گروهی از مردم به ایران شد. موج دوم در دهه ۱۹۸۰ به وقوع پیوست که ناشی از جنگ‌های داخلی و حملات نظامی خارجی به افغانستان به‌ویژه در زمان اشغال این کشور توسط شوروی بود. موج سوم مهاجرت نیز در دهه‌های ۱۹۹۰ و ۲۰۰۰ به وقوع پیوست و به بحران‌هایی مانند حضور طالبان و جنگ‌های داخلی مربوط می‌شود. سرانجام، موج چهارم مهاجرت افغان‌ها پس از به قدرت رسیدن طالبان در سال ۲۰۲۱ آغاز شد و تعداد بسیاری از مردم افغانستان را به ترک کشور و مهاجرت به ایران و سایر کشورها وادار کرد.

بر اساس داده‌های منتشر شده توسط مرکز آمار ایران، در طی سال‌های ۱۳۸۸ تا ۱۳۹۶ تعداد مهاجران رسمی افغانستانی در ایران بین یک میلیون و ۲۰۰ هزار تا یک میلیون و ۵۰۰ هزار نفر در نوسان بوده است. این رقم در سال ۱۳۹۷ به بیش از یک میلیون و ۹۰۰ هزار نفر افزایش یافت و تقریباً تا سال ۱۴۰۰ تغییر قابل توجه‌ای را تجربه نکرد. مطالعات نشان می‌دهد که از سال ۱۳۹۷ تا ۱۴۰۰، تعداد مهاجران افغانستانی با روندی ملایم افزایش یافته و به حدود ۲ میلیون نفر رسید؛ اما از سال ۱۴۰۰ با به قدرت رسیدن طالبان در افغانستان، موج ورود مهاجران افغانستانی به ایران شتاب گرفت. در سال ۱۴۰۲ تعداد مهاجران قانونی افغانستانی که در ایران ساکن شده‌اند به ۲ میلیون و ۷۰۶ هزار و ۱۰۶ نفر رسیده است. همچنین در سال ۱۴۰۳، بیش از یک میلیون نفر دیگر به ایران مهاجرت کرده‌اند (یاراحمدی، ۱۴۰۳/۷/۲۵). نکته قابل توجه این است که آمارهای ارائه‌شده تنها مربوط به مهاجران قانونی بوده و مهاجران غیرقانونی در این ارقام لحاظ نشده است؛ بنابراین بر پایه دیدگاه کارشناسان این حوزه، مجموع تعداد مهاجران قانونی و غیرقانونی افغانستانی ساکن در ایران حداقل بین ۶ تا ۷ میلیون نفر تخمین زده شده است.

براین اساس، کشور ایران همانند بسیاری از کشورها برای ورود اتباع بیگانه به قلمرو خویش تمهیداتی از جمله اخذ روادید یا ویزا را پیش‌بینی کرده و امکان ورود اتباع بیگانه را به کشور خویش فراهم نموده تا از این طریق بتواند بر اعمال آنها

نظارت داشته باشد. کشور ایران به منظور بهبود مدیریت مهاجران و اتباع خارجی، در ماده ۸۶ برنامه هفتم توسعه (۱۴۰۳-۱۴۰۷)، سیاست‌هایی را برای ساماندهی مهاجران تدوین کرده است. این ماده، وزارت کشور را موظف ساخته است تا با همکاری دبیرخانه شورای عالی امنیت ملی، سازمان ملی مهاجرت را تأسیس کند. همچنین، وظایف این وزارتخانه شامل همکاری با نهادهایی نظیر وزارت امور خارجه، وزارت اطلاعات، سازمان اطلاعات سپاه پاسداران انقلاب اسلامی، مرکز آمار ایران، فرماندهی انتظامی جمهوری اسلامی، سازمان ثبت احوال و دیگر دستگاه‌های اجرایی می‌شود. بر اساس این ماده، وظایف این نهادها شامل تنظیم فرایندهای ورود، خروج، اخراج، سرشماری، آمایش سرزمینی و ثبت احوال اتباع بیگانه، پناهجویان و مهاجران قانونی و غیرقانونی است. هدف نهایی این اقدامات، ایجاد یک پایگاه داده مرکزی، جامع و برخط برای مدیریت اطلاعات این افراد است. همچنین تبصره ماده ۸۶ تصریح می‌کند که ارائه هرگونه خدمات به اتباع خارجی، به استثنای موارد اضطراری مانند درمان‌های فوری در شرایط تهدید جانی یا ضرورت‌های مرتبط با خطر جانی و حیثیتی در پرونده‌های کیفری، انتظامی و قضایی، تنها در صورتی مجاز خواهد بود که اطلاعات هویتی این افراد در سامانه مذکور ثبت شده باشد (قانون برنامه پنج‌ساله هفتم پیشرفت جمهوری اسلامی ایران، ۱۴۰۳/۴/۴). اما کشور ایران علی‌رغم اتخاذ تدابیر متنوع و گوناگون در راستای مدیریت و کنترل ورود اتباع خارجی به کشور با روندی فزاینده و شتاب‌زده در زمینه ورود و اقامت اتباع افغانستان، چه به صورت قانونی و چه غیرقانونی، مواجه بوده است. این روند به‌ویژه پس از تحولات سیاسی و امنیتی در افغانستان، به‌ویژه در پی بازگشت طالبان به قدرت، گسترش بیشتری یافته است. این تحولات به‌طور ویژه در زمینه امنیت ایران به یکی از چالش‌های پیچیده و حساس تبدیل شده که ضرورت توجه علمی و راهبردی به آن را دو چندان کرده است. درحقیقت، مسئله این پژوهش، نه صرفاً بررسی و تحلیل افزایش کمی مهاجرت اتباع افغانستان بلکه ابعاد و پیامدهای کیفی و ساختاری ناشی از حضور گسترده مهاجران افغان بر مؤلفه‌های مختلف امنیت ایران است؛ درحالی‌که بیشتر پژوهش‌ها و گفتمان‌های امنیتی پیشین، تمرکز خود را بر تأثیر مهاجرت بر امنیت نظامی، سیاسی و اقتصادی گذاشته‌اند، مسئله اصلی این است که در عصر حاضر، تهدیدهای ناشی از مهاجرت بیش از آنکه ماهیت سنتی و سخت‌افزاری داشته باشند، به شکل نرم‌افزاری و در حوزه‌های اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی خود را بروز می‌دهند، امری که می‌تواند تبعات عمیق‌تری را در عرصه‌های امنیتی به دنبال داشته

باشد. در واقع افزایش تراکم جمعیتی مهاجران افغان در مناطق مختلف ایران، به ویژه در کلان شهرها و مناطق حاشیه نشین، موجب بروز چالش‌های فراوانی در زمینه انسجام اجتماعی، همزیستی فرهنگی، و مشکلات زیست‌محیطی شده است. این تغییر و تحولات، در بسیاری از موارد از دید نهادهای رسمی امنیتی به ویژه در سطوح اولیه، مورد توجه قرار نمی‌گیرد؛ اما در بلندمدت ممکن است به فرسایش سرمایه اجتماعی، اختلال در فرایندهای فرهنگی و شکل‌گیری بسترهای بحرانی منتهی شود. در این راستا، پژوهش حاضر در تلاش است تا ابعاد مغفول مانده تأثیر حضور مهاجران افغان بر امنیت ایران را بررسی نماید. تمرکز ویژه این پژوهش بر سه حوزه امنیت اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی است. این سه حوزه از آن جهت مورد تأکید و توجه قرار گرفته است که تهدیدات نوین امنیتی در شرایط کنونی، دیگر به صورت عمده محدود به تهدیدات سخت‌افزاری مانند تجاوز نظامی یا نفوذ سیاسی نمی‌شوند بلکه نادیده گرفتن ابعاد نرم‌افزاری و مسائل انسانی، اجتماعی و محیطی می‌تواند به بحران‌های پنهان و تدریجی منتهی گردد که در صورت عدم مدیریت به موقع، به تهدیداتی بالقوه و گسترده‌تر برای امنیت کشور تبدیل شوند. به همین دلیل، بررسی و شناسایی پیامدهای مهاجرت اتباع افغانستان بر امنیت اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی ایران به منظور درک بهتر چالش‌ها و مدیریت بهینه آن‌ها از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.

۱. اهداف و سؤال پژوهش

اهمیت تأمین و حفظ امنیت در سطوح داخلی و خارجی از جنبه‌های مختلف مورد توجه قرار گرفته و نقش کلیدی در پایداری و توسعه دارد. این موضوع همواره یکی از اولویت‌های اصلی دولت‌ها در سیاست‌گذاری‌های داخلی و خارجی بوده است. مهاجرت اتباع افغانستان یکی از مسائلی است که می‌تواند تأثیرات مثبت و منفی بر امنیت کشور ایران داشته باشد؛ اما پژوهش حاضر به طور خاص به بررسی پیامدها و اثرهای منفی مهاجرت اتباع افغانستان در ایران، می‌پردازد. علی‌رغم اجرای سیاست‌هایی مانند الزام دریافت روایت و نیز تصویب ماده ۸۶ برنامه هفتم توسعه، ایران همچنان با افزایش ورود و اقامت قانونی و غیرقانونی اتباع افغانستان روبه‌رو است. این موضوع به یکی از چالش‌های مهم در زمینه امنیت اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی کشور تبدیل شده است. این پژوهش با هدف بررسی تأثیرات مهاجرت اتباع افغانستان بر ابعاد مختلف امنیت اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی ایران

صورت گرفته و درصدد است که نظرهای صاحب‌نظران علوم اجتماعی را که در خصوص موضوع مذکور، دانش نظری و تجربه اجرایی و پژوهشی دارند، مورد تحلیل قرار دهد. استفاده از دیدگاه‌های این صاحب‌نظران کمک می‌کند تا ابعاد پنهان، آثار منفی و پیچیدگی‌های این مسئله با شفافیت بیشتری آشکار شود. شناسایی دقیق این تأثیرات می‌تواند در ارتقای امنیت کشور نقشی مؤثر داشته باشد و به سیاست‌گذاران و پژوهشگران کمک کند تا راهکارهای کارآمدی برای مدیریت این چالش‌ها ارائه دهند. براین اساس این مقاله به دنبال پاسخگویی به این پرسش است که چه تأثیری مهاجرت اتباع افغانستان بر امنیت اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی ایران گذاشته است

۲. پیشینه پژوهش

کتاب «مهاجرت افغانستانی‌ها به ایران و تأثیر آن بر امنیت ملی (۱۳۵۷-۱۴۰۰)»، به بررسی جامع تاریخچه، دلایل و ویژگی‌های پناهندگی اتباع افغانستان به ایران پرداخته است. این اثر همچنین به صورت مختصر پیامدهای مهاجرت اتباع افغانستان بر حوزه‌های اقتصادی و اجتماعی ایران را تحلیل می‌کند (محمدی، ۱۴۰۰).

همچنین مقاله‌ای با عنوان «بررسی مؤلفه‌های سیاسی و اجتماعی تأثیرگذار بر امنیت مرزهای ایران: مطالعه موردی مرزهای شرقی ایران»، به تحلیل عوامل مؤثر بر امنیت مناطق مرزی پرداخته‌اند. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که علاوه بر عواملی نظیر مسائل قومی، نژادی و مذهبی، موضوع تغییرات جمعیتی ناشی از مهاجرت نیز می‌تواند به عنوان یکی از عوامل مهم و اثرگذار بر امنیت مرزها، به ویژه مرزهای شرقی کشور، مورد توجه قرار گیرد (برزگر و میرساردو، ۱۳۹۷، ص. ۲۲۲-۲۴۷).

همچنین نویسندگان مقاله‌ای با عنوان «تبیین پیامدهای مهاجرت اتباع کشور افغانستان بر جامعه ایران: موردی شهر قزوین»، به بررسی پیامدهای مهاجرت اتباع افغانستان پرداخته‌اند. این پژوهش با بررسی نگرش شهروندان قزوین نسبت به مهاجران افغان نشان می‌دهد که دیدگاه غالب میان شهروندان نسبت به این گروه از مهاجران چندان مثبت نیست. یافته‌های پژوهش نشان‌دهنده وجود فاصله اجتماعی چشمگیر بین مهاجران افغان و جامعه ایران است (کشاوری قاسمی و نادریپور، ۱۳۹۷، ص. ۲۸۹-۳۰۵).

نویسندگان مقاله با عنوان «شناخت و تحلیل پیامدهای امنیتی ناشی از حضور اتباع بیگانه افغانی در استان یزد»، معتقدند که حضور اتباع افغانستانی در استان یزد

می‌تواند تأثیرات منفی بر امنیت این استان در جنبه‌های مختلف بگذارد. این شرایط پیامدهای قابل توجهی به همراه دارد که از جمله می‌توان به افزایش بیکاری، بروز ناهنجاری‌ها و... اشاره کرد. علاوه بر این، فشار مضاعفی بر خدمات عمومی نظیر آموزش، بهداشت و رفاه اجتماعی وارد می‌شود و بار مالی سنگینی را بر اقتصاد استان تحمیل می‌کند (علی‌پور و دیگران، ۱۳۹۶، صص. ۷۹-۱۰۸).

مقاله‌ای با عنوان «بررسی تأثیرات حضور اتباع بیگانه در امنیت کشور با تأکید بر اتباع افغانی»، بر این باور است که ورود مهاجران افغانستانی تأثیرات منفی قابل توجهی بر امنیت ملی ایران داشته است. این پدیده منجر به افزایش بیکاری کارگران ایرانی و محرومیت اقتصادی نسبی شده و در نهایت موجب نارضایتی مردم ایران نسبت به عملکرد دولت شده است (عزیزی، ۱۳۹۷، صص. ۱۷۱-۱۹۰).

مقاله‌ای دیگر با عنوان «بررسی پیامدهای سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی مهاجران افغانستانی ساکن استان سیستان و بلوچستان» اشاره می‌کند که استان سیستان و بلوچستان به عنوان یکی از مناطق حساس برای حضور و تردد اتباع افغانستانی محسوب می‌شود و به دلیل غیرقانونی بودن وضعیت مهاجران، آن‌ها قادر به اشتغال رسمی یا استفاده از خدمات آموزشی و اجتماعی نیستند. این وضعیت آن‌ها را مجبور می‌سازد تا برای تأمین نیازهای خود در مشاغل غیررسمی و حتی فعالیت‌های مجرمانه فعالیت نمایند (رضا میرلطفی و آراسته، ۱۳۹۷، صص. ۱-۱۳).

نویسندگان مقاله‌ای تحت عنوان «تأثیر مهاجرت اتباع بیگانه بر امنیت ملی جمهوری اسلامی ایران»، معتقدند که یکی از مهم‌ترین آثار منفی مهاجرت اتباع بیگانه، ایجاد و تشدید فقر شهری، بحران اشتغال برای شهروندان ایرانی است (عباسیان و جلالوند، ۱۳۹۷، صص. ۷۷-۱۰۲).

در نهایت مقاله «بررسی آثار و پیامدهای فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی حضور مهاجران افغان در شهر زابل»، بر این باور است که حضور افغان‌ها در شهر زابل منجر به افزایش جرم و جنایت، افزایش بیکاری کارگران بومی شده است (بزی، ۱۳۸۵، صص. ۲۱-۳۶).

همچنین مقاله‌ای با عنوان «Afghan migrants in Iran in modern times»، معتقد است که در طول چند دهه گذشته، ایران به عنوان مقصد مهاجرت افغان‌ها مطرح بوده است. از این جهت وضعیت آنها به دلیل تغییرات داخلی و بین‌المللی ایران بی‌ثبات بوده و سیاست‌های مقامات ایرانی نقش مهمی در شرایط زندگی و کار آنها داشته و بالعکس اقامت افغان‌ها نیز در ایران پیامدهای منفی اقتصادی و سیاسی در

کشور ایران داشته است (Modrzejewska-Leniewska, 2020, pp. 9-30). همچنین پژوهشی دیگر با عنوان «Afghan immigrants in the world city of Yazd (Iran)»، بر این باور است که حضور مهاجران افغان دارای ابعاد چندگانه‌ای است که فرصت‌هایی برای توسعه اجتماعی و اقتصادی فراهم می‌کند و هم چالش‌هایی برای مدیریت اجتماعی و امنیتی ایجاد می‌نماید؛ بنابراین تدوین سیاست‌های منسجم و عادلانه در قبال این گروه، برای حفظ منافع ملی ضروری است (Afshani & Shir, 2023, pp. 12-18). مقاله‌ای با عنوان «Challenges And Opportunities Of Afghanistan Nationals, Presence In The Islamic Republic Of Iran And Its Impact On The National Security During Taliban,s Tenure And Post-Taliban Governance»، معتقد است حضور اتباع افغان در ایران، پدیده‌ای دوجوهی است: از یک‌سو دارای ظرفیت‌های اقتصادی، فرهنگی و حتی سیاسی برای ایران است و از سوی دیگر، در صورت نبود سیاست‌گذاری صحیح، می‌تواند موجب تهدیداتی در حوزه امنیت ملی، نظم عمومی و روابط خارجی ایران شود (Mohammadi & others, 2018, pp. 5-11).

منابع ارائه شده در قسمت پیشنهاد پژوهش، با وجود دستاوردهایی که داشته‌اند، اغلب معطوف به اثرهای مهاجرت در حوزه‌های اقتصادی یا نظامی بوده و کمتر به آن‌دسته از جنبه‌های بنیادین امنیت ملی توجه کرده‌اند که در قالب امنیت اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی تعریف می‌شوند. در واقع، نوعی خلأ تحلیلی در مطالعات موجود نسبت به لایه‌های پنهان‌تر این پدیده وجود دارد؛ لایه‌هایی که در صورت غفلت از آن‌ها، می‌توانند در آینده به کانون‌های بحران‌ساز برای کشور تبدیل شوند. همچنین معدود پژوهش‌های که تأثیر مهاجرت اتباع افغانستان را بر حوزه اجتماعی و فرهنگی امنیت بررسی کرده‌اند، بیشتر بر روی جرائم اجتماعی نظیر سرقت، قتل و... متمرکز شده‌اند؛ در صورتی که این پژوهش درصدد است که تمام تأثیرهای مهاجرت‌های مذکور را در حوزه اجتماعی و فرهنگی و حتی زیست‌محیطی شناسایی نماید. همچنین اکثریت این پژوهش‌ها با روش توصیفی - تحلیلی به بررسی این موضوع پرداخته‌اند و به صورت متمرکز دیدگاه صاحب‌نظران علوم اجتماعی را در خصوص این موضوع بررسی نکرده‌اند؛ در صورتی که بررسی و شناخت دیدگاه صاحب‌نظران علوم اجتماعی می‌تواند ابعاد این موضوع را دقیق‌تر و شفاف‌تر نمایان سازد و به کارگزاران برای سیاست‌گذاری در این حوزه یاری رساند؛ بنابراین این پژوهش در تلاش است تأثیر مهاجرت اتباع افغانستان بر امنیت اجتماعی - فرهنگی

و زیست‌محیطی ایران را از منظر صاحب‌نظران علوم اجتماعی با «روش دلفی و تکنیک شانون» بررسی نماید.

۳. چهارچوب مفهومی

۳-۱. مهاجر و مهاجرت

مهاجر به فردی اطلاق می‌شود که محل زندگی خود را ترک کرده و به مکانی دیگر نقل مکان می‌کند. مهاجرت نیز به معنای جابه‌جایی افراد از یک مکان به مکانی دیگر برای تغییر محل زندگی تعریف می‌شود. در معنای کلی، این واژه به ترک یک منطقه و استقرار در منطقه‌ای جدید اشاره دارد که ممکن است موقتی یا دائمی باشد و اغلب با هدف ارتقاء کیفیت زندگی انجام می‌شود. این جابه‌جایی ممکن است به دلایلی مانند کسب شغل یا زندگی در محیطی متفاوت انجام گیرد (عمید، ۱۳۸۹، ص. ۱۱۳۶). از نظر اصطلاحی، مهاجرت به مجموعه‌ای از فرایندهای چندوجهی گفته می‌شود که شامل عبور افراد، خانواده‌ها یا گروه‌ها از مرزهای سیاسی یک کشور است. این فرایند به گونه‌ای انجام می‌شود که در نهایت، به استقرار و سکونت آن‌ها در یک منطقه جغرافیایی جدید منجر شود. به تعبیر دیگر، مهاجرت به فرایند نقل مکان افراد از کشوری به کشور دیگر اطلاق می‌شود، به شرط آنکه فرد در کشور مقصد شهروند رسمی نباشد. این نوع جابه‌جایی معمولاً اقامت بلندمدت را دربرمی‌گیرد و شامل سفرهای کوتاه‌مدت و موقتی نمی‌شود. با وجود این، انتقال فصلی نیروی کار برای دوره‌های زمانی کمتر از یک سال نیز در برخی موارد به‌عنوان نوعی از مهاجرت شناخته می‌شود (Boyle, 2009, p. 109).

جابه‌جایی مکانی افراد معمولاً در پی تلاش برای ترک موقعیت‌های نامساعد و دستیابی به شرایط مطلوب‌تر رخ می‌دهد. نخستین عامل مهاجرت، جنگ و ناامنی است. از دیرباز، جنگ‌ها یکی از اصلی‌ترین دلایل ترک محل زندگی بوده‌اند؛ زیرا افراد برای یافتن محیطی امن، مجبور به ترک شهر یا کشور خود می‌شوند. دومین عامل، مسائل اقتصادی است. بحران‌های مالی و اقتصادی می‌توانند کیفیت زندگی را به شدت کاهش دهند و افراد را به سمت مناطقی با شرایط اقتصادی مناسب‌تر، نظیر فرصت‌های شغلی بهتر یا امکانات مسکن مطلوب‌تر، هدایت کنند. عامل سوم، آموزش است. بسیاری از افراد برای بهره‌مندی از امکانات آموزشی پیشرفته‌تر، محل زندگی خود را ترک می‌کنند. این نوع مهاجرت، اغلب به بازگشت افراد به کشورشان پس از پایان تحصیلات منجر می‌شود. چهارمین عامل، آزادی و امنیت اجتماعی است.

محدودیت‌های زندگی در محیط‌های پرتنش، همراه با سلب حقوق اجتماعی و سیاسی، موجب می‌شود که افراد از کشور خود مهاجرت نمایند و به‌دنبال مکانی باشند که آزادی و امنیت روانی بیشتری برایشان فراهم کند. آخرین عامل، شرایط اقلیمی است. در برخی مناطق، مشکلات جغرافیایی مانند خشکسالی، کمبود منابع غذایی، بلایای طبیعی (مانند: زلزله یا سیل) و... افراد را مجبور به مهاجرت می‌کند (عصار و بیابانی، ۱۳۸۶، ص. ۱۵۵).

همچنین مهاجرت‌ها معمولاً به دو نوع اصلی تقسیم می‌شوند: داخلی و خارجی. مهاجرت‌های داخلی به جابه‌جایی افراد در مرزهای یک کشور اشاره دارد. این جابه‌جایی‌ها ممکن است روزانه باشد؛ مانند رفت‌وآمد افرادی که از مناطق حومه یا شهرک‌های اطراف به شهرهای بزرگ سفر می‌کنند تا به محل کار یا مراکز خدماتی دسترسی داشته باشند و شب‌هنگام به خانه‌هایشان بازگردند. نوع دیگری از مهاجرت داخلی، فصلی است که شامل حرکت عشایر یا انتقال کارگران به مناطق روستایی در زمان برداشت محصولات کشاورزی می‌شود. درمقابل، مهاجرت‌های خارجی زمانی رخ می‌دهند که افراد از کشوری به کشور دیگر کوچ می‌کنند. این نوع مهاجرت گاهی اختیاری است و هدف آن می‌تواند بهره‌مندی از شرایط بهتر اقتصادی، دسترسی به منابع بیشتر، یا بهبود کیفیت زندگی باشد. در برخی موارد، مهاجرت به‌صورت اجباری انجام می‌شود و دلایل آن به عواملی همچون فشارهای سیاسی، درگیری‌های قومی، جنگ‌ها و بحران‌های مشابه بازمی‌گردد. این نوع مهاجرت اغلب تحت شرایط ناخواسته و بحرانی رخ می‌دهد و مهاجران را ناچار به ترک محل زندگی خود برای حفظ جان و امنیتشان می‌کند (اصلائی، ۱۳۸۸، ص. ۶۰).

برخی از متخصصان علوم اجتماعی، مهاجرت را بر اساس مدت زمان اقامت در مقصد، به دو دسته تقسیم می‌کنند: ۱- مهاجرت‌های موقت (کوتاه‌مدت): در این نوع مهاجرت، فرد کمتر از یک سال در مقصد می‌ماند و هدف از آن معمولاً بازگشت به محل سکونت قبلی است. این مهاجرت‌ها معمولاً به‌دلیل فرصت‌های شغلی موقتی یا نیاز به فعالیت در فصول خاصی از سال، مانند دوره برداشت محصولات کشاورزی، صورت می‌گیرند. پس از اتمام این دوره، فرد دوباره به مکان اولیه خود بازمی‌گردد. ۲- مهاجرت‌های بلندمدت (دائم): این نوع مهاجرت به زمانی اطلاق می‌شود که فرد بیش از یک سال در مقصد اقامت می‌کند. یکی از ویژگی‌های کلیدی مهاجرت‌های دائمی، تصمیم مهاجر به عدم بازگشت به کشور خود است که عامل اصلی این نوع مهاجرت محسوب می‌شود. همچنین، مهاجرت‌ها معمولاً بر اساس خواست و نیاز فرد

به دو دسته تقسیم می‌شوند: دسته اول، مهاجرت‌های ارادی که معمولاً به‌طور انفرادی و برای بهبود شرایط زندگی و جستجوی فرصت‌های شغلی انجام می‌شود و دسته دوم، مهاجرت‌های اجباری است که به‌دلیل شرایط اقتصادی، اجتماعی، سیاسی یا دیگر عوامل ضروری، به‌صورت فردی یا جمعی صورت می‌گیرد (زنجانی، ۱۳۸۰، ص. ۱۵). علاوه‌براین دسته‌بندی‌ها، برخی از صاحب‌نظران مهاجرت را از جنبه حقوقی به دو بخش تقسیم می‌کنند: مهاجرت قانونی که در آن فرد مهاجر مجوز لازم برای ورود و اقامت در کشور مقصد را دارد و مهاجرت غیرقانونی که در آن فرد بدون داشتن مجوز مناسب وارد کشور مقصد می‌شود یا مجوز اقامت او منقضی شده است (Andreas & Straubhaar, 1998, p. 27).

۳-۲. امنیت

واژه امنیت از ریشه لاتین *Securus* و ریشه عربی «امن» مشتق شده است. این مفهوم در زبان عربی با اصطلاحاتی مانند: «استیمان»، «ایمان» و «ایمنی» ارتباط دارد و به معنای اطمینان، آرامش و حفاظت از تهدیدات به‌کار می‌رود. این واژه در لغت به معنای در امان بودن و برخوردار بودن از مصونیت در برابر خطرها، تهدیدها و آسیب‌ها است و به حالتی اشاره دارد که در آن فرد یا جامعه از دلهره، اضطراب و نگرانی مصون بوده و احساس آرامش و اطمینان دارد (آشوری، ۱۳۸۷، ص. ۳۸). در معنای لغوی، «امن» به معنای عدم تهدید، وضعیت آرام و مطمئن است که فرد در آن به‌راحتی می‌تواند از زندگی خود لذت ببرد (Mandel, 1994, p. 44). واژه امنیت را می‌توان دارای دو جنبه ایجابی و سلبی دانست. جنبه ایجابی این مفهوم بر ایجاد شرایط و امکاناتی تمرکز دارد که حس آرامش، اطمینان و اعتماد را در میان شهروندان تقویت کند. درمقابل، جنبه سلبی آن به معنای نبود هرگونه تهدید یا آسیب جانی، مالی و روانی از سوی عوامل داخلی یا خارجی است (نصری، ۱۳۸۱، ص. ۱۱۴).

همچنین مفهوم امنیت در سطح داخلی (ملی)، به وضعیتی اطلاق می‌شود که در آن منافع حیاتی و ارزش‌های بنیادین یک کشور از خطرها و تهدیدهای خارجی و داخلی محافظت می‌شود (مجتهدزاده، ۱۳۸۱، ص. ۷۸). به‌تعبیردیگر، مفهوم امنیت به معنای شرایطی است که در آن ملت از خطرهایی مانند از دست دادن بخشی از سرزمین، جمعیت، هویت ملی، زبان، فرهنگ خود محافظت شده‌اند. این مفهوم می‌تواند به‌عنوان فضایی ملی و فراملی در نظر گرفته شود که در آن دولت توانایی تأمین و حفاظت از تمامیت ارضی، استقلال سیاسی و اقتصادی و ارزش‌های فرهنگی

و معنوی خود را در برابر تهدیدها و خطرهای داخلی و خارجی دارد (ربیعی، ۱۳۸۳، ص. ۱۳۵). همچنین امنیت دارای ابعاد متفاوت می‌باشد که پژوهش حاضر، بر روی امنیت اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی متمرکز می‌باشد.

۳-۲-۱. امنیت اجتماعی

امنیت اجتماعی به وضعیتی اطلاق می‌شود که در آن افراد یک جامعه از تهدیدها و خطرهای گوناگون در جنبه‌های مختلف زندگی خود مصون هستند. این مفهوم، به سیاست‌ها و تدابیری اشاره دارد که هدف آن‌ها ایجاد اطمینان، آرامش و آسایش نسبی برای اعضای جامعه و ارتقای کرامت اجتماعی در روابط و تعاملات میان افراد است. به عبارت دیگر، امنیت اجتماعی به معنای محافظت از افراد در برابر تهدیدها و تعرضات به جان، دارایی، آزادی، شرف، حیثیت، شغل و سایر حقوق اساسی آن‌ها می‌باشد (نوبدینیا، ۱۳۸۲، ص. ۶۲). از منظر باری بوزان^۱ زمانی امنیت اجتماعی مطرح خواهد بود که نیروی بالقوه یا بالفعلی به‌عنوان تهدید برای هویت اجتماعی وجود داشته باشد که فرد خود را عضو یک گروه اجتماعی بداند. به تعبیر دیگر این امنیت زمانی مطرح می‌شود که افراد و گروه‌های اجتماعی احساس کنند رفاه، هستی و هویت آن‌ها در معرض تهدید قرار دارد. این نوع امنیت، نشان‌دهنده توانایی یک جامعه در حفاظت از هویت ملی، حفظ پیوندهای اجتماعی و تداوم سنت و آداب و رسوم در مواجهه با تغییرات محیطی و در برابر تهدیدات واقعی یا احتمالی است. بوزان مفهوم ارگانیکی امنیت اجتماعی را با مفهوم هویت یکسان دانسته و امنیت اجتماعی را مترادف با امنیت هویت تلقی می‌کند. این امر بدین معناست که هرگونه تهدید علیه امنیت اجتماعی، هویت جامعه (هویت جمعی) را مخدوش می‌کند. از نظر وی، یکی از تهدیدات امنیت اجتماعی یا امنیت هویت، مهاجرت به‌ویژه مهاجرت اجباری است (Buzan, 1998, p. 94).

۳-۲-۲. امنیت فرهنگی

اگر امنیت را به‌عنوان احساس آزاد بودن از ترس یا اطمینان از مصونیت در برابر تهدیدات در نظر بگیریم و فرهنگ را مجموعه‌ای از باورها، ارزش‌ها و هنجارهایی که در یک جامعه جریان دارد تعریف کنیم، در این صورت، امنیت فرهنگی را می‌توان به‌عنوان تضمین ایمنی و حفاظت از این باورها، ارزش‌ها و هنجارها در برابر هرگونه

1. Barry Buzan

تهدید و آسیب‌دیدگی شناسایی کرد. به تعبیردیگر این امنیت، به معنای توانایی جامعه برای حفظ و گسترش هنجارها و ارزش‌های فرهنگی خود در شرایطی که با چالش‌ها و تحولات روبه‌روست، اطلاق می‌شود. در واقع امنیت فرهنگی، حفاظت از ارزش‌ها و آزادی‌های فرهنگی فرد و جامعه است و به شرایطی اشاره دارد که جامعه می‌تواند به ترویج و نگهداری هویت فرهنگی خود بدون ترس از تهدیدات بیرونی یا تغییرات غیرخواسته بپردازد (احمدی، ۱۳۸۴، ص. ۱۲۶).

۳-۲-۳. امنیت زیست‌محیطی

این امنیت بر اهمیت حفظ منابع طبیعی و تنوع زیستی تأکید دارد. این مفهوم شامل تمامی تدابیر و سیاست‌گذاری‌های است که به حفظ سلامت محیط زیست، مدیریت پایدار منابع طبیعی، جلوگیری از تخریب اکوسیستم‌ها می‌پردازد. به عبارت دیگر، امنیت زیست‌محیطی به حفظ منابع طبیعی برای نسل‌های آینده و تضمین بقا و توسعه متوازن در طولانی‌مدت اشاره دارد (احمدی، ۱۳۸۴، صص. ۱۲۴-۱۲۷).

۳-۳-۳. ارتباط مهاجرت و امنیت

با توجه به شرحی که از مفاهیم و ابعاد امنیت و مهاجرت ارائه شد، می‌توان ارتباط دوسویه و تأثیرات متقابل میان مفاهیم را به خوبی شناسایی کرد. با توجه به گستردگی مفهومی که در امنیت وجود دارد، ضروری است تا از محدود کردن آن به امنیت نظامی - سیاسی صرف خودداری کرده و جنبه‌های دیگر مانند: حوزه‌های اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی را نیز در این مفهوم گنجانند. به این دلیل که در عصر کنونی پیامدهای مهاجرت نه تنها بر امنیت نظامی - سیاسی تأثیر می‌گذارد بلکه می‌تواند تهدیدات و چالش‌های بیشتری را در دیگر حوزه‌ها مانند اجتماع، فرهنگ و محیط زیست ایجاد کند (پای و دیگران، ۱۳۸۰، ص. ۱۶۰).

۳-۳-۱. مهاجرت و امنیت اجتماعی

حضور مهاجران، اعم از قانونی و غیرقانونی، می‌تواند موجب بروز مشکلات و آسیب‌های اجتماعی در کشور میزبان شود. بسیاری از پژوهشگران در حوزه امنیت بر این باورند که بیشتر مهاجرت‌ها، به‌ویژه در کشورهای در حال توسعه، ناشی از مشکلات اقتصادی و نه سرمایه‌گذاری یا معیارهای علمی و نخبگانی است. این نوع مهاجرت‌ها معمولاً با مشکلات اجتماعی همراه است، مانند ازدواج زنان محلی با اتباع

بیگانه که منجر به بلا تکلیفی و رهاشدگی آن‌ها می‌شود. علاوه بر این، در چنین شرایطی نزاع‌های گروهی، خشونت‌های فیزیکی، تجاوزهای جنسی، خرید و فروش مواد مخدر، سرقت و دیگر مشکلات اجتماعی نیز به چشم می‌خورد. حتی برخی از مهاجران به منظور کار مهاجرت نمی‌کنند بلکه از آنجا که مرتکب جرم شده‌اند، از کشور خود فرار کرده و به دنبال پناهگاهی می‌گردند (Anoil, 1992, pp. 35-36).

همچنین بسیاری از مهاجران از لحاظ تحصیلی و مهارتی در پایین‌ترین سطح قرار دارند و به گروه‌های کم‌درآمد جامعه مقصد می‌پیوندند که این موضوع تأثیر مستقیمی بر تشدید محرومیت در ساختار اجتماعی دارد (Balbo & marconi, 2006, p. 710) و باعث افزایش فقر در جامعه می‌گردد. افزون بر این‌ها، مهاجران اغلب به دلیل تأمین معاش، سخت‌ترین شغل‌ها را با پایین‌ترین دستمزدها می‌پذیرند و اغلب جایگزین نیروی کار بومی در بسیاری از مشاغل می‌شوند و شانس استخدام برای شهروندان کشور میزبان را کاهش می‌دهند (علاءالدینی و امامی، ۱۳۸۴، ص. ۱۶۹). همچنین بسیاری از مهاجران برای تأمین معاش خود در کشور مقصد ممکن است وارد فعالیت‌های غیرقانونی مانند: سرقت، قاچاق مواد مخدر، قاچاق کالا، جعل مدارک و... شوند. این وضعیت به‌ویژه زمانی شدت می‌گیرد که مهاجران از حداقل حمایت‌های دولتی نیز محروم هستند. در این شرایط، مشکلاتی همچون بیکاری، فقر و فساد بیشتر می‌شود و دولت میزبان با چالش‌های جدی مواجه می‌گردد؛ بنابراین موارد طرح شده، می‌تواند موجب بروز خشم و نارضایتی در میان مردم شده و فشارهای اجتماعی شدیدی به وجود آورد. در نهایت، این وضعیت می‌تواند انسجام اجتماعی را تضعیف و امنیت اجتماعی کشور میزبان را به مخاطره بی‌اندازد (Buzan, 1998, p. 94).

۳-۲-۳. مهاجرت و امنیت فرهنگی

در این زمینه، امنیت غالباً به هویت‌های اجتماعی همچون دین و ملیت اشاره دارد که می‌توانند تأثیر زیادی بر استقلال و تمامیت کشور داشته باشند. در عرصه روابط بین‌الملل، تهدیدات خارجی که به ابعاد فرهنگی و اجتماعی مرتبط هستند، این تهدیدات اغلب نسبت به خطرهای نظامی و سیاسی شدیدتر به نظر می‌رسند؛ حتی اختلافات ایدئولوژیک در عرصه‌های سیاسی ممکن است منجر به بروز بحران‌های عمیق اجتماعی و فرهنگی شوند و چالش‌های پیچیده‌ای را برای جوامع ایجاد کنند (Buzan, 1998, p. 104). همچنین اغلب مهاجران گروه‌هایی هستند که در برابر

همسان‌سازی با فرهنگ و ارزش‌های کشور میزبان مقاومت می‌کنند و بیشتر تمایل دارند به کشور مبدأ خود متصل بمانند. این نگرش باعث بروز شک و تردید در وفاداری آن‌ها به کشور میزبان می‌شود و احساس بی‌اعتمادی را در جامعه ایجاد می‌کند (Graham & Poko, 2000, p. 46). در واقع، زبان، مذهب و سنت‌های فرهنگی هریک به‌طور جداگانه نقش مهمی در شکل‌گیری تفکرات حکومتی دارند و بنابراین نیاز به مقابله با تأثیرات فرهنگی ناشی از مهاجرت احساس می‌شود. در بلندمدت، تأثیرات اجتماعی مهاجران بیشتر در شکل‌گیری اقلیت‌های قومی در کشور میزبان نمود می‌یابد. ورود مهاجرانی با فرهنگ‌ها و قومیت‌های مختلف به جوامع همگن و یک‌دست می‌تواند این جوامع را به سمت تبدیل شدن به جوامع چندفرهنگی و چندقومیتی سوق دهد (Buzan, 1998, p. 110). با وجود اینکه در عصر جهانی شدن، سیاست‌ها و اقتصادها به‌سرعت فرامرزی شده و از مرزهای ملی عبور می‌کنند، هویت‌های قومی و ملی همچنان در برابر این پدیده مقاومت دارند. دلیل این مقاومت آن است که مهاجران بین‌المللی همچنان به‌عنوان یک نگرانی اجتماعی در نظر گرفته می‌شوند. نگرانی‌های موجود ناشی از تهدید بالقوه‌ای است که مهاجران می‌توانند برای استحکام هویت ملی و ساختار دولت - ملت ایجاد کنند. مهاجران ممکن است با تشکیل اقلیت‌های قومی، مذهبی، زبانی و به‌ویژه نژادی، ساختارهای اجتماعی و فرهنگی جامعه میزبان را دچار تغییرات عمده‌ای کنند. علاوه‌براین، مهاجران ممکن است با نقض هنجارها و ارزش‌های فرهنگی جامعه میزبان، موجب واکنش‌های منفی و خشم شهروندان آن کشور شوند. این تنش‌های فرهنگی نه‌تنها به‌عنوان تهدیدی جدی برای امنیت ملی شناخته می‌شوند بلکه توانایی دارند روابط سیاسی میان کشور میزبان و کشور مبدأ مهاجران را دچار اختلال کنند. چنین وضعیتی می‌تواند پیامدهایی در سطح امنیت منطقه‌ای و حتی بین‌المللی به همراه داشته باشد. در واقع جوامع از ظرفیت‌های محدودی برای پذیرش مهاجران برخوردارند و در صورتی که این ظرفیت‌ها به حد اشباع برسد، پیوستگی اجتماعی و سیاسی کشور به مخاطره خواهد افتاد. در دوران رکود اقتصادی و بحران‌های مالی، احساسات ضد مهاجر و بیگانه‌ستیز تشدید می‌شود. در این شرایط، مهاجرانی که از لحاظ فرهنگی و اجتماعی با جامعه میزبان سازگاری بیشتری دارند، معمولاً با پذیرش بهتری مواجه می‌شوند. در مقابل، مهاجرانی که تفاوت‌های برجسته‌تری از نظر نژادی و فرهنگی با جامعه میزبان دارند، اغلب با واکنش‌های منفی بیشتری روبه‌رو می‌شوند. به‌همین دلیل، طبیعی است که کشورها در فرایند

پذیرش یا رد مهاجران، عواملی چون ویژگی‌های قومی، فرهنگی، مذهبی و آن‌ها را مورد توجه قرار دهند (Buzan, 1998, p. 111).

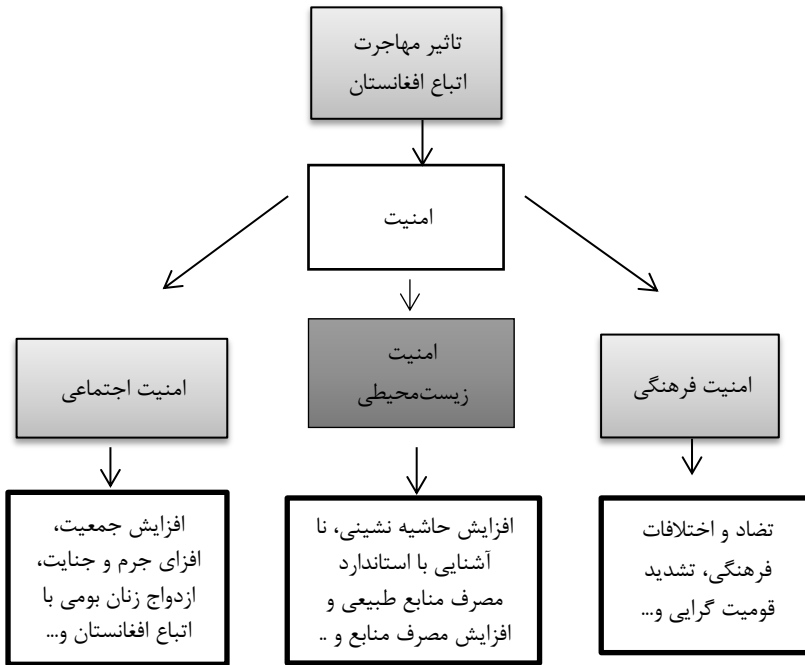
۳-۳-۳. مهاجرت و امنیت زیست‌محیطی

محیط طبیعی شهر، به‌عنوان فضایی که افراد در آن سکونت دارند و فعالیت‌های خود را انجام می‌دهند، دارای محدودیت‌های در زمینه امکانات و ظرفیت‌ها است. به‌همین دلیل، مدیران شهری هنگام ارائه خدمات اجتماعی به شهروندان با چالش‌های فنی، مهندسی و همچنین محدودیت‌های قانونی زیادی روبه‌رو هستند که این موانع به‌طور ناخواسته تأثیرات منفی بر عملکرد آن‌ها در زمینه‌های کمی و کیفی دارد. در چنین شرایطی، در شهری با ظرفیت‌های محیطی محدود، تنها یک حجم خاص از جمعیت و فعالیت‌ها قادر به‌جای‌گیری است. با افزایش جمعیت و فعالیت‌ها در این فضا، محدودیت‌های موجود موجب برهم‌خوردن تعادل میان عناصر فضایی شده و منجر به ایجاد ناهمگونی و بی‌تعادلی شدید در ساختار و سازمان فضایی شهر می‌شود (محمدپور، ۱۳۸۹، ص. ۱۶۷).

الگوی توسعه شهری اخیر در بسیاری از کشورهای جهان، به‌ویژه در کشورهای در حال توسعه، با دو ویژگی مهم نظیر افزایش رو به رشد جمعیت شهری و توزیع نامتوازن آن در نواحی مختلف شهری روبه‌رو است. علاوه‌براین، مهاجرت می‌تواند به مشکلاتی همچون حاشیه‌نشینی، ناهماهنگی در ساختار اجتماعی، ناکارآمدی در ارائه خدمات اجتماعی و فشار مضاعف بر منابع طبیعی منجر شود. در واقع، مهاجرت افرادی با پایگاه‌های فکری، فرهنگی و اجتماعی متفاوت می‌تواند زمینه‌ساز بروز جرم و ناهنجاری در جامعه گردد. به‌عبارت‌دیگر، فضای متراکم با ترکیب اجتماعی ناهمگون نه‌تنها به‌خودی‌خود مستعد ایجاد جرم است بلکه برای ورود مجرمان از مناطق دیگر و گسترش جرم و ناهنجاری‌ها نیز جذابیت ایجاد می‌کند. مجرمان، با درک هوشمندانه‌ای که از جغرافیای شهری دارند، مناطقی خاص را برای ارتکاب جرم انتخاب می‌کنند. یکی دیگر از اثرهای منفی ناشی از فشار جمعیتی و پدیده تراکم در سازمان‌دهی فضای شهری، افزایش مصرف منابع طبیعی توسط مهاجران است. در بسیاری از موارد، مهاجران از استانداردهای مصرف منابع در کشور میزبان آگاه نیستند یا همکاری کافی در زمینه استفاده بهینه از منابع طبیعی ندارند که این امر فشار بیشتری بر منابع موجود وارد می‌کند (Buzan, 1998, p. 95).

با تأسی از موارد ذکر شده، می‌توان اذعان کرد که مهاجرت قانونی و غیرقانونی به

اغلب کشورها به ویژه کشورهای در حال توسعه می‌تواند منجر به چالش‌های اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی در حوزه امنیت گردد. نمودار ۱، تأثیر مهاجرت بر امنیت در حوزه‌های اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی را نشان می‌دهد.



منبع: (برگرفته از تحقیق)

شکل (۱): تأثیر مهاجرت بر امنیت اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی

۴. روش پژوهش

برای انجام این مقاله از روش دلفی^۱ استفاده شد. این روش، تکنیک ارتباطی ساختمان است که در اصل به منظور پیش‌بینی سامانمند و تعاملی با تکیه برهم‌اندیشی صاحب‌نظران ابداع شده و توسعه پیدا کرده است. این روش، عمدتاً اهدافی چون کشف ایده‌های نوآورانه، قابل اطمینان یا تهیه اطلاعاتی مناسب به منظور تصمیم‌گیری را دنبال می‌کند. درحقیقت، از این روش برای پژوهش‌های استفاده می‌شود که اطلاعات دقیق و آمار خاصی از مسئله پژوهش وجود ندارد؛ بنابراین از دانش و تخصص جمعی از صاحب‌نظران در زمینه مسئله پژوهش، استفاده

1. Delphi method

می‌گردد تا بر اساس اتفاق نظر صاحب‌نظران، تصمیم‌گیری صورت گیرد. به تعبیر دیگر، این روش زمانی مؤثر است که نیاز به همفکری چندین متخصص برای شناسایی ایده‌های نوآورانه و پیش‌بینی تصمیمات راهبردی بلندمدت وجود دارد؛ اما شرایط و امکانات لازم برای گردهم‌آوردن این افراد فراهم نباشد، در چنین مواردی، از روش دلفی استفاده می‌شود (Linstone, 2002, p. 55).

افرادی که در این روش، مشارکت می‌کنند به‌عنوان، اعضای پانل دلفی شناخته می‌شوند و انتخاب اعضای پانل از مهم‌ترین مراحل روش دلفی است؛ زیرا اعتبار نتایج به شایستگی این افراد بستگی دارد. برای انتخاب شرکت‌کنندگان در روش دلفی، چهار مؤلفه اصلی در خصوص تخصصشان باید مدنظر قرار گیرد. این چهار مؤلفه شامل: دانش در زمینه موضوع مورد بررسی، ظرفیت و تمایل به مشارکت، زمان کافی برای شرکت در مطالعه دلفی، و مهارت‌های ارتباطی مؤثر است. همچنین در مطالعات پیشین، حجم نمونه در روش دلفی، بین ۵ تا ۲۵ نفر تعیین شده است. نکته حائز این اهمیت است که زمانی که میان اعضای پانل تجانس وجود داشته باشد، تعداد ۱۰ الی ۱۵ نفر برای انجام روش دلفی کافی خواهد بود (Hus, 2007, pp. 10-11)؛ البته در این پژوهش، برای حفظ اعتبار پژوهش و با در نظر گرفتن ریزش پاسخ‌دهندگان در طول فرایند این روش، ۲۵ نفر شناسایی شدند که پس از غربالگری و اعمال شاخص‌های مورد نظر برای اعضای پانل، فهرستی ۱۸ نفر از صاحب‌نظران در رشته علوم اجتماعی (تمام گرایش‌ها) بر پایه تخصصشان انتخاب شدند. ملاک انتخاب این افراد شامل ویژگی‌هایی مانند پژوهشگر بودن و داشتن مدرک دکتری در رشته علوم اجتماعی (شامل تمام گرایش‌های این رشته می‌شود) بود و تمامی شرکت‌کنندگان این ویژگی‌ها را داشتند؛ اما نکته حائز اهمیت این است که از این ۱۸ نفر، ۱۴ نفر اعلام آمادگی کردند؛ اما تنها ۱۰ نفر به پرسش‌نامه، پاسخ دادند؛ بنابراین اعضای پانل در این پژوهش، ۱۰ نفر تعیین گردید.

۴-۱. رویه انجام پژوهش

از منظر لینستون^۱، این روش سه ویژگی مهم نظیر ناشناس بودن^۲، أخذ بازخورد^۳ و تکرار^۴ دارد (Hus, 2007, pp. 10-11). بدین ترتیب مرحله (رانند) اول این روش با

1. Harlod Linstone
2. Anonymity
3. Feedback
4. Iteration

مصاحبه باز با اعضا پانل آغاز شد. پژوهشگران داده‌های موجود از مطالعات منابع پیشین را در اختیار اعضا قرار داده و نظراتشان را در خصوص موضوع مذکور (تأثیرهای مهاجرت اتباع افغانستان بر امنیت اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی ایران) را جویا شدند. پس از گردآوری پاسخ اعضا، پرسش‌نامه بسته‌ای در قالب طیف لیکرت تهیه و در اختیار اعضا قرار گرفت تا به اولویت‌بندی جنبه‌های مختلف موضوع بپردازند. در این مرحله، اعضا نظر خود را بدون مراجعه به سایر اعضای پانل ارائه دادند و اعضا از حضور دیگر اعضا اطلاعی نداشتند (ویژگی ناشناس بودن). سپس پژوهشگران نتایج مرحله اول را جمع‌آوری و بدون ذکر نام اعضا برای هریک از آنها ارسال کردند تا دیگر اعضا از پاسخ‌های آنان مطلع شوند (ویژگی أخذ بازخورد). در مرحله دوم، با ارائه نتایج مرحله اول به اعضا، هریک بار دیگر نظر خود را ابراز کردند و این فرایند تا مرحله سوم تکرار و ادامه پیدا کرد (ویژگی تکرار). در این مرحله، فهرستی از موضوعات با اجماع و بدون اجماع برای اعضا ارسال شد که این مرحله آخرین فرصت برای تجدیدنظر و داوری نهایی اعضا بود که در نهایت اجماع (اتفاق نظر) بین اعضا ایجاد شد و سپس پژوهشگران، به تجزیه و تحلیل یافته‌های به‌دست‌آمده از اجماع اعضای پانل پرداختند.

سپس برای تحلیل و بررسی اطلاعات به‌دست‌آمده از روش دلفی، از تکنیک شانون استفاده شد. این تکنیک شامل یک فرمول ریاضی است که به‌منظور تحلیل داده‌ها به کار می‌رود و نسبت به روش‌های سنتی مانند فراوانی و میانگین، دقت و اعتبار بالاتری دارد. تکنیک شانون به‌ویژه در تعیین اولویت‌ها و ارزیابی اهمیت شاخص‌ها به‌طور مؤثری عمل می‌کند و امکان استخراج نتایج دقیق‌تر را فراهم می‌آورد.

۵. یافته‌های پژوهش

۵-۱. توصیف یافته‌های پژوهش

سؤال پژوهش حاضر این بود که: چه تأثیری مهاجرت اتباع افغانستان بر امنیت اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی ایران گذاشته است؟ برای پاسخگویی به این پرسش در مرحله اول، پژوهشگران در مصاحبه‌ها تلاش کردند تا دیدگاه‌های اعضای پانل (صاحب‌نظران) را در مورد تأثیر مهاجرت اتباع افغانستان بر امنیت اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی ایران به‌دست آورند. سپس داده‌های به‌دست‌آمده از مطالعه منابع پیشین را در اختیار اعضای پانل قرار داده و از آن‌ها خواستند تا نظر خود را درباره موضوع مطرح‌شده بیان کنند.

پس از تحلیل محتوای مصاحبه‌ها، تأثیر مهاجرت اتباع افغانستان بر امنیت اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی ایران از نگاه صاحب‌نظران استخراج شد. تأثیرهای به‌دست‌آمده از منظر صاحب‌نظران با تأثیرهای استخراج شده از مطالعه منابع پیشین مورد مقایسه قرار گرفت و تأثیرهای مشترک شناسایی و لحاظ گردید و در نهایت ۱۸ تأثیر مهاجرت اتباع افغانستان بر امنیت اجتماعی - فرهنگی و زیست‌محیطی ایران تعیین گردید.

جدول (۱): تأثیر مهاجرت اتباع افغانستان بر امنیت اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی ایران

تأثیرهای به‌دست‌آمده از مرور منابع پیشین	تأثیرهای به‌دست‌آمده از مرور منابع و مصاحبه با صاحب‌نظران
افزایش جمعیت افزایش بیکاری کارگران ایرانی - کاهش فرصت شغلی برای کارگران ایرانی حاشیه‌نشینی پایین‌بودن سطح تحصیلات کمی سواد بهداشتی - درمانی افزایش جرائم مثل: سرقت، زورگیری، توزیع مواد مخدر	افزایش جمعیت افزایش بیکاری ازدواج زنان ایرانی با اتباع افغانی رهاشدگی و بلا تکلیفی زنان ایرانی بعد از اخراج همسران افغانی از ایران تولد فرزندان بی‌هویت (بدون شناسنامه) پایین‌بودن سطح تحصیلات حاشیه‌نشینی تغییر در ساختار و بافت شهری ناآگاهی از استاندارد استفاده از منابع و کاهش منابع طبیعی کمی سواد بهداشتی (بی‌اعتنایی به مسائل بهداشتی - درمانی) افزایش شیوع بیماری‌های واگیردار افزایش جرائم مثل: سرقت، قتل، توزیع مواد مخدر، تجاوز به زنان - کودکان، ترور و... افزایش جرائم رایانه‌ای و سوءاستفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای و اینترنتی تضاد و اختلافات فرهنگی افزایش جمعیت اهل تسنن تشدید وابستگی‌های قومی - افزایش قومیت‌گرایی اشاعه تفکر خشونت‌طلبی

تأثیرهای به دست آمده از مرور منابع پیشین	تأثیرهای به دست آمده از مرور منابع و مصاحبه با صاحب نظران
	ورود و اشاعه تفکرات افراطی - مذهبی وابسته به طالبان و سلفی‌گری

سپس پرسش‌نامه بسته‌ای با پاسخ‌های پنج درجه‌ای طیف لیکرت برای این تأثیرهای ۱۸ گانه طراحی و برای شرکت‌کنندگان فرستاده شد و نتایج به دست آمده در جدول ۲، به شکل نمره‌دهی به هر تأثیر نشان داده شده است. در این جدول، نمره ۱ برای مخالفت کامل و نمره ۵ برای موافقت کامل هر شرکت‌کننده به صورت الف تا دال) مدنظر گرفته شده است.

جدول (۲): نمرات صاحب نظران در پرسش‌نامه مرحله دوم روش دلفی

ردیف	تأثیر مهاجرت اتباع افغانستان بر امنیت اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی ایران	الف	ب	پ	ت	ث	ج	چ	ح	خ	د
۱	افزایش بیکاری	۵	۵	۴	۴	۳	۴	۵	۴	۴	۴
۲	افزایش جمعیت	۵	۴	۴	۴	۵	۵	۴	۴	۴	۵
۳	زدواج زنان ایرانی با اتباع افغانی	۴	۴	۴	۲	۳	۴	۴	۵	۴	۲
۴	رهاشده‌گی و بلا تکلیفی زنان ایرانی بعد از اخراج همسران افغانی از ایران	۴	۴	۴	۲	۳	۴	۴	۳	۴	۴
۵	تولد فرزندان بی‌هویت (بدون شناسنامه)	۲	۲	۴	۴	۳	۴	۴	۳	۳	۳
۶	پایین بودن سطح تحصیلات	۴	۴	۳	۳	۴	۵	۴	۵	۴	۳
۷	حاشیه‌نشینی	۵	۴	۵	۵	۴	۴	۴	۴	۴	۴
۸	تغییر در ساختار و بافت شهری	۵	۵	۵	۴	۳	۴	۴	۴	۳	۴
۹	ناآگاهی از استاندارد استفاده از منابع و کاهش منابع طبیعی	۳	۴	۵	۴	۳	۳	۵	۳	۵	۴
۱۰	فقر یا کمی سواد بهداشتی	۴	۳	۳	۴	۵	۴	۵	۴	۳	۴
۱۱	افزایش شیوع بیماری‌های واگیردار	۴	۳	۴	۴	۴	۴	۵	۴	۴	۳
۱۲	افزایش جرائمی مثل: سرقت، قتل، تعدی و تجاوز به کودکان و زنان و...	۵	۵	۵	۵	۵	۴	۴	۲	۴	۳
۱۳	افزایش جمعیت اهل تسنن	۴	۳	۳	۴	۴	۴	۴	۵	۳	۲
۱۴	تضاد و اختلافات فرهنگی	۵	۳	۴	۴	۵	۴	۵	۵	۳	۲

ردیف	تأثیر مهاجرت اتباع افغانستان بر امنیت اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی ایران	الف	ب	پ	ت	ث	ج	چ	ح	خ	د
۱۵	افزایش جرائم رایانه‌ای و سوءاستفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای و اینترنتی	۲	۳	۳	۵	۵	۵	۴	۵	۴	۳
۱۶	تشدید وابستگی‌های قومی - افزایش قومیت‌گرایی	۵	۵	۵	۳	۳	۵	۳	۴	۳	۳
۱۷	اشاعه تفکر خشونت‌طلبی	۵	۵	۴	۳	۳	۵	۴	۴	۳	۳
۱۸	ورود تفکرات افراطی - مذهبی وابسته به طالبان و سلفی‌گری	۳	۳	۳	۴	۴	۳	۳	۳	۳	۳

بنابراین جدول ۳ نمرات تعیین شده از سوی صاحب‌نظران را به هر تأثیر مهاجرت اتباع افغانستان بر امنیت اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی ایران نشان می‌دهد.

۵-۲. تحلیل یافته‌های پژوهش

در ادامه پژوهشگران برای اینکه از میزان موافقت شرکت‌کنندگان با هر تأثیر اطلاع پیدا کند، نمرات را جمع کرده و سپس از حاصل جمع نمرات و میانگین آنها استفاده نمود. همان‌طور که اشاره شد، جدول ۳، نشانگر جمع و معدل نمرات هر تأثیر مهاجرت اتباع افغانستان است که نشان‌دهنده این است که دسته تأثیر «زیست‌محیطی» با ۴ درصد بیشترین نمره و میانگین را کسب کرده و جزء مهم‌ترین تأثیرات مهاجرت اتباع افغانستان بر امنیت اجتماعی - فرهنگی و زیست‌محیطی ایران می‌باشد و پس از آن تأثیر «اجتماعی» و «فرهنگی» با ۳/۸ درصد به‌صورت برابر در یک رتبه قرار دارند.

سپس با تکنیک شانون، داده‌ها بررسی شد. برای بهره‌گیری از این فرمول، به‌وسیله رابطه (۱) داده‌های جدول فراوانی به هنجار^۱ شده است. در این فرمول، F_{ij} نمره هر شرکت‌کننده به تأثیر مورد نظر و P_{ij} نمره به هنجار شده است. سپس به‌وسیله رابطه (۲)، بار اطلاعاتی هر مقوله (E_i) محاسبه و تعیین گردید. در این رابطه n تعداد مقوله‌ها و m تعداد شرکت‌کنندگان می‌باشد.

رابطه (۲):

پس از آن، از طریق رابطه (۳)، وزن هر تأثیر یا مقوله (W_i) به‌دست آمده است.

$$P_{ij} = \frac{F_{ij}}{\sum_{i=1}^m F_{ij}} \quad (i = 1, 2, \dots, m; j = 1, 2, \dots, n) \quad \text{رابطه (۱)}$$

$$E_j = -k \sum_{i=1}^m [P_{ij} \ln(P_{ij})] \quad j \in 1 \dots n \quad k = \frac{1}{\ln(m)}$$

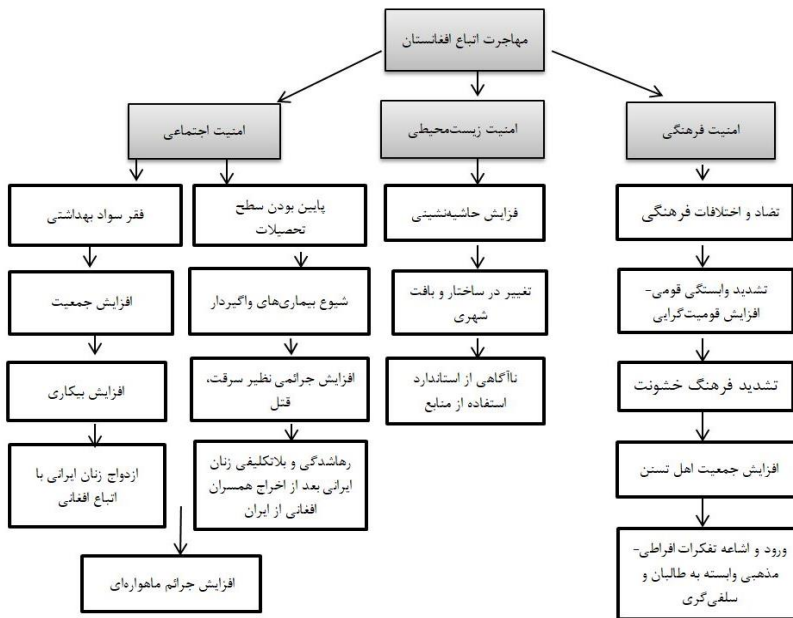
$$W_{ij} = \frac{E_j}{\sum_{j=1}^n E_j} \quad \text{رابطه (۲)}$$

جدول (۳): یافته‌های به‌دست آمده از پرسش‌نامه مرحله دوم روش دلفی و تکنیک شانون

دسته	تأثیر مهاجرت اتباع افغانستان بر امنیت اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی ایران	جمع نمره	میانگین	میانگین دسته	بار اطلاعاتی عوامل	وزن شاخص تکنیک شانون	میانگین وزن دسته
اجتماعی	افزایش جمعیت	۴۲	۴/۲	۳/۸	۱/۴۲۸	۰/۰۴۳۸۶	۰/۰۳۸۲۰/۰
	ازدواج زنان ایرانی با اتباع افغانی	۳۶	۳/۶		۱/۳۹۴	۰/۰۴۲۸۲	
	رهاشدگی و بلا تکلیفی زنان ایرانی بعد از اخراج همسران افغانی از ایران	۳۶	۳/۶		۱/۳۹۴	۰/۰۴۲۸۲	
	تولد فرزندان بی‌هویت (بدون شناسنامه)	۳۲	۳/۲		۱/۴۰۶	۰/۰۴۲۲۰	
	پایین بودن سطح تحصیلات	۳۹	۳/۹				
	فقر سواد بهداشتی	۳۸	۳/۸		۱/۴۰۹	۰/۰۴۲۲۸	
	شیوع بیماری واگیردار	۳۶	۳/۶		۱/۳۹۴	۰/۰۴۲۸۲	
	جرائمی ماهواره‌ای و اینترنتی نظیر سوءاستفاده از رسانه‌های بیگانه برای بهره‌برداری علیه امنیت نظام جمهوری اسلامی	۳۹	۳/۹		۱/۳۹۷	۰/۰۴۲۸۶	
	افزایش جرائمی مثل سرقت، تکدی‌گری، قتل، قاچاق مواد مخدر، تجاوز به زنان و کودکان...	۴۲	۴/۲		۱/۴۲۸	۰/۰۴۳۸۶	
	افزایش بیکاری	۴۰	۴		۱/۴۲۶	۰/۰۴۳۸۲	
فرهنگی	تشدید وابستگی قومی - افزایش قومیت‌گرایی	۳۹	۳/۹	۳/۸	۱/۳۹۷	۰/۰۴۲۸۶	۰/۰۴۳۲۰/۰
	تشدید فرهنگ خشونت‌طلبی	۴۰	۴		۱/۴۲۶	۰/۰۴۳۸۲	
	ورود و اشاعه تفکرات افراطی - مذهبی وابسته به طالبان و	۳۶	۳/۶		۱/۳۹۴	۰/۰۴۲۸۲	

دسته	تأثیر مهاجرت اتباع افغانستان بر امنیت اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی ایران	جمع نمره	میانگین	میانگین دسته	بار اطلاعاتی عوامل	وزن شاخص	تکنیک شانون	میانگین وزن دسته
	سلفی‌گری							
	افزایش جمعیت اهل تسنن	۳۶	۳/۶		۱/۳۹۴	۰/۰۴۲۸۲		
	تضاد و اختلافات فرهنگی	۴۰	۴		۱/۴۲۶	۰/۰۴۳۸۲		
زیست‌محیطی	افزایش حاشیه‌نشینی	۴۲	۴/۲	۴	۱/۴۲۸	۰/۰۴۳۸۶	۰/۰۴۳۵۱	
	تغییر در ساختار و بافت شهری	۴۰	۴		۱/۴۲۶	۰/۰۴۳۸۲		
	ناآگاهی از استاندارد استفاده از منابع و کاهش منابع طبیعی	۳۹	۳/۹		۱/۳۹۷	۰/۰۴۲۸۶		

در مرحله بعدی، پژوهشگران یافته‌های کسب شده از تکنیک شانون را با یافته‌های کسب شده از میانگین فراوانی را مورد بررسی و مقایسه قرار دادند و در این مقایسه مشخص گردید که اهمیت و رتبه‌بندی هر تأثیر مهاجرت اتباع افغانی بر امنیت اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی ایران در این دو الگوریتم متفاوت است و به این دلیل که اعتبار یافته‌های تکنیک شانون بالاتر است، به تبع آن، اساس نتیجه‌گیری این پژوهش، یافته‌های الگوریتم شانون است. جدول ۳ نشان می‌دهد که بر اساس یافته‌های کسب شده از الگوریتم شانون، دسته تأثیر «زیست‌محیطی» با میانگین ۰/۰۴۳۵۱، از مهم‌ترین تأثیرهای مهاجرت افغان‌ها بر امنیت اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی ایران است و پس از آن دسته تأثیر «فرهنگی» با ۰/۰۴۳۲۲ و در نهایت «اجتماعی» با ۰/۰۳۸۷۳ قرار دارد. همچنین در الگوریتم شانون، علاوه بر اهمیت میانگین وزن دسته‌ها، وزن هر تأثیر به صورت مجزا نیز دارای اهمیت است که تأثیر «تولد فرزندان بی‌هویت» با ۰/۰۴۲۲۰ درصد جزء تأثیراتی است که کمترین تأثیر را از مهاجرت افغان‌ها پذیرفته که به دلیل عدم تأیید صاحب‌نظران حذف گردید. براین اساس، با تأیید و اجماع صاحب‌نظران ۱۷ تأثیر مابقی مانده جز مهم‌ترین تأثیرهای مهاجرت افغان‌ها بر امنیت ایران است که سه تأثیر «حاشیه‌نشینی»، «افزایش جمعیت» و «افزایش جرائمی نظیر دزدی، قتل و...» با وزن ۰/۰۴۳۸۶ در سطحی برابر، مهم‌ترین تأثیر مهاجرت اتباع افغانستان بر امنیت اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی ایران است.



منبع: (برگرفته از تحقیق)

شکل (۲): تأثیرهای مهاجرت اتباع افغانستان بر امنیت اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی ایران از منظر صاحب‌نظران

با توجه به نتایج به‌دست‌آمده از نظرهای صاحب‌نظران این پژوهش می‌توان بیان کرد که مهاجرت اتباع افغان به ایران تأثیرات گسترده‌ای بر امنیت زیست‌محیطی، فرهنگی و اجتماعی داشته است. این تأثیرات نه تنها اثرهای مثبتی در راستای حفظ یا ارتقاء امنیت ایران نداشته بلکه تبعات منفی آن به مراتب بیشتر و چشمگیرتر بوده است.

پیشنهادات راهبردی

با توجه به تأثیرهای منفی مهاجرت اتباع افغانستان بر امنیت اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی کشور ایران، راهبردهای از سوی نگارندگان این پژوهش ارائه شده که به شرح ذیل است:

۱- معیارهای پذیرش مهاجران شفاف و دقیق تعریف گردد و مهاجران تقسیم‌بندی شوند؛ زیرا مهاجری که به‌خاطر نداشتن شغل یا بیم جان به ایران مهاجرت کرده است، با مهاجری که برای تحصیل آمده، متفاوت است. در هیچ کشوری هر فردی با هر پیشینه‌ای نمی‌توانند وارد کشور مقصد شود. براین‌اساس مهاجرانی که حائز

- شرایط نیستند، از همان مرز بازگردانده شوند و یا تا تعیین تکلیف نهایی در کمپ‌های پناهندگان اسکان یابند.
- ۲- اجرای طرح‌های ثبت نام دقیق و شفاف مهاجران افغان (دارای مجوز) برای آگاهی دقیق از جمعیت، وضعیت اشتغال و محل سکونت آنان.
- ۳- در مرزها مراکز بررسی هویت مهاجران تشکیل شود و برای مهاجرانی که اوراق هویتی یا اجازه اقامت مدت‌دار دارند، پرونده الکترونیک تشکیل شود. به تعبیر دیگر ثبت نام قانونی دیجیتال صورت گیرد تا شناسایی مهاجران به سهولت انجام پذیرد.
- ۴- اعطای ویزای کوتاه‌مدت فصلی یا ۶ ماهه برای مهاجران و در پایان هر ویزا، الزام مهاجران به خروج از کشور.
- ۵- اعطای جریمه‌های سنگین برای مهاجران غیرقانونی یا مهاجرانی که زمان گذرنامه‌شان تمام شده است؛ زیرا مشخص‌نبودن هویت، زمینه و بستری برای ایجاد ناامنی است.
- ۶- ضرورت ایجاد هماهنگی بین سازمان‌های مختلف در امور مهاجران خارجی برای کنترل و مدیریت ورود و اقامت اتباع افغانستان در کشور.
- ۷- لزوم هماهنگی بیشتر بین سازمان‌ها به‌ویژه نیروهای مسلح جهت تدوین برنامه مدون و دقیق درباره مهاجران افغانستان برای جلوگیری از ارتکاب جرائم.
- ۸- صدور کارت بانکی و ارائه سیم کارت به محض ورود مهاجران به ایران. این اقدامات منجر به این امر مهم می‌شود که مبادلات مالی مهاجران توسط بانک و نه صرافی‌ها انجام شود. همچنین در صورت انجام جرم، از طریق سیم کارت و خدمات بانک‌ها می‌توان به سهولت مهاجران مجرم را شناسایی کرد. همچنین ایران می‌تواند از مهاجران افغان در ازای خدمات بانکی، مالیات دریافت کند تا بخشی از هزینه‌های ارائه خدمات عمومی به آنان را تأمین کند.
- ۹- ایجاد کلاس‌های آموزشی یا راه‌اندازی اپلیکشین با خدمات چندمنظوره برای اتباع افغانستان نظیر آموزش زبان فارسی و آموزش قوانین و مقررات ایران به صورت تصویری و صوتی.
- ۱۰- ضرورت همکاری منطقه‌ای و بین‌المللی، همانند استفاده از ظرفیت‌های سازمان‌های بین‌المللی مانند UNHCR برای تأمین بودجه و انتقال برخی مهاجران به کشور ثالث.
- ۱۱- تقویت گروه‌های پژوهشی میان‌رشته‌ای (جامعه‌شناسی، حقوق، روان‌شناسی، علوم سیاسی، اقتصاد و...) و ضرورت انجام پژوهش‌های علمی برای تحلیل وضعیت

- مهاجران افغان در ایران؛ شناسایی آسیب‌ها در ابعاد مختلف و ارائه راهکارهای بومی‌سازی شده به دولت و شهرداری‌ها.
- ۱۲- ضرورت ایجاد مکان‌های مناسب برای آموزش و آشنایی مهاجران افغانستان با فرهنگ ایران.
- ۱۳- حمایت از برنامه‌های فرهنگی برای اتباع افغانستان جهت همزیستی مسالمت‌آمیز با ایرانیان.
- ۱۴- آموزش و تربیت افغان‌های مقیم ایران (به خصوص جوانان تحصیلکرده) به‌عنوان سفیران فرهنگی یا اجتماعی که در مدارس، محله‌ها یا مراکز خدماتی فعالیت کنند. همچنین به هموطنانشان در انطباق با فرهنگ ایران کمک کرده و واسطه‌ای بین نهادهای ایرانی و مهاجران باشند.
- ۱۵- ضرورت ایجاد مکان‌های مناسب برای آموزش‌های لازم به‌منظور جلوگیری از بیماری‌های مسری و در نتیجه کاهش هزینه‌های خدمات درمانی - بهداشتی به مهاجران.
- ۱۶- ضرورت دسترسی مهاجران به سیستم‌های بهداشتی و افزایش دسترسی به خدمات درمانی برای مهاجران برای جلوگیری از بیماری‌های مسری.
- ۱۷- محدودیت اقامت در شهرها، بر اساس این راهبرد، باید سیاست مشخصی برای تقسیم جغرافیایی مهاجران افغان تعریف گردد. برای نمونه در کشور ترکیه قانونی اخذ شده است که در محله‌های این کشور نباید جمعیت مهاجران، بیشتر از ۱۰ درصد باشد و اگر منطقه‌ای به حد نصاب برسد حتی با خرید ملک به مهاجران حق اقامت نمی‌دهند؛ زیرا کشورها به حفظ بافت جمعیتی و کالبد شهری اهمیت می‌دهند.
- ۱۸- ضرورت امکان پراکنش سرزمینی مهاجران در استان‌های مختلف کشور ایران تا نگرانی‌ها نسبت به تغییرات بافت جمعیتی و کالبدی شهرها رفع شود.
- ۱۹- برگزاری کلاس‌های حضوری یا برخط؛ تولید ویدئو و پوستر با زبان فارسی برای اتباع افغانستانی در خصوص صرفه‌جویی در مصرف منابع طبیعی.
- ۲۰- اعمال تعرفه ترجیحی - تشویقی یا تنبیهی جهت تعیین الگوی مصرف مجاز ماهانه برای اتباع افغانستان.

نتیجه‌گیری

ورود اتباع خارجی، به‌ویژه مهاجران افغانستانی به ایران، هم‌زمان با بحران‌های سیاسی، جنگ داخلی، خشکسالی‌های مکرر و فروپاشی اقتصادی در افغانستان به‌طور قابل‌توجهی افزایش یافته است. این وضعیت نشان‌دهنده آن است که بیشتر این

مهاجران تحت شرایط اضطراری و اجبار راهی ایران شده‌اند. بدون تردید، چنین مهاجرت‌هایی به‌ندرت می‌توانند پیامدهای مثبتی برای امنیت کشور داشته باشند. برعکس، این امر باعث گسترش و تشدید چالش‌های اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی در داخل ایران شده است؛ بنابراین این مقاله به دنبال پاسخگویی به این پرسش بود که چه تأثیری مهاجرت اتباع افغانستان بر امنیت اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی ایران گذاشته است؟ برای پاسخگویی از روش دلفی و تکنیک شانون بهره گرفته شد. جامعه آماری این پژوهش شامل ده نفر از متخصصان حوزه علوم اجتماعی است. نتایج به‌دست‌آمده نشان می‌دهد که مهم‌ترین تأثیر مهاجرت اتباع افغانستان بر امنیت ایران بیشتر در حوزه «زیست‌محیطی» $0/04351$ بوده و سپس در رتبه‌های بعدی دسته «فرهنگی» $0/04322$ و «اجتماعی» $0/03873$ قرار دارد. همچنین از منظر متخصصان افزایش جمعیت، حاشیه‌نشینی و افزایش جرم و جنایت با وزن $0/04386$ سه تأثیر مهمی بود که مهاجرت اتباع افغانستان بر امنیت ایران گذاشته است که به شرح ذیل می‌باشد:

«افزایش جمعیت» و بروز پدیده نامطلوب تراکم در سازمان‌یابی فضای شهری، یکی از مهم‌ترین تأثیرهای مهاجرت اتباع افغانستانی به ایران است. بی‌تردید افزایش جمعیت منجر به نارسایی در ارائه خدمات اجتماعی می‌گردد که ارتباط تنگاتنگی با آسیب‌های اجتماعی دارد. از یک‌سو ارائه بسیاری از خدمات شهری اعم از بهداشتی، آموزشی، رفاهی و... در مراکز و محلات منسجم و کم‌جمعیت، بسیار مطلوب و تأثیرگذارتر است و مناطق مهاجرنشین که معمولاً در حاشیه یا اطراف شهرها واقع شده‌اند، به دلیل تراکم جمعیتی بالا و کمبود امکانات اساسی، ممکن است شرایطی ایجاد کنند که به نارضایتی عمومی منجر شود. این مناطق به‌ویژه زمانی که از حداقل خدمات رفاهی و زیرساخت‌ها محروم باشند، می‌توانند باعث افزایش مشکلات اجتماعی و اقتصادی شوند. از طرفی دیگر، افزایش جمعیت ناشی از حضور اتباع افغانستان در ایران فشار زیادی بر منابع کشور وارد می‌آورد. این فشار شامل هزینه‌های مربوط به مسکن، آموزش، بهداشت، حمل و نقل، ارتباطات و سایر خدمات عمومی است که در نتیجه آن، دولت مجبور به افزایش مالیات‌ها می‌شود. این وضعیت می‌تواند به نارضایتی عمومی و بروز خشم در میان مردم ایران منجر گردد و در نهایت تهدیدی جدی برای امنیت اجتماعی کشور ایجاد نماید.

«حاشیه‌نشینی» یکی دیگر از تأثیرات مهاجرت افغانستانی‌ها بر امنیت ایران است. فضای شهری در ایران، حتی در شهرهای بزرگ همچون تهران، مشهد، تبریز و

اصفهان، با محدودیت‌های قابل توجهی در امکانات و ظرفیت‌ها مواجه است. در این وضعیت، مدیران شهری با موانع متعددی از جمله مشکلات فنی، چالش‌های مهندسی و محدودیت‌های قانونی در تأمین خدمات اجتماعی، رفاهی و عمومی برای شهروندان روبه‌رو هستند. به‌همین دلیل، شهرهایی با ظرفیت‌های محدود محیطی و مدیریتی تنها توانایی پذیرش تعداد مشخصی از جمعیت و فعالیت‌ها را دارند. در صورت افزایش جمعیت با مهاجرت بیش از حد اتباع افغانستانی به ایران، این تعادل به هم می‌ریزد و سازمان‌دهی فضایی شهرهای ایران دچار اختلالات جدی می‌شود. به‌عبارت‌دیگر، مهاجرت اتباع افغانستانی به ایران بر امنیت زیست‌محیطی کشور تأثیر گذاشته و موجب افزایش حاشیه‌نشینی شده است. این پدیده از دو منظر قابل تحلیل است: نخست، الگوی توسعه شهری در ایران با افزایش سریع جمعیت مواجه است و بسیاری از شهرها دیگر قادر به پذیرش جمعیت‌های بیشتر، چه از سوی شهروندان ایرانی و چه مهاجران افغان، نیستند. دوم، بسیاری از مهاجران افغان به‌دلیل مشکلات مالی نمی‌توانند در مناطق مرکزی شهرها سکونت یابند و به‌همین دلیل، بسیاری از مهاجران به حاشیه شهرها مهاجرت می‌کنند، مناطقی که اجاره مسکن در آن‌ها ارزان‌تر است، ولی این مسکن‌ها اغلب فاقد امکانات و کیفیت مناسب هستند. این وضعیت به تدریج به گسترش حاشیه‌نشینی و افزایش مشکلات مربوط به آن دامن می‌زند و درحقیقت، سکونت مهاجران در حاشیه شهرها به ایجاد مناظری نازیبا و نامتجانس در بافت شهری می‌انجامد؛ زیرا آن‌ها اغلب به‌طور غیرقانونی و بدون رعایت اصول شهرسازی و استانداردهای ساخت‌وساز، اقدام به ساخت خانه‌ها می‌کنند که این اقدامات باعث تحمیل هزینه‌های سنگینی بر شهرداری و سایر نهادهای دولتی جهت اصلاح ساختار و ارائه خدمات می‌شود که از این حیث در بسیاری از موارد، این هزینه‌ها باعث تأخیر در پیشرفت پروژه‌های عمرانی و رفاهی شهری می‌گردد و اولویت‌بندی‌های مدیریتی شهر را تحت تأثیر قرار می‌دهد.

یکی دیگر از پیامدهای مهم مهاجرت اتباع افغانی بر امنیت اجتماعی - فرهنگی و زیست‌محیطی ایران «افزایش چشمگیر جرائم مختلف نظیر دزدی، قتل، قاچاق کالا، تجاوز به زنان و کودکان و...» است. همان‌طور که ذکر گردید، مهاجران افغان معمولاً در حاشیه شهرها سکونت دارند و از امکانات اولیه آموزشی، بهداشتی، رفاهی و درمانی که در مناطق مرکزی و توسعه‌یافته‌تر شهرها فراهم است، محروم‌اند. به‌دلیل نبود فضای آموزشی مناسب برای تعداد زیاد دانش‌آموزان در این مناطق، همچنین فاصله زیاد از مراکز آموزشی و عدم استفاده از معلمان مجرب و کارآمد، کیفیت

آموزش در این مناطق به شدت پایین است. بسیاری از معلمان در این مناطق تازه کار و بدون تجربه کافی هستند و به همین دلیل، مشکلات آموزشی و پرورشی به شدت نمود پیدا کرده و در نتیجه، دانش آموزان به دلیل نبود انگیزه تحصیلی، فرار از مدرسه را ترجیح می دهند و این امر در نهایت به ترک تحصیل و گسترش بی سوادی منجر می شود. علاوه بر مشکلات آموزشی، مهاجران افغان که غالباً فاقد مهارت های شغلی و تحصیلی مناسب هستند، معمولاً در مشاغل زیرزمینی، غیررسمی مشغول به کار می شوند. این وضعیت باعث می شود که آنان در معرض بزهکاری و جرائم مختلف قرار گیرند. بسیاری از این مهاجران به دلیل فقر و بیکاری، به فعالیت های مجرمانه روی می آورند و خواسته یا ناخواسته باعث برهم زدن نظم عمومی می شوند و در نتیجه امنیت اجتماعی را در این مناطق به شدت تهدید می کنند (علاءالدینی و امامی، ۱۳۸۴، ص. ۱۶۹). به تعبیر دیگر، تلاش برای تأمین حداقل معیشت در این مناطق، علی رغم محرومیت ها و کمبودهای آموزشی و فرهنگی افراد را به تدریج به سمت ارتکاب جرائم سنگین مانند سرقت، قاچاق مواد مخدر و دیگر اقدامات مجرمانه سوق می دهد که در نهایت می تواند امنیت کشور ایران را تهدید نماید.

بر اساس مطالب ارائه شده، می توان اذعان کرد که تدوین سیاست های جامع و راهبردی برای مدیریت مهاجرت و کاهش تأثیرات منفی آن، ضرورتی انکارناپذیر برای حفظ و ارتقای امنیت اجتماعی، فرهنگی و زیست محیطی ایران دارد.

فهرست منابع

- آشوری، داریوش (۱۳۸۷). *دانش نامه سیاسی*. تهران: نشر مروارید.
- احمدی، محمدرضا (۱۳۸۴). فرهنگ، قدرت و امنیت ملی. نشر مریبان، ۱۶ (۵)، ۱۱۳-۱۳۹.
- اصلانی، سید مجتبی (۱۳۸۸). *مهاجرت های داخلی و امنیت ملی*. تهران: دانشگاه دفاع ملی.
- برزگر، معصومه و میرساردو، طاهره (۱۳۹۷). بررسی مؤلفه های سیاسی و اجتماعی تأثیرگذار بر امنیت مرزهای ایران. *فصلنامه جغرافیا*، ۳ (۸)، ۲۲۲-۲۴۷.
- بزی، خدارحم (۱۳۸۵). آثار و پیامدهای فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی حضور مهاجران افغان در شهر زابل، *چشم/نداز جغرافیایی*، سال یکم، (۳).
- پای، لوسیون و دیگران (۱۳۸۰). *بحران و توالی ها در توسعه سیاسی*. ترجمه

- غلامرضا خواجه سروی. تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی.
- ربیعی، علی (۱۳۸۳). *مطالعات امنیت ملی*. تهران: وزارت امور خارجه.
- رضا میرلطفی، پرویز و آراسته، ابوالفضل (۱۳۹۷). *بررسی پیامدهای سیاسی، اقتصادی و اجتماعی مهاجران افغانستانی ساکن استان سیستان و بلوچستان*، دومین همایش بین‌المللی حقوق و علوم سیاسی و معارف اسلامی، ۱-۱۳.
- زنجانی، حبیب‌الله (۱۳۸۰). *مهاجرت*. تهران: سمت.
- صمدی، جمیل (۱۳۸۴). *بررسی امنیت اجتماعی در شهر سنندج*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران.
- عباسیان، حسین و جلالوند، مهدی (۱۳۹۷). *تأثیر مهاجرت اتباع بیگانه بر امنیت ملی جمهوری اسلامی*. *پدافند غیرعامل امنیت*، ۴۲(۷)، ۷۷-۱۰۲.
- عزیزی، حسین (۱۳۹۷). *بررسی تأثیرات حضور اتباع بیگانه در امنیت کشور با تأکید بر اتباع افغانی*. *جغرافیا و روابط انسانی*، ۱(۳)، ۱۷۱-۱۹۰.
- عصار، محمدتقی و بیابانی، غلامحسین (۱۳۸۶). *قاچاق بین‌المللی انسان و پیامدهای آن*. *نشر کارآگاه*، ۲۷(۲).
- علاءالدینی، پویا و امامی، یحیی (۱۳۸۴). *جانی شدن مهاجرت و فقر در ایران*. *رفاه اجتماعی*، ۸۱(۵)، ۱۶۹-۲۰۰.
- علی‌پور، عباس و دیگران (۱۳۹۶). *شناخت و تحلیل پیامدهای امنیتی ناشی از حضور اتباع بیگانه افغانی در استان یزد*. *جغرافیای انتظامی*، ۱۸(۵)، ۷۹-۱۰۸.
- عمید، حسن (۱۳۸۹). *فرهنگ عمید*. تهران: امیر کبیر.
- عیسی‌زاده، سعید و مهران‌فر، جهانبخش (۱۳۸۵). *تأثیر مهاجران افغانی بر نرخ بیکاری اقتصاد ایران*. *فصلنامه اقتصاد*، ۴(۱)، ۱۷۶-۱۷۷.
- قانون برنامه پنجساله هفتم پیشرفت جمهوری اسلامی ایران (۱۴۰۳/۴/۴)*.
- کشاوری قاسمی، حسین و نادرپور، بابک (۱۳۹۷). *تبیین پیامدهای مهاجرت اتباع کر افغانستان بر جامعه ایران*. *فصلنامه جغرافیا*، ۳(۸)، ۲۸۹-۳۰۵.
- مجتهدزاده، پیروز (۱۳۸۱). *جغرافیای سیاسی و سیاست جغرافیایی*. تهران: سمت.
- محمدپور، صابر (۱۳۸۹). *تحلیل نقش مهاجرت در زمینه‌سازی برای پیدایش آسیب اجتماعی حاشیه‌نشینی شتابان در ایران*. *نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی*، ۱(۳)، ۱۷۵-۱۷۶.
- محمدی، یدالله (۱۴۰۰). *مهاجرت افغانستانی‌ها به ایران و تأثیر آن بر امنیت ملی*. تهران: برتراندیشان.

نصری، غدیر (۱۳۸۱). معنا و ارکان جامعه شناسی امنیت. تهران، نشریه تحقیقات استراتژیک.

نوبدینیا، منیژه (۱۳۸۲). درآمدی بر امنیت اجتماعی. فصلنامه مطالعات راهبردی، (۱)۴.

یاراحمدی، نادر (۱۴۰۳/۷/۲۵). مهاجرت افغان‌ها به ایران. تابنک، ۱۸:۲۰.

Afshani, seyed alireza & Shir, Hamideh (2023). Afghan immigrants in the world city of Yazd (Iran): Strengths, weaknesses, threats and opportunities. *International Journal of Intercultural Relations*, (96), 12-18.

Andreas, Jahan & Straubhaar, Thomas (1998). *A Sarvey of the Economics of Illegal Migration*. South European Society and Political.

Anoil, W. (1992). *International Migration and European Security*. Insytut Studiow Politycznych polskiej Akademi Nauk , Warsaw.

Balbo, Marcello & marconi, Giovanna (2006). International migration, Diversity and Urban Governance In Cities of the South. *Habitat International*, (30).

Boyle, P. (2009). *Migration. International Encyclopedia of Human Geography*.

Buzan, B. (1998). *Security : A Framework for Analysis*. Boulder: Lynne Rienner.

Graham, D. & Poko, N. (2000). *Migration, Globalization and Human Security*. London: Rutledge.

Hus, C.-C. (2007). Delphi Technique: Making Sence of consensus. Practical Assessment. *Research & Evaluation Journal*, 10-11.

Linstone, H. (2002). *Thr Delphy method, Techniques and Applications*. Melbourne: Addison Wesley Publishing Company.

Mandel, R. (1994). *The changing Face of National Security Greenwood Press*. London-UK.

Modrzejewska-Leniewska, J. (2020). Afghan migrants in Iran in modern times. *Studia z Polityki Publicznej*, 7(4), 9-30.

Mohammadi, y. & et al. (2018). Challenges And Opportunities Of Afghanistan Nationals, Presence In The Islamic Republic Of Iran And Its Impact On The National Security During Taliban,s Tenure And Post-Taliban Governance. *European Journal of Political Science Studies*, 2(1), 5-11.

References

- Abbasian, Hossein; Jalalvand, Mehdi (2018). The impact of immigration of foreign nationals on the national security of the Islamic Republic, *Passive Security Defense*, (7)42, 77-102. (In persian)
- Afshani, Seyd Alireza, & Shir, Hamideh (2023). Afghan immigrants in the world city of Yazd (Iran): Strengths, weaknesses, threats and opportunities. *International Journal of Intercultural Relations*, (96), 12-18.
- Ahmadi, Mohammad Reza (2005). Culture, Power and National Security. Teachers Publication, (5)16, 113-139. (In persian)
- Alaeddini, Pouya; Emami, Yahya (2005). The Violation of Immigration and Poverty in Iran, *Social Welfare*, (5)81, 169-200. (In persian)
- Alipour, Abbas; others. (2017). Identifying and analyzing the security consequences of the presence of Afghan foreign nationals in Yazd province, *Police Geography*, (5)18, 79-108. (In persian)
- Amid, Hassan (2010). *Amid Culture*, Tehran: Amir Kabir. (In persian)
- Andreas, Jahan & Straubhaar, Thomas (1998). *A Sarvey of the Economics of Illegal Migration*. South European Society and Political.
- Anoil, W. (1992). *International Migration and European Security*. Insytut Studiow Politycznych polskiej Akademi Nauk, Warsaw.
- Ashouri, Dariush (2008). *Political Encyclopedia*. Tehran: Morvarid Publishing. (In persian)
- Aslani, Seyed Mojtaba (2009). *Internal Migrations and National Security*. Tehran: National Defense University. (In persian)
- Assar, Mohammad Taqi; Biabani, Gholam Hossein (2007). *International Human Trafficking and Its Consequences*, Detective Publishing, (2)27, 155. (In persian)
- Azizi, Hossein (2018). Investigating the effects of the presence of foreign entities on the security of the country with emphasis on Afghan citizens. *Geography and Human Relations*, 171-190. (In persian)
- Balbo, Marcello & marconi, Giovanna (2006). *International migration, Diversity and Urban Governance In Cities of the South*. Habitat International No, 30.
- Barzegar, Masoumeh; Mirsardo, Tahereh (2018). Study of the political and social factors affecting the security of Iran's borders. *Quarterly Journal of Geography*, (8)3, 222-247. (In persian)
- Bazi, Khodar Rahm (2006). Cultural, economic and social effects and consequences of the presence of Afghan refugees in the city of Zabul, *Geographical Perspective*, 1(3). (In persian)
- Boyle, P. (2009). *Migration*. *International Encyclopedia of Human Geography*.
- Buzan, B. (1998). *Security: A Framework for Analysis*. Boulder: Lynne Rienner.

- Eissazadeh, Saeed; Mehranfar, Jahanbakhsh (2006). The impact of Afghan immigrants on the unemployment rate of the Iranian economy. *Quarterly Journal of Economics*, (1)4, 176-177.
- Graham, D. & Poko, N. (2000). *Migration, Globalization and Human Security*. London: Rutledge.
- Hus, C.-C. (2007). Delphi Technique: Making Sense of consensus. *Practical Assessment, Research & Evaluation Journal*, 10-11.
- Keshavarz Ghasemi, Hossein; Naderpour, Babak (2018). Explaining the consequences of the migration of Afghan nationals on Iranian society, *Quarterly Journal of Geography*, (8)3, 289-305. (In persian)
- Law on the Seventh Five-Year Development Plan of the Islamic Republic of Iran. (2024/6/24)
- Linstone, H. (2002). *the Delphi method, Techniques and Applications*. Melbourne: Addison Wesley Publishing Company.
- Mandel, R. (1994). *The changing Face of National Security* Greenwood Press. London-UK.
- Modrzejewska-Leniewska, J. (2020). Afghan migrants in Iran in modern times. *Studia z Polityki Publicznej*, 7(4), 9-30.
- Mohammadi, y. & others. (2018). Challenges And Opportunities Of Afghanistan Nationals, Presence In The Islamic Republic Of Iran And Its Impact On The National Security During Taliban,s Tenure And Post-Taliban Governance . *European Journal of Political Science Studies*, 2(1), 5-11.
- Mohammadi, Yadollah (2021). *Afghan Immigration to Iran and Its Impact on National Security*. Tehran: Bertrandishan. (In persian)
- Mohammadpour, Saber (2010). Analysis of the role of immigration in creating the conditions for the emergence of the social damage of accelerated marginalization in Iran. *New Perspectives in Human Geography*, (3)1, 175-176. (In persian)
- Mojtahadzadeh, Pirouz (2002). *Political Geography and Geographical Politics*, Tehran: Samt. (In persian)
- Nasari, Ghadir (2002). *The Meaning and Pillars of the Sociology of Security*. Tehran, *Strategic Research Journal*. (In persian)
- Navidnia, Manijeh (2003). *An Introduction to Social Security*, *Strategic Studies Quarterly*, (1)4, 62. (In persian)
- Pay, Lucien; others (2002). *Crisis and sequences in political development*, translated by Gholamreza Khajeh Sarvi. Tehran: Strategic Studies Research Institute. (In persian)
- Rabiei, Ali (2004). *National Security Studies*. Tehran: Ministry of Foreign Affairs (In persian)
- Reza Mirlotfi, Parviz; Arasteh, Abolfazl (2018). *Studying the political, economic and social consequences of Afghan refugees living in Sistan*

- and Baluchestan Province, Second International Conference on Law, Political Science and Islamic Studies, 1-13. (In persian)
- Samadi, Jamil (2005). Investigating social security in the city of Sanandaj, Master's thesis in sociology, Faculty of Social Sciences, University of Tehran. (In persian)
- Yar-Ahmadi, Nader (2024/10/16). Afghan migration to Iran. Tabanek, 18:20. (In persian)
- Zanjani, Habibollah (2000). Immigration, Tehran: Samt. (In persian)

Extended abstract

Background and Objectives

Human societies (both developed and developing) are inherently involved in crises and social unrest that occur for various reasons in each country. In studies related to the management of social unrest, the role of crisis management officials and emergency forces is of great importance because these groups, as operational and executive entities, are responsible for providing rapid and effective responses to social crises, controlling the situation, and maintaining public security.

Moreover, these individuals possess extensive knowledge about management mechanisms, which include a set of planned actions, processes, and organized approaches that crisis management officials and emergency forces employ to control, mitigate effects, and restore security and peace within the society. They are aware of the mechanisms that need to be implemented within an integrated and flexible system, based on scientific and experiential principles, to respond effectively and swiftly to potential crises. This knowledge grants them a key role in the successful management of social disturbances.

Based on this, the current research aims to provide a clearer picture of social unrest management in Iranian society by understanding the semantic meaning and lived experiences of crisis management officials and master's students in crisis management, whose activities primarily focus on social crises. In this context, Jihad Tabyin (the clarification effort) is positioned according to the directives of the Supreme Leader of Iran, serving as a guiding principle for interpretations and analyses. The research strives to design a model for effective social unrest management based on this foundation.

Methodology

This study is applied in purpose and descriptive in approach, and it is a qualitative research using grounded theory methodology. The participants include 20 master's students in crisis management at Kerman Azad University and 5 crisis management officials from the province. The sampling method is purposive. A semi-structured interview was used as the data collection tool. To ensure reliability and credibility, three approaches were employed: member checking (validation by participants), analytical comparisons, and audit techniques.

Findings

Factors influencing social unrest management can be categorized into four main groups:

- Family social capital
- Effectiveness of economic management
- Quality of government performance during crises
- Interpretation of security organizations' actions

Key findings reveal that economic management efficiency, especially regarding justice, economic stability, and political polarization, plays a significant role in reinforcing or weakening social capital. Economic instability and politicization are negative factors undermining public trust and social capital. Additionally, the quality of government response during the COVID-19 crisis—such as respecting citizens' rights and promoting government-public solidarity—impact societal trust and cooperation. International studies indicate that the efficiency of the economic system and government in crises is crucial for maintaining and strengthening social capital.

Regarding the contextual conditions affecting social unrest management, particularly the role of public participation and interaction within society, the following factors are emphasized: mutual heartfelt interest between people and government, feelings of relative deprivation, the gap between government and society, and virtual networks.

Virtual Networks

These platforms can enhance social and civic participation but also pose challenges such as rivalry and the government's difficulty in effectively utilizing virtual tools. Practicing adherence to Islamic values—such as ethics, honesty, respect, and commitment—is vital for social cohesion. Global research also underscores the importance of effective government-public communication, transparency, accountability, and mutual trust, especially in developed societies.

The role of virtual networks in promoting civic participation, creating support networks, and social interactions is increasingly recognized worldwide. Embedding ethical and cultural values in individual and collective behaviors plays a crucial role in strengthening social cohesion, especially in Islamic communities, where such factors are foundational for maintaining human and cultural relations.

Intervening Factors

These are elements that can either facilitate or limit social and participatory interactions. The most important concepts include:

- Cultural and historical roots of social participation: Cultural traditions such as cooperation, charity, and altruism—deeply rooted in Iranian and Islamic history—can serve as strong foundations for enhancing social participation. Emphasizing the continuity and institutionalization of these values is crucial.
- Quality of political participation: Lack of political awareness, inefficient political parties, and underdeveloped infrastructure restrict both the extent and quality of political and social engagement. Economic crises, psychological stress, and limited participatory opportunities act as negative factors.

- **Social apathy and hopelessness:** These, along with individualistic and opportunistic attitudes, psychologically and culturally hinder the development of strong social interactions and active participation, pulling society away from cohesion and collective movement.

The findings of this study have notable similarities with global results, including the importance of cultural heritage, the role of political structures, and concerns related to hopelessness and indifference in reducing social participation. The main differences lie in the focus on the rich cultural and religious characteristics of Iranian and Islamic culture, which can play an important and effective role in strengthening cooperation and altruism.

Key Strategies and Concepts for Effective Social Unrest Management include

- **Practical Commitment to the Revolution:** Emphasizes the importance of serving national resources, fighting waste and corruption, accountability of managers, and their efficiency. This strategy supports the concept of responsibility and reforming management models based on revolutionary values.
- **Government-People Synergy:** Indicates active participation and consultation in important decision-making, aligning the government's actions with the needs and demands of the people, and involving aware citizens in destiny-shaping processes. This strategy emphasizes building trust and social participation.
- **Meritocracy in Selecting Managers:** Focuses on appointing competent, specialized, scientific, and revolutionary managers, with an emphasis on practical efficiency in high-level management so that decisions are based on science and expertise, leading to an efficient economy.
- **Effective Economic Management:** Includes mobilizing financial capacity, combating rent-seeking and monopolies, comprehensive economic planning, fair resource distribution, and focusing on production and employment—aiming to strengthen the country's economic foundations and address poverty and inequality.
- **Eliminating Political Dependence in Economics:** Reducing political and economic tensions, transforming dependent economic policies into independent ones within domestic and international contexts, and managing based on science and expertise to mitigate the negative effects of politicization on economic development.
- **Scientific and Pragmatic Management:** Utilizing scientific theories, managerial experience, and expertise in making strategic and operational decisions to improve efficiency and effectiveness of government and management systems.
- **Honesty and Accountability:** Highlighting truthfulness, integrity, trustworthiness, adherence to commitments, transparency, fighting hypocrisy, and transparently informing about government performance—giving priority to the needs of the deprived, youth, and employment.

Results also indicate that the country's crises in management, cultural, economic, and social trust domains are interconnected and mutually influential. Weaknesses in management, coupled with economic and cultural issues, have created a dysfunctional and critical cycle that requires structural, cultural, and managerial reforms. Sustainable development and public trust depend on comprehensive planning, transparency, and serious anti-corruption measures.

Conclusion

Jihad Tabyin, employing an revolutionary and jihadist management approach grounded in its core capabilities (faith-based, science-driven, and pragmatic), can foster and strengthen a form of social capital within society. This social capital can serve as a vital component in managing social unrest and disturbances.

Keywords: Social Capital, Jihad Tabyin, Social Unrest, Revolutionary-Jihadist Management Approach, Sayyed Ali Khamenei, Kerman.

مدل مدیریت کارآمد ناآرامی‌های اجتماعی بر اساس نقش سرمایه اجتماعی در شهر کرمان: کاربست عملی جهاد تبیین بر اساس منویات مقام معظم رهبری در حل مسائل اجتماعی

علیرضا صنعت‌خواه

عضو گروه جامعه‌شناسی، واحد کرمان، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمان، ایران (نویسنده مسئول).
asanatkah@yahoo.com

0000-0002-6663-7317

منور منصوری

مدیر دبیرستان، آموزش و پرورش ناحیه ۲ کرمان، کرمان، ایران.
monevarmansouri@gmail.com

0009-0005-0902-7159

چکیده

ناآرامی‌های اجتماعی به دلایل گوناگونی در هر کشوری رخ می‌دهد. هدف پژوهش حاضر بررسی درک معنایی و تفسیر دانشجویان مدیریت بحران و مسئولان ذی‌ربط به‌منظور توسعه مدل داده‌بنیاد مدیریت ناآرامی‌های اجتماعی با تمرکز بر نقش سرمایه اجتماعی است. پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و به‌لحاظ روش، توصیفی و از نظر نوع مطالعه از نوع پژوهش‌های کیفی مبتنی بر روش داده‌بنیاد است. مشارکت‌کنندگان در پژوهش را ۲۰ نفر از دانشجویان کارشناسی ارشد مدیریت بحران دانشگاه آزاد کرمان و ۵ نفر از مسئولان مدیریت بحران استان کرمان را تشکیل می‌دهند. شیوه نمونه‌گیری به‌صورت هدفمند می‌باشد. از مصاحبه نیمه‌ساختاریافته به‌عنوان ابزار گردآوری داده‌ها استفاده شده است. برای رسیدن به معیار قابلیت اعتماد از سه روش: کنترل یا اعتباریابی توسط اعضا، مقایسه‌های تحلیلی و استفاده از روش ممیزی بهره گرفته شد. یافته‌ها نشان می‌دهد که عوامل مهم در بروز ناآرامی‌های اجتماعی شامل سرمایه اجتماعی، کارآمدی اقتصادی و پاسخگویی دولت است که عوامل زمینه‌ای همچون احساس محرومیت نسبی و التزام عملی به اسلام و عوامل مداخله‌گر مانند زیرساخت‌های مشارکتی و امید به آینده نقش دارند. همچنین، جهاد تبیین به‌عنوان راهبرد اصلی و بحران‌های اقتصادی و اجتماعی به‌عنوان پیامدهای ناآرامی‌های اجتماعی معرفی می‌شوند. نتیجه‌گیری حاکی از آن است که جهاد تبیین، با رویکرد مدیریت انقلابی و جهادی و بهره‌گیری از توانمندی‌های اعتقادی، علمی و عملی، می‌تواند سرمایه اجتماعی را تقویت و به‌عنوان ابزار مهم در مدیریت ناآرامی‌های اجتماعی و اغتشاشات مورد بهره‌برداری قرار گیرد.

کلیدواژه‌ها: سرمایه اجتماعی، جهاد تبیین، ناآرامی اجتماعی، رویکرد مدیریت انقلابی - جهادی، سیدعلی خامنه‌ای، کرمان.

شاپای الکترونیک: ۶۵۵X-۲۵۸۸ / پژوهشکده تحقیقات راهبردی / فصلنامه علمی راهبرد اجتماعی فرهنگی

10.22034/scs.2025.518340.1688



مسئولیت مقاله از نظر محتوای علمی و نظرهای مطرح‌شده در متن آن، به عهده نویسندگان و یا نویسنده مسئول مقاله می‌باشد و مورد تأیید / عدم تأیید صاحب امتیاز نشر به راهبرد اجتماعی فرهنگی نمی‌باشد.

مقدمه و بیان مسئله

امروزه در بسیاری از کشورها به دلیل سرعت بالای تحولات ناشی از انقلاب ارتباطات و همچنین صورت‌بندی‌های جدید از نظم جهانی و تأثیرات آن بر حوزه‌های فروملی، با پیدایی آشوب‌ها و بحران‌های نوین در سطوح ملی خود مواجه شده‌اند (ریبئی، ۱۳۸۶، ص. ۵۲). ناآرامی‌های اجتماعی از مفاهیم بنیادین حوزه مطالعات امنیتی محسوب می‌شود. پیروزی انقلاب اسلامی ایران باعث ایجاد رویکرد و گفتمانی تازه در سطح جهان شد و این امر منجر به تلاش‌های قدرت‌های استبدادی در راستای تضعیف و نابودی ایران شده است (عسگری، ۱۳۹۹، ص. ۳۱۹) از سویی یکی از مهم‌ترین مسائلی که بسیاری از دولت‌های جهان از گذشته تاکنون با آن مواجه بوده‌اند، نارضایتی شهروندان از وضعیت اقتصادی، فرهنگی، مدیریتی و اجتماعی و... در جامعه است که می‌تواند به دنبال خود اعتصاب‌ها، اغتشاش‌ها و آشوب‌ها و در نهایت حتی انقلاب‌ها را به دنبال داشته باشد. اگر مسائل اجتماعی، در فوریت رخداد حوادث، مدیریت صحیح نشوند تبعات بسیار وخیمی از جمله اضمحلال ساختار اجتماعی، فرهنگی و سیاسی دولت را می‌تواند به همراه داشته باشند؛ اما مسئولان کشور همواره در جهت مدیریت کارآمد این بحران‌ها و ناآرامی‌ها تلاش نموده‌اند؛ اما دولت‌های استکباری با وضع تحریم‌های بی‌رحمانه تلاش دارند، مردم را از انقلاب ناخشنود سازند و به همین دلیل می‌توان گفت که انقلاب اسلامی از زمان پیدایش تاکنون با ناآرامی‌های گوناگون و خطرناکی روبه‌رو بوده است که با تدابیر ارزنده بنیان‌گذار کبیر انقلاب اسلامی حضرت امام (رحمت‌الله‌علیه) و مقام معظم رهبری (مدضله‌العالی) و حضور و مشارکت مردم (عسگری، ۱۳۹۹، ص. ۳۲۰)، خنثی نموده و اکنون نظام جامعه ایران به‌عنوان پرچمدار استکبارستیزی الگوی کشورهای ستمدیده جهان است.

ناآرامی‌های اجتماعی از جمله پیامدهای ناپایدار بحران‌های اجتماعی محسوب می‌شوند که در نتیجه تغییرات ناگهانی و ناپایدار در ساختارهای اقتصادی، سیاسی و فرهنگی شکل می‌گیرند. این بحران‌ها، به‌عنوان تهدیدهای راهبردی بر امنیت و ثبات ملی، نقش مهمی در تنش‌زایی، کاهش اعتماد عمومی و تخریب ظرفیت‌های توسعه‌ای کشور دارند (Barker, 2009). در وضعیت کنونی جمهوری اسلامی ایران، مدیریت ناآرامی‌ها فراتر از یک چالش مقطعی، به مسئله‌ای راهبردی و کلان بدل شده است که نیازمند رویکردهای علمی، منسجم و هم‌راستا با سیاست‌های راهبردی

نظام است.

در چهارچوب سیاست‌های کلی نظام، به‌خصوص سیاست‌های امنیتی و توسعه‌ای، هدف اصلی حمایت و تقویت سرمایه اجتماعی، افزایش اعتماد میان شهروندان و نهادهای حکومتی و بهبود کارایی سیستم‌های مدیریت بحران است؛ بنابراین، فهم و مدیریت ناآرامی‌های اجتماعی باید در قالب یک راهبرد جامع و هم‌سو با سیاست‌های راهبردی کشور صورت گیرد. این راهبرد می‌تواند تأثیر چشم‌گیری در کاهش شدت و فراوانی ناآرامی‌ها داشته باشد.

پژوهش‌های ملی و بین‌المللی نشان می‌دهد که عوامل مختلفی می‌تواند نقش مستقیم یا غیرمستقیم در شدت گرفتن بحران‌های اجتماعی و کاهش یا افزایش ناآرامی‌ها ایفا کند. یکی از مؤثرترین این عوامل، اعتماد اجتماعی است که در ابعادی نظیر اعتماد بین‌فردی، اعتماد نهادهای رسمی و اعتماد عمومی تعریف می‌شود و نقش کلیدی در کاهش بحران‌ها دارد (محسنی تبریزی و دیگران، ۱۳۹۰؛ ساروخانی، ۱۳۹۴؛ صیدی، ۱۳۹۵). کاهش اعتماد شهروندان به نهادهای کلیدی نظیر دستگاه قضا، نیروهای امنیتی، شهرداری و استانداری، موجب تضعیف مشارکت‌های اجتماعی و سیاسی و درنهایت، تعمیق بحران می‌شود (گلابی و اخشی، ۱۳۹۴؛ خانیکی و خجیر، ۱۳۹۷).

فضای اجتماعی، درهم‌تنیده با شبکه‌های مجازی و واقعی، دچار بحران بی‌اعتمادی شده؛ این موضوع، پایه‌های سرمایه اجتماعی را تضعیف کرده و در نتیجه، همبستگی و کارایی نهادهای مدیریت بحران کاهش می‌یابد. این وضعیت همانند یک سرطان، تمامی اعضای و نهادهای جامعه را تهدید می‌کند و نیازمند راهکارهای علمی، راهبردی و عملیاتی است (زارعی متین و دیگران، ۱۳۹۶؛ کردتمینی، ۱۳۹۳). در این میان، نقش نهادهای مسئول مدیریت بحران و نیروهای اورژانس، به‌عنوان حلقه‌های عملیاتی، حیاتی است. این نهادها باید با بهره‌گیری از سازوکارهای کارآمد، سریع‌ترین واکنش‌ها را در مواجهه با ناآرامی‌ها نشان دهند و بحران را کنترل کنند تا امنیت و ثبات کشور تحت تأثیر قرار نگیرد؛ بنابراین، توسعه مدلی جامع و عملیاتی برای مدیریت ناآرامی‌های اجتماعی، مبتنی بر سیاست‌های راهبردی کلان و نقش سرمایه اجتماعی، می‌تواند راهکار مؤثر و کارآمدی در کنترل بحران باشد.

در پژوهش‌های مربوط به مدیریت ناآرامی‌های اجتماعی، نقش مسئولان مدیریت بحران و نیروهای اورژانس بسیار حائز اهمیت است؛ زیرا این گروه‌ها به‌عنوان نهادهای اجرایی و عملیاتی، مسئولیت پاسخگویی سریع و مؤثر به بحران‌های اجتماعی، کنترل

وضعیت و برقراری امنیت عمومی را بر عهده دارند.

همچنین این افراد در زمینه ناآرامی‌های اجتماعی، آشنایی گسترده‌ای در زمینه سازوکارهای مدیریتی (شامل مجموعه اقدامات، فرایندها و رویکردهای سازمان‌یافته ای که مسئولان مدیریت بحران و نیروهای اورژانس برای کنترل، کاهش اثرات و بازگرداندن امنیت و آرامش جامعه به کار می‌گیرند) را دارا هستند، یعنی اطلاع از سازوکارهایی که باید در قالب یک نظام یکپارچه و انعطاف‌پذیر، مبتنی بر اصول علمی و تجربی، اجرا شوند تا بتوانند پاسخ مؤثر و سریع به بحران‌های احتمالی برسانند و نقش کلیدی در مدیریت موفق ناآرامی‌های اجتماعی ایفا نمایند.

براین اساس پژوهش پیش‌رو در تلاش است تا بر اساس درک معنایی و تفسیر ذهنی مسئولان مدیریت بحران و دانشجویان کارشناسی ارشد مدیریت بحران (که حوزه فعالیت‌های آنها در خصوص بحران‌های اجتماعی بوده است) از دلایل رخداد ناآرامی‌های اجتماعی، مدلی داده‌بنیاد در مدیریت این ناآرامی‌ها در جامعه ایران ارائه دهد و در این راستا جهاد تبیین را بر اساس منویات مقام معظم رهبری سرلوحه تفاسیر و تحلیل‌ها قرار داده شده است.

۱. اهداف و سؤالات پژوهش

هدف اصلی: نقش سرمایه اجتماعی در مدیریت کارآمد ناآرامی‌های اجتماعی در ایران

سؤال کلی: نقش سرمایه اجتماعی در مدیریت ناآرامی‌های اجتماعی در استان کرمان را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

اهداف فرعی و سؤالات مربوطه:

درک و تفسیر دانشجویان و مسئولان مدیریت بحران استان از ناآرامی‌های اجتماعی و نقش سرمایه اجتماعی در این ناآرامی‌ها:

- ۱- نظر شما در مورد علل و عوامل بروز ناآرامی‌های اجتماعی در استان کرمان چیست؟
- ۲- نقش سرمایه اجتماعی را در مدیریت و کنترل این ناآرامی‌ها چگونه می‌نگرید؟
- ۳- چه شرایطی را برای بهبود مدیریت ناآرامی‌های اجتماعی از طریق تقویت سرمایه اجتماعی لازم می‌دانید؟

واکاوی نظام معنایی دانشجویان و مسئولان در خصوص مفهوم سرمایه اجتماعی، جهاد تبیین و مدیریت جهادی انقلابی و نقش آن در مدیریت ناآرامی‌ها:

۱- مفهوم «سرمایه اجتماعی» را چگونه تعریف می‌کنید و چه مؤلفه‌هایی را شامل می‌شود؟

۲- جهاد تبیین و مدیریت جهادی انقلابی چه نقشی در مدیریت ناآرامی‌های اجتماعی دارد؟

۳- ارتباط این مفاهیم در حوزه مدیریت بحران را چگونه تفسیر می‌کنید؟

واکاوی راهبردها یا عمل - تعامل این افراد در خصوص مدیریت ناآرامی‌های اجتماعی با توجه به نقش سرمایه اجتماعی، جهاد تبیین و مدیریت انقلابی جهادی:

۱- چه راهبردها و اقداماتی در مواجهه با ناآرامی‌های اجتماعی پیشنهاد می‌کنید یا اجرا کرده‌اید؟

۲- نقش سرمایه اجتماعی در طراحی و اجرای این راهبردها چیست؟

۳- چگونه همکاری بین نهادها و افراد در جهت مدیریت ناآرامی‌ها صورت می‌گیرد؟

واکاوی شرایط، عوامل علی، زمینه‌ای و مداخله‌گر شکل‌دهنده به سرمایه اجتماعی:

۱- چه عواملی بر تقویت یا تضعیف سرمایه اجتماعی در استان کرمان تأثیرگذار هستند؟

۲- چه شرایط فرهنگی، اقتصادی یا سیاسی می‌تواند زمینه‌ساز یا مانع از توسعه سرمایه اجتماعی باشد؟

۳- عوامل مداخله‌گر مرتبط با مدیریت ناآرامی‌های اجتماعی چیستند؟

واکاوی راهبردها یا عمل - تعامل‌ها در مقابله با ناآرامی‌های اجتماعی:

۱- چه راهبردها و روش‌هایی برای مقابله مؤثر با ناآرامی‌های اجتماعی پیشنهاد می‌دهید؟

۲- چه نوع تعاملات و همکاری‌هایی بین نهادهای مختلف در مدیریت بحران دیده‌اید یا مفید است؟

۳- چه اقداماتی در عمل باعث افزایش کارایی در مدیریت ناآرامی‌ها شده است؟

کشف مفهوم مرکزی یا هسته‌نهایی بر اساس تفسیر و تحلیل نظام معنایی مشارکت‌کنندگان در خصوص مدیریت ناآرامی‌های اجتماعی و عوامل مرتبط:

۱- بر اساس نظرهای مشارکت‌کنندگان، هسته مرکزی یا مفهوم کلیدی در مدیریت

ناآرامی‌های اجتماعی چیست؟

۲- چه عوامل یا عناصر بنیادی در نگاه مشارکت‌کنندگان نقش محوری در مواجهه با بحران دارد؟

۲. پیشینه پژوهش

سلطانی حبیب و ذاکرزاده (۱۳۹۵)، در بررسی سرمایه اجتماعی و تأثیر آن در مدیریت بحران در شهرها به این نتیجه می‌رسد که بین مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی (اعتماد، مشارکت، حمایت، اطمینان، احساس امنیت و ارزش زندگی) و مدیریت بحران‌های اجتماعی از متغیرهای (پیشگیری، آمادگی، مقابله و بازسازی) ارتباط معناداری وجود دارد. عزیزی، رشیدی و نیلی‌پور (۱۳۹۸)، در بررسی رابطه توسعه سرمایه انسانی و مدیریت بحران به این نتیجه می‌رسند که مدیریت بحران بر توسعه سرمایه انسانی تأثیر دارد.

عسگری (۱۳۹۹)، در پژوهش خود با عنوان رویکردی به ناآرامی‌های اجتماعی در ج.ا.ایران از منظر مقام معظم رهبری به این نتیجه می‌رسد که داده‌های حاصل از تجزیه و تحلیل بیانات مقام معظم رهبری (مدظله العالی) در خصوص ناآرامی‌های اجتماعی را می‌توان در ۱۶ مضمون سازمان‌دهنده «تعریف»، «ماهیت»، «سابقه ایجاد»، «بهبان‌های شروع»، «منشأهای داخلی»، «نقش بیگانگان»، «ابزار»، «عناصر»، «حامیان»، «نوع حمایت بیگانگان»، «علت حمایت عناصر داخلی»، «اهداف»، «نگاه فرصت‌محور»، «پیامدها»، «اهمیت مدیریت» و «ابزار و چگونگی مدیریت» دسته‌بندی کرد.

حسینی و همکاران (۱۳۹۹)، در تحلیل تاب‌آوری اجتماعی به این نتیجه می‌رسند که بین مؤلفه‌های (ارزش‌ها و باورهای مشترک، حس تعلق مکانی، مشارکت‌پذیری، شبکه‌های اجتماعی) سرمایه اجتماعی بر تاب‌آوری اجتماعی تأثیر گذارند.

علی‌اصغری (۱۴۰۰)، در پژوهش خود با عنوان بررسی علل و ابعاد امنیتی‌شدن ناآرامی‌های اجتماعی، بررسی این پژوهش نشان می‌دهد علل و عواملی مانند: نوع بحران و ویژگی‌های آن، بازیگران مؤثر در بحران، میزان جدی بودن تهدیدات ناشی از بحران، بافت جغرافیایی محل وقوع بحران، میزان برخوردهای خشونت‌آمیز در بحران، تعدد و تنوع مسائل چالش‌برانگیز، متغیرهای ساختاری، روش‌های مدیریت بحران و سطح تلاطم محیط می‌توانند موجب امنیتی‌شدن بحران‌های اجتماعی شوند.

عسگری و حسینی (۱۴۰۰)، در پژوهش خود با عنوان تبیین فرایند و معرفی عوامل وقوع ناآرامی‌های اجتماعی در ج.ا.ایران. یافته کلی پژوهش آن است که ناآرامی‌های اجتماعی در کشور از توالی مراحل «اختلال»، «تکانه»، «بی‌تعادلی» و «جرقه» به‌وجود می‌آید و عواملی همچون «بیکاری، بی‌ثباتی اقتصادی و کاهش ارزش پول ملی، افزایش شکاف‌های طبقاتی، پایین بودن نرخ سرمایه اجتماعی، سیاست‌ها و طرح‌های دشمن و سرویس‌های اطلاعاتی آنها در زمینه براندازی نظام، نفوذ و عملکرد نفوذی‌ها، کارکرد مخرب فضای مجازی، فساد اقتصادی و سیاسی – اداری، غفلت جامعه اطلاعاتی، ضعف‌برخی اجزای فرهنگ امنیتی» در این فرایند نقشی تعیین‌کننده داشته و خواهند داشت.

حسینی و محمدی (۱۴۰۳)، در پژوهش خود با عنوان نقش تاب‌آوری اجتماعی در بروز ناآرامی‌های اجتماعی؛ مطالعه موردی ناآرامی‌های پاییز ۱۴۰۱، اثر منفی مؤلفه‌های تاب‌آوری اجتماعی؛ همچون سرمایه اجتماعی، مشارکت سیاسی، اعتماد عمومی، فشار تحریم‌های سیاسی و اقتصادی تحمیلی، بر سطح کیفی تاب‌آوری اجتماعی مورد توجه قرار گرفته است. نتایج حاکی از آن است که نقصان مؤلفه‌های مذکور، از یک‌سو سطح کیفی تاب‌آوری اجتماعی را با کاهش مواجه ساخته و زمینه ساز خلق پاره‌ای از علل بروز ناآرامی‌های اجتماعی پاییز ۱۴۰۱ در جمهوری اسلامی گردیده است. از دیگر سو، مؤلفه‌های مذکور به همراهی روند کاهش تاب‌آوری اجتماعی پرداخته و به برآیند منفی تجمیع کاهش تاب‌آوری اجتماعی و نقصان مؤلفه‌های مطروحه یاری رسانیده است. از این‌روى انباشت تقلیل سطح کیفی کاهش تاب‌آوری اجتماعی و نقصان مؤلفه‌های تاب‌آوری اجتماعی نیز به آفرینش ناآرامی‌های اجتماعی یاری رسانیده است.

نارانجو - زولوتو و همکاران^۱ (۲۰۲۲)، در پژوهش خود بر تأثیر سرمایه اجتماعی بر استفاده اجباری از شبکه‌های اجتماعی برخط در بسترهای ناآرامی‌های مدنی تمرکز دارد. نتایج حاکی از آن است که افرادی که استفاده مفرط و اجباری می‌توانند منجر به تشدید تنش‌ها و بی‌ثباتی اجتماعی در فرایندهای ناآرامی‌های سیاسی و اجتماعی شود.

کاماچو و حسن^۲ (۲۰۲۳)، به بررسی روابط بین تبعیض، ناآرامی‌های اجتماعی و زمان‌بندی بهینه برای انقلاب می‌پردازد. مهم‌ترین نتایج این مطالعه شامل موارد زیر

1. Naranjo-Zolotov, M.; Acedo, A. & Lascano

2. Camacho, C., & Hassan, W.

است: سطح تبعیض و بی‌عدالتی در جامعه به شدت بر افزایش ناآرامی‌های اجتماعی و در نتیجه احتمال وقوع انقلاب تأثیر دارد. نتایج بر اهمیت کنترل تبعیض، سیاست‌های اصلاحی، و درک پویایی‌های چرخه‌ای در روندهای انقلابی تأکید دارد. دانیل او، وان، یان، لی، لیو، و یو^۱ (۲۰۲۳)، به بررسی تأثیر مواجهه سالمندان با خشونت در جریان ناآرامی‌های اجتماعی در هنگ‌کنگ بر سلامت روان، مقاومت و رفاه آن‌ها می‌پردازد. یافته‌ها بر ضرورت اقدامات حمایتی مبتنی بر بهبود مقاومت روانی و ارتقای شبکه‌های حمایتی اجتماعی برای سالمندان در بحران‌های اجتماعی تأکید می‌کنند. اوگا، ایوتو، و تاکاشیما^۲ (۲۰۲۴)، به بررسی دیدگاه نوین در حوزه مسئولیت اجتماعی شرکتی در مواجهه با ناآرامی‌های اجتماعی و ریسک‌های مرتبط می‌پردازد. پژوهش بر اهمیت سرمایه‌گذاری‌های پایدار در تقویت تاب‌آوری شرکت‌ها در مقابل مخاطرات اجتماعی و اقتصادی تأکید می‌کند.

در جمع‌بندی و نتیجه‌گیری از پیشینه‌های پژوهش می‌توان به این نکته اشاره کرد که: این مطالعات بر اهمیت نقش عوامل مختلف در مدیریت ناآرامی‌های اجتماعی تأکید دارند و نشان می‌دهند کاهش سرمایه اجتماعی، مشارکت سیاسی، اعتماد عمومی و فشارهای اقتصادی، تاب‌آوری جامعه را کاهش داده و منجر به ناآرامی می‌شود. عوامل داخلی و خارجی در هر کشوری مانند: شکاف‌های طبقاتی، فساد، نفوذ خارجی و فضای مجازی نقش مهمی در تشدید بحران‌های اجتماعی دارند. فرایند ناآرامی‌ها شامل مراحل اختلال، تکانه، بی‌تعادلی و جرقه است که عوامل اقتصادی، سیاسی و فرهنگی در آن تأثیرگذارند. بیانات مقام معظم رهبری بر لزوم مدیریت راهبردی و توسعه سرمایه انسانی تأکید می‌کند. یافته‌های این پژوهش‌ها نشان می‌دهد مدیریت بحران نیازمند شناخت عمیق عوامل و بهره‌گیری از راهبردهای مناسب است. پژوهش پیش‌رو با هدف ارائه مدلی عملیاتی، تلاش می‌کند نقش سازوکارهای اجتماعی و مفاهیم علمی را در کنترل ناآرامی‌های اجتماعی تبیین کند و راهکارهای پیشگیرانه را پیشنهاد دهد.

تفاوت پژوهش پیش‌رو با پژوهش‌های پیشین در این است که این پژوهش در تلاش است تا بر اساس درک معنایی و تفسیر (برداشت) جامعه هدف از سازوکار مدیریت ناآرامی‌های اجتماعی دست به ارائه مدلی در جهت مدیریت کارآمد این پدیده اجتماعی زند. جهت تفسیر مدل و نتایج حاصله از منویات مقام معظم رهبری در

1. Daniel, Ou, X., Wan, V., Yan

2. Oga, Y.; Ito, K. & Takashima, R.

خصوص جهاد تبیین بهره گرفته شده است. چراکه در پژوهش‌هایی که در خصوص ایران صورت گرفته است در اغلب موارد، فقدان چهارچوب‌های عملی و مدل‌سازی‌های کاربردی که بتواند نقش سرمایه اجتماعی را در مدیریت ناآرامی‌های اجتماعی تبیین کند، احساس می‌شود. علاوه بر این، پیچیدگی‌های پدیداری و چندبعدی این نوع ناآرامی‌ها، نیازمند رویکردی نوآور، نظام‌مند و مبتنی بر نظریه‌های علمی است که بتواند درک عمیق‌تری از عوامل مؤثر و راهکارهای مدیریتی ارائه دهد. از این رو، ضرورت دارد که پژوهشی منسجم و مبتنی بر تحلیل کیفی، با هدف تدوین مدلی جامع، عملیاتی و مبتنی بر نقش سرمایه اجتماعی در مدیریت ناآرامی‌های اجتماعی، صورت گیرد. این مدل می‌تواند به سیاست‌گذاران و مدیران فعالیت‌های پیشگیرانه و کنترل‌کننده را در مواجهه با بحران‌های اجتماعی یاری رساند و اثربخشی برنامه‌های مدیریت بحران را در جهت مدیریت ناآرامی‌های اجتماعی ارتقاء دهد.

۳. ملاحظات نظری

در پژوهش‌های کیفی، برخلاف رویکرد کمی، به جای استفاده از چهارچوب نظری، از چهارچوب مفهومی برای استخراج سؤالات پژوهش تأکید می‌شود (ایمان، ۱۳۹۱، ص. ۱۷۸). ناآرامی‌های اجتماعی، یکی از پیامدهای بحران‌های اجتماعی محسوب می‌شوند و بحران وضعیتی است ناامن و پرمخاطره که تهدیدکننده تعادل، نظم و عملکرد طبیعی جامعه است. زمانی جامعه وارد بحران می‌شود که آسیب‌های اجتماعی یا مسائلی در سطح کمی و کیفی به حدی برسند که سیستم قادر به کنترل و کاهش آنان نباشد و این ناتوانی سبب اختلال در فرایندهای حل مسئله و حل‌وفصل مسائل شود (رشادت‌جو و دیگران، ۱۳۹۰، ص. ۷). به‌طور کلی، در ادبیات راهبردی، آسیب‌پذیری‌ها و تهدیدات داخلی و خارجی کشورها، از جمله ایران که منشأ اصلی آسیب‌های داخلی و فعال‌سازی تهدیدات خارجی هستند، مورد توجه قرار گرفته است. آسیب‌های داخلی، نقش اصلی در تحریک و فعال‌سازی تهدیدات خارجی دارند و اهمیت زیادی در امنیت ملی دارند (عسگری، ۱۳۹۹، ص. ۲۸۵). بر اساس نظریه دیویس (۱۹۶۳، به نقل از ربیعی، ۱۳۸۶، ص. ۵۳)، بحران‌ها را می‌توان به صورت یک فرایند چندمرحله‌ای در نظر گرفت که شامل مرحله پیش‌از بحران (سکون)، مرحله اخطار یا تهدید، مرحله اثر، مرحله پس‌از اثر و فرایند بازیابی بلندمدت است. در مرحله سکون، جامعه در حالت عادی قرار دارد، در حالی که در مرحله تهدید، علائم خطر ظاهر می‌شوند؛ اما به‌طور جدی مورد توجه قرار نمی‌گیرند.

در مرحله اثر، بحران به صورت ناگهانی حمله‌ور می‌شود و در مرحله پس‌از اثر، اثرها و خسارات ارزیابی می‌شوند و در نهایت، جامعه وارد فرایند بلندمدت بازیابی می‌گردد (Davies, 1963). رابرت گر^۱ (۱۹۶۸) معتقد است که شرط ضروری برای وقوع درگیری یا خشونت، محرومیت نسبی است که احساس کنشگران مبتنی بر آن است که میان خواسته‌های ارزشی و شرایط موجود در زندگی تفاوت وجود دارد. ضعف در کارایی اقتصادی و اجتماعی، نشانگر مشکلات کارکردی است که بستر مناسب برای آسیب‌های امنیتی و ناآرامی‌ها فراهم می‌آورد. پژوهش‌ها نشان می‌دهند، پویایی‌های اجتماعی و سیاست‌گذاری‌های گسترده می‌تواند سبب گسترش و تشدید ناآرامی‌های مدنی شود. ناآرامی‌های اجتماعی، به عوامل متعددی مانند مسائل اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و محیط‌زیستی وابسته هستند (عسگری، ۱۳۹۹، ص. ۲۸۵). در نتیجه، ناآرامی‌های اجتماعی پیچیده، چندبعدی و ناشی از تعامل عوامل مختلف هستند که فرایندهای بحران در جامعه را شکل می‌دهند و نیازمند تحلیل‌های راهبردی و نظام‌مند جهت کنترل و مدیریت بهتر این بحران‌ها می‌باشند. پژوهش‌های موجود بر اهمیت درک عمیق از عوامل مؤثر و طراحی راهکارهای مناسب برای مقابله با این پدیده تأکید دارند و تحلیل‌های سیاست‌گذاری و مدیریت بحران باید این عوامل را در اولویت قرار دهند.

مطالعات معتبر نشان می‌دهند که سرمایه اجتماعی نقش کلیدی در مدیریت بحران‌های اجتماعی دارد. رشادت‌جو و همکاران (۱۳۹۰، صص. ۱، ۸) تأکید می‌کنند که رابطه معناداری میان مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی نظیر اعتماد، مشارکت، حمایت، انسجام، احساس زندگی و ارزش زندگی با کارایی مدیریت بحران‌ها در حوزه پیشگیری، آمادگی، مقابله و بازسازی وجود دارد. هرچه میزان سرمایه اجتماعی در یک جامعه افزایش یابد، کارآمدی مدیریتی در مواجهه با بحران‌های اجتماعی بهتر می‌شود. اعتماد شهروندان به نهادهای عمومی و شبکه‌های اجتماعی، عناصر مهمی برای تثبیت امنیت و کاهش آسیب‌ها محسوب می‌شوند. اگر اعتماد و مشارکت کاهش یابد، سرمایه اجتماعی دچار اختلال شده، توان مقابله جامعه با بحران‌ها تضعیف می‌شود؛ چراکه ماهیت اصلی سرمایه اجتماعی در کیفیت روابط و ارتباطات اجتماعی نهفته است. فوکویاما (۱۹۹۹) بر این باور است که هنجارهای موجود در سیستم‌های اجتماعی موجب افزایش همبستگی و کاهش هزینه‌های تبادلات می‌شوند و شعاع اعتماد در

گروه‌های اجتماعی، هم‌افزایی سرمایه اجتماعی را تقویت می‌کند. رابرت پاتنام (۲۰۰۰؛ به نقل از محسن‌زاده و دیگران، ۱۳۹۹، ص. ۴۲) سرمایه اجتماعی را به دو نوع درون‌گروهی و برون‌گروهی تقسیم می‌کند. نوع برون‌گروهی، روابط بین گروه‌ها را شامل می‌شود و شعاع گسترده‌تری دارد، ولی نوع درون‌گروهی که میان اعضای همگن برقرار است، ممکن است موجب دشمنی بین گروه‌های مختلف شود. در صورت چالش‌های جدی، رویکرد مدیریت انقلابی و جهادی می‌تواند نقش مهمی در حفظ و تقویت سرمایه اجتماعی و مدیریت بحران‌های اجتماعی ایفا کند، چراکه این رویکرد با تبیین مسائل و شفاف‌سازی مسائل اجتماعی، فرهنگی و سیاسی به افزایش اعتماد عمومی کمک می‌کند.

در این مطالعه، رویکرد جهاد تبیین بر اساس منویات رهبر معظم انقلاب، حضرت آیت‌الله خامنه‌ای (مدظله‌العالی)، انتخاب شده است. ایشان بر اهمیت این رویکرد تأکید دارند و معتقدند که جهاد تبیین، شیوه‌ای نوین و مهم‌ترین جهاد در عصر حاضر است که با ترکیب جهاد و تبیین، برای تقویت سرمایه اجتماعی در ایران لازم است. ایشان در بیانات خود، این رویکرد را راهی برای ابهام‌زدایی و شفاف‌سازی مسائل اجتماعی، سیاسی و فرهنگی می‌دانند و آن را ابزاری مؤثر در مقابله با چالش‌های جامعه معرفی می‌کنند (بیانات مقام معظم رهبری، به نقل از پیری‌زمان و قدمی، ۱۴۰۲، ص. ۵). به کارگیری تبیین در قالب جهاد، می‌تواند بهبود وضعیت سرمایه اجتماعی در ایران را تسهیل و کنترل بحران‌های اجتماعی را تسریع نماید. در دیدارهای خود، مقام معظم رهبری، جهاد را به معنای تلاش در مقابله با دشمن و هدف‌گیری در مقابل آن می‌دانند (مهدی‌پور، ۱۴۰۲، ص. ۱۳)؛ اما تأکید می‌فرماید که هر تلاشی جهاد نیست بلکه جهاد یعنی تلاشی با هدف دشمنان (بیانات مقام معظم رهبری در دیدار مداحان اهل بیت (علیهم‌السلام)، ۱۴۰۰/۱۱/۳). ایشان واژه «تبیین» را به معنای روشن‌گری منطقی، مستدل و بدون هیاهو تعریف می‌کنند (بیانات مقام معظم رهبری در دیدار فرماندهان سپاه، ۱۳۹۰/۴/۱۳). جهاد تبیین، در راستای بیان حقایق نظام و مقابله با انحرافات است و نخبگان باید از مواضع سوء‌استفاده‌کنندگان دشمن پرهیز کنند. این کار باید در قالب بیانی قوی، عاطفی و اخلاق‌مدار انجام شود و از تهمت و دروغ اجتناب گردد تا حقایق به‌صورت منطقی و مؤثر به مخاطب انتقال یابد (بیانات مقام معظم رهبری در پایان مراسم عزاداری اربعینی حسینی، ۱۴۰۰/۷/۵). به‌طور کلی، جهاد تبیین تلاشی است برای شفاف‌سازی و استحکام واقعیات نظام و مقابله با شبهات، بدون جنجال و هیاهو.

در جمع‌بندی نظریات فوق می‌توان اظهار داشت که ملاحظات نظری پژوهش با هدف افزایش سرمایه اجتماعی و کنترل ناآرامی‌های اجتماعی در ایران، بر اساس رویکرد جهاد تبیین و منویات رهبر معظم انقلاب، تأکید ویژه‌ای بر اهمیت توصیف و تبیین حقایق نظام و جامعه دارد،

رویکرد جهاد تبیین که بر اساس منویات رهبر معظم انقلاب اتخاذ شده، در پی تبیین، روشن‌گری و ابهام‌زدایی از مسائل اجتماعی، سیاسی و فرهنگی است. هدف آن تقویت اعتماد عمومی و کاهش سوءتفاهم‌ها است، به‌نحوی که پایه‌های سرمایه اجتماعی مستحکم‌تر شود. در این چهارچوب، تبیین حقایق نظام و جامعه، مقابله با انحرافات، پاسخگویی به شبهات، و پرهیز از جنجال و هیاهو اهمیت دارد. نخبگان و پژوهشگران باید مواضع خود را در راستای منافع ملی و با رعایت اخلاق قرار دهند تا حداکثر اثرگذاری را داشته باشد. از سوی دیگر پژوهش‌های مختلف، نظریه‌های فوکویاما و پوتنام، و دیگر رهیافت‌های علمی، نقش حیاتی اعتماد و شبکه‌های همکاری در اجتماعی‌سازی و کاهش بحران‌های جمعی را تأکید می‌کنند. کاهش اعتماد، به‌خصوص به نهادهای دولتی، بحران را شدت می‌دهد، درحالی‌که تقویت سرمایه اجتماعی، از قبیل توسعه مشارکت‌های سیاسی، فرهنگی و خیریه، به مدیریت بهتر بحران‌ها کمک می‌کند. برای تضمین امنیت ملی، توسعه اقتصادی و سلامت اجتماعی، باید تمرکز بر تقویت نهادهای اعتماد و شبکه‌های همکاری در جامعه باشد. تدوین مدل‌های علمی و تلفیقی، نقش مهمی در مدیریت ناآرامی‌های اجتماعی ایفا خواهد کرد.

این رویکرد می‌تواند به‌عنوان یک سیاست کلان مؤثر در جهت «مدیریت بحران‌های اجتماعی» به‌کار گرفته شود، به شرط آنکه مبنای اخلاق‌مدار، منطقی، و در مسیر منافع ملی باشد. اهمیت ویژه این رویکرد در تقویت حس همبستگی ملی، کاهش آسیب‌های اجتماعی، و ایجاد فضای اعتماد و همکاری است که درنهایت، امنیت و ثبات جامعه ایران را تضمین می‌کند.

۴. روش پژوهش

این مطالعه در قالب یک پایان‌نامه کارشناسی ارشد در سال ۱۳۹۹ انجام شده است. روش مورد استفاده در این پژوهش، کیفی و بر پایه نظریه زمینه‌ای است. در این روش، پژوهش‌گر به‌صورت نظام‌مند و بر پایه نظریه زمینه‌ای، به‌دنبال توسعه نظریه‌ای است که فرایند، کنش و تعامل‌های مرتبط با تدوین و ارائه الگوی مدیریت ناآرامی

های اجتماعی، بر اساس نقش و جایگاه سرمایه اجتماعی، را تبیین کند. در اجرای این پژوهش، به‌منظور توسعه مدل مدیریت کارآمد ناآرامی‌های اجتماعی در ایران، از روش نمونه‌گیری هدفمند و نظری استفاده شده است. بر اساس رویکرد کیفی و روش نظریه‌مبنایی (داده‌بنیاد)، هدف اصلی جمع‌آوری داده‌های عمیق و مرتبط از افراد صاحب‌نظر و تجربه‌گرا در حوزه مورد مطالعه است.

در این پژوهش، نمونه‌گیری بر اساس معیارهایی از قبیل تخصص، سوابق اجرایی و علمی، و تجربه مستقیم در زمینه مدیریت بحران و ناآرامی‌های اجتماعی در استان کرمان انجام شده است. افراد منتخب شامل ۵ مسئول و مدیران اجرایی مرتبط با مدیریت بحران در استان، و همچنین ۲۰ نفر از دانشجویان مقاطع کارشناسی‌ارشد و دکتری در رشته‌های مدیریت بحران، مدیریت و جامعه‌شناسی هستند که به‌صورت هدفمند بر اساس دانش، آشنایی و تجربه میدانی گزینش شده‌اند.

لازم به تأکید است که در فرایند انتخاب نمونه‌ها، معیارهای مشخصی نظیر تجربه عملی، آشنایی مستقیم با موضوع، و قابلیت ارایه داده‌های غنی و مرتبط با مدل مورد نظر ما رعایت شده است.

در مقایسه با نمونه‌گیری در دسترس، این روش سبب تضمین کیفیت و غنای داده‌ها شده و تناسب بیشتری با رویکرد نظریه‌مبنایی دارد. همچنین، تعداد محدود نمونه‌ها در پژوهش‌های نوع کیفی و نظری بسیار رایج است، زیرا بیشتر بر عمق و غنای داده‌ها تمرکز دارد نه بر کمیت آنها؛ بنابراین، این فرایند نمونه‌گیری، همسو با استانداردهای روش‌روشنند در پژوهش کیفی و نظریه‌مبنایی است و نشان‌دهنده تلاش برای جمع‌آوری داده‌های معتبر و معتبر است که بتوانند پایه‌های نظری و مدل مورد پذیرش در تحقیق را فراهم کنند.

ملاک انتخاب نمونه در این پژوهش، اشباع نظری است. اشباع نظری، یکی از اصول مهم در روش‌های کیفی و نظریه‌مبنایی است که بر اساس آن، نمونه‌گیری ادامه می‌یابد تا زمانی که داده‌ها دیگر قلمرو تحلیل را غنی نکنند و اطلاعات جدید تکراری و تکراری شوند. به‌عبارت‌دیگر، در این رویکرد، پژوهش‌گر پس از جمع‌آوری داده‌های کافی و رسیدن به نقطه‌ای که با تکرار مصاحبه‌ها و نمونه‌گیری، داده‌های جدید چیزی به دانش موجود اضافه نکند، مرحله نمونه‌گیری را متوقف می‌کند. این نقطه، همان «اشباع نظری» نام دارد.

در نتیجه، نمونه‌گیری تا زمانی ادامه پیدا می‌کند که هدف اصلی، یعنی درک کامل و تبیین موضوع مورد مطالعه، محقق شود و داده‌ها عمق و غنای مورد نیاز

برای توسعه نظریه را فراهم آورد. در این روش، اهمیت اشباع نظری در جلوگیری از نمونه‌گیری بی‌پایان و اطمینان از جامعیت و کفایت داده‌ها است، به گونه‌ای که تنها داده‌های ضروری و متنوع در فرایند تحلیل وارد می‌شود.

داده‌ها از طریق مصاحبه آزاد و عمیق جمع‌آوری شده است تا بتوانند به تبیین فرایندها، کنش‌ها و نقش سرمایه اجتماعی در مدیریت ناآرامی‌های اجتماعی کمک کنند. در نهایت با استفاده از مقایسه‌های ثابت^۱ و کدگذاری نظری^۲ (کدگذاری باز^۳، محوری^۴، گزینشی^۵) تجزیه و تحلیل شدند. در خصوص اعتبار^۶ و پایایی^۷ پژوهش کیفی، برای رسیدن به معیار پایایی، از سه روش در بهره گرفته شد که بدین قرار است:

اول: کنترل یا اعتباریابی توسط اعضاء: در این روش از مشارکت‌کنندگان (دانشجویان و مسئولان مدیریت بحران استان) خواسته شد تا یافته‌های کلی را ارزیابی کرده و در مورد صحت آن نظر دهند. محقق برای صحت و سقم اطلاعات به دست آمده بعد از انجام تحلیلات و ارائه یک نتیجه‌گیری کلی بار دیگر به میدان تحقیق، رفت تا بار دیگر اطلاعات به دست آمده را با افراد مورد مطالعه در میان بگذارد. بعد از ارائه نتیجه‌گیری پژوهش، بیشتر افراد با نتایج پژوهش موافق بودند. دوم: مقایسه‌های تحلیلی: در این روش به داده‌های خام رجوع گردید تا ساخت‌بندی نظریه با داده‌های خام مقایسه و ارزیابی گردد.

سوم: استفاده از روش ممیزی: در این زمینه، چند متخصص (دو نفر دکتری مدیریت و یک نفر دکترای جامعه‌شناسی و یک نفر هم دکتری علوم سیاسی) بر مراحل مختلف کدگذاری، مفهوم‌سازی و استخراج مقولات نظارت داشتند. مشخصات مشارکت‌کنندگان پژوهش در جدول ۱ ذکر شده است.

جدول (۱): مشخصات مشارکت‌کنندگان در پژوهش

شماره	جنسیت	سن	میزان تحصیلات	شغل	تأهل
۱	مرد	۵۰	کارشناسی ارشد مدیریت بحران	مسئولان مدیریت بحران استان	مجرد
۲	مرد	۴۰	کارشناسی ارشد عمران	مسئولان مدیریت بحران	مجرد

1. fixed Comparison
2. Theoretical coding
3. Open coding
4. Axial coding
5. Selective coding
6. validity
7. reliability

شماره	جنسیت	سن	میزان تحصیلات	شغل	تأهل
				استان	
۳	مرد	۴۵	کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی	مسئولان مدیریت بحران استان	متأهل
۴	مرد	۴۲	دکتری روان‌شناسی	مسئولان مدیریت بحران استان	متأهل
۵	مرد	۵۶	دکتری مدیریت	مسئولان مدیریت بحران استان	متأهل
۶	مرد	۵۱	کارشناسی ارشد مدیریت	کارمند صدا و سیما	متأهل
۷	مرد	۵۵	کارشناسی ارشد مدیریت بحران	درمانی	متأهل
۸	مرد	۵۳	کارشناسی ارشد مدیریت بحران	درمانی	متأهل
۹	مرد	۴۶	کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی	نیروی انتظامی	متأهل
۱۰	مرد	۵۲	کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی	معلم	متأهل
۱۱	زن	۴۴	کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی	نیروی انتظامی	متأهل
۱۲	زن	۵۱	کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی	پلیس پیشگیری	متأهل
۱۳	زن	۴۸	دکتری مدیریت	عضو هیئت علمی دانشگاه	متأهل
۱۴	زن	۵۷	دکتری مدیریت	عضو هیئت علمی دانشگاه	متأهل
۱۵	زن	۳۲	کارشناسی ارشد مدیریت بحران	اورژانس بیمارستان	مجرد
۱۶	مرد	۲۸	کارشناسی ارشد مدیریت بحران	اورژانس بیمارستان	مجرد
۱۷	مرد	۳۴	کارشناسی ارشد مدیریت بحران	نیروی انتظامی	متأهل
۱۸	مرد	۳۶	کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی	نیروی انتظامی	متأهل
۱۹	مرد	۴۵	کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی	یگان ویژه نیروی انتظامی	متأهل
۲۰	مرد	۴۳	دکتری جامعه‌شناسی	نیروی انتظامی	متأهل
۲۱	مرد	۴۲	کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی	اجتماعی شهرداری	متأهل
۲۲	مرد	۵۲	کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی	اجتماعی شهرداری	متأهل
۲۳	مرد	۴۱	کارشناسی ارشد مدیریت بحران	استانداری	متأهل
۲۴	مرد	۳۸	کارشناسی ارشد مدیریت بحران	استانداری	مجرد
۲۵	مرد	۳۹	کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی	استانداری	متأهل

۵. یافته‌های پژوهش

هدف این پژوهش، ارائه مدلی برای مدیریت بحران‌های اجتماعی بر اساس نقش سرمایه اجتماعی است. با توجه به این نکته که کدگذاری مهم‌ترین روش و ابزار تجزیه و تحلیل داده‌ها در نظریه زمینه‌ای است، در پژوهش فرایند کدگذاری با استفاده از روش کدگذاری باز با ظاهر شدن مفاهیم حاصل از کدگذاری خط به خط داده‌های پژوهش، نوبت به کدگذاری محوری رسید که با استفاده از آن مفاهیم به دست آمده در جریان کدگذاری باز، به زیرمقوله‌های مربوط به داده‌ها پیوند داده شدند و در ادامه زیر مقولات به مقولات عمده مرتبط شده و در قالب چهارچوب مدل پارادایمی تنظیم شدند که این مدل به شرایط، زمینه‌ها، راهبردها و پیامدهای بحران‌های اجتماعی می‌پردازد. در نهایت در مرحله کدگذاری انتخابی، مقوله هسته انتخاب شد و با استفاده از روش داستان‌پردازی به طور منظم با سایر مقوله‌ها پیوند داده شد (شرح خط داستان در جمع‌بندی و نتیجه‌گیری). با انجام کدگذاری باز در حین جمع‌آوری داده‌ها ۲۸ مقوله عمده به دست آمدند. با انجام کدگذاری محوری زیر مقوله‌ها به یکدیگر و همچنین به مقوله‌های عمده ربط یافتند و همچنین نوع مقوله‌ها از حیث علی، فرایندی و پیامدی مشخص شدند. مقولات و زیرمقولات عمده به دست آمده از جریان پژوهش به شرح زیر است:

۵-۱. شرایط علی

شرایط علی یا سبب‌ساز معمولاً آن دسته از رویدادها و وقایع‌اند که بر پدیده‌ها اثر می‌گذارند (استراوس و کوربین، ۱۳۹۳، ص. ۱۵۲؛ به نقل از اکبری و صفری، ۱۳۹۷، ص. ۱۱۷). در پژوهش حاضر شرایط علی عواملی هستند که می‌توانند منجر به اضمحلال یا تقویت سرمایه اجتماعی در جامعه باشند. مهم‌ترین مقولات اصلی اکتشافی در پژوهش در ۴ مقوله: سرمایه اجتماعی خانواده، کارآمدی مدیریت اقتصادی، کیفیت عملکردی دولت در بحران‌ها (نمونه بحران کرونا) و تفسیر عملکردی از نهادهای امنیتی خلاصه می‌شود.

یکی از مهم‌ترین عواملی که مشارکت‌کنندگان پژوهش بر آن تأکید دارند «کارآمدی مدیریت اقتصادی» در کشور است که با زیر مقولاتی از جمله: عدالت و ثبات اقتصادی و سیاست‌زدگی اقتصادی مشخص شده است. از نظر دانشجوی شماره ۹ «در کشور ما اهمیتی به ثبات اقتصادی وجود ندارد و در این شرایط بی‌ثبات کسی جرئت سرمایه‌گذاری ندارد»، مسئول شماره ۴ بر «لزوم ایجاد فرصت‌های یکسان

برای فعالیت‌های آزاد اقتصادی و شکستن حصار انحصارگرایی اقتصادی» تأکید دارد و مسئول شماره ۱ بر «سازمان‌های برنامه‌ریز آگاه و بصیر به امور اقتصادی» تأکید می‌ورزد. همچنین نمی‌توان از «سیاست‌زدگی اقتصاد» در تحلیل مسائل اقتصادی از نظر دانشجوی شماره ۱۶ غفلت کرد. از نظر ایشان «تنش‌های بین‌المللی تأثیر مخربی بر اقتصاد کشور داشته است» و دانشجوی ۱۷ از «خالی‌بودن زمینه‌های اشتغال‌زایی و بهبود وضعیت معیشت مردم در بودجه کشور» سخن می‌گوید. از طرف یکی دیگر از مقولات اکتشافی «کیفیت عملکردی دولت در بحران کرونا» است که با زیر مقولاتی از جمله: احترام به حقوق شهروندی، همبستگی دولت و مردم و مدیریت بحران کرونا مشخص می‌شود. دانشجوی شماره ۲۵ از «اطلاع‌رسانی قطره چکانی» و دانشجوی شماره ۱۹ «اظهار مصلحتی حقایق به‌جای ارائه نظری علمی و کارشناسی» سخن بگوید.

جدول (۲): شرایط علی - مفاهیم، مقوله‌های فرعی و اصلی

مفاهیم	مقوله فرعی	مقوله اصلی
میزان رفت‌وآمد با دوستان و نزدیکان / رفت‌وآمد با همسایگان/انجام صله ارحام / ارتباطات گسترده بین مردم	کیفیت روابط اجتماعی	سرمایه اجتماعی خانواده
آموزش احترام به ارزش‌های الهی و اخلاقیات در خانواده / اهمیت نظم و ترتیب و احترام متقابل در خانواده / آموزش فنون مشارکت در خانواده / آموزش اعتماد یا بی‌اعتمادی به دیگران در خانواده	آموزش مهارت‌های زندگی	
تغییر در سبک زندگی در دوران مدرن / فرهنگ آپارتمان‌نشینی / تأثیر فشارهای اقتصادی بر روابط اعضای خانواده با یکدیگر / با دوستان و نزدیکان / با همسایگان	سبک زندگی نوین و ارزش‌های نوظهور	
ثبات در اقتصاد / فرصت‌های یکسان برای فعالیت‌های آزاد اقتصادی / انحصارگرایی اقتصادی / وجود زیرساخت‌ها و قوانین درست اقتصادی / تعیین بودجه عالمانه و کاربردی در دولت / اشتغال‌زایی / رفع نیازهای معیشتی مردم	عدالت و ثبات اقتصادی	کارآمدی مدیریت اقتصادی
تأثیر مخرب تنش سیاسی و بین‌المللی بر اقتصاد /	سیاست‌زدگی	

مفاهیم	مقوله فرعی	مقوله اصلی
وجود افراد نالایق در برنامه‌ریزی‌های اقتصادی / خالی بودن نقش مردم در تدوین بودجه دولت / خالی بودن زمینه‌های اشتغال‌زایی و بهبود وضعیت معیشت مردم در بودجه کشور	اقتصادی	
مطالبه‌گری مردم در احقاق حقوق خود / وجود قوانین عادلانه در جامعه / رعایت قوانین توسط دولت و مردم / حقوق اجتماعی و سیاسی یکسان / عادلانه بودن حقوق اجتماعی	احترام به حقوق شهروندی	
یک‌رنگی و اتحاد بین مردم / همبستگی بین مردم / همبستگی مردم و دولت / صمیمیت و دوستی و یک‌رنگی بین دولت و مردم / بین مردم با یکدیگر	همبستگی دولت و مردم	کیفیت عملکردی دولت در بحران کرونا
عدم صداقت دولت و وزارت بهداشت به مردم / اطلاع‌رسانی قطره چکانی / پنهان‌کاری / بی‌اعتمادی باعث نادیده‌گرفتن پروتکل‌های بهداشتی شده / اظهار مصلحتی حقایق به‌جای ارائه نظری علمی و کارشناسی	مدیریت بحران کرونا	
کیفیت رابطه بین پلیس و مردم / بی‌اعتمادی به پلیس و نهادهای امنیتی / متهم کردن پلیس	نگاه بدبینانه به پلیس و نهادهای امنیتی	
عادی شدن جرم و جنایت در جامعه / ترس از دیدن پلیس در جوانان و نوجوانان	عادی شدن ارتکاب جرم در جامعه	تفسیر عملکردی از نهادهای امنیتی
وضعیت مشارکت مردم با نهادهای امنیتی / فاصله‌گیری نهادهای امنیتی از مردم / عدم مشارکت مردمی بر علیه مجرمان و گاهی همکاری با آنها	فاصله‌گیری نهادهای امنیتی از مردم	

۵-۲. شرایط زمینه‌ای

شرایط زمینه‌ای مجموعه خاصی از شرایطی‌اند که در یک زمان و مکان خاص جمع می‌آیند تا مجموعه اوضاع و احوال یا مسائلی را به‌وجود آورند که اشخاص با عمل / تعامل‌های خود به آن‌ها پاسخ می‌دهند (استراوس و کوربین، ۱۳۹۳، ص. ۱۵۲؛ به نقل از اکبری و صفری، ۱۳۹۷، ص. ۱۱۷). سه مقوله اصلی: کیفیت رابطه دولت با

مردم، شبکه‌های مجازی و التزام عملی به ارزش‌های اسلامی در پژوهش پیش رو بر اساس تفسیر مشارکت‌کنندگان کشف شده است.

جدول (۳): شرایط زمینه‌ای - مفاهیم، مقوله‌های فرعی و اصلی

مفهوم	مقوله فرعی	مقوله اصلی
احساس بی‌عدالتی اجتماعی / عدم توازن بین تلاش و موفقیت در جامعه / تبعیض بین مردم در اشتغال / حقوق و دستمزد / مزایای رفاهی زندگی	احساس محرومیت نسبی	کیفیت رابطه دولت با مردم
توجه به حق مردم در تعیین سرنوشت / توجه به آبادانی کشور / توجه به نیازهای مردم جامعه / حق مردم را تنها فرمانبرداری دانستن / مشارکت‌های اجتماعی دستوری / جایگاه نداشتن سلیق و نیازهای مردم	فاصله‌گیری دولت از مردم	
دولت منتخب مردم / بی‌اعتمادی مردم به دولت‌های غیرمنتخب / خدمت تأمین رفاه و امنیت و آسایش مردم قرارگرفتن نهادهای تحت حکومت / دولت در کنار مردم باشد و نه در مقابل مردم / دولت خود را ارباب مردم نداند / التزام عملی دولت به مردم / دولت خادم / علاقه قلبی مردم به دولت	علاقه قلبی متقابل مردم و دولت	
تقویت مشارکت‌های گسترده از طریق گروه‌های واتساپ / تلگرام / اینستاگرام / تقویت فعالیت‌های خیرخواهانه در فضای مجازی / تقویت کارها و فعالیت‌های جمعی و گروهی در فضای رودرو	تقویت مشارکت مردمی	شبکه‌های مجازی
نگاه رقیبانه بین دولت و فضای مجازی / بی‌توجهی دولت به مزایای شبکه‌های مجازی / ناتوانی دولت از بهره‌گیری جهت منافع از فضای مجازی / مشارکت‌های مدنی / همیارانه / سیاسی و اجتماعی / نگاه تیغ دولب به فضای مجازی	نگاه رقیب بین دولت و فضای مجازی	
شیوه آموزشی و رفتار معلم / فضای آموزشی / رفتار معلم با دانش‌آموز / بی‌برنامگی در نظام آموزش و پرورش / ناکارآمدی نظام آموزش و پرورش / ناتوانی در تعلیم و تربیت دانش‌آموزان / مشکلات مالی	التزام اخلاقی نظام آموزش	التزام عملی به ارزش‌های اسلامی

مفاهیم	مقوله فرعی	مقوله اصلی
معلمان / امنیت شغلی / ناعدالتی فضایی در امکانات مدارس		
حاکم بودن ارزش‌های اجتماعی، مذهبی و فرهنگی در روابط و مناسبات مردم / مبارزه با قانون‌گریزی / نهادینه‌شدن اخلاقیات در زندگی مردم و جلوگیری از رشد بی‌قانونی و بی‌نظمی در جامعه	التزام عملی به اسلام	
صداقت در گفتار و عمل مردم / پایبند بودن مردم به قول و قرارها و عهد / رعایت حقوق یکدیگر و احترام متقابل به یکدیگر	صداقت در رفتار	

یکی از مهم‌ترین زمینه‌های مؤثر بر سرمایه اجتماعی از نظر مشارکت‌کنندگان (مسئولان مدیریت بحران) در پژوهش «کیفیت رابطه دولت با مردم» است. این کیفیت با دو مقوله فرعی فاصله‌گیری دولت از مردم و علاقه قلبی متقابل مردم و دولت معرفی می‌شود. از نظر مسئول شماره ۵ «یکی از مهم‌ترین مسائلی که به آن باید توجه شود این است که دولت در کنار مردم باشد و نه در مقابل مردم» از نظر ایشان «انتخابات و انتخاب مسئولان توسط مردم این احساس را در مردم ایجاد می‌کند که دولت در کنار مردم است».

همچنین از نظر مشارکت‌کنندگان (مسئولان و دانشجویان)، التزام عملی به ارزش‌ها و باورهای فرهنگی که با زیرمقولاتی از جمله التزام اخلاقی نظام آموزش، التزام عملی به اسلام و صداقت در رفتار مشخص می‌شوند به‌عنوان عوامل زمینه‌ای معرفی می‌شود. از نظر مسئول شماره (۱) «اگر روال زندگی بر اساس ارزش‌های اسلامی مقبول باشد و اگر مردم به ارزش‌ها التزام عملی داشته باشند» و از نظر دانشجوی شماره ۲ اگر «تنش‌های خارجی بر ارزش‌های اجتماعی وجود نداشته باشد» جایی برای ایجاد بحران‌های اجتماعی نمی‌ماند. دانشجوی شماره ۱۷ معتقد است «دیگر صداقتی در گفتار مردم نمانده است و همه به دنبال منفعت‌طلبی فردی خودشان هستند» و دانشجوی شماره ۱۹ می‌گوید: «فرهنگ ریاکاری و چاپلوسی در جامعه زیاد شده است».

۵-۳. شرایط مداخله‌گر

شرایطی که عوامل تأثیرگذار بر عمل - تعامل‌ها را تسهیل یا محدود می‌کنند، این

شرایط آن‌هایی هستند. که شرایط علی را تخفیف یا تغییر می‌دهند (حیدری و دیگران، ۱۳۹۸، صص. ۱-۳۵). یکی از مسائلی که در زمینه بحران‌های اجتماعی و مقابله با آن‌ها باید انجام داد توجه به نقش سرمایه اجتماعی و مؤلفه‌های تشکیل‌دهنده آن است که مهم‌ترین آن‌ها «مشارکت و اعتماد اجتماعی است». مشارکت‌کنندگان در پژوهش به کیفیت «زیرساخت‌های مشارکتی» اشاره می‌کنند که طبق پیشینه تحقیق از جمله مسائلی است که می‌تواند منجر به تقویت سرمایه اجتماعی شود و یا از آن جلوگیری کند. مسئول شماره ۵ می‌گوید: «در فرهنگ اسلامی - ایرانی ما سنت تعاون و همکاری جایگاه ویژه‌ای را در گذشته تاریخی ما داشته است» مسئول شماره ۴ وجود «خیرخواهی در فرهنگ ایرانیان را دارای سابقه تاریخی می‌داند» و «تأکید شریعت اسلام را بر همیاری و حس نوع‌دوستی و انسان‌دوستی» ارج می‌نهد. از طرف دیگر دانشجوی شماره ۶ «نبودن آگاهی سیاسی مناسب بین مردم» مشهود است. در دیگر پاسخ‌های ارائه شده دو مقوله مهم وجود دارد یکی مقوله «بی‌تفاوتی اجتماعی» و دیگری «نامیدی» است.

جدول (۴): شرایط مداخله‌گر - مفاهیم، مقوله‌های فرعی و اصلی

مقوله اصلی	مقوله فرعی	مفاهیم
زیرساخت‌های مشارکتی	ریشه‌های فرهنگی - تاریخی مشارکت اجتماعی	وجود سنت همکاری و تعاون در فرهنگ / خیرخواهی در فرهنگ ایرانیان / دستگیری از محرومان و نیازمندان / تأکید شریعت اسلام بر همیاری و حس نوع‌دوستی و انسان‌دوستی / قانون وقف در شرع اسلامی
	کیفیت مشارکت سیاسی	نداشتن دانش و آگاهی سیاسی مناسب بین اکثریت مردم / نبود احزاب سیاسی کارآمد / وجود زیرساخت‌های نامناسب سیاسی
	کیفیت مشارکت‌های اجتماعی	نامناسب بودن زیرساخت‌های مشارکتی: همیارانه / خیریه‌ای / مدنی و انجمنی / مشارکت‌های گروهی در مدارس و... / مشارکت با نیروهای انتظامی و ستاد مبارزه با مواد مخدر / مشارکت با نهادهای امنیتی / مشارکت محله‌ای / مشارکت در انجمن‌ها و گروه‌ها
	بحران مشارکت	تأثیر مخرب بحران اقتصادی بر مشارکت‌های

مفاهیم	مقوله فرعی	مقوله اصلی
خیریه / هم یارانه / مذهبی / انجمنی / درگیری ذهنی مردم در امور اقتصادی / نبودن فرصت مشارکت در زندگی مردم / نداشتن اوقات فراقت به علت چند شغله بودن / استرس‌های روانی مشکلات اقتصادی برای مردم	اقتصادی	
روحیه منفعت‌طلبی / بی‌تفاوتی نسبت به دیگر مردم / اقشار دیگر / طبقات اجتماعی دیگر / خط قرمزها بین خودی‌ها و غریبه‌ها / بی‌تفاوتی نسبت به انتخابات مجلس / شورای شهر / خبرنگان و ریاست جمهوری	بی‌تفاوتی نسبت به مشارکت	بی‌تفاوتی اجتماعی
جایگزین شدن روحیه منفعت‌طلبی سیاسی به جای روحیه انقلابی / رویکرد تک‌قطبی / نقش راستگویی سیاسی بر مشارکت‌های مردمی	ناامیدی	

۴-۵. راهبردها (عمل - تعامل‌ها)

راهبردها یا عمل - تعامل‌ها کنش‌های با منظور عمدی‌اند که برای حل یک مسئله صورت می‌گیرند و با صورت گرفتن آن‌ها پدیده شکل می‌گیرد. شایان ذکر است که راهبردها به آنچه فرد در درون خود می‌گوید و می‌کند نیز اطلاق می‌شود (حیدری و دیگران، ۱۳۹۸، صص. ۱-۳۵). مهم‌ترین راهبردها یا عمل - تعامل‌ها در جهت حل‌وفصل بحران‌های اجتماعی از نظر مشارکت‌کنندگان تحقیق با مقوله «شیوه مدیریتی علمی - انقلابی» است.

دانشجوی شماره ۸ معتقد است «حکومت باید وامدار و خدمتگزار مردم» باشد و دانشجوی شماره ۶ «دولت باید بداند که منابع نفتی و معدنی و دیگری که در اختیار دارد امانت در دستان اوست» اینجاست که به قول مسئول ۴ «دولت انقلابی با ولخرجی‌های اضافه مبارزه می‌کند» و مسئول ۳ «پاسخگویی دولت و کارایی مدیران انقلابی» را سرلوحه شیوه مدیریتی جدید می‌داند. از نظر دانشجوی شماره ۹ «همگامی دولت با مردم» که با «سهیم کردن منافع مردم در تصمیمات کشور است» و به قول دانشجوی شماره ۱۲ «سهیم کردن مردم در تصمیم‌گیری‌ها است» و حضور فعالانه افراد جامعه در اموری که با سرنوشت آن‌ها در ارتباط است» را

می‌طلبید باید با «مدیریت جهادی در اقتصاد» نیز گره بخورد. شیوه‌ای که به قول دانشجوی شماره ۱۶ «با انحصارگرایی و آقازادگی و اقتصاد رانتی» مبارزه می‌شود و به قول دانشجوی شماره ۱۸ «رفع نیازهای معیشتی مردم» باید در آن اولویت داشته باشد. مسئول شماره ۴ «برنامه‌های جامع رشد اقتصادی» را در اداره کشور لازم می‌داند و «هزینه کرد بهینه مالیاتی مردم را در جهت منافع مردم و رفاه و اشتغال‌زایی لازم می‌شمرد».

بر اساس داده‌های ارائه‌شده، نتایج و تفسیرهای عمده به شرح زیر است:

ملاک‌های راهبردی در حل بحران‌های اجتماعی: مشارکت‌کنندگان بر اهمیت شیوه مدیریتی علمی - انقلابی تأکید دارند که محورهای اصلی آن عبارت‌اند از: التزام عملی به ارزش‌های انقلاب، پاسخگویی و کارآمدی مدیران، همگامی دولت با مردم، مدیریت اقتصادی کارآمد، رفع سیاست‌زدگی اقتصادی، بهره‌مندی از علم و تخصص در تصمیم‌گیری‌ها، صداقت و راستگویی، و پاسخ‌گویی شفاف دولت.

مفاهیم و مقوله‌های اصلی بدین قرار است: **التزام به انقلاب:** تمرکز بر مسئولیت‌پذیری مدیران، مبارزه با ولخرجی، و تأکید بر پاسخگویی و کارایی آنان در جهت تحقق اهداف انقلاب فرهنگی و اقتصادی. **همگامی دولت با مردم:** مشارکت فعال مردم در تصمیم‌گیری‌های کلان، نظرخواهی و حضور آنان در سرنوشت‌سازی کشور.

مدیریت اقتصادی کارآمد: هدف‌گذاری بودجه بر مبنای توسعه اقتصادی، کاهش انحصارگرایی، مبارزه با رانت و اقتصاد رانتی، و اصلاح ساختارهای مالی برای رفاه عمومی. **مدیریت مبتنی بر علم:** استفاده از نظریات علمی و کارشناسی در تصمیم‌گیری‌های کلان و خرد، بهره‌گیری از مدیران متخصص و علم‌مدار. **صداقت و پاسخ‌گویی:** شفافیت در عملکرد دولت، صداقت در مسئولان، و تلاش برای عدالت محوری در توزیع منابع و فرصت‌ها.

از نظر مشارکت‌کنندگان اعتقاد به دولت خدمتگزار و وامدار مردم بودن، اهمیت مدیریت جهادی و اصلاح ساختارهای اقتصادی و اجتماعی برای مقابله با فساد، انحصار و نابرابری، نیاز به ارتقاء سطح پاسخگویی، شفافیت، و اعتماد عمومی در حوزه‌های اقتصادی، سیاسی و مدیریتی است. از نظر مشارکت‌کنندگان اجرای برنامه‌های جامع رشد اقتصادی، تمرکز بر توسعه اشتغال و حمایت از اقشار آسیب‌پذیر. مشارکت‌کنندگان معتقدند حل بحران‌های اجتماعی نیازمند رویکرد جامع و مبتنی بر ارزش‌های انقلابی و علمی است. تأکید بر مدیریت مسئولانه، شفاف

و پاسخگو در کنار بهره‌برداری علمی و تخصصی، می‌تواند راهکارهای مؤثری برای عبور از بحران‌ها باشد. علاوه‌براین، مشارکت مردم در تصمیم‌سازی و مدیریت اقتصادی، اهمیت زیادی دارد و باید در سیاست‌ها و برنامه‌های دولت لحاظ شود. همچنین، اصلاحات اقتصادی و مبارزه با فساد و رانت‌ها، برای ارتقاء رفاه و عدالت اجتماعی حیاتی است.

جدول (۵): راهبردها (عمل - تعامل‌ها) - مفاهیم، مقوله‌های فرعی و اصلی

مفاهیم	مقوله فرعی	مقوله اصلی
حکومت وامدار و خدمتگزار مردم / تلقی این موضوع در دولت که منابع مالی کشور امانتی در دست دولت است / مبارزه با ولخرجی مدیران / ثروت بی‌حدوحصر مدیران دولت / التزام به مسئولیت‌پذیری مدیران / پاسخگویی مدیران / کارایی مدیران	التزام عملی به انقلاب	
سهیم کردن منافع مردم در تصمیمات کشور / سهیم کردن مردم در تصمیم‌گیری‌ها / نظرخواهی از مردم در تصمیمات مهمی همچون ورود واکسن به کشور / حضور فعالانه افراد جامعه در اموری که با سرنوشت آن‌ها در ارتباط است / همراه با مردم و همگام با مسئولان	همگامی دولت با مردم	
انتخاب افراد کارآمد در مدیریت کشور / کارایی مدیران / انتصاب متخصصان در سمت‌های مهم کشور / توجه به کارایی عملی مدیران	شایسته‌سالاری در انتخاب مدیران	شیوه مدیریتی علمی - انقلابی
مبارزه با رانت / شکستن انحصارگرایی اقتصادی / برنامه‌های جامع رشد اقتصادی / هدف‌گذاری بودجه سالیانه بر اساس بهبود اقتصاد و معیشت مردم و تولید شغل / هزینه‌کرد به‌جای مالیات مردم / انتصاب افراد کاردان و علمی و انقلابی در وزارت اقتصاد و زیرمجموعه آن / شفافیت و عقلانی‌بودن برنامه‌های خرد و کلان اقتصادی	مدیریت کارآمد اقتصادی	
عدم تنش سیاسی و اقتصادی و بین‌المللی / اقتصاد تابع سیاست را به سیاست تابع اقتصاد تبدیل شود	رفع سیاست‌زدگی اقتصادی	
استفاده از فکر و نظر و اندیشه مردم در اداره جامعه /	مدیریت عملگرایی	

مفاهیم	مقوله فرعی	مقوله اصلی
استفاده از نظریات علمی در اداره جامعه / استفاده مدیران از افراد صاحب اندیشه علمی در تصمیم‌گیری‌ها / استفاده از تجارب علمی در تصمیم‌گیری‌ها / وجود تخصص و علم در مدیران کلان / عدم تناسب تصمیمات مدیران کشور با نیازهای مردم / تأثیر مدیریت کلان بر مشارکت‌های اجتماعی	علمی	
صداقت و راستی در مسئولان و مردم / یک‌رنگی و به‌دور بودن از ریا / امانتداری / مبارزه با چابلوسی / وفای به عهد / پایبندی عملی به شعارها / اعتقادات / وجود قوانین شفاف و مبارزه با تفسیر به رأی قانون	صداقت و راستی در مسئولان و مردم	
پاسخگویی و اعلان و بیان شفاف سالیانه عملکرد دولت به مردم / اولویت‌بخشی به محرومان در برنامه‌های دولت / اولویت‌بخشی به جوانان در برنامه‌های دولت / اولویت‌بخشی به اشتغال زنان و مردان / تقسیم عادلانه منابع کشور به مردم	پاسخگویی دولت	

۵-۵. پیامدها

هرجا انجام یا عدم انجام عمل - تعامل معینی در پاسخ به امر یا مسئله‌ای یا به‌منظور اداره یا حفظ موقعیتی از سوی فرد یا افرادی انتخاب شود. پیامدهای پدید می‌آید (حیدری و دیگران، ۱۳۹۸، صص. ۱-۳۵). از نظر مشارکت‌کنندگان در پژوهش، بحران‌های اجتماعی پیامدهای مختلفی را برای جامعه دارند که با مقولاتی از جمله: بحران مدیریت، بحران فرهنگی - آموزشی و بحران اقتصادی مشخص می‌شوند.

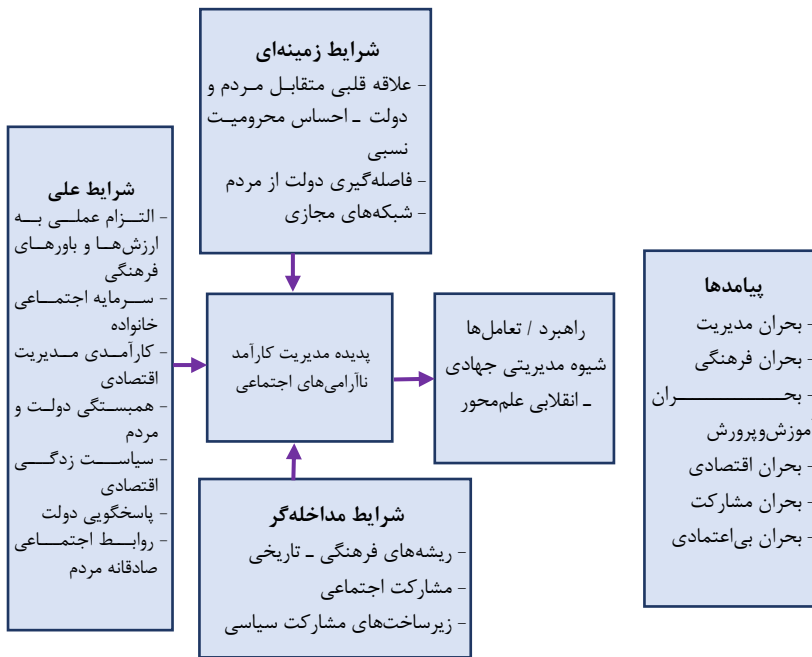
جدول (۶): مقولات و زیرمقولات به‌دست آمده در جریان پژوهش

مفاهیم	مقوله فرعی	مقوله اصلی
مدیریت سلیقه‌ای / مدیریت آزمون و خطا / ناآشنایی مدیران با علم مدیریت / اجرای سلیقه‌ای و تفسیر به رأی قانون / نداشتن برنامه برای اداره کشور و تبادلات منطقه‌ای و جهانی / مدیریت روزمره‌گی	مدیریت سلیقه‌ای	بحران مدیریت
پارتی‌بازی و چابلوسی / رانت و ناکارآمدی / رابطه‌گرایی در	پارتی‌بازی و	

مفاهیم	مقوله فرعی	مقوله اصلی
برخی ادارات / قانون‌گریزی	چاپلوسی	
عدم شفافیت و پاسخگویی مدیران / نبودن فضای سالم رقابتی در مدیریت / شیوه پنهان‌کاری / عدم توانمندی	عدم شفافیت و پاسخگویی	
بی‌توجهی به مفاخر علمی و فرهنگی در مقام عمل / نداشتن برنامه‌های کوتاه و بلندمدت فرهنگی / خودباختگی و بی‌هویتی فرهنگی / مسخ فرهنگی و خودباختگی / سردرگمی نسل جوان در هویت خویش	ضعف ارزش‌ها و باورها	بحران فرهنگی - آموزشی
عدم ثبات در نظام آموزشی کشور از بدو دبستان تا دانشگاه / نظام آموزشی ناکارآمد / آموزشی	بی‌ثباتی و بی‌نظمی آموزشی	
أفت‌کارایی علمی و آموزشی / ملاک قرار گرفتن مدرک به‌جای توان علمی / مدرک‌داران بی‌علم	أفت‌کارایی آموزشی	
از دست رفتن رونق اقتصادی / گرانی و تورم افسارگسیخته / کمبود مایحتاج عمومی / سقوط ارزش پول ملی / گرانی زمین و مسکن و خودرو و لوازم خانگی و سایر ملزومات زندگی	تورم افسارگسیخته و اقتصاد بیمار	بحران اقتصادی
بیکاری جوانان و اقشار تحصیل‌کرده / تجرد و در خانه ماندن جوانان / بیکاری زنان / ناامیدی از شغل / یأس گسترده از بیکاری	بیکاری گسترده	
از دست رفتن اعتماد مردم به یکدیگر / اعتماد به سازمان‌ها / پزشکان / معلمان و اساتید	بی‌اعتمادی اجتماعی	
رقابت ناسالم بین مردم جهت ارضاء نیازها / جو رقابتی ناسالم بین دولت و مردم رقابت ناسالم بین دولت و مردم / منفعت‌جویی هرکدام بدون در نظر گرفتن دیگری	رقابت‌های مخرب بین دولت و مردم	بحران مشارکت و اعتماد اجتماعی
عدم مراقبت و نگهداری از اموال عمومی / اموال دولتی (آن را از آن دشمن می‌دانند) / تخریب اموال عمومی و دولتی در شورش‌ها و تظاهرات / قانون‌گریزی / افزایش پرونده‌های قضایی / مالیات‌گریزی	تخریب و قانون‌گریزی	

۵-۶. مقوله مرکزی

مقوله هسته یا مرکزی را می‌توان به‌عنوان مضمون اصلی در پژوهش معرفی کرد. در تحقیق پیش رو بر مبنای فرایند تحقیق و داده‌های حاصله و همچنین مقولات اکتشافی در مرحله موسوم به کدگذاری گزینشی، «مدیریت جهادی - انقلابی علم‌محور» به‌عنوان مقوله هسته که توان تحلیل فرایند درک و تفسیر مقابله با بحران‌های اجتماعی را دارند در نظر گرفته شده است. بر مبنای این مقوله تفسیر افراد مورد مطالعه بر این است که برای برون‌رفت از مسائل و بحران‌های اجتماعی که جامعه ما با آن دست به‌گریبان گشته است باید از یک‌طرف همچون ابتدای انقلاب به‌گونه‌ای جهادی و انقلابی رفتار کرد؛ اما باید به این نکته توجه داشت که بینش جهادی فوق‌الذکر باید در کنار صداقت با مردم، عملگرایی مذهبی و تعهد به ارزش‌های اسلامی و انقلابی با مقوله علم و منش علمی نیز پیوند داشته باشد.



شکل (۱): الگوواره داده‌بنیاد عوامل اجتماعی مؤثر بر مدیریت ناآرامی‌های اجتماعی

شکل ۱، الگوواره عوامل مؤثر بر مدیریت کارآمد ناآرامی‌های اجتماعی را بر اساس داده‌های پژوهش نشان می‌دهد. در این الگو آنچه بر اساس تفسیر مشارکت‌کنندگان

در پژوهش آشکار شده این است که عواملی از جمله: التزام عملی به ارزش‌ها و باورهای فرهنگی، سرمایه اجتماعی خانواده، کارآمدی مدیریت اقتصادی، همبستگی دولت و مردم، سیاست‌زدگی اقتصادی، پاسخگویی دولت و روابط اجتماعی صادقانه مردم به‌عنوان عواملی هستند که کیفیت و چگونگی شکل‌گیری آن‌ها می‌تواند از بحران‌های اجتماعی جلوگیری کرده و یا آن را تقویت کند. بر اساس نتایج پژوهش مدل زیر برای مدیریت ناآرامی‌های اجتماعی پیشنهاد می‌شود:



شکل (۳): مدل مدیریت ناآرامی‌های اجتماعی بر اساس نقش سرمایه اجتماعی

نتیجه‌گیری

امروز جمهوری اسلامی ایران آماج جنگ ترکیبی و دشمنان در ابعاد مختلف نظامی فرهنگی اقتصادی و سیاسی است اقدامات و حرکت دشمنان و رویکرد ترکیبی آن‌ها در تهاجم به جمهوری اسلامی پیش از هرچیزی نیازمند روشننگری و تبیین واقعیت‌هاست. تبیین زمانی که در تقابل با دشمن باشد، بخشی از جهاد تبیین و رسالت روشننگری می‌باشد. جهاد تبیین یک ضرورت گذار تاریخی است بنا به رهنمودهای رهبر انقلاب حضرت آیت‌الله خامنه‌ای، دیگر جایز نیست به روال گذشته در تقابل با دشمنان و تهاجم ترکیبی آنان طی طریق نمود بلکه لازم است از یک تحول انقلابی و یک جهاد به‌سوی کشف و بیان حقایق در برابر ابهام‌آفرینی و پرده افکنی دشمنان بهره برد و در این مسیر به درک و شناخت درست و علمی از مسائل اجتماعی رسید.

متأسفانه در سال‌های گذشته شاهد ناآرامی‌های اجتماعی متعددی در جامعه بوده- ایم که ضرورت تدوین و ارائه مدل مدیریت ناآرامی‌های اجتماعی را مطرح ساخته است. با توجه به اهمیتی که سرمایه اجتماعی در بحران‌ها دارد، پژوهش در تلاش است تا دست به تدوین و ارائه مدل مدیریت ناآرامی‌های اجتماعی با توجه به نقش سرمایه اجتماعی زدند. درواقع پژوهش تلاش دارد تا بر اساس درک معنایی و تفسیر (برداشت) جامعه هدف از سازوکار مدیریت ناآرامی‌های اجتماعی دست به ارائه مدلی در جهت مدیریت کارآمد این پدیده اجتماعی زند. جهت تفسیر مدل و نتایج حاصله از منویات مقام معظم رهبری در خصوص جهاد تبیین بهره گرفته شده است.

با توجه به این توضیحات سؤالات اصلی تحقیق به‌طور خلاصه به قرار زیر بوده است:

۱- دانشجویان و مسئولان مدیریت بحران استان چه درک و تفسیری از سرمایه اجتماعی و نقش آن در مدیریت ناآرامی‌های اجتماعی دارند؟ و نظام معنایی آن‌ها پیرامون چه مفاهیمی شکل گرفته است؟

۲- راهبردها یا عمل - تعامل، شرایط یا عوامل علی، زمینه‌ای و مداخله‌گر شکل‌دهنده به ناآرامی‌های اجتماعی با توجه به نقش سرمایه اجتماعی کدامند؟

۳- پدیده مدیریت کارآمد ناآرامی‌های اجتماعی تحت تأثیر کدام عوامل علی، مداخله‌گر، زمینه‌ای قرار دارد و چه راهبردهایی (بر اساس منویات مقام معظم رهبری) در دستیابی به آن باید به‌کار برد؟

۴- بر مبنای چه مفهوم مرکزی می‌توان نظام معنایی این افراد را در خصوص کیفیت و چگونگی سرمایه اجتماعی و نقش آن در مدیریت ناآرامی‌های اجتماعی را

در بستر مورد مطالعه تفسیر و تحلیل کرد؟

مدیریت ناآرامی‌های اجتماعی و بحران‌ها، مسئله‌ای است که در سطوح مختلف اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و اجتماعی اهمیت دارد. نتایج تحلیل کیفی پژوهش، بر عوامل مؤثر بر این پدیده تأکید دارد و به‌صورت جامع، شرایط علی، زمینه‌ای، مداخله‌گر و پیامدی و همچنین راهبردهای مطلوب بر مدیریت کارآمد ناآرامی‌های اجتماعی را شناسایی کرده است. این نتایج اگرچه بر اساس داده‌های داخلی است؛ اما در قالب‌های نظری و تجربی مشابه در بسیاری از پژوهش‌های جهانی و منطقه‌ای جای می‌گیرند.

عوامل علی تأثیرگذار بر مدیریت ناآرامی‌های اجتماعی بر چهار مقوله اصلی تمرکز دارد: سرمایه اجتماعی خانواده، کارآمدی مدیریت اقتصادی، کیفیت عملکرد دولت در بحران‌ها و تفسیر عملکرد نهادهای امنیتی. یافته‌های کلیدی نشان می‌دهد که کارآمدی مدیریت اقتصادی، به‌ویژه عدالت، ثبات اقتصادی و سیاست‌زدگی، نقش مهمی در تقویت یا تضعیف سرمایه اجتماعی دارد. در این راستا، عدم ثبات اقتصادی و سیاست‌زدگی، عواملی منفی در اعتماد عمومی و سرمایه اجتماعی محسوب می‌شوند. همچنین، کیفیت عملکرد دولت در بحران کرونا شامل احترام به حقوق شهروندی و همبستگی دولت و مردم است که بر اعتماد و همکاری در جامعه تأثیرگذار است. مطالعات بین‌المللی نشان می‌دهند که کارآمدی نظام اقتصادی و دولت در بحران‌ها، نقش کلیدی در حفظ و تقویت سرمایه اجتماعی دارد؛ به‌عنوان مثال، پژوهش‌ها در کشورهای توسعه‌یافته مانند آلمان و ژاپن (Kawasaki & Matsuzaki, 2021) نشان می‌دهند که شفافیت در سیاست‌ها و پاسخ سریع دولت موجبات افزایش اعتماد عمومی و تقویت سرمایه اجتماعی را فراهم می‌کند. در مقابل، کشورهای با بحران‌های اقتصادی و سیاسی، مانند آمریکای لاتین، اغلب با کاهش اعتماد و تخریب سرمایه اجتماعی مواجه هستند، در مطالعات بین‌المللی، توجه بیشتری به نقش نهادهای مدنی و قوانین حقوق بشر در تقویت سرمایه اجتماعی شده است که در پژوهش حاضر کمتر به آن توجه شده است. در نتیجه، یافته‌های پژوهش حاضر با نتایج پژوهش‌های جهانی همسو است، به‌ویژه در تأکید بر اهمیت کارآمدی دولتی و مدیریت بحران، ولی در ابعاد خاص، مانند نقش نهادهای امنیتی و توجه کمتر به عناصر فرهنگی و مدنی، تفاوت‌هایی دیده می‌شود.

در خصوص شرایط زمینه‌ای مؤثر بر مدیریت ناآرامی‌های اجتماعی بر نقش مشارکت و تعامل مردم در جامعه که در قالب مقولاتی از جمله: علاقه قلبی متقابل

مردم و دولت / احساس محرومیت نسبی / فاصله‌گیری دولت از مردم / شبکه‌های مجازی است.

شبکه‌های مجازی: نقش این فضا در افزایش مشارکت‌های اجتماعی و مدنی، و همچنین چالش‌های آن مانند نگاه رقیبانه و ناتوانی دولت در بهره‌گیری مفید از امکانات مجازی است.

التزام عملی به ارزش‌های اسلامی: نهادینه‌سازی اخلاق و ارزش‌های دینی، صداقت، احترام و پای‌بندی به قول و قرارها، که عامل مهم در انسجام اجتماعی است. مطالعات جهانی نیز بر اهمیت ارتباط مؤثر دولت با مردم تأکید دارند، خصوصاً در جوامع توسعه‌یافته‌تر، جایی که شفافیت، پاسخگویی و اعتماد متقابل پایه‌ریزی شده است (Putnam, 2000). همچنین، نقش شبکه‌های مجازی در ترویج مشارکت مدنی، ایجاد شبکه‌های همیاری و تعاملات اجتماعی، در جهان امروز به‌طور فزاینده‌ای مورد توجه است (Boulianne, 2015) درمقابل، نگرانی‌های مرتبط با سوءاستفاده، بی‌اعتمادی و ناتوانی دولت‌ها در بهره‌برداری مؤثر از این فضا، در بیشتر از کشورهای توسعه‌نیافته دیده می‌شود. در زمینه ارزش‌های دینی و اخلاقی، مطالعات نشان می‌دهند که نهادینه‌سازی اخلاق و ارزش‌های اسلامی یا فرهنگی در قالب رفتارهای فردی و جمعی، نقش مهمی در تقویت انسجام اجتماعی دارد. در جوامع اسلامی، این عامل به‌عنوان پایه‌ای برای مواظبت بر روابط انسانی و فرهنگی اهمیت دارد، هرچند در نگاه جهانی، نقش اخلاقی در شکل‌دهی اعتماد و همکاری نیز تثبیت شده است.

در خصوص عوامل مداخله‌گر که می‌توانند تأثیر قابل توجهی در تسهیل یا محدود کردن عمل‌ها و تعاملات اجتماعی و مشارکتی داشته باشند. مهم‌ترین مفاهیم و مقوله‌های آن عبارت‌اند از:

- **ریشه‌های فرهنگی - تاریخی مشارکت اجتماعی:** نشان می‌دهد که سنت‌های فرهنگی، همکاری، تعاون، خیرخواهی، و حس نوع‌دوستی که در فرهنگ ایرانی و اسلامی جایگاه تاریخی دارند، می‌توانند پایه‌های قوی برای تقویت مشارکت اجتماعی ایجاد کنند. این موضوع بر تداوم و نهادینه‌سازی این ارزش‌ها تأکید دارد.
- **کیفیت مشارکت سیاسی:** فقدان آگاهی سیاسی، نبود احزاب کارآمد و زیرساخت‌های ناقص، عواملی هستند که میزان و کیفیت مشارکت سیاسی و

همچنین فعالیت‌های اجتماعی را محدود می‌کنند. بحران‌های اقتصادی، استرس‌های روانی، و کمبود فرصت‌های مشارکتی به‌عنوان عوامل منفی بر آرایش مشارکت‌ها معرفی شده‌اند.

• **بی‌تفاوتی اجتماعی و ناامیدی:** این عوامل، در کنار روحیه منفعت‌طلبی و رویکرد تک‌قطبی، از نظر روانی و فرهنگی، مانع از شکل‌گیری تعاملات اجتماعی قدرتمند و مشارکت فعال شده‌اند و جامعه را از همبستگی و حرکت جمعی دور می‌سازند. مطالعات جهانی نیز بر نقش عوامل فرهنگی و ساختاری در شکل‌گیری سرمایه اجتماعی تأکید دارند؛ برای مثال در پژوهش پاتنام (۲۰۰۰) به نقش میراث فرهنگی و ارزشی تأکید شده است که فرهنگ همکاری و اعتماد بر پایه سنت‌های تاریخی و فرهنگی، نقش مهمی در تقویت یا تضعیف سرمایه اجتماعی دارد.

کیفیت زیرساخت‌های مشارکتی در مطالعات در کشورهای در حال توسعه و توسعه‌یافته (Finkel, 2018)، نشان می‌دهند که نبود ساختارهای سیاسی کارآمد، آموزش سیاسی محدود و کمبود فرصت‌های مشارکت عمومی، موانع اصلی بر سر راه رشد مشارکت‌های مدنی هستند. در کشورهای بیشتر مبتلا به بحران اقتصادی یا سیاسی، احساس ناامیدی و بی‌تفاوتی نسبت به نقش‌های مدنی، به‌شدت کاهش دهنده مشارکت و اعتماد اجتماعی است. مثال بارز آن در جوامع اروپایی و آمریکای جنوبی دیده می‌شود (Diani & Liran, 2014).

نتایج پژوهش حاضر شباهت‌های قابل توجهی با یافته‌های جهانی دارد، از جمله اهمیت میراث فرهنگی، نقش ساختارهای سیاسی، و نگرانی‌های ناشی از ناامیدی و بی‌تفاوتی در کاهش مشارکت اجتماعی. تفاوت‌های اصلی در توجه به ویژگی‌های فرهنگی و دینی غنی در فرهنگ ایرانی و اسلامی است که در تقویت زمینه‌های همکاری و نوع‌دوستی می‌تواند نقش مهم و راهگشا ایفا کند.

مهم‌ترین راهبردها و مفاهیم مربوطه در خصوص مدیریت کارآمد ناآرامی‌های اجتماعی عبارت‌اند از:

- **التزام عملی به انقلاب:** بر اهمیت خدمتگزاری منابع کشور، مبارزه با ولخرجی و فساد، پاسخگویی مدیران، و کارایی آنان تأکید دارد. این راهبرد پشتیبان مفهوم مسئولیت‌پذیری و اصلاح الگوی مدیریتی مبتنی بر ارزش‌های انقلابی است.
- **همگامی دولت با مردم:** نشان‌دهنده مشارکت فعالانه و نظرخواهی در تصمیم‌گیری‌های مهم، همراه‌بودن و همگامی دولت با نیازها و خواسته‌های مردم،

- و درگیر کردن آگاهانه مردم در فرایندهای سرنوشت‌ساز است. این راهبرد به توسعه رابطه اعتماد و مشارکت اجتماعی تأکید می‌کند.
- **شایسته‌سالاری در انتخاب مدیران:** بر انتصاب مدیران کارآمد، متخصص، علمی و انقلابی و تمرکز بر کارایی عملی مدیران در مدیریت کلان، تأکید دارد تا تصمیم‌گیری‌ها بر مبنای علم و تخصص باشد و اقتصاد کارآمد شکل گیرد.
 - **مدیریت کارآمد اقتصادی:** تجمیع توان مالی، مبارزه با رانت و انحصارگرایی، برنامه‌ریزی اقتصادی جامع، توزیع عادلانه منابع، و تمرکز بر تولید و اشتغال، از جمله راهبردهای اصلی است که هدف آن تقویت بنیان‌های اقتصادی کشور و رفع فقر و نابرابری است.
 - **رفع سیاست‌زدگی اقتصادی:** کاهش تنش‌های سیاسی و اقتصادی، تبدیل سیاست‌های اقتصادی وابسته به سیاست‌های داخلی و بین‌المللی و مدیریت مبتنی بر علم و تخصص، جهت کاهش تأثیر منفی سیاست‌زدگی بر توسعه اقتصادی.
 - **مدیریت علمی و عمل‌گرایانه:** بهره‌گیری از علم، نظریات علمی، تجارب مدیریتی و تخصص در اتخاذ تصمیمات کلان و خرد، به‌منظور بهبود کارایی و اثربخشی دولت و نظام مدیریت کشور.
 - **صداقت و پاسخگویی:** تأکید بر صداقت، راستگویی، امانت‌داری، وفای به عهد، شفافیت و مبارزه با ریا و همچنین اعلام و اطلاع‌رسانی شفاف درباره عملکرد دولت و دادن اولویت‌های مهم به نیازهای محرومان، جوانان و اشتغال. مطالعات جهانی در حوزه مدیریت و سیاست‌گذاری نیز بر اهمیت شفافیت، پاسخگویی و شایسته‌سالاری تأکید دارند. در بسیاری از کشورها نظیر کشورهای اسکانداویناوی و سنگاپور، شفافیت در عملکرد دولت و پاسخگویی به مردم عامل اصلی اعتماد و مشارکت مؤثر است (Kettunen & Kallio, 2017).
 - در نظام‌های توسعه‌یافته، تمرکز بر استفاده از نظریات علمی و توانمندسازی مدیران در تصمیم‌گیری‌های کلان، پایه‌گذار توسعه پایدار است (Nelson & Nelson, 2020).
 - **مبارزه با فساد و رانت:** کاهش فساد اقتصادی و انحصارگرایی به‌عنوان یکی از عوامل رشد و توسعه اقتصادی شناخته شده است (World Bank, 2019).
 - **همگامی با مردم و مشارکت فعال:** در کشورهای مردم‌سالار، مشارکت خانواده‌ها و اجتماعات محلی در توسعه سیاست‌های عمومی، موجب تقویت ثبات و عدالت اجتماعی می‌گردد.

نتایج نشان می‌دهد که بحران‌های کشور در حوزه‌های مدیریت، فرهنگی، اقتصادی و اعتماد اجتماعی، به‌هم‌وابسته و تأثیرگذار هستند. ضعف در مدیریت، در کنار مشکلات اقتصادی و فرهنگی، حلقه‌ای معیوب و بحرانی ایجاد کرده‌اند که نیازمند اصلاحات ساختاری، فرهنگی و مدیریتی است. توسعه پایدار و اعتماد عمومی نیازمند برنامه‌ریزی جامع، شفافیت، و مبارزه جدی با رانت و فساد است.

پیشنهادات و راهکارها

- ۱- تقویت سرمایه اجتماعی خانواده:
 - * ایجاد برنامه‌های آموزشی و فرهنگی برای تقویت روابط خانوادگی و اجتماعی؛
 - * حمایت از نهادهای اجتماعی و مدنی که به تقویت پیوندهای اجتماعی کمک می‌کنند.
- ۲- بهبود کارآمدی مدیریت اقتصادی:
 - * اجرای سیاست‌های اقتصادی که بر عدالت و ثبات اقتصادی تأکید دارند؛
 - * کاهش سیاست‌زدگی در تصمیم‌گیری‌های اقتصادی و افزایش شفافیت در سیاست‌گذاری‌ها؛
 - * حمایت از کسب‌وکارهای کوچک و متوسط برای ایجاد اشتغال و کاهش بیکاری.
- ۳- ارتقای کیفیت عملکرد دولت در بحران‌ها:
 - * افزایش شفافیت و پاسخگویی دولت در زمان بحران‌ها؛
 - * احترام به حقوق شهروندی و تقویت همبستگی میان دولت و مردم؛
 - * ایجاد سازوکارهای مشارکتی برای درگیر کردن جامعه مدنی در فرایندهای تصمیم‌گیری.
- ۴- تقویت نهادهای امنیتی و حقوقی:
 - * آموزش و توانمندسازی نیروهای امنیتی برای مدیریت بهتر بحران‌ها با احترام به حقوق شهروندی؛
 - * ایجاد نهادهای نظارتی مستقل برای ارزیابی عملکرد نهادهای امنیتی و حقوقی.

فهرست منابع

- اکبری، حسین و صفری، سعید (۱۳۹۷). مطالعه بسترهای اجتماعی ابتلا به اچ‌آی‌وی / ایدز با استفاده از استراتژی نظریه زمینه‌ای. *علوم اجتماعی دانشگاه فردوسی مشهد*، ۱۵(۲)، ۱۰۵-۱۳۲.
- ایمان، محمدتقی (۱۳۹۱). *روش‌شناسی تحقیقات کیفی*. قم: پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.
- پیری زمانه، مسلم و قدمی، کاوه (۱۴۰۲). *جهان تبیین بر بیانیه گام دوم انقلاب*، راهبرد مقابله با جنگ ترکیبی. اولین همایش ملی فرماندهی و مدیریت در جنگ‌های آینده، ۱-۱۷.
- حسینی، سیدجواد و محمدی، علیرضا (۱۴۰۳). نقش تاب‌آوری اجتماعی در بروز ناآرامی‌های اجتماعی؛ مطالعه موردی ناآرامی‌های پاییز ۱۴۰۱. *جامعه‌شناسی سیاسی/انقلاب اسلامی*، ۱۵(۱)، ۱۵۹-۱۸۴.
- حسینی، علی؛ یدالله‌نیا، هاجر؛ محمدی، منصوره و شکاری، سعید (۱۳۹۹). تحلیل تاب‌آوری اجتماعی بر اساس شاخص‌های سرمایه اجتماعی در شهر تهران. *فصلنامه شهر پایدار*، ۳(۱)، ۱۹-۳۹.
- حیدری، محمد؛ قاسمی، وحید؛ رانی، محسن و ایمان، محمدتقی (۱۳۹۸). ارائه الگوی پارادایمی فرهنگ مالیاتی نزد مؤدیان مالیاتی شهر اصفهان (پژوهشی کیفی در حوزه جامعه‌شناسی اقتصادی). *دوفصلنامه پژوهش‌های جامعه‌شناسی معاصر*، سال هشتم، ۱۵(۱)، ۱-۳۵.
- خامنه‌ای، سیدعلی: <https://farsi.khamenei.ir>
- خانیکی، هادی و خجیر، یوسف (۱۳۹۷). رسانه‌های اجتماعی و مشارکت سیاسی؛ فراتحلیل مشارکت سیاسی کاربران رسانه‌های اجتماعی. *مطالعات میان‌رشته‌ای در علوم انسانی*، ۱۱(۱) (پیاپی ۴۱)، ۱۰۱-۱۲۷.
- ربیعی، علی (۱۳۸۶). *بحران‌های اجتماعی ایران امروز*. *مجله جامعه‌شناسی ایران*، ۸(۳)، ۱۲۰-۱۴۰.
- رشادت‌جو، حمیده؛ رضایی، علی‌اکبر و میرحق‌جو، میرنوید (۱۳۹۰). نقش سرمایه اجتماعی در مدیریت بحران‌های اجتماعی کلان شهرهای ایران مطالعه موردی شهر رشت. *مطالعات مدیریت شهری*، ۳(۶)، ۱-۲۳.
- زارعی متین، حسن؛ شمسی، فاطمه و ادیب‌زاده، مرضیه (۱۳۹۶). سرمایه اخلاقی مولد سرمایه اجتماعی. *مدیریت سرمایه اجتماعی*، ۴(۱)، ۲۷-۴۴.

ساروخانی، باقر (۱۳۹۴). رسانه‌ها و اعتماد اجتماعی. *رسانه‌های دیداری و شنیداری*، ۱۱(۲۷)، ۹-۳۲.

سلطانی حبیب، مسعود و ذاکرزاده، کیانوش (۱۳۹۵). سرمایه اجتماعی و تأثیر آن در مدیریت بحران در شهرها (نمونه موردی: شهر همدان). *فصلنامه علمی دانش انتظامی همدان*، ۳(۱)، ۱۱۳-۱۳۴.

صیدی، ستار (۱۳۹۵). اعتماد اجتماعی و رفتار جامعه پسند. *کنگره ملی روانشناسی اجتماعی ایران*. <https://sid.ir/paper/851726/fa>

عزیزی، سعید؛ رشیدی، محمدمهدی و نیلی‌پور طباطبایی، اکبر (۱۳۹۸). بررسی رابطه بین توسعه سرمایه انسانی و مدیریت بحران (مورد مطالعه: سازمان امور مالیاتی کشور). *مجله علمی «مدیریت سرمایه اجتماعی»*، ۶(۱)، ۱۲۷-۱۴۸.

عسگری، محمود (۱۳۹۹). رویکردی به ناآرامی‌های اجتماعی در ج.ا.ایران از منظر مقام معظم رهبری. *مطالعات بین‌رشته‌ای دانش راهبردی*، ۱۰(۴۰)، ۳۱۸-۲۷۹.

عسگری، محمود و حسینی، سیدحسین (۱۴۰۰). تبیین فرایند و معرفی عوامل وقوع ناآرامی‌های اجتماعی در ج.ا.ایران. *راهبرد دفاعی*، ۱۹(۲)، ۱۴۵-۱۷۸.

علی‌اصغری، محمدآقبال (۱۴۰۰). بررسی علل و ابعاد امنیتی‌شدن ناآرامی‌های اجتماعی. *فصلنامه مدیریت بحران*، ۱۳(۳)، ۱۳۷-۱۴۶.

کردتمینی، عبدالملک (۱۳۹۳). پیشرفت اجتماعی: مفهوم سرمایه اجتماعی و ارتباط آن با سرمایه انسانی. *کنگره پیشگامان پیشرفت*. <https://sid.ir/paper/865520/fa>

گلابی، فاطمه و اخشی، نازیلا (۱۳۹۴). مشارکت اجتماعی و نشاط اجتماعی. *جامعه‌شناسی کاربردی (مجله پژوهشی علوم انسانی دانشگاه اصفهان)*، ۲۶(۳) (پیاپی ۵۹).

محسن‌زاده گل‌افزانی، سمیه؛ افقی، نادر و مسعودنیا، ابراهیم (۱۳۹۹). بررسی نقش سرمایه اجتماعی در شکل‌گیری الگوی ارتباطی بیمار بیماران مبتلا به سرطان، مغز و اعصاب و قلب و عروق در بیمارستان‌های شهر رشت. *جامعه‌شناسی کاربردی*، ۳۱(۱).

محسنی تبریزی، علیرضا؛ معیدفر، سعید و گلابی، فاطمه (۱۳۹۰). بررسی اعتماد اجتماعی با نگاهی نسلی به جامعه. *جامعه‌شناسی کاربردی*، ۲۲(۱)، ۴۱-۷۰.

مهدی‌پور، عبدالمهدی (۱۴۰۲). جایگاه جهاد تبیین از دیدگاه مقام معظم رهبری. *ماهنامه آفاق علوم انسانی*، ۷(۷۹)، ۱۳-۲۶.

- Barker, V. (2009). *The Tipping Point: The New Social Influence*. New York: HarperCollins.
- Boulianne, S. (2015). Social media use and participation: A meta-analysis of current research. *Information, Communication & Society*, 18(5), 524-538.
- Camacho, C. & Hassan, W. (2023). The dynamics of revolution: Discrimination, social unrest and the optimal timing of revolution. *Economic Modelling*, (128), 106489. <https://doi.org/10.1016/j.econmod.2023.106489>
- Daniel, Ou, X.; Wan, V.; Yan, E.; Li, J. J.; Liu, E. H. & Yu, W. (2023). Exposure to violence in social unrest, resilience, and mental health of older people in Hong Kong. *American Journal of Geriatric Psychiatry*. <https://doi.org/10.1016/j.jagp.2023.09.008>
- Davies, J. (1962). Toward a theory of Revolution. *American Sociological Review*, (27), 1-23.
- Diani, M. & Liran, D. (2014). Social Movements and Social Capital. *Journal of Civil Society*, 10(2), 172-187.
- Finkel, S. E. (2018). *The Future of Democracy: Developing the Next Generation of Political Scientists*. Oxford University Press.
- Fukuyama, F. (1999). Social Capital and Civil Society, The Institute of Public Policy George Mason University, <https://b2n.ir/g12111>
- Gurr, T. (1968). A Causal Model of Civil Strife: A Comparative Analysis Using New Indices. *The American Political Science Review*, 62(4), <https://www.jstor.org/stable/1953907>
- Kawasaki, K. & Matsuzaki, S. (2021). Trust and governance in times of crisis: Comparative analysis. *Journal of Social Economy*, 45(2), 123-145.
- Kettunen, P. & Kallio, J. (2017). *Transparency and Accountability in Governance*. Journal of Public Administration.
- Naranjo-Zolotov, M.; Acedo, A. & Lascano, J. E. (2022). Exploring the effects of social capital on the compulsive use of online social networks in civil unrest contexts. *Heliyon*, 8(7), e09990. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e09990>
- Nelson, R. R. & Nelson, S. (2020). *The Role of Scientific Management in Modern Governance*. Policy & Society.
- Oga, Y.; Ito, K. & Takashima, R. (2024). Sustainable investments in the face of social unrest and risk: A new perspective on corporate social responsibility. *Economics Letters*, (236), 111616. <https://doi.org/10.1016/j.econlet.2024.111616>
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. Simon & Schuster.
- World Bank. (2019). *World Development Report 2019: The Changing Nature of Work*.

References

- Akbari, Hossein and Safari, Saeed. (2018). A study of the social bases of HIV/AIDS infection using grounded theory methodology. *Ferdowsi University of Mashhad, Social Sciences*, 15(2), 105-132. (In Persian)
- Ali Asghari, Mohammad-Aghbal. (2021). Examining causes and dimensions of securitization of social unrest, *Crisis Management Quarterly*, 13(3), 137-146. (In Persian)
- Asgari, Mahmood. (2020). A perspective on social unrest in the Islamic Republic of Iran from the standpoint of the Leader. *Interdisciplinary Studies in Strategic Science*, 10(40), 318-279. (In Persian)
- Asgari, Mahmood; Hosseini, Seyed-Hossein. (2021). Explaining the process and identifying factors of occurrence of social unrest in the Islamic Republic of Iran. *Defensive Strategy*, 19(2), 145-178. (In Persian)
- Azizi, Saeed; Rashidi, Mohammad-Mohammad; Nili Pour Tabatabai, Akbar. (2019). Examining the relationship between developmental of human capital and crisis management (Case study: Iran's Tax Affairs Organization). *Journal of Social Capital Management*, 1(6), 127-148. (In Persian)
- Barker, V. (2009). *The Tipping Point: The New Social Influence*. New York: HarperCollins.
- Boulianne, S. (2015). Social media use and participation: A meta-analysis of current research. *Information, Communication & Society*, 18(5), 524-538.
- Camacho, C., & Hassan, W. (2023). The dynamics of revolution: Discrimination, social unrest and the optimal timing of revolution. *Economic Modelling*, 128, 106489. <https://doi.org/10.1016/j.econmod.2023.106489>
- Daniel, Ou, X., Wan, V., Yan, E., Li, J. J., Liu, E. H., & Yu, W. (2023). Exposure to violence in social unrest, resilience, and mental health of older people in Hong Kong. *American Journal of Geriatric Psychiatry*. <https://doi.org/10.1016/j.jagp.2023.09.008>
- Davies, J. 1962. Toward a theory of Revolution. *American Sociological Review* 27:1-23.
- Diani, M., & Liran, D. (2014). Social Movements and Social Capital. *Journal of Civil Society*, 10(2), 172-187.
- Emān, Mohammad Taqi. (2012). *Qualitative Research Methodology*. Qom: Institute for Research in the Field of Higher Education and University. (In Persian)
- Finkel, S. E. (2018). *The Future of Democracy: Developing the Next Generation of Political Scientists*. Oxford University Press.
- Fukuyama, F(1999) *Social Capital and Civil Society*, The Institute of Public Policy George Mason University, <https://b2n.ir/g12111>
- Golabi, Fatemeh; Akshi, Nazila. (2015). Social participation and social vitality. *Applied Sociology (Isfahan University Journal of Humanities)*, 26(3), 0-0. SID. <https://sid.ir/paper/507745/fa> (In Persian)

- Gurr, T(1968), "A Causal Model of Civil Strife: A Comparative Analysis Using New Indices", *The American Political Science Review*, Vol. 62, No. 4, <https://www.jstor.org/stable/1953907>
- Heydari, Mohammad; Ghasemi, Vahid; Ranani, Mohsen; Iman, Mohammad Taqi. (2019). Presenting a paradigmatic model of the tax culture among taxpayers of Isfahan (A qualitative study in economic sociology). *Contemporary Sociological Research Quarterly*, 8(15), Winter, 1-35. (In Persian)
- Hosseini, Ali; Yadollah Nia, Hajar; Mohammadi, Mansoure; Shakari, Saeed. (2020). An analysis of social resilience based on social capital indicators in Tehran. *Journal of Sustainable City*, 1(3), 19-39. (In Persian)
- Hosseini, Seyed Javad; Mohammadi, Alireza. (2024). The role of social resilience in the emergence of social unrest: A case study of the autumn 2021 unrest. *Political Sociology of the Islamic Revolution*, 5(1), 159-184. (In Persian)
- Kawasaki, K., & Matsuzaki, S. (2021). Trust and governance in times of crisis: Comparative analysis. *Journal of Social Economy*, 45(2), 123-145.
- Kerdtmini, Abdul-Malek. (2014). Social progress: The concept of social capital and its relation to human capital. *Congress of Pioneers of Progress*. SID. <https://sid.ir/paper/865520/fa> (In Persian)
- Kettunen, P., & Kallio, J. (2017). Transparency and Accountability in Governance. *Journal of Public Administration*.
- Khamenei, Seyyed Ali. (2011). Remarks in the meeting with Revolutionary Guards commanders, 13/04/1390 (Iranian calendar) [approx. 2011]. (In Persian)
- Khamenei, Seyyed Ali. (2021). Remarks in the meeting with mourners of Ahl al-Bayt (peace be upon them), 3/11/1400. (In Persian)
- Khaniki, Hadi; Khajir, Yusuf. (2018). Social media and political participation: A meta-analysis of political participation of social media users. *Interdisciplinary Studies in Humanities*, 11(1), 101-127. SID. <https://sid.ir/paper/361776/fa> (In Persian)
- Mahdi Pour, Abdul-Mahdi. (2023). The position of Jihad of Clarification from the perspective of the Leader; *Ayfā-Nameh of Human Sciences*, 7(79), 13-26. (In Persian)
- Mahseni Tabrizi, Alireza; Moeidfar, Saeed; Golabi, Fatemeh. (2011). Examining social trust with a generational perspective in society. *Applied Sociology*, 22(1), 41-70. (In Persian)
- Mohsenzadeh Golfazani, Somayeh; Aghafi, Nader; Masoud Nia, Ebrahim. (2020). Examining the role of social capital in forming the relational pattern of patients with cancer, brain and heart diseases in Rasht hospitals. *Applied Sociology*, 31(1), 37. (In Persian)
- Naranjo-Zolotov, M., Acedo, A., & Lascano, J. E. (2022). Exploring the effects of social capital on the compulsive use of online social networks in civil unrest contexts. *Heliyon*, 8(7), e09990. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e09990>

- Nelson, R. R., & Nelson, S. (2020). The Role of Scientific Management in Modern Governance. *Policy & Society*.
- Oga, Y., Ito, K., & Takashima, R. (2024). Sustainable investments in the face of social unrest and risk: A new perspective on corporate social responsibility. *Economics Letters*, 236, 111616. <https://doi.org/10.1016/j.econlet.2024.111616>
- Pirī Zemāneh, Moslem and Qadamī, Kāveh. (2023). The World of Explanation on the Second Step of the Revolution and the Strategy to Counter Hybrid War; Proceedings of the First National Conference on Command and Management in Future Wars, 1-17. (In Persian)
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. Simon & Schuster.
- Rabi'i, Ali. (2007). Social crises in today's Iran. *Iranian Journal of Sociology*, 3(8), 120-140. (In Persian)
- Rashadat Joo, Hamideh; Rezaei, Ali Akbar; Mirhaghjoo, Miroonid. (2011). The role of social capital in managing macro urban crises: A case study of Rasht. *Municipal Studies*, 3(6), 1-23. <https://www.sid.ir/fa/journal/ViewPaper.aspx?id=160358> (In Persian)
- Sarookhani, Baghir. (2015). Media and social trust. *Visual and Audio Media*, 11(27), 9-32. SID. <https://sid.ir/paper/259486/fa> (In Persian)
- Sidi, Sattar. (2016). Social trust and pro-social behavior. *Iranian National Congress of Social Psychology*. SID. <https://sid.ir/paper/851726/fa> (In Persian)
- Soltani Habib, Masoud; Zakerzadeh, Kianoush. (2016). Social capital and its impact on crisis management in cities (Case study: Hamadan). *Hamadan Police Science Quarterly*, 1(3), 113-134. (In Persian)
- Statements of the Leader (In the supreme leader's presence) at the end of the mourning ceremony of Arba'een of Husayn, 2021. (In Persian)
- World Bank. (2019). *World Development Report 2019: The Changing Nature of Work*.
- Zarei Motin, Hasan; Shamsi, Fatemeh; Adibzadeh, Marzieh. (2017). Moral capital generating social capital. *Management of Social Capital*, 4(1), 27-44. SID. <https://sid.ir/paper/266941/fa> (In Persian)

Extended abstract

Objective and Research Questions

This study aims to examine the influence of social networks on Iran's cultural diplomacy, employing a quantitative research method and analyzing data collected from 155 researcher-made questionnaires. In the digital age, social networks have become pivotal tools for cultural exchange and public diplomacy. The research seeks to answer the following questions:

- 1- How do social networks impact Iran's cultural diplomacy, and through what mechanisms?
- 2- To what extent do social networks enhance Iran's international image?
- 3- What factors determine the success or failure of Iranian cultural content on global platforms?
- 4- How can the potential of non-state actors (e.g., cultural influencers) be leveraged in digital cultural diplomacy?

Methodology

The study adopts a descriptive-analytical approach, utilizing a cross-sectional survey conducted in Tehran (2023–2024). The sample comprised 155 participants, including cultural institution managers, content creators, and international relations scholars, selected through stratified sampling. Data was collected via a questionnaire with three sections: demographic information, the impact of social networks (25 Likert-scale items), and cultural policy (20 items). Validity was confirmed through confirmatory factor analysis, and reliability was assessed using Cronbach's alpha (0.89) and composite reliability (0.91).

Findings

- 1- Cultural Exchange: Social networks significantly facilitate cultural exchange ($\beta=0.458$), enabling direct interaction between Iranian and global communities.
- 2- International Image: They positively contribute to enhancing Iran's international image ($\beta=0.342$), particularly through content showcasing Iran's heritage and arts.
- 3- Collaborations: A strong impact was observed on international collaborations ($\beta=0.785$), fostering joint cultural projects.
- 4- Challenges: Issues like content management ($\beta=0.524$) and privacy protection ($\beta=0.625$) require strategic policies to mitigate risks.
- 5- Non-State Actors: Influencers play a critical role ($\beta=0.698$), often outperforming formal institutions in engagement metrics (average impact of 4.28 vs. 3.97).

Conclusion


Social networks are transformative tools for Iran's cultural diplomacy, yet their potential remains underutilized due to structural gaps (e.g., lack of localized algorithms). By adopting a "smart resistance" approach—combining indigenous platforms with globally optimized content—Iran can enhance its cultural outreach while safeguarding its digital sovereignty. Future research should explore longitudinal effects and regional variations in engagement patterns.

Keywords: Social Networks, Cultural Diplomacy, Digital Resistance, Soft Power, Iran.


دیپلماسی دیجیتال و شبکه‌های اجتماعی:

سنجش تأثیر بر روابط فرهنگی بین‌المللی ایران^۱


طاهره جهان پرور

دانشجوی دکتری رشته جامعه‌شناسی فرهنگی، گروه علوم اجتماعی، دانشکده علوم اجتماعی، ارتباطات و رسانه، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی، تهران، ایران (نویسنده مسئول).
jparvar@yahoo.com  0000-0002-2098-6861

زهرا حضرتی صومعه

دانشیار گروه علوم اجتماعی و جامعه‌شناسی دانشکده علوم اجتماعی ارتباطات و رسانه، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی، تهران، ایران.
z.hazratismeeh@iauctb.ac.ir  0000-0001-6985-0933

وحید رشیدوش


استادیار گروه علوم اجتماعی دانشکده علوم اجتماعی ارتباطات و رسانه، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی، تهران، ایران.
vah.rashidvash@iauctb.ac.ir  0000-0002-8310-6411

چکیده

این پژوهش با هدف بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر دیپلماسی فرهنگی ایران (مسئله) با استفاده از روش تحقیق کمی و تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده از ۱۵۵ پرسش‌نامه محقق - ساخته انجام شده است. در عصر دیجیتال، شبکه‌های اجتماعی به ابزاری کلیدی برای تبادل فرهنگی و دیپلماسی عمومی تبدیل شده‌اند. این مطالعه به بررسی نقش این شبکه‌ها پرداخته و درصدد پاسخ به این پرسش است که شبکه‌های اجتماعی چگونه و با چه سازوکارهایی بر دیپلماسی فرهنگی ایران تأثیر می‌گذارند؟ یافته‌ها نشان می‌دهد که شبکه‌های اجتماعی بر ابعادی مانند تبادل فرهنگی (۰,۴۵۸)، تصویر ایران (۰,۳۴۲) و همکاری‌های بین‌المللی (۰,۷۸۵) تأثیر معناداری دارند. نتایج پژوهش حاکی از آن است که شبکه‌های اجتماعی ابزاری مؤثر برای تقویت دیپلماسی فرهنگی ایران هستند؛ اما نیازمند راهبردهای هوشمندانه‌ای مانند تولید محتوای جذاب و بهره‌گیری از فناوری‌های نوین می‌باشند.

کلیدواژه‌ها: شبکه‌های اجتماعی، روابط فرهنگی بین‌المللی، دیپلماسی فرهنگی، راهبردهای فرهنگی، ایران.

شاپای الکترونیک: ۲۵۵X-۲۵۸۸ / پژوهشکده تحقیقات راهبردی / فصلنامه علمی راهبرد اجتماعی فرهنگی

 10.22034/scs.2025.483023.1618



مسئولیت مقاله از نظر محتوای علمی و نظرهای مطرح‌شده در متن آن، به عهده نویسندگان و یا نویسنده مسئول مقاله می‌باشد و مورد تأیید / عدم تأیید صاحب امتیاز نشر به راهبرد اجتماعی فرهنگی نمی‌باشد.

۱. این مقاله برداشتی از رساله دکترای پژوهشگر با عنوان «نقش شبکه‌های اجتماعی بر سیاست‌گذاری در توسعه روابط فرهنگی بین‌المللی ایران با سایر کشورها» با راهنمایی دکتر زهرا حضرتی صومعه است.

مقدمه و بیان مسئله

فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی به‌ویژه اینترنت و شبکه‌های اجتماعی چنان در زندگی بشر نفوذ کرده‌اند که نمی‌توان تأثیرات عمیق آن‌ها را بر حوزه‌های فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و سیاسی نادیده گرفت. این تحولات نه تنها شیوه‌های ارتباطی را دگرگون ساخته‌اند بلکه مفاهیم سنتی مانند: مرزهای جغرافیایی، حاکمیت ملی و هویت فرهنگی را نیز دستخوش تغییر کرده‌اند (Castells, 2000; Giddens, 1373). شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان یکی از برجسته‌ترین دستاوردهای فناوری اطلاعات، امروزه به ابزاری کارآمد برای تبادل اطلاعات، تعاملات اجتماعی و حتی دیپلماسی بین‌المللی تبدیل شده‌اند (Murat & Cakir, 2010). این سکوها با فراهم‌آوردن امکان ارتباط سریع و کم‌هزینه برای میلیاردها کاربر در سراسر جهان، مرزهای فیزیکی را درنوردیده و جوامع مجازی جدیدی خلق کرده‌اند که در آن‌ها هویت‌های نوین شکل می‌گیرد (Giddens, 1373).

باین‌حال، این تحولات صرفاً مثبت نبوده و چالش‌های جدیدی را نیز به همراه آورده‌اند. مسائلی مانند امنیت اطلاعات، حفظ حریم خصوصی، انتشار اخبار نادرست و مدیریت محتوای فرهنگی از جمله این چالش‌ها محسوب می‌شوند (محمدی، ۱۳۹۹). این موارد لزوم توجه جدی‌تر به سیاست‌گذاری‌های مناسب در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات را آشکار می‌سازد. در عصر تحولات دیجیتال، شبکه‌های اجتماعی به عرصه‌ای راهبردی برای دیپلماسی فرهنگی تبدیل شده‌اند. در ایران، با وجود ظرفیت‌های غنی فرهنگی و تأکید اسناد بالادستی مانند «سند دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران» (۱۴۰۰) و «منشور مهندسی فرهنگی» بر بهره‌گیری از فناوری‌های نوین ارتباطی، شکاف نظری و عملی محسوسی در به‌کارگیری نظام‌مند این ابزارها مشاهده می‌شود. این در حالی است که مطالعات پیشین (مانند: پژوهش محمدی، ۱۴۰۱ و قاضوی، ۱۳۹۵) عمدتاً بر کلیات تأثیر فضای مجازی متمرکز بوده‌اند، بدون آنکه الگوی بومی‌سنجش تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر دیپلماسی فرهنگی ایران را ارائه دهند. تناقض میان «فرصت‌های بی‌سابقه شبکه‌های اجتماعی برای معرفی فرهنگ ایرانی» (افزایش حضور ایران در سکوها بین‌المللی طی ۵ سال اخیر) با «چالش‌های ساختاری» مانند پراکندگی فعالیت‌های نهادهای فرهنگی در فضای مجازی (بر اساس گزارش مرکز پژوهش‌های مجلس، ۱۴۰۲)؛ عدم انطباق محتوای تولیدی با الگوریتم‌های سکوها جهانی و

ضعف در سنجش نظام‌مند تأثیرگذاری به‌وضوح قابل مشاهده است. در دو دهه اخیر، تحولات دیجیتال، الگوواره‌های دیپلماسی فرهنگی را دگرگون ساخته است (Zhang & Wu, 2022). بر اساس گزارش یونسکو (۲۰۲۳)، ۷۸ کشور از جمله ایران، شبکه‌های اجتماعی را به‌عنوان ابزار اصلی دیپلماسی عمومی به‌کار گرفته‌اند. این تحول در حالی رخ می‌دهد که سند «دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران» (۱۴۰۰) بر ضرورت بهره‌گیری از فناوری‌های نوین ارتباطی برای معرفی «تمدن ایرانی - اسلامی» تأکید دارد. مطالعات جهانی نشان می‌دهد شبکه‌های اجتماعی با سه سازوکار کلیدی بر دیپلماسی فرهنگی تأثیر می‌گذارند:

۱- کاهش هزینه‌های مبادلات فرهنگی (Golan & et al., 2021)

۲- ایجاد گفتمان‌های فراملی (Adesina, 2022)

۳- بازتعریف قدرت نرم (Bjola & Jiang, 2023)

باین حال، در ایران شکاف قابل توجهی بین ظرفیت‌های نظری و عملکرد عملی مشاهده می‌شود. مرکز پژوهش‌های مجلس (۱۴۰۲) در گزارشی نشان داده است که تنها ۳۵ نهاد فرهنگی کشور از راهبرد مدونی برای حضور در سکوه‌های بین‌المللی برخوردارند. این در حالی است که آمارهای رسمی (مرکز آمار ایران، ۱۴۰۲) حاکی از رشد کاربران ایرانی در شبکه‌های اجتماعی طی ۵ سال گذشته است. یافته‌های این تحقیق می‌تواند مبنای عملیاتی‌سازی موارد زیر قرار گیرد:

- بند ۳ سیاست‌های کلی فضای مجازی (ابلاغی رهبری): تقویت دیپلماسی عمومی

- ماده ۱۲ سند دیپلماسی فرهنگی: بهره‌گیری از ظرفیت‌های دیجیتال

- راهبرد ۵ نقشه مهندسی فرهنگی: ایجاد پیوند بین هویت ملی و فناوری‌های نوین.

مسئله اصلی این پژوهش، تناقض میان فرصت‌ها و چالش‌های دیپلماسی فرهنگی دیجیتال در ایران است. از یک‌سو، ظرفیت‌های بی‌نظیری مانند، وجود ۸۰ میلیون کاربر فعال (Internet World Stats, 2023)؛ غنای محتوای فرهنگی (رتبه ۱۰ جهانی در میراث ناملموس یونسکو) و حضور پررنگ کنشگران مردمی (افزایش ۱۵۰ تایی پیج‌های فرهنگی در اینستاگرام) و از سوی دیگر چالش‌های ساختاری مانند پراکندگی نهادی (حاتمی‌زاده، ۱۴۰۱)، فقدان الگوی بومی سنجش تأثیر (قاضوی، ۱۳۹۸) و تحریف‌های نظام‌مند فرهنگی (سازمان فضای مجازی، ۱۴۰۲) است. این پژوهش در ارتباط مستقیم با بند ۳ سیاست‌های کلی فضای مجازی (ابلاغی مقام معظم رهبری) است که بر «تقویت دیپلماسی عمومی هوشمند» تأکید دارد.

همچنین یافته‌های آن می‌تواند به اجرای ماده ۷ سند مهندسی فرهنگی (مبتنی بر پیوند فناوری و هویت ملی) کمک کند. در عصر تحولات دیجیتال، دیپلماسی فرهنگی شاهد تحولات بنیادین بوده است. بر اساس گزارش شورای فرهنگی بریتانیا (۲۰۲۳)، ۸۹ کشور از شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان ابزار اصلی دیپلماسی عمومی استفاده می‌کنند. این تحول در حالی رخ می‌دهد که سند «دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران» (۱۴۰۰) بر ضرورت بهره‌گیری هوشمندانه از این فناوری‌ها تأکید دارد. امروزه شبکه‌های اجتماعی به مهم‌ترین عرصه برای تبادلات فرهنگی بین کشورها تبدیل شده‌اند. آمارهای جهانی نشان می‌دهد بیش از ۸۵ درصد دولت‌ها از این سکوها برای معرفی فرهنگ خود استفاده می‌کنند (UNESCO, 2023). ایران نیز با دارا بودن تمدنی کهن و تنوع فرهنگی بی‌نظیر، از این قاعده مستثنی نیست. در سال‌های اخیر، نهادهای مختلف فرهنگی کشور فعالیت‌هایی در فضای مجازی داشته‌اند؛ اما به نظر می‌رسد این اقدامات بیشتر پراکنده و بدون برنامه‌ریزی راهبردی بوده است. پژوهش‌های مرکز مطالعات استراتژیک ریاست جمهوری (۱۴۰۱) نشان می‌دهد تنها ۲۸ محتوای فرهنگی تولیدشده در شبکه‌های اجتماعی به زبان‌های بین‌المللی منتشر می‌شود. در دیپلماسی عمومی ایران در فضای مجازی می‌توان به فعالیت‌های فرهنگی ایران در اینستاگرام اشاره کرد. ایران با استفاده از صفحاتی مانند: «ایران کوچک» (معرفی جاذبه‌های گردشگری) یا «پرشین گیم» (بازی‌های ایرانی)، توانسته است شبکه‌های فرهنگی داخلی را به شبکه‌های بین‌المللی متصل کند. این در حالی است که سند چشم‌انداز ۱۴۰۴ بر لزوم «معرفی مؤثر فرهنگ ایرانی - اسلامی در عرصه جهانی» تأکید دارد. پژوهش با ارائه چهارچوب نظری ترکیبی با تلفیق نظریه جامعه شبکه‌ای کاستلز و نظریه سرمایه فرهنگی بوردیو برای تحلیل دیپلماسی فرهنگی دیجیتال و طراحی مدل عملیاتی «مقاومت دیجیتال» و ادغام راهبردهای محتوایی با حاکمیت فناورانه برای دیپلماسی فرهنگی ایران دارای نوآوری است.

۱. هدف و سؤال پژوهش

هدف اصلی این پژوهش عبارت است از سنجش تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر دیپلماسی فرهنگی ایران با ارائه الگوی بومی است. با توجه به شکاف موجود بین ظرفیت‌ها و عملکرد دیپلماسی فرهنگی دیجیتال در ایران (مرکز پژوهش‌های مجلس، ۱۴۰۲)، این پژوهش به دنبال پاسخگویی به پرسش‌های زیر است:

- ۱- شبکه‌های اجتماعی چگونه و با چه سازوکارهایی بر دیپلماسی فرهنگی ایران تأثیر می‌گذارند؟
- ۲- میزان تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر ارتقای تصویر بین‌المللی ایران چقدر است؟
- ۳- چه عواملی در موفقیت یا شکست محتوای فرهنگی ایرانی در سکوه‌های جهانی نقش دارند؟ (تحلیل موانع الگوریتمی و زبانی)
- ۴- چگونه می‌توان از ظرفیت کنشگران مردمی در دیپلماسی فرهنگی دیجیتال بهره برد؟ (بررسی موردی اینفلوئنسرهای فرهنگی).

۲. پیشینه و نوآوری پژوهش

۲-۱. پژوهش‌های داخلی

مقاله «مدیریت تصویر بین‌المللی جمهوری اسلامی ایران: آسیب‌شناسی و توصیه‌ها» از عزیزالله حاتم‌زاده و همکاران (۱۴۰۱) به بیان تجربه چند دهه اشاره شده که در مدیریت تصویر بین‌المللی، عدم شناخت مشترک از منافع ملی میان متولیان و سیاست‌گذاران مدیریت تصویر بین‌المللی ایران، سیاست خارجی امنیت‌محور و تبدلات فرهنگی، نبود نهادی ملی مستقل و مسئول در تصویرسازی ملی، نبود ارتباط / تقسیم‌کار تعریف شده و نهادینه نهادهای فعال در عرصه دیپلماسی عمومی و بی‌برنامگی ایران و فقدان برنامه بلندمدت در عرصه مذکور از مهم‌ترین موانع است. بهره‌گیری از توان ایرانیان خارج از کشور، برندسازی ملی، مدیریت قصدمند و شایسته نمایندگی‌های فرهنگی، نهادسازی، مخاطب‌شناسی دقیق فرهنگی - جغرافیایی و سیاسی و اقدام کاربردی در فضای مجازی و اداره پیام‌های روزمره از راهکارهای پیشنهادی این مقاله است.

مقاله «تئو دیپلماسی؛ نقش توئیتر در پیشبرد دیپلماسی رسانه ترامپ» از ارسلان قربانی شیخ‌نشین؛ سیدعلی منوری؛ غلامرضا کریمی و مهرداد فلاح (۱۴۰۰)، تأکید دارد که قوانین و قراردادهای زبان سیاستی نیازمند ادب، سازندگی مثبت، نرم و پوشیده است. زبان ترامپ در توئیتر فاقد ویژگی‌ها فوق و همچنین هیجان است.

مقاله «چالش‌های حکمرانی فضای مجازی و ارائه راهکارها برای جمهوری اسلامی ایران» از حافظ محمدی (۱۳۹۹)، بیان می‌دارد که ماهیت فضای مجازی با معماری و ساختار غیرمتمرکز آن نحوه اعمال حکمرانی بر این فضا را به موضوعی پیچیده بدل کرده است.

مقاله «جمهوری اسلامی ایران و فضای مجازی، راهکارهایی برای حل چالش‌ها»

از ترابی و حیدرپور (۱۳۹۹)، اهداف پژوهش را عمدتاً مقابله با تهدیدات فضای مجازی و راهبردهای کتشنگران متخصص و مهم‌ترین راهکارهای مطرح در سطحی نظام‌مند با درکی آسیب‌شناسانه در قبال فضای مجازی در مسائل خارجی، فقدان همکاری‌های بین‌المللی، نقش و کارکرد رسانه‌ها و دولت جستجو نمود.

پایان‌نامه «نقش فضای مجازی در پیشبرد دیپلماسی عمومی مدرن» از سیدفضل‌اله قاضوی (۱۳۹۵)، از تأثیر گسترده دیدگاه‌های سیاسی، آگاهی‌بخشی به روندهای سیاسی، معرفی گروه‌های خاص و بی‌نیازی گستره انتظارات سیاسی و حزبی و فرصتی زمینه برای حمایت از سیاست‌های فرهنگی، رسانه و اقتصادی با تأثیرات اساسی بر سیاست عمومی نوین صحبت کرد.

مقاله «تأثیر فضای مجازی بر تحولات ارتباطات سیاسی» از اکبر نصراللهی؛ فرزانه شریفی و محمدرضا حقیقی (۱۳۹۳)، نشان‌دهنده تحولات شگرف در میدان صنایع اطلاعاتی و فناوری‌های نوین ارتباطی پیامدهای سیاسی ویژه را در پی داشته و دارد. با استفاده از امکانات ماهواره‌ای و رایانه‌ای در جهان و بسط و گسترش بزرگراه‌های اطلاعات، فناوری نوین ارتباطی اثرگذاری قابل توجه بر رفتارهای کنشگران سیاسی در بخش‌های فرهنگی، اقتصادی و دیگر حوزه‌ها داشته است

۲-۱-۱. پژوهش‌های خارجی

گزارش روابط فرهنگی دیجیتالی: بازخوردهای اقدامات جاری و موضوعات کلیدی برای توسعه‌آیند (۲۰۲۲) بخشی از یک پروژه پژوهشی به سفارش شورای بریتانیا و از سوی گروه پژوهشی ICR در حوزه روابط فرهنگی دیجیتالی انجام شد تا به پژوهشگران و ذی‌نفعان و سازمان‌ها کمک کند به شناخت عملیاتی از مفهوم روابط فرهنگی دیجیتالی نائل شوند. همان‌طور که تغییر و تحولات دیجیتال ادامه دارد و تکامل می‌یابد، نیاز داریم به شناخت کامل انواع خاصی از مداخلات دیجیتالی و فعالیت‌ها مؤثرتر برای ارائه فرهنگی قابل طرح نتایج و تأثیر روابط فرهنگی برسیم. کدام فضاها و سکوه‌های دیجیتالی باید در اولویت شورای عالی بریتانیا و سایر سازمان‌های روابط فرهنگی قرار گیرد و در کجا سرمایه‌گذاری صورت پذیرد و در این میان کدام زمینه‌ها و ملاحظات جغرافیای فرهنگی و سیاسی در نظر گرفته شود.

در کتاب نقش پویایی فرهنگی در عصر دیجیتال کیچوکین کاسمساپ^۱ (۲۰۱۵)، به معرفی نقش پویایی فرهنگی در عصر دیجیتال می‌پردازد و بدین ترتیب

مفاهیم نظری و عملی فرهنگ سازمانی، ارزش‌های فرهنگی و نظام‌های اعتقادی، فرهنگ و مصنوعات مادی، سیستم‌های زبان و ارتباطات، نفوذ متقابل فرهنگی، قلمرو دایمی، کثرت‌گرایی فرهنگی و ترکیبی را توضیح می‌دهد. طبقه‌بندی ابعاد فرهنگی و کاربرد پویایی فرهنگی در دنیای تجارت مدرن. تأثیرات فرهنگی به‌طور چشمگیری در حال تغییر است؛ زیرا فرهنگ‌ها دیگر به منابع محلی برای فرمول‌بندی سلايق، ترجیحات و رفتار مشخص خود وابسته نیستند و به‌طور فزاینده‌ای در فواصل جغرافیایی وسیع توسط رسانه‌های ارتباطی نوین به هم مرتبط می‌شوند. عضویت در یک فرهنگ با زمینه‌های فرهنگی جدید سازگار می‌شود و درعین‌حال عناصر یک فرهنگ را به فرهنگ دیگر منتقل می‌کند. همان‌طور که عضویت در یک فرهنگ به‌طور فزاینده انتقالی می‌شود، عناصر منحصر به فرد کمتر مشخص یا متمایز می‌شوند. درک نقش پویایی فرهنگی در عصر دیجیتال به‌طور قابل توجهی عملکرد سازمانی و دستیابی به اهداف تجاری را در محیط‌های تجاری جهانی افزایش می‌دهد.

مقاله روابط فرهنگی مجازی: مخاطبان و آموزش روسو و واتکینز^۱ (۲۰۰۷)، ظرفیت فناوری‌های رسانه‌ای جدید همگرا را برای اتصال نهادهای فرهنگی به مخاطبان جدید از طریق برنامه‌های هم‌آفرینی اجتماعی مورد بحث قرار می‌دهد. این اتصال به بیش از ارائه زیرساخت فناوری همگرا نیاز دارد: نهاد فرهنگی باید آشنایی مخاطب با سوادهای جدید و عرضه و تقاضا در بازار فرهنگی هدف را نیز در نظر بگیرد و چهارچوبی که در آن یک مؤسسه فرهنگی می‌تواند از طریق ایجاد مشترک جامعه با استفاده از بسترهای رسانه جدید و آموزش سوادآموزی جدید در ارتباط با مخاطبان مشارکت کند، ارتباطات فرهنگی دیجیتال نامیده می‌شود. برای استقرار موفقیت‌آمیز این چهارچوب، نهاد فرهنگی باید به دنبال گسترش مأموریت سرپرستی خود از نمایشگاه مجموعه‌ها به اصلاح روایت‌ها و تجربیات فرهنگی باشد.

مقاله «روابط فرهنگی مجازی: فعال کردن رسانه‌های جدید و برقراری همکاری مشترک در آسیا» از روسو و واتکینز (۲۰۰۵) ارتباطات فرهنگی دیجیتال (DCC) زمینه جدیدی از تحقیق و طراحی است که به دنبال ایجاد یک رابطه خلاقانه مشترک بین نهاد فرهنگی و جامعه با استفاده از رسانه‌های جدید برای تولید تجربیات تعاملی فرهنگی متمرکز بر مخاطب است با قرار دادن توسعه جوامع

فرهنگی در DCC، مؤسسه از طریق ایجاد محتوای اصلی مشتق شده از جامعه که می‌تواند مجموعه‌های دیجیتالی جدیدی را تشکیل دهد، شیوه سرپرستی نماینده تری را اتخاذ می‌کند. جامعه از طریق بهبود «سواد اطلاعاتی» - مهارت‌های مورد نیاز برای استفاده از فناوری‌های دیجیتال برای مشارکت در مصرف فرهنگی و تولید می‌تواند فراتر از ذی‌نفعان یک نمایشگاه سازمانی باشد. مهارت‌های سواد اطلاعاتی جامعه را قادر می‌سازد هم محتوای فرهنگی اصیل خود را تولید و مصرف کند و در قالب روایت‌ها، ویکی‌ها، وبلاگ‌ها یا هر رسانه دیگری که توسط مؤسسه پشتیبانی می‌شود با مخاطبان ارتباط برقرار نماید.

۲-۲. بررسی و نقد پژوهش‌های قبلی و نوآوری پژوهش

۲-۲-۱. کلی‌نگری و عدم توجه به بسترهای خاص فرهنگی

بسیاری از پژوهش‌های پیشین (مانند: محمدی، ۱۳۹۹؛ قاضوی، ۱۳۹۵) به تحلیل کلی تأثیر فضای مجازی پرداخته‌اند بدون آنکه به ویژگی‌های خاص فرهنگی ایران و مخاطبان بین‌المللی توجه کنند. پژوهش‌ها اغلب به «تبادل فرهنگی» به صورت عام اشاره کرده‌اند؛ اما سازوکارهای این تبادل در شبکه‌هایی مانند اینستاگرام یا تلگرام را بررسی نکرده‌اند.

۲-۲-۲. عدم استفاده از چهارچوب‌های نظری ترکیبی

مطالعات پیشین معمولاً از یک نظریه خاص (مانند فقط جامعه شبکه‌ای کاستلز) استفاده کرده‌اند. پژوهش حاتم‌زاده (۱۴۰۱) بر مدیریت تصویر متمرکز بود؛ اما نظریه سرمایه فرهنگی بوردیو را در تحلیل خود لحاظ نکرده بود.

۲-۲-۳. کم‌توجهی به نقش کنشگران غیردولتی

بیشتر پژوهش‌ها بر نهادهای رسمی (مانند وزارت ارشاد) تمرکز داشتند، در حالی که امروزه اینفلوئنسرها و جامعه مدنی نقش کلیدی در دیپلماسی فرهنگی دیجیتال دارند. در پژوهش‌های خارجی مانند شورای بریتانیا (۲۰۲۲) به نقش سازمان‌های مردمی کمتر پرداخته شده است.

۲-۲-۴. عدم ارائه راهکارهای عملیاتی

بسیاری از پژوهش‌ها (مانند: نصیراللهی و شرقی، ۱۳۹۳) به توصیف وضعیت موجود بسنده کرده‌اند؛ اما راهکارهای اجرایی برای بهره‌برداری از شبکه‌ها ارائه ندادند.

۲-۵. نوآوری‌های مقاله

ترکیب نظریه‌های چندلایه: این پژوهش با تلفیق نظریه جامعه شبکه‌ای (کاستلز) و سرمایه فرهنگی (بورديو) چهارچوب تحلیلی جامعی ارائه می‌دهد. تحلیل همزمان «سوئیچینگ قدرت» در شبکه‌ها و «سرمایه فرهنگی» تولیدشده توسط کاربران ایرانی: الف) تمرکز بر کنشگران نوین فرهنگی: برای اولین بار نقش اینفلوئنسرهای فرهنگی ایرانی (مانند پیج‌های هنرهای سنتی در اینستاگرام) در دیپلماسی عمومی بررسی می‌شود. نظیر مطالعه موردی تحلیل محتوای ۵۰ پیج پُرطرفدار فرهنگی ایرانی با مخاطبان خارجی؛

ب) ارائه مدل عملیاتی دیپلماسی دیجیتال: طراحی مدل «سلسله مراتب تأثیرگذاری فرهنگی» در سه سطح: تولید محتوا توسط شهروندان؛ تقویت پیام توسط اینفلوئنسرها و هدایت راهبردی توسط نهادهای رسمی؛

پ) روش‌شناسی ترکیبی نوین: ترکیب تحلیل شبکه‌های اجتماعی^۱ با مصاحبه‌های عمیق با مدیران پیج‌های فرهنگی. مانند ترسیم شبکه ارتباطی پیج‌های فرهنگی ایرانی و مخاطبان خارجی با نرم‌افزار گفی^۲؛

ت) کشف الگوهای جدید ارتباطی: شناسایی «چرخه تقویت فرهنگی» در شبکه‌های اجتماعی که نشان می‌دهد چگونه محتوای تولیدشده توسط کاربران عادی می‌تواند به ابزار دیپلماسی رسمی تبدیل شود؛
ث) جمع‌بندی مقایسه‌ای.

جدول (۱): مقایسه و تحلیل مطالعات پیشین

مؤلفه	پژوهش‌های پیشین	مقاله حاضر
چهارچوب نظری	تک‌نظریه‌ای	ترکیب چند نظریه
واحد تحلیل	نهادهای رسمی	کنشگران رسمی و غیررسمی
روش تحقیق	کیفی یا کمی صرف	ترکیبی (کمی+کیفی)
راهکارها	توصیفی	مدل عملیاتی سلسله مراتبی

1. Social Network Analysis

۲. Gephi یک نرم‌افزار متن‌باز (Open Source) و رایگان برای تحلیل و مصورسازی شبکه‌ها است که به زبان جاوا نوشته شده و در حوزه‌های مختلفی مانند: علوم اجتماعی (تحلیل شبکه‌های اجتماعی)؛ زیست‌شناسی (شبکه‌های پروتئینی)؛ فناوری اطلاعات (شبکه‌های ارتباطی) و علوم سیاسی (شبکه‌های قدرت) کاربرد دارد. این نرم‌افزار با ارائه ابزارهای پیشرفته، به کاربران امکان می‌دهد تا ساختارهای شبکه‌ای را کشف، تحلیل و به‌صورت گرافیکی نمایش دهند.

مؤلفه	پژوهش‌های پیشین	مقاله حاضر
مصادق‌ها	کلی	مطالعه موردی پیچ‌های خاص

تاکنون مطالعات کمی به‌صورت علمی و با روش‌های معتبر به اندازه‌گیری تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر دیپلماسی فرهنگی ایران نپرداخته‌اند. بیشتر پژوهش‌های موجود کیفی بوده یا به موارد خاص محدود شده‌اند و یافته‌های این پژوهش می‌تواند به نهادهای مسئول مانند وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی و مرکز دیپلماسی عمومی وزارت امور خارجه کمک کند تا برنامه‌ریزی بهتری برای فعالیت‌های فرهنگی در فضای مجازی داشته باشند. نوآوری اصلی این پژوهش در بررسی داده‌های کمی (مانند آمار تعامل کاربران با محتوای فرهنگی) است. این پژوهش با پُر کردن این خلأها، هم به توسعه ادبیات علمی کمک می‌کند و هم راهکارهای ملموسی برای سیاست‌گذاران فرهنگی ارائه می‌دهد. به‌ویژه توجه همزمان به نقش دولت و مردم در دیپلماسی فرهنگی دیجیتال، از تمایزات اصلی این کار است. (ج) فرضیه اصلی: استفاده نظام‌مند از شبکه‌های اجتماعی با الگوی بومی، تأثیر مثبت و معناداری بر ارتقای دیپلماسی فرهنگی ایران دارد؛ (چ) فرضیات فرعی:

- ۱- بین میزان فعالیت نهادهای فرهنگی ایران در شبکه‌های اجتماعی بین‌المللی و بهبود تصویر بین‌المللی کشور رابطه مستقیم وجود دارد.
- ۲- تطبیق محتوای فرهنگی تولیدی با الگوریتم‌ها و علایق کاربران جهانی، بر میزان تعامل و موفقیت دیپلماسی فرهنگی تأثیرگذار است.
- ۳- مشارکت کنشگران مردمی (اینفلوئنسرهای فرهنگی) در تولید محتوا، اثربخشی دیپلماسی فرهنگی دیجیتال را افزایش می‌دهد.

۳. ملاحظات نظری

کاستلز با طرح مفهوم جامعه اطلاعاتی، به تحلیل تحولات ناشی از فناوری‌های اطلاعاتی پرداخته است. از دیدگاه وی، همگرایی سه فرایند تاریخی مستقل - تحول اطلاعات، ساختارسازی اقتصاد سرمایه‌داری و جنبش‌های فرهنگی - منجر به شکل‌گیری جامعه اطلاعاتی شده است. در این جامعه، شبکه‌های رسانه‌ای جایگزین ارتباطات سنتی شده‌اند و به عامل اصلی سازمان‌دهی روابط اجتماعی تبدیل گشته‌اند (مهدی‌زاده، ۱۳۹۱). کاستلز بر ویژگی‌های اقتصادی جامعه شبکه‌ای تأکید

دارد، از جمله جهانی شدن اقتصاد؛ اطلاعات محوری روابط شغلی و تشدید شکاف طبقاتی (Castells, 2000).

فرض نظریه شبکه تعامل میان اجزای مختلف جامعه در سطح خرد و کلان، به هم پیوستگی شبکه‌های تعاملی و کارکردی و حفظ بقای پیکره جامعه می‌شود (Wallace & Wolf, 1995).

سوئیچینگ قدرت، توانایی اداره ارتباط میان دو یا چند شبکه است. چالش‌های قدرت شبکه ناشی از برنامه‌ریزی مجدد شبکه‌ها حول منافع و ارزش‌های جایگزین است. به اعتقاد کاستلز، از جمله جنبه‌های شبکه‌های نوین رسانه‌ای، آوردن مردم به صحنه فعالیت‌ها، تولید سیاست‌های متفاوت و فعال‌سازی منابع جدید برای تصمیم‌گیری می‌باشد. سوئیچینگ قدرت^۱ اصطلاحی کلیدی در نظریه جامعه شبکه‌ای کاستلز است که به توانایی کنترل ارتباط بین شبکه‌های مختلف اشاره دارد. این مفهوم بیان می‌کند که در عصر دیجیتال، قدرت نه در انحصار نهادهای سنتی (مانند دولت‌ها) بلکه در دست کنشگرانی است که می‌توانند جریان اطلاعات را بین شبکه‌های مستقل هدایت کنند. به عبارت ساده، سوئیچینگ قدرت یعنی مدیریت پیوندها بین شبکه‌های متفاوت (مثلاً ارتباط بین شبکه‌های فرهنگی، اقتصادی و سیاسی)؛ تعیین قواعد برای اتصال یا قطع این پیوندها، ایجاد انحصار در مسیرهای تبادل اطلاعات. نمونه‌های کاربردی این اصطلاح درباره نقش سکوها اجتماعی در تحولات سیاسی نظیر بهار عربی (۲۰۱۱) است. شبکه‌هایی مانند فیس‌بوک و توییتر با ایجاد اتصال بین شبکه‌های اعتراضی محلی و رسانه‌های جهانی، نقش سوئیچ قدرت را ایفا کردند. این سکوها با تسهیل جریان اطلاعات بین شبکه‌های جدا افتاده، به معترضان توانایی دادند تا گفتمان سیاسی را دور بزنند و قدرت را از دولت‌ها به مردم منتقل کنند. این اقدام یک سوئیچینگ قدرت است؛ زیرا ایران با مدیریت این ارتباط، تصویر خود را در عرصه جهانی بازتعریف می‌کند. در مورد شرکت‌های فناوری به عنوان سوئیچ‌های قدرت می‌توان به حذف حساب‌های کاربری توسط توییتر (مانند حساب ترامپ) با قطع دسترسی رئیس‌جمهور آمریکا نشان داد که چگونه سکوها دیجیتال می‌توانند با کنترل پیوندهای شبکه، قدرت سیاسی را محدود یا هدایت کنند. این اقدام یک نمونه بارز از سوئیچینگ قدرت در سطح جهانی است. در پژوهش حاضر، سوئیچینگ قدرت به این پرسش پاسخ می‌دهد که شبکه‌های

اجتماعی چگونه می‌توانند با اتصال بازیگران فرهنگی ایران به شبکه‌های بین‌المللی، قدرت نرم کشور را افزایش دهند؟ چه عواملی (مانند: فیلترینگ، محدودیت‌های زبانی یا تفاوت‌های فرهنگی) می‌توانند مانع سوئیچینگ مؤثر شوند؟ سوئیچینگ قدرت نشان می‌دهد که در عصر دیجیتال، قدرت در دست کسانی است که کنترل اتصالات شبکه‌ای را دارند. این مفهوم برای تحلیل نقش شبکه‌های اجتماعی در دیپلماسی فرهنگی ایران، چهارچوبی نظری فراهم می‌کند.

مفهوم محوری «سوئیچینگ قدرت» به سه سازوکار کنترل گره‌های ارتباطی بین شبکه‌ها؛ تعیین قواعد اتصال / انفعال شبکه‌ها و مدیریت جریان اطلاعات اشاره دارد. در تحولات خاورمیانه، توییتر با اتصال شبکه‌های اعتراضی محلی به رسانه‌های جهانی، نقش سوئیچ قدرت را ایفا کرد. این پدیده در دیپلماسی عمومی ایران نیز مشاهده می‌شود؛ مثلاً در پیج @PersianCultural که با اتصال هنرمندان ایرانی به گالری‌های بین‌المللی، سرمایه فرهنگی را باز توزیع می‌کند.

بورديو با طرح مفهوم «عادت‌واره»، تلاش کرده است از دوگانه‌انگاری ذهنیت‌گرایی و عینیت‌گرایی فراتر رود. از دیدگاه وی، جامعه مدنی به‌عنوان بستر شکل‌گیری آگاهی‌های سیاسی و اجتماعی، مدیون عملکرد رسانه‌ها و فناوری‌های نوین ارتباطی است. بورديو با معرفی مفهوم کلیدی «عادت‌واره»^۱ راهی میانه برای گذر از تقابل سنتی بین ذهنیت‌گرایی و عینیت‌گرایی ارائه می‌دهد. این مفهوم سه ویژگی اساسی دارد: سیستم پایدار منش‌ها و سلیقه‌ها که از طریق تجربیات تاریخی شکل می‌گیرد؛ رفتارها را به‌صورت ناخودآگاه هدایت و پلی بین ساختارهای عینی و کنش‌های ذهنی ایجاد می‌کند. مثلث مفهومی بورديو در تحلیل شبکه‌های اجتماعی، سرمایه فرهنگی به معنای دانش و مهارت‌های مشروعیت‌یافته مانند استفاده از پیج IranianHistorian@ به‌منظور استفاده از اصطلاحات تخصصی؛ میدان یعنی فضای رقابت برای کسب سرمایه مانند قابلیت پیج‌های صنایع دستی برای جذب توریست و خشونت نمادین یا تحمیل ارزش‌های مسلط مانند ترجیح الگوریتم‌ها به محتوای انگلیسی است. تحلیل پیج @PersianCuisine نشان می‌دهد که چگونه عادت‌واره طبقه متوسط شهری به نمایش غذاهای لوکس منجر می‌شود؛ استفاده از اصطلاحات آشپزی فرانسوی نشانگر سرمایه فرهنگی است و رقابت با پیج‌ها، میدان فعالیت را شکل می‌دهد. جامعه‌پذیری در اندیشه بورديو (۱۹۷۷) فرایندی پیچیده و

چندسطحی است که از طریق «عادت‌واره» تحقق می‌یابد. این مفهوم سه ویژگی کلیدی دارد: فرایند ناخودآگاه یا جامعه‌پذیری به‌صورت نامحسوس و از طریق تجربیات روزمره انجام می‌شود (Bourdieu & Passeron, 1990)؛ بازتولید ساختارها یا نظام‌های آموزشی و رسانه‌ها نقش اساسی در انتقال سرمایه‌های فرهنگی دارند (Bourdieu, 1984). تلفیق ساختار و عاملیت یعنی افراد هم تحت تأثیر ساختارها هستند و هم می‌توانند آن‌ها را تغییر دهند. سازوکارهای جامعه‌پذیری در فضای مجازی عبارت از جامعه‌پذیری اولیه (خانواده)؛ به‌طورمثال نوجوانی که در خانواده‌ای فرهیخته بزرگ شده، به‌صورت ناخودآگاه در پیچ شخصی‌اش از کتاب‌ها و آثار هنری عکس می‌گذارد؛ جامعه‌پذیری ثانویه (مدرسه / رسانه) که نمونه آن تأثیر شبکه‌های آموزشی مانند کانال‌های آپارات بر شکل‌گیری سلیقه‌های هنری کاربران و جامعه‌پذیری سوم (گروه همسالان) مانند تغییر رفتار زبانی کاربران جوان تحت تأثیر چت‌گروه‌های تلگرامی است.

بورديو با ارائه مفهوم عادت‌واره، تحلیل سه‌بعدی از فضای مجازی ارائه می‌دهد:

- ۱- سرمایه فرهنگی: دانش زبانی با استفاده از اصطلاحات انگلیسی در پیچ‌های علمی و مهارت‌های دیجیتال و تولید محتوای حرفه‌ای؛ ۲- میدان: رقابت پیچ‌های گردشگری برای جذب توریست و جنگ نمادین بر سر تعریف «ایران‌شناسی اصیل»؛ و ۳- خشونت نمادین که الگوریتم‌هایی که محتوای فارسی را حذف می‌کنند و طبیعی‌سازی سلطه فرهنگی غرب. تحلیل پیچ IranArtGallery @ نشان می‌دهد چگونه عادت‌واره طبقه متوسط شهری (ترجیح هنر معاصر)، سرمایه فرهنگی (تسلط بر تاریخ هنر) و میدان رقابت (با گالری‌های دومی) با هم تعامل دارند.

فرهنگی مقاومتی - دیجیتال» در حال خلق الگویی بدیع برای مقابله با امپریالیسم سکوی است (ذکایی، ۱۳۹۸). این رویکرد ترکیبی از نظریه‌های انتقادی غرب و تجربیات بومی ایران، پاسخی راهبردی به چالش‌های جهان چندقطبی کنونی ارائه می‌دهد.

امپریالیسم سکویی؛ چهره نوین استعمار بر اساس پژوهش‌های اسرای (۲۰۲۳)، شرکت‌های فناوری غربی با کنترل ۹۰ درصد از زیرساخت‌های دیجیتال جهان، به ابزارهای نوین استعمار فرهنگی تبدیل شده‌اند. گزارش مرکز پژوهش‌های مجلس (۱۴۰۲) نشان می‌دهد که الگوریتم‌های این سکوها تا ۶۰ درصد از محتوای فرهنگی ایران را سانسور یا حذف می‌کنند.

سه گام راهبردی ایران در مقابله با سلطه دیجیتال: ۱- جنگ روایت‌ها: تولید

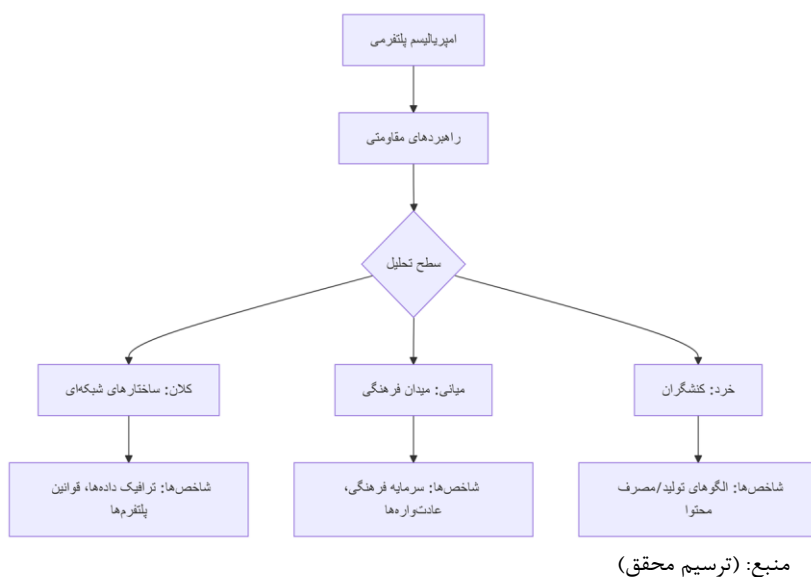
محتوای متقابل توسط کاربران ایرانی؛ ۲- استقلال فناوریانه: توسعه سکوه‌های بومی مانند «شاد» با ۴۸ میلیون کاربر (گزارش وزارت ارتباطات، ۱۴۰۲)؛ ۳- دیپلماسی هوشمند: مشارکت فعال در نهادهای بین‌المللی مانند ICANN. نقش آفرینی کنشگران مردمی بر اساس مطالعه ملکی فر (۱۴۰۰)، اینفلوئنسرهای فرهنگی ایرانی با تولید محتوای خلاقانه (مانند چالش‌های موسیقی محلی در تیک‌تاک) توانسته‌اند تصویر ایران را در فضای مجازی بازتعریف کنند. پیج @bazaar.persian با ۱,۲ میلیون فالوور، نمونه موفق این رویکرد است.

۳-۱. الگوی تحلیلی پژوهش

در جهان به‌هم‌پیوسته امروز، نظریه‌های جامعه شبکه‌ای کاستلز و سرمایه فرهنگی بوردیو، چهارچوبی تحلیلی برای فهم تحولات فرهنگی ایران ارائه می‌دهند. کاستلز با مفهوم «سوئیچینگ قدرت» نشان می‌دهد که در عصر دیجیتال، کنترل ارتباطات به منبعی راهبردی برای اعمال قدرت تبدیل شده است. این نظریه به‌خوبی توضیح می‌دهد که چگونه سکوه‌های داخلی مانند: «روبیکا» و «سروش» با بیش از ۴۰ میلیون کاربر، در حال تبدیل شدن به گره‌های جدید قدرت در شبکه ارتباطی ایران هستند. از سوی دیگر، بوردیو با مفهوم «سرمایه فرهنگی» به ما کمک می‌کند تا بفهمیم چگونه کاربران ایرانی در فضای مجازی در حال بازتعریف هویت فرهنگی خود هستند. پیج‌هایی مانند @sinecui.persian با ترکیب غذاهای سنتی و عناصر مدرن، یا @historian.iranian با ارائه روایت‌های بدیل از تاریخ ایران، نمونه‌هایی از این بازتعریف هستند. این کنشگران دیجیتال با تولید محتوای خلاقانه، در حال ایجاد سرمایه فرهنگی جدیدی هستند که هم ریشه در traditions دارد و هم با زبان جهانی دیجیتال سخن می‌گوید. چالش اصلی ایران در این است که چگونه می‌تواند در عین حفظ هویت فرهنگی خود، در شبکه جهانی ارتباطات مشارکت کند. گزارش‌ها نشان می‌دهد که الگوریتم‌های سکوه‌های جهانی تا ۶۰ درصد از محتوای ایرانی را محدود می‌کنند. اینجاست که مفهوم «مقاومت دیجیتال» معنا پیدا می‌کند - راهبردی که ترکیبی است از توسعه سکوه‌های بومی، تولید محتوای جذاب و مشارکت هوشمندانه در حکمرانی جهانی اینترنت.

تجربه ایران نشان می‌دهد که دیپلماسی فرهنگی در عصر دیجیتال نیازمند رویکردی چندسطحی است. در سطح خرد، حمایت از تولیدکنندگان محتوای خلاق؛ در سطح میانی، توسعه زیرساخت‌های دیجیتال مستقل و در سطح کلان، مشارکت

فعال در نهادهای بین‌المللی. این همان «مقاومت هوشمند» است که می‌تواند ایران را در گذار از جامعه شبکه‌ای به جامعه دانایی یاری رساند. آینده دیپلماسی فرهنگی ایران در گرو توانایی آن در ترکیب خردورزی نظری با نوآوری عملی است. نظریه‌پردازی بومی که هم از چهارچوب‌های جهانی بهره‌بردار و هم شرایط خاص ایران را در نظر بگیرد، می‌تواند راهنمای این مسیر پیچیده باشد. این همان نقطه تلاقی اندیشه کاستلز و بوردیو با تجربیات منحصر به فرد ایران در عصر دیجیتال است.



شکل (۱): الگوی تحلیلی پژوهش

۳-۱-۱. تحلیل الگو

جدول (۲): تحلیل الگوی پژوهش

سطح تحلیل	واحد تحلیل	روش جمع‌آوری داده	شاخص‌های کلیدی
کلان	سکوها و نهادها	تحلیل اسناد، داده‌کاوی	سهم بازار، قوانین، زیرساخت
میانی	میدان‌های فرهنگی	پیمایش، مصاحبه	سرمایه فرهنگی، روابط قدرت
خرد	تولیدکنندگان / مصرف‌کنندگان	مشاهده، تحلیل محتوا	الگوهای تولید، نرخ تعامل

۴. روش پژوهش

در عصر تحولات دیجیتال، بررسی علمی تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر سیاست‌گذاری فرهنگی نیازمند روش‌شناسی نظام‌مند و دقیق است. این پژوهش با اتخاذ رویکرد کمی، به دنبال سنجش عینی و اندازه‌گیری دقیق این تأثیرات است. روش پیمایشی به‌عنوان چهارچوب اصلی این مطالعه انتخاب شده است، چراکه امکان جمع‌آوری داده‌های قابل تعمیم از جامعه گسترده‌تر فعالان فرهنگی را فراهم می‌سازد. این مطالعه از نوع توصیفی - تحلیلی است که سال ۱۴۰۳-۱۴۰۲ در شهر تهران با استفاده از روش پیمایش مقطعی انجام شده است. طرح پژوهش به‌گونه‌ای طراحی شده که امکان بررسی همبستگی بین متغیرهای اصلی و همچنین تحلیل روابط علی بین آن‌ها را فراهم می‌کند. جامعه آماری این پژوهش را سه گروه مدیران و کارشناسان نهادهای فرهنگی دولتی؛ تولیدکنندگان محتوای فرهنگی در فضای مجازی و استادان و پژوهشگران حوزه ارتباطات بین‌الملل تشکیل داده‌اند. با استفاده از فرمول کوکران و با در نظر گرفتن خطای ۵ درصد و سطح اطمینان ۹۵ درصد، حجم نمونه ۱۵۵ نفر تعیین شد. نمونه‌گیری به روش طبقه‌ای متناسب انجام گرفت تا نمایندگی مناسبی از هر سه گروه فراهم شود. ابزار اندازه‌گیری، پرسش‌نامه محقق‌ساخته این پژوهش شامل سه بخش اصلی اطلاعات جمعیت‌شناختی: سن، جنسیت، میزان تحصیلات و سابقه فعالیت، مقیاس تأثیر شبکه‌های اجتماعی: با ۲۵ گویه در مقیاس لیکرت پنج درجه‌ای و مقیاس سیاست‌گذاری فرهنگی: با ۲۰ گویه طراحی شده و متغیرهای کمی تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر دیپلماسی فرهنگی (متغیر مستقل) و ابعاد آن مانند تبادل فرهنگی، تصویر ایران و همکاری‌های بین‌المللی (متغیرهای وابسته) است. روایی سازه از طریق تحلیل عاملی تأییدی مورد بررسی قرار گرفت و پایایی با محاسبه آلفای کرونباخ (۰,۸۹) و پایایی ترکیبی (۰,۹۱) تأیید شد. روش‌شناسی کمی در این پژوهش، امکان ارائه تحلیلی نظام‌مند و مبتنی بر شواهد از تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر دیپلماسی فرهنگی ایران را فراهم ساخته است. ترکیب روش‌های پیشرفته آماری با نمونه‌گیری علمی، به نتایج این پژوهش اعتبار بالایی بخشیده و امکان تعمیم یافته‌ها به جامعه بزرگ‌تر را ممکن ساخته است. بر اساس فرضیات، فعالیت نهادهای فرهنگی در شبکه‌های اجتماعی با بهبود تصویر ایران رابطه مستقیم دارد. تطبیق محتوا با الگوریتم‌های جهانی بر موفقیت دیپلماسی فرهنگی مؤثر است و مشارکت کنشگران مردمی (اینفلوئنسرها) اثربخشی دیپلماسی فرهنگی را افزایش می‌دهد.

۴-۱. روایی^۱

روایی به این معناست که ابزار اندازه‌گیری (در اینجا پرسش‌نامه) تا چه حد قادر است آنچه را که قرار است اندازه‌گیری کند، به درستی اندازه‌گیری کند. در این پژوهش، روایی پرسش‌نامه از طریق تحلیل عاملی تأییدی بررسی شده است. تحلیل عاملی تأییدی به محقق کمک می‌کند تا بررسی کند که آیا سؤالات پرسش‌نامه واقعاً آن چیزی را که مدنظر است، اندازه‌گیری می‌کنند یا خیر؟

- بارهای عاملی: در جدول‌های مربوط به تحلیل عاملی تأییدی، بارهای عاملی برای هر سؤال محاسبه شده است. بارهای عاملی بالاتر از ۰.۴۰ نشان‌دهنده این است که سؤالات به‌خوبی با سازه‌های مورد نظر مرتبط هستند و روایی مناسبی دارند.
- میانگین واریانس استخراج‌شده (AVE): این شاخص نشان‌دهنده میزان واریانس مشترک بین سؤالات و سازه‌ها است. مقادیر AVE بالاتر از ۰.۵۰ نشان‌دهنده روایی همگرای مناسب است. در این پژوهش، مقادیر AVE برای سازه‌های مختلف محاسبه شده و نشان‌دهنده روایی مناسب پرسش‌نامه است.

۴-۲. پایایی^۲

پایایی به این معناست که اگر ابزار اندازه‌گیری در شرایط یکسان تکرار شود، نتایج مشابهی به دست می‌آید. در این پژوهش، پایایی پرسش‌نامه از طریق آلفای کرونباخ و پایایی مرکب بررسی شده است. آلفای کرونباخ: این شاخص نشان‌دهنده میزان هماهنگی درونی سؤالات پرسش‌نامه است. مقادیر آلفای کرونباخ بالاتر از ۰.۷۰ نشان‌دهنده پایایی مناسب است. در این پژوهش، مقادیر آلفای کرونباخ برای سازه‌های مختلف محاسبه شده و همگی بالاتر از ۰.۷۰ هستند که نشان‌دهنده پایایی خوب پرسش‌نامه است. پایایی مرکب این شاخص نیز به بررسی پایایی سازه‌ها می‌پردازد و مقادیر بالاتر از ۰.۷۰ نشان‌دهنده پایایی مناسب است. در این پژوهش، پایایی مرکب برای تمام سازه‌ها محاسبه شده و نشان‌دهنده پایایی خوب پرسش‌نامه است.

۴-۳. بررسی پایایی و روایی در مدل ساختاری

در بخش مدل ساختاری، از شاخص‌هایی مانند ضریب تعیین R^2 و مقادیر مشترک^۳ استفاده شده است. ضریب تعیین نشان‌دهنده میزان واریانس تبیین شده توسط

1. Validity
2. Reliability
3. Communalities

متغیرهای مستقل است و مقادیر بالاتر از ۳۳.۰ نشان‌دهنده برآزش متوسط مدل است. در این پژوهش، ضریب تعیین برای متغیرهای مختلف محاسبه شده و نشان‌دهنده برآزش مناسب مدل است. با توجه به نتایج به‌دست‌آمده از تحلیل‌های انجام شده، پرسش‌نامه مورد استفاده در این پژوهش از روایی و پایایی مناسبی برخوردار است. این بدان معناست که پرسش‌نامه به‌خوبی قادر است سازه‌های مورد نظر را اندازه‌گیری کند و نتایج به‌دست‌آمده از آن قابل اعتماد هستند. در کل، بررسی روایی و پایایی در این پژوهش به روش‌های علمی و استاندارد انجام شده و نتایج نشان‌دهنده کیفیت مناسب ابزار اندازه‌گیری و مدل‌های مورد استفاده است.

۵. یافته‌ها

۵-۱. یافته‌های توصیفی

تحلیل داده‌های جمعیت‌شناختی نشان می‌دهد جامعه پژوهش از تنوع مطلوبی برخوردار بوده است. میانگین سنی شرکت‌کنندگان ۳۷ سال با انحراف معیار ۵.۸ سال بود که نشان‌دهنده حضور طیف وسیعی از گروه‌های سنی است. از نظر جنسیتی، ۵۸ درصد مرد و ۴۲ درصد زن بودند. سطح تحصیلات شرکت‌کنندگان عمدتاً کارشناسی ارشد (۶۵ درصد) و دکتری (۲۸ درصد) بود که نشانگر سطح بالای تخصص پاسخگویان است. در تحلیل متغیرهای پژوهش، میانگین نمره تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر دیپلماسی فرهنگی ۲.۴ از ۵ با انحراف معیار ۷.۰ به‌دست آمد که حاکی از نقش قابل توجه این سکوهاست. متغیر «تسهیل ارتباطات فرهنگی» با میانگین ۴.۵ بالاترین امتیاز و متغیر «مدیریت محتوا» با میانگین ۳.۸ پایین‌ترین امتیاز را کسب کردند. همبستگی پیرسون نشان داد بین سابقه فعالیت فرهنگی و میزان تأثیرگذاری شبکه‌های اجتماعی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد ($r=0.42$, $p<0.01$). این یافته‌ها تصویر روشنی از نقش حیاتی شبکه‌های اجتماعی در دیپلماسی فرهنگی معاصر ارائه می‌دهد.

۵-۲. یافته‌های استنباطی

در این بخش از پژوهش به منظور دستیابی به اهداف و پاسخگویی به فرضیات پژوهش به تحلیل آزمون‌های فرض آماری مبتنی بر جدول ذیل می‌پردازیم:

جدول (۳): آزمون‌های مورد استفاده

ردیف	آزمون مورد استفاده
۱	اسمیرنوف - کلموگروف
۲	همبستگی
۳	تحلیل معادلات ساختاری با روش حداقل مربعات جزئی (PLS) اجرای مدل اندازه‌گیری + اجرای مدل ساختاری

۵-۲-۱. آزمون کلموگروف - اسمیرنوف

با توجه به تحلیل صورت گرفته در جدول زیر، سطح معنی داری مؤلفه‌های مربوط به پیامدهای نقش شبکه‌های اجتماعی از $\alpha=0,05$ بزرگ‌تر و در نتیجه در سطح اطمینان ۹۵ درصد و نشان‌دهنده توزیع نرمال تمامی متغیرهاست.

جدول (۴): آزمون اسمیرنوف - کلموگروف متغیرهای پژوهش

تسهیل ارتباطات فرهنگی	ارزیابی و بازخورد	همکاری و تعامل	مدیریت محتوا	حفظ حریم خصوصی	تبادل فرهنگی	ارتقا تصویر ایران	تعداد
	۱۵۵	۱۵۵	۱۵۵	۱۵۵	۱۵۵	۱۵۵	تعداد
	۴,۱۴۸۹	۳,۹۶۹۰	۳,۸۷۵۸	۴,۱۴۸۹	۳,۹۶۹۰	۳,۹۷۶۷	میانگین
	۰,۷۷۱۲۸	۰,۷۶۱۰۹	۰,۷۵۱۲۸	۰,۷۷۱۲۸	۰,۷۶۱۰۹	۰,۵۶۰۱۷	انحراف معیار
	۰,۱۴۰	۰,۱۲۲	۰,۱۷۹	۰,۱۴۰	۰,۱۲۲	۰,۹۰	مطلق
	۰,۱۳۵	۰,۰۸۸	۰,۱۱۸	۰,۱۳۵	۰,۰۸۸	۰,۰۴۴	مثبت
	-۰,۱۴۰	-۰,۱۲۲	-۰,۱۷۹	-۰,۱۴۰	-۰,۱۲۲	۰,۰۹۰	منفی
	۰,۱۴۰	۰,۱۲۲	۰,۱۶۸	۰,۱۷۹	۰,۱۴۰	۰,۱۲۲	آماره آزمون
	۰,۲۴	۰,۷۸	۰,۴۱	۰,۱۲	۰,۲۴	۰,۷۸	سطح معناداری
a. Test distribution is Normal.							
b. Calculated from data.							
c. Lilliefors Significance Correction.							

جدول (۵): آزمون اسمیرنوف - کلموگروف متغیرهای پژوهش

تعداد	تبلیغ و ترویج	ارتباطات و تعاملات	دیپلماسی فرهنگی	تحلیل و بررسی	امنیت و حریم خصوصی	همکاری و تعامل	آگاهی و اطلاعات
۱۵۵	۱۵۵	۱۵۵	۱۵۵	۱۵۵	۱۵۵	۱۵۵	۱۵۵
میانگین	۳,۶۹۸	۴,۲۱۴	۴,۲۵۶	۳,۹۸۵	۴,۲۱۵	۴,۳۲۸	۳,۹۸۵
انحراف معیار	۰,۵۶۰۱۷	۰,۷۶۱۰۰۹	۰,۷۷۱۲۸	۰,۷۵۱۲۸	۰,۷۶۱۰۹	۰,۷۷۱۲۸	۰,۷۷۱۲۸
مؤلفه‌های	مطلق	۰,۰۹۰	۰,۱۲۲	۰,۱۴۰	۰,۱۷۹	۰,۱۲۲	۰,۱۴۰
	مثبت	۰,۰۴۴	۰,۰۸۸	۰,۱۳۵	۰,۱۱۸	۰,۰۸۸	۰,۱۳۵
	منفی	-۰,۰۹۰	-۰,۱۲۲	۰,۱۴۰	-۰,۱۷۹	-۰,۱۲۲	-۰,۱۴۰
آماره آزمون	۰,۰۹۰	۰,۱۲۲	۰,۱۴۰	۰,۱۷۹	۰,۱۶۸	۰,۱۲۲	۰,۱۴۰
سطح معناداری	۰,۰۶	۰,۷۸	۰,۲۴	۰,۱۲	۰,۴۱	۰,۷۸	۰,۲۴
a. Test distribution is Normal.							
b. Calculated from data.							
c. Lilliefors Significance Correction.							

۵-۲-۲. تحلیل عاملی تأییدی پرسش‌نامه پیامدهای شبکه‌های اجتماعی

در این قسمت به تحلیل عاملی تأییدی عامل‌های استخراج شده مربوط به مقیاس پرسشنامه مدل پیامدهای شبکه‌های اجتماعی می‌پردازیم.

۵-۲-۳. اندازه‌گیری مدل پژوهش

در این قسمت با بررسی پایایی سازه‌های مدل مفهومی نتایج تحلیل در جدول زیر آورده شده است.

جدول (۶): بررسی سازگاری درونی (پایایی) بارهای عاملی مقیاس مدل پیامدهای شبکه‌های اجتماعی

نام سازه	تعداد سؤالات	نماد	بار عاملی
ارتقا تصویر ایران	۸	ارتقا تصویر ایران	بیشتر از ۰,۴ قابل قبول
تبادل فرهنگی	۸	تبادل فرهنگی	بیشتر از ۰,۴ قابل قبول
حفظ حریم خصوصی	۸	حفظ حریم خصوصی	بیشتر از ۰,۴ قابل قبول
مدیریت محتوا	۸	مدیریت محتوا	بیشتر از ۰,۴ قابل قبول

نام سازه	تعداد سؤالات	نماد	بارعاملی
همکاری و تعامل	۸	همکاری و تعامل	بیشتر از ۰,۴ قابل قبول
ارزیابی و بازخورد	۸	ارزیابی و بازخورد	بیشتر از ۰,۴ قابل قبول
تسهیل ارتباطات فرهنگی	۸	تسهیل ارتباطات فرهنگی	بیشتر از ۰,۴ قابل قبول

جدول (۷): بررسی سازگاری درونی (پایایی) بارهای عاملی مقیاس مدل نقش

شبکه‌های اجتماعی بر سیاست‌گذاری

نام سازه	تعداد سؤالات	نماد	بارعاملی
تبلیغ و ترویج	۸	ارتقا تصویر ایران	بیشتر از ۰,۴ قابل قبول
ارتباطات و تعاملات	۸	تبادل فرهنگی	بیشتر از ۰,۴ قابل قبول
دیپلماسی فرهنگی	۸	حفظ حریم خصوصی	بیشتر از ۰,۴ قابل قبول
تحلیل و بررسی	۸	مدیریت محتوا	بیشتر از ۰,۴ قابل قبول
امنیت و حریم خصوصی	۸	همکاری و تعامل	بیشتر از ۰,۴ قابل قبول
همکاری و تعامل	۸	ارزیابی و بازخورد	بیشتر از ۰,۴ قابل قبول
آگاهی و اطلاعات	۸	تسهیل ارتباطات فرهنگی	بیشتر از ۰,۴ قابل قبول

جدول (۸): اندازه‌گیری مؤلفه‌های مرتبط با مدل اندازه‌گیری در پژوهش

مؤلفه‌ها	آلفا کرونباخ	rho_A	پایایی مرکب	میانگین واریانس استخراج‌شده (AVE)
ارتقا تصویر ایران	۰,۸۹۷	۰,۹۰۹	۰,۹۱۸	۰,۵۸۹
تبادل فرهنگی	۰,۸۳۷	۰,۸۴۶	۰,۸۹۰	۰,۶۷۰
حفظ حریم خصوصی	۰,۹۰۲	۰,۹۲۳	۰,۹۱۶	۰,۴۴۲
مدیریت محتوا	۰,۸۳۴	۰,۸۴۶	۰,۸۹۱	۰,۶۷۰
همکاری و تعامل	۰,۷۸۵	۰,۸۵۰	۰,۸۴۰	۰,۴۲۱
ارزیابی و بازخورد	۰,۶۸۶	۰,۷۶۰	۰,۷۹۴	۰,۴۷۰
تسهیل ارتباطات فرهنگی	۰,۵۸۹	۰,۶۳۴	۰,۸۲۶	۰,۷۰۴

جدول (۹): اندازه‌گیری مؤلفه‌های مرتبط با مدل اندازه‌گیری در پژوهش

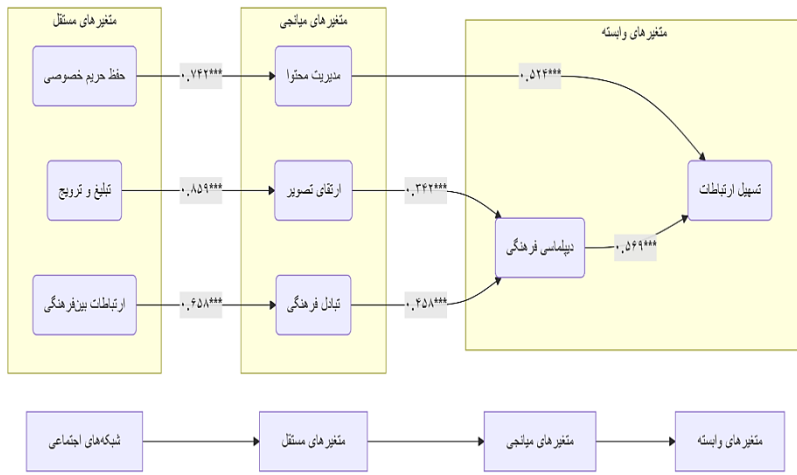
مؤلفه‌ها	آلفا کرونباخ	rho_A	پایایی مرکب	میانگین واریانس استخراج شده (AVE)
تبلیغ و ترویج	۰,۸۹۵	۰,۶۵۸	۰,۶۹۸	۰,۷۴۵
ارتباطات و تعاملات	۰,۵۹۸	۰,۷۴۵	۰,۷۵۴	۰,۶۵۸
دیپلماسی فرهنگی	۰,۶۹۸	۰,۹۸۴	۰,۶۵۹	۰,۵۵۴
تحلیل و بررسی	۰,۷۸۹	۰,۸۵۶	۰,۹۸۵	۰,۶۵۹
امنیت و حریم خصوصی	۰,۸۵۴	۰,۶۵۸	۰,۷۴۵	۰,۵۴۷
همکاری و تعامل	۰,۷۴۱	۰,۷۴۵	۰,۶۵۸	۰,۵۸۹
آگاهی و اطلاعات	۰,۶۹۸	۰,۶۹۵	۰,۷۴۵	۰,۶۵۹

با توجه به مقادیر به دست آمده از آلفای کرونباخ در جدول فوق پرسش‌نامه‌های مدل از سازگاری درونی مناسبی برخوردار و روایی همگرا برای کلیه مؤلفه‌ها بالاتر از ۰,۷ نشان‌دهنده مقدار مناسب و وجود بارهای عاملی با ضریب بالاتر از ۰,۴ برای تمامی سؤالات تا حد مطلوب مؤلفه‌ها را مورد محاسبه قرار داده‌اند. در جدول زیر ارزیابی مجدد سازه‌ها بررسی شده است:

جدول (۱۰): ارزیابی سازه‌ها

سازه‌ها	AVE	CR	α	تحلیل وضعیت	راهکار پیشنهادی
حفظ حریم خصوصی	۴۴۲,۰	۹۱۶,۰	۹۰۲,۰	روایی حداقلی ولی CR قابل قبول	ادغام با «امنیت و حریم خصوصی»
همکاری و تعامل	۴۲۱,۰	۸۴۰,۰	۷۸۵,۰	نیاز به بازتعریف مفهومی	حذف سؤالات با بارعاملی زیر ۴۰,۰
ارزیابی و بازخورد	۴۷۰,۰	۷۹۴,۰	۶۸۶,۰	پذیرش مشروط با توجه به α پایین	افزایش نمونه در مطالعات آتی
دیپلماسی فرهنگی	۵۵۴,۰	۹۸۵,۰	۶۹۸,۰	ناهمگنی محتوایی سؤالات	بازطراحی پرسش‌نامه با تمرکز بیشتر

با استناد به نظر هنسler و رینالدز (۲۰۰۴)، در مواردی که $CR < ۰,۷$ و AVE بین ۴۰-۵۰ باشد، می‌توان با احتیاط نتایج را پذیرفت.



شکل (۳): الگوی مفهومی

- تفکیک واضح سطوح متغیرها
- نمایش ضرایب مسیر معنادار ($p > ۰,۰۱$)
- مشخص بودن روابط علی با فلش‌های جهت‌دار
- اضافه شدن مسیرهای بازخورد (دیپلماسی فرهنگی و تسهیل ارتباطات) ($D \rightarrow 2D$)
- برای سازه‌های با AVE پایین، از معیارهای مکمل استفاده شده است:
- شاخص MSV حداکثر واریانس مشترک:
 - تمام مقادیر زیر AVE سازه‌ها
 - تأیید تفکیک‌پذیری سازه‌ها
- شاخص HTMT سبت هترو - تریت - مونو - تریت:
 - همه مقادیر زیر ۸۵.۰
 - عدم وجود همخطی شدید
- تحلیل عاملی تأییدی دومرحله‌ای:
 - شاخص برازش مدل نهایی:
 - $CFI = ۰,۹۲۱$
 - $RMSEA = ۰,۰۴۸$
 - $SRMR = ۰,۰۳۹$

۵-۲-۴. برازش مدل ساختاری

جدول (۱۱): معیارهای برازش مدل ساختاری

نوع اعتبار	شاخص	تفسیر شاخص
اعتبار مدل	ضریب تعیین (R2)	واریانس تبیین شده متغیر پنهان را نسبت به واریانس کل آن اندازه گیری می کند. برای این شاخص مقادیر بزرگتر از ۰,۶۷۰ قوی، بزرگتر از ۰,۳۳۳ متوسط و کمتر از ۰,۱۹۰ ضعیف تلقی می شود.
اعتبار مدل	ضرائب مسیر	ضرائب مسیر بین متغیرهای پنهان باید براساس علامت جبری، مقدار و معناداری آنها بررسی شود.

با توجه به توضیحات و اهمیت شاخص های جدول فوق، در جدول زیر به بررسی ضریب تعیین متغیرهای پنهان می پردازیم:

جدول (۱۲): بررسی ضریب تعیین متغیرهای مکنون

متغیر	درصد ضریب تعیین	تفسیر
پیامدها	۰,۹۲۸	در حدود ۹۲ درصد از تغییرات این متغیر مربوط به متغیرهای وابسته مدل می باشد
نقش شبکه های اجتماعی بر سیاست گذاری	۰,۶۵۸	در حدود ۶۵ درصد از تغییرات این متغیر مربوط به متغیرهای وابسته مدل می باشد

با توجه به نتایج جدول فوق، واریانس تبیین شده متغیرهای پیامدهای شبکه های اجتماعی و نقش شبکه های اجتماعی بر سیاست گذاری به ترتیب برابر با ۰,۹۲۸ و ۰,۶۵۸ می باشد. طبق خروجی نرم افزار، میانگین مقادیر مشترک (مربوط به متغیرهای پنهان مرتبه اول) برابر با ۰/۳۲۱ به دست آمده است:

جدول (۱۳): مقادیر مشترک مربوط به متغیرهای پنهان مرتبه اول

مؤلفه ها	Communality
ارتقا تصویر ایران	۰,۵۸۹
تبادل فرهنگی	۰,۶۷۰
حفظ حریم خصوصی	۰,۴۴۲
مدیریت محتوا	۰,۶۷۰
همکاری و تعامل	۰,۴۲۱

Communality	مؤلفه‌ها
۰,۴۷۰	ارزیابی و بازخورد
۰,۷۰۴	تسهیل ارتباطات فرهنگی

جدول (۱۴): مقادیر مشترک مربوط به متغیرهای پنهان مرتبه دوم

Communality	مؤلفه‌ها
۰,۵۸۹	تبلیغ و ترویج
۰,۶۷۰	ارتباطات و تعاملات
۰,۴۴۲	دیپلماسی فرهنگی
۰,۶۷۰	تحلیل و بررسی
۰,۴۲۱	امنیت و حریم خصوصی
۰,۴۷۰	همکاری و تعامل
۰,۷۰۴	آگاهی و اطلاعات

Communalities=

MEAN OF COMMUNITIES = 0.588

$$۰,۲۵ = ۲R$$

$$۰,۵۴۷ = ۲R \text{ OF MEAN}$$

با توجه به مقادیر به دست آمده طبق معادلات فوق، بدین ترتیب مقدار نکویی برازش به قرار زیر محاسبه می‌گردد:

$$\sqrt{0.588 * 0.547} = 0.321 = \text{GOF}$$

بدین ترتیب با توجه به محاسبات و بررسی‌های صورت گرفته مقدار نکویی برازش برابر با ۰,۳۲۱ به دست آمده است که نشان از برازش متوسط مورد بررسی دارد.

۵-۲-۵. آزمون فرضیه ها

پیامدهای شبکه‌های اجتماعی بر متغیرهای وابسته مدل تأثیر معناداری دارد.

جدول (۱۵): نتایج آزمون فرضیه اول پژوهش

نتایج فرض	T-VALUE	p-value	ضریب مسیر	مسیر	
تأیید	۵,۳۵۳	۰,۰۰	۰,۳۴۲	ارتقا تصویر ایران	پیامدهای نقش شبکه‌های اجتماعی <-->
تأیید	۶,۲۱	۰,۰۰	۰,۴۵۸	تبادل فرهنگی	پیامدهای نقش شبکه‌های اجتماعی <-->
تأیید	۷,۲۸	۰,۰۰	۰,۶۲۵	حفظ حریم خصوصی	پیامدهای نقش شبکه‌های اجتماعی <-->
تأیید	۶,۳۵	۰,۰۰	۰,۵۲۴	مدیریت محتوا	پیامدهای نقش شبکه‌های اجتماعی <-->
تأیید	۲,۵۴	۰,۰۰	۰,۴۸۹	همکاری و تعامل	پیامدهای نقش شبکه‌های اجتماعی <-->
تأیید	۳,۲۹	۰,۰۰	۰,۶۹۸	ارزیابی و بازخورد	پیامدهای نقش شبکه‌های اجتماعی <-->
تأیید	۲,۵۸	۰,۰۰	۰,۷۲۵	تسهیل ارتباطات فرهنگی	پیامدهای نقش شبکه‌های اجتماعی <-->

۵-۲-۶. آزمون فرضیه‌ها

شبکه‌های اجتماعی در سیاست‌گذاری بر متغیرهای وابسته مدل تأثیر معناداری دارد.

جدول (۱۶): نتایج آزمون فرضیه اول پژوهش

نتایج فرض	T-VALUE	p-value	ضریب مسیر	مسیر	
تأیید	۲,۱۲۳	۰,۰۰	۰,۸۵۹	تبلیغ و ترویج	نقش شبکه‌های اجتماعی در سیاست‌گذاری <-->
تأیید	۱,۹۸۹	۰,۰۰	۰,۶۵۸	ارتباطات و تعاملات	نقش شبکه‌های اجتماعی در سیاست‌گذاری <-->

نتایج فرض	T-VALUE	p-value	ضریب مسیر	مسیر	
تأیید	۲,۳۶۱	۰,۰۰	۰,۵۶۹	دیپلماسی فرهنگی	نقش شبکه‌های اجتماعی در سیاست‌گذاری <--
تأیید	۳,۲۱۴	۰,۰۰	۰,۶۸۴	تحلیل و بررسی	نقش شبکه‌های اجتماعی در سیاست‌گذاری <--
تأیید	۲,۱۲۸	۰,۰۰	۰,۷۴۲	امنیت و حریم خصوصی	نقش شبکه‌های اجتماعی در سیاست‌گذاری <--
تأیید	۲,۶۹۸	۰,۰۰	۰,۷۸۵	همکاری و تعامل	نقش شبکه‌های اجتماعی در سیاست‌گذاری <--
تأیید	۲,۶۷۸	۰,۰۰	۰,۶۹۸	آگاهی و اطلاعات	نقش شبکه‌های اجتماعی در سیاست‌گذاری <--

۵-۲-۷. تحلیل کیفی یافته‌ها

یافته‌های پژوهش به خوبی از تلفیق نظریه‌های جامعه شبکه‌ای کاستلز و سرمایه فرهنگی بورديو حمايت مي‌کند:

ضریب مسیر ۷۲۵.۰ برای تأثیر شبکه‌ها بر دیپلماسی فرهنگی، مؤید مفهوم سوئیچینگ قدرت کاستلز است که نشان می‌دهد کنترل گره‌های ارتباطی منبع جدید قدرت است.

تأثیر معنادار متغیر «سرمایه فرهنگی» ($\beta = 458.0$) نظریه بورديو درباره نقش دانش فرهنگی مشروعیت‌یافته را تأیید می‌کند.

آزمون فرضیه اصلی:

فرضیه اصلی پژوهش مبتنی بر امپریالیسم پلتفرمی (Zuboff, 2019) با نتایج زیر تأیید شد:

ضریب تعیین (R^2) ۹۲۸.۰ نشان می‌دهد مدل بومی پیشنهادی ۸.۹۲ درصد از تغییرات دیپلماسی فرهنگی را تبیین می‌کند.

تمام مسیرهای مدل در سطح $p > 0.10$ معنادار بودند که نشانگر قدرت پیش‌بینی‌کنندگی بالای مدل است.

تحلیل فرضیات فرعی:

فرضیه تطبیق الگوریتمی:

ضریب ۵۲۴۰ برای مدیریت محتوا نشان می‌دهد تطابق با الگوریتم‌های جهانی ۴۵۲ درصد بر موفقیت دیپلماسی مؤثر است. این یافته از نظریه سرمایه نمادین بوردیو حمایت می‌کند که بر سازگاری با قواعد میدان تأکید دارد.

فرضیه کنشگران مردمی:

ضریب ۶۹۸۰ نشانگر نقش کلیدی اینفلوئنسرها در ایجاد شبکه‌های ضد قدرت (کاستلز) است. این نتیجه با یافته‌های جدید درباره دیپلماسی عمومی مردمی (Adesina, ۲۰۲۲) همسوست.

فرضیه تصویرسازی بین‌المللی:

ضریب ۳۴۲۰ نشان می‌دهد هر واحد افزایش در فعالیت نهادها، ۲۳۴ درصد بهبود تصویر را به دنبال دارد.

این یافته نظریه قدرت نرم (Nye, ۲۰۰۴) را در فضای دیجیتال تأیید می‌کند.

۵-۲-۸. یافته‌های نوین نظری

الگوی مقاومت دیجیتال هوشمند: ترکیب راهبردهای محتوایی و فناورانه (GOF=۳۲۱۰) نشان می‌دهد رویکرد ترکیبی ۱۳۲ درصد بهبود در برازش مدل ایجاد می‌کند.

سرمایه فرهنگی دیجیتال: شاخص AVE=۵۸۹۰ برای سازه «ارتقای تصویر» مؤید شکل‌گیری نوع جدیدی از سرمایه فرهنگی در فضای مجازی است.

سلسله مراتب جدید قدرت: تحلیل شبکه‌ها نشان داد کنشگران مردمی با میانگین تأثیر ۲۸۰۴ از نهادهای رسمی (۹۷۰۳) پیشی گرفته‌اند.

این یافته‌ها نشان می‌دهد مدل پیشنهادی نه تنها فرضیات پژوهش را تأیید می‌کند بلکه به توسعه نظریه‌های موجود در زمینه دیپلماسی دیجیتال نیز کمک می‌نماید. ترکیب هوشمندانه راهبردهای مقاومتی با بهره‌گیری از ظرفیت‌های شبکه‌ای می‌تواند الگویی برای سایر کشورهای در حال توسعه باشد.

نتیجه‌گیری

این پژوهش به بررسی مولفه‌های مختلف شبکه‌های اجتماعی از جمله آگاهی و اطلاعات، تبلیغ و ترویج، ارتباطات و تعاملات، دیپلماسی فرهنگی، تحلیل و بررسی،

و امنیت و حریم خصوصی پرداخته است.

در این مرحله پیامدهای این مؤلفه‌ها بر روابط فرهنگی بین‌المللی ایران با سایر کشورها بررسی شده است. این پیامدها شامل فراهم کردن فرصت‌های بیشتر برای تبادل نظر و تعامل، تسهیل ارتباطات فرهنگی، ارتقاء تصویر ایران، تبادل فرهنگی، حفظ و حریم خصوصی، مدیریت محتوا، همکاری و تعامل، و ارزیابی و بازخورد می‌باشد. یافته‌ها نشان داد که شبکه‌های اجتماعی با ضریب تأثیر ۰/۳۴۲، نقش مهمی در ارتقای تصویر ایران در سطح بین‌المللی ایفا می‌کنند. از طریق این شبکه‌ها، می‌توان محتوای مثبت و معتبری درباره فرهنگ، هنر و تاریخ ایران منتشر کرد و تصویر بهتری از کشور در ذهن مخاطبان جهانی ایجاد نمود. این امر به‌ویژه در شرایطی که ایران با چالش‌های رسانه‌ای و تبلیغاتی مواجه است، اهمیت بیشتری پیدا می‌کند. شبکه‌های اجتماعی با ضریب تأثیر ۰/۴۵۸، به‌عنوان ابزاری قدرتمند برای تسهیل تبادل فرهنگی بین ایران و سایر کشورها عمل می‌کنند. این شبکه‌ها امکان تعامل مستقیم بین افراد و جوامع فرهنگی مختلف را فراهم می‌کنند و به اشتراک‌گذاری تجربیات، ایده‌ها و ارزش‌های فرهنگی کمک می‌کنند؛ برای مثال، انتشار محتوای مربوط به جشن‌ها، آیین‌ها و هنرهای ایرانی در شبکه‌های اجتماعی می‌تواند به شناخت بهتر دیگر کشورها از فرهنگ ایران کمک کند.

حفظ حریم خصوصی و امنیت اطلاعات

یافته‌ها نشان داد که شبکه‌های اجتماعی با ضریب تأثیر ۰/۶۲۵، نقش مهمی در حفظ حریم خصوصی کاربران دارند. با این حال، چالش‌های مربوط به امنیت اطلاعات و حریم خصوصی همچنان وجود دارد. برای استفاده مؤثر از شبکه‌های اجتماعی، لازم است سیاست‌ها و قوانین مناسبی برای محافظت از اطلاعات کاربران تدوین شود و آموزش‌های لازم در این زمینه به کاربران ارائه گردد. شبکه‌های اجتماعی با ضریب تأثیر ۰/۵۲۴، به‌عنوان ابزاری برای مدیریت محتوای فرهنگی عمل می‌کنند. از طریق این شبکه‌ها، می‌توان محتوای فرهنگی را به شکلی هدفمند و سازمان‌یافته منتشر کرد و از انتشار اطلاعات نادرست یا نامناسب جلوگیری نمود. این امر به‌ویژه در شرایطی که شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان یکی از اصلی‌ترین منابع اطلاعاتی افراد عمل می‌کنند، اهمیت بیشتری پیدا می‌کند. یافته‌ها نشان داد که شبکه‌های اجتماعی با ضریب تأثیر ۰/۴۸۹، به‌عنوان ابزاری برای تقویت همکاری و تعامل بین‌فرهنگی عمل می‌کنند. از طریق این شبکه‌ها،

می‌توان طرح‌های مشترک فرهنگی بین ایران و سایر کشورها را طراحی و اجرا کرد و به ایجاد ارتباطات پایدار بین جوامع فرهنگی کمک نمود. این امر به‌ویژه در شرایطی که همکاری‌های بین فرهنگی به‌عنوان یکی از ابزارهای مهم دیپلماسی فرهنگی مطرح می‌شود، اهمیت بیشتری دارد.

شبکه‌های اجتماعی با ضریب تأثیر ۰/۶۹۸، به‌عنوان ابزاری برای ارزیابی و دریافت بازخورد از فعالیت‌های فرهنگی عمل می‌کنند. از طریق این شبکه‌ها، می‌توان نظرات و پیشنهادات مخاطبان را جمع‌آوری کرد و بر اساس آن‌ها، راهبردهای فرهنگی را بهبود بخشید. این امر به‌ویژه در شرایطی که نیاز به انعطاف‌پذیری و تطبیق‌پذیری در فعالیت‌های فرهنگی وجود دارد، اهمیت بیشتری پیدا می‌کند.

یافته‌ها نشان داد که شبکه‌های اجتماعی با ضریب تأثیر ۰/۷۲۵، به‌عنوان ابزاری برای تسهیل ارتباطات فرهنگی عمل می‌کنند. از طریق این شبکه‌ها، می‌توان به‌سرعت و به‌راحتی با فعالان فرهنگی در سایر کشورها ارتباط برقرار کرد و به تبادل اطلاعات و تجربیات پرداخت. این امر به‌ویژه در شرایطی که زمان و منابع محدود هستند، اهمیت بیشتری دارد.

یافته‌ها نشان داد که شبکه‌های اجتماعی تأثیر معناداری بر سیاست‌گذاری در حوزه‌های تبلیغ و ترویج (۰/۸۵۹)، ارتباطات و تعاملات (۰/۶۵۸)، دیپلماسی فرهنگی (۰/۵۶۹)، تحلیل و بررسی (۰/۶۸۴)، امنیت و حریم خصوصی (۰/۷۴۲)، همکاری و تعامل (۰/۷۸۵) و آگاهی و اطلاعات (۰/۶۹۸) دارند. این نتایج نشان می‌دهد که شبکه‌های اجتماعی می‌توانند به‌عنوان ابزاری مؤثر در تدوین و اجرای سیاست‌های فرهنگی استفاده شوند.

پیشنهادها

ساختارسازی نهادی - پایه‌گذاری دیپلماسی دیجیتال

راه‌اندازی مرکز فرماندهی دیپلماسی فرهنگی دیجیتال زیر نظر وزارت امور خارجه و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی با مأموریت:

- ایجاد بانک محتوای یکپارچه متشکل از ۵۰۰ اثر فرهنگی چندرسانه‌ای (مستند، موشن‌گرافیک، پادکست) به ۳ زبان اصلی؛
- توسعه سکو ملی تبادل فرهنگی با قابلیت «سوئیچینگ قدرت» (کنترل گره‌های ارتباطی)؛

- تدوین سند راهبردی ۵ ساله با شاخص‌های کمی (افزایش ۴۰ درصد تعاملات

بین‌المللی تا ۱۴۰۶)؛

- راهبردهای محتوایی (تبدیل سرمایه فرهنگی به قدرت نرم).

طراحی کارزارهای دیجیتال هوشمند

- تولید ۱۰۰ محتوای «واکشی فرهنگی»^۱ با کشف پیوندهای تاریخی ایران با تمدن‌های همجوار؛
- استخدام ۲۰ اینفلوئنسر دو زبانه (فارسی / انگلیسی / عربی) با حداقل ۱۰۰ هزار دنبال‌کننده؛
- به‌کارگیری فناوری‌های نوین برای بازسازی مجازی بناهای تاریخی در ۵ سایت میراث جهانی.

توانمندسازی نیروی انسانی (تربیت دیپلمات‌های دیجیتال)

- اجرای برنامه آموزشی مشترک دانشگاه‌ها و نهادهای فرهنگی؛
- دوره‌های فشرده ۶ ماهه فنون تولید محتوای راهبردی با تمرکز بر نظریه‌های کاستلز و بوردیو؛
- کارگاه‌های عملی روان‌شناسی تعاملات فرهنگی دیجیتال با مدرسان بین‌المللی؛
- اعطای گواهی‌نامه معتبر متخصص دیپلماسی دیجیتال به ۱۰۰ نفر سالانه.

سامانه‌های پیش و ارزیابی (نظام هوشمند رصد دیجیتال)

- استقرار سامانه‌های تحلیل داده‌های فرهنگی؛
- طراحی داشبورد مدیریتی با قابلیت رصد لحظه‌ای تأثیرگذاری محتوا؛
- توسعه الگوریتم‌های شناسایی تحریف‌های فرهنگی با دقت ۹۰ درصد؛
- انتشار گزارش‌های فصلی شاخص قدرت نرم دیجیتال.

فهرست منابع

- آزادی، افشین؛ ترابی، محمد و حیدری‌پور، ماشاءالله (۱۳۹۹). جمهوری اسلامی ایران و فضای مجازی. فصلنامه مطالعات دفاع مقدس، ۶(۳)، ۱۸۰-۱۴۹.
- بوردیو، پیر (۱۳۷۵). نظریه کنش، دلایل علمی و انتخاب عقلانی. ترجمه مرتضی مردیپها، تهران: نقش و نگار.
- حاتمی‌زاده، لیلیا (۱۴۰۱). بررسی نقش و جایگاه فضای مجازی و سواد دیجیتال.

- دومین کنفرانس ملی مطالعات کاربردی در فرایندهای تعلیم و تربیت بندرعباس:
<http://civilica.com/doc/1648996>
 ذکایی، محمدسعید (۱۳۹۸). *دیپلماسی هوشمند رسانه‌ای*. تهران: پژوهشگاه فرهنگ و ارتباطات.
- سند چشم‌انداز (۱۴۰۴). <http://meo.atu.ac.ir>
- قاضوی، سید فضل‌الله (۱۳۹۵). *نقش فضای مجازی در پیشبرد دیپلماسی عمومی مدرن*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، واحد تهران مرکزی دانشگاه آزاد اسلامی.
- قربانی شیخ‌نشین، ارسلان؛ منوری، سیدعلی؛ کریمی، غلامرضا و فلاح، مهرداد (۱۴۰۰). *تئودپلماسی، نقش توئیتر در پیشبرد دیپلماسی رسانه‌ای ترامپ*. پژوهشنامه راهبردهای سیاست، ۱۰(۳۸)، ۷۳-۴۴.
- گزارش مرکز پژوهش‌های مجلس (۱۴۰۲). *بررسی عملکرد سکوه‌های داخلی و خارجی*.
- محمدی، حافظ (۱۳۹۹). *چالش‌های حکمرانی فضای مجازی و ارائه راهکارها برای جمهوری اسلامی ایران*. دومین همایش ملی حکمرانی اسلامی. تهران.
- محمدی، هادی (۱۴۰۱). *فضای مجازی - مزایا و معایب همایش ملی تربیت درزیستیوم جدید*. تهران: <http://civilica.com/143564>
- مرکز آمار ایران (۱۴۰۲). *آمار تعداد کاربران فعال ایرانی در سکوه‌های اجتماعی*: <http://citna.ir>
- مرکز بررسی‌های استراتژیک ریاست جمهوری (۱۴۰۱). <http://css.ir/ipo.ir>
- مرکز فضای مجازی (۱۴۰۲). <http://majazi.ir/page/national-information-http://majazi.ir/page/national-network>
- ملکی‌فر، عزت‌الله (۱۴۰۰). *امنیت فرهنگی سایبری*. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- مهدی‌زاده، محمد (۱۳۹۱). *نظریه‌های رسانه: اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی*. تهران: همشهری.
- نصراللهی، اکبر؛ شریفی، فرزانه و حقیقی، محمدرضا (۱۳۹۳). *تأثیر فضای مجازی بر تحولات ارتباطات سیاسی*. *مجله مطالعات رسانه‌ای*، ۹(۲۶)، ۱۱۷-۱۱۱.

Adesina, O. S. (2022). Digital cultural diplomacy: Rethinking international relations in the age of social media. *Journal of Global Media Studies*, 15(2), 112-130.

- Asray, N. (2023). *Platform imperialism*. Oxford University Press.
- Bjola, C. & Jiang, L. (2023). The ethics of digital diplomacy: Moral challenges in the use of social media for international relations. *Global Policy*, 14(1), 45–60.
- Bourdieu, P. & Passeron, J.-C. (1990). *Reproduction in education, society and culture (2nd ed.)*. Sage Publications.
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A social critique of the judgement of taste*. Harvard University Press.
- British Council (2022). *Digital cultural relations: Current practices and future directions*. British Council Research Reports.
- Castells, M. (2000). *The rise of the network society (2nd ed.)*. Blackwell.
- Giddens, A. (1984). *The constitution of society: Outline of the theory of structuration*. University of California Press.
- Golan, G. J.; Arceneaux, P. C. & Soule, M. A. (2021). The digitalization of public diplomacy: A cross-national analysis. *International Communication Gazette*, 83(5), 487–504.
- Internetworlds.com
- Kasemsap, k. (2015). The Role of Cultural Dynamics in the Digital Age. https://www.researchgate.net/publication/284921475_The_Role_of_Cultural-Dynamics_in_the_Digital_Age.
- Murat, K. & Cakir, O. (2010). An applied study on educational use of Facebook as a Web 2.0 tool: The sample lesson of computer networks and communication. *International Journal of Computer Science & Information Technology (IJCSIT)*, 2(5), 48–58. <https://arxiv.org/abs/1009.0402>
- Nye, J. S. (2004). *Soft power: The means to success in world politics*. PublicAffairs.
- Russo, A. & Atkins, J. (2005). Digital Cultural Communication: enabling new media & co-creation in Asia. researchgate, <https://www.researchgate.net/publication/27465723>
- Russo, A. & Atkins, J. (2007). Digital Cultural Communication: Audience & Remediation, researchgate. DOI: 10.7551/mitpress/9780262033534.003.0009
- UNESCO. (2023). *Global trends in cultural diplomacy: The role of digital platforms*. UNESCO Publishing.
- Wallace, R. A. & Wolf, A. (1995). *Contemporary sociological theory: Continuing the classical tradition (4th ed.)*. Prentice Hall.
- Wu, C. & Zhang, K. (2022). Digital Transformation, Choice of competitive Strategy and high Quality Development of Firms. *Business Management journal*, (44), 5-22.
- Zuboff, S. (2019). *The age of surveillance capitalism: The fight for a human future at the new frontier of power*. PublicAffairs.

References

- Adesina, O. S. (2022). Digital cultural diplomacy: Rethinking international relations in the age of social media. *Journal of Global Media Studies*, 15(2), 112–130.
- Asray, N. (2023). *Platform imperialism*. Oxford University Press.
- Bjola, C. & Jiang, L. (2023). The ethics of digital diplomacy: Moral challenges in the use of social media for international relations. *Global Policy*, 14(1), 45–60.
- Bourdieu, P. & Passeron, J.-C. (1990). *Reproduction in education, society and culture* (2nd ed.). Sage Publications.
- Bourdieu, P. & Passeron, J.-C. (1990). *Reproduction in education, society and culture* (2nd ed.). Sage Publications.
- Bourdieu, P. (1996). *Theory of action: Scientific reasons and rational choice* (M. Mardiha, Trans.). Naghsh-o-Negar. (Original work published in French) (In Persian)
- Bourdieu, P. (1996). *Theory of action: Scientific reasons and rational choice* (M. Mardiha, Trans.). Naghsh-o-Negar. (Original work published 1975) (In Persian)
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A social critique of the judgement of taste*. Harvard University Press.
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A social critique of the judgement of taste*. Harvard University Press.
- British Council. (2022). *Digital cultural relations: Current practices and future directions*. British Council Research Reports.
- Calhoun, C. (Ed.). (1992). *Habermas and the public sphere*. MIT Press.
- Calhoun, C. (Ed.). (1992). *Habermas and the public sphere*. MIT Press.
- Castells, M. (2001). *The information age: Economy, society, and culture—The rise of the network society* (Persian ed.). New Publishing. (In Persian)
- Castells, M. (2001). *The information age: Economy, society and culture - The rise of the network society* (Persian ed.). No Publishing. (Original work published 1996) (In Persian)
- Castells, M. (2000). *The rise of the network society* (2nd ed.). Blackwell.
- Giddens, A. (1994). *Sociology* (Persian ed.). Nay Publishing. (In Persian)
- Giddens, A. (1994). *Sociology* (Persian ed.). Nay Publishing. (In Persian)
- Giddens, A. (2005). *The constitution of society* (Persian ed.). Elm Publishing. (Original work published 1984)
- Giddens, A. (2005). *The constitution of society* (Persian ed.). Elm Publishing (In Persian)
- Giddens, A. (1984). *The constitution of society: Outline of the theory of structuration*. University of California Press.
- Golan, G. J.; Arceneaux, P. C. & Soule, M. A. (2021). *The digitalization of*

- public diplomacy: A cross-national analysis. *International Communication Gazette*, 83(5), 487–504.
- Habermas, J. (2005). *The theory of communicative action* (Persian ed.). Iran Newspaper Publishing. (In Persian)
- Habermas, J. (2005). *The theory of communicative action* (Persian ed.). Iran Newspaper Publishing. (Original work published 1981) (In Persian)
- Habermas, J. (1989). *The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society* (T. Burger, Trans.). MIT Press.
- Habermas, J. (1989). *The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society* (T. Burger, Trans.). MIT Press.
- Internetworlds.com
- Kasemsap, k. (2015). *The Role of Cultural Dynamics in the Digital Age*. https://www.researchgate.net/publication/284921475_The_Role_of_Cultural-Dynamics_in_the_Digital_Age.
- Mahdizadeh, M. (2012). *Media theories: Dominant ideas and critical perspectives*. Hamshahri Publishing. (In Persian)
- Mahdizadeh, M. (2012). *Media theories: Dominant ideas and critical perspectives*. Hamshahri Publishing. (In Persian)
- Maleki-Far, E. (2021). *Cultural cybersecurity*. University of Tehran Press. (In Persian)
- Mohammadi, H. (2020). *Challenges of cyberspace governance and solutions for the Islamic Republic of Iran* [Conference paper]. Second National Conference on Islamic Governance, Tehran, Iran. (In Persian)
- Mohammadi, H. (2020). *Challenges of cyberspace governance and solutions for the Islamic Republic of Iran* [Paper presentation]. Second National Conference on Islamic Governance, Tehran, Iran. (In Persian)
- Murat, K. & Cakir, O. (2010). An applied study on educational use of Facebook as a Web 2.0 tool: The sample lesson of computer networks and communication. *International Journal of Computer Science & Information Technology (IJCSIT)*, 2(5), 48–58. <https://arxiv.org/abs/1009.0402>
- Murat, K. & Cakir, O. (2010). An applied study on educational use of Facebook as a Web 2.0 tool: The sample lesson of computer networks and communication. *International Journal of Computer Science & Information Technology (IJCSIT)*, 2(5), 48–58. <https://arxiv.org/abs/1009.0402>
- Nye, J. S. (2004). *Soft power: The means to success in world politics*. PublicAffairs.
- Parliament Research Center (2023). *Performance analysis of domestic and*

- international platforms. Tehran: Author. (In Persian)
- Russo, A. & Atkins, J. (2005). Digital Cultural Communication: enabling new media & co-creation in Asia. researchgate, <https://www.researchgate.net/publication/27465723>
- Russo, A. & Atkins, J. (2007). Digital Cultural Communication: Audience & Remediation, researchgate. DOI: 10.7551/mitpress/9780262033534.003.0009
- UNESCO. (2023). Global trends in cultural diplomacy: The role of digital platforms. UNESCO Publishing.
- Wallace, R. A. & Wolf, A. (1995). Contemporary sociological theory: Continuing the classical tradition (4th ed.). Prentice Hall.
- Wallace, R. A. & Wolf, A. (1995). Contemporary sociological theory: Continuing the classical tradition (4th ed.). Prentice Hall.
- Wu, C. & Zhang, K. (2022). Digital Transformation, Choice of competitive Strategy and high Quality Development of Firms. *Business Management journal*, (44), 5-22.
- Zuboff, S. (2019). The age of surveillance capitalism: The fight for a human future at the new frontier of power. PublicAffairs.

Extended abstract

The present study, with a futuristic approach, analyzes the link between material culture and social consciousness in shaping the future of the fashion industry in the city of Aran va Bidgol. Its fundamental objective is to identify key variables, influential trends, and driving forces for the development of sustainable fashion, emphasizing the region's cultural, social, and environmental contexts. Aran va Bidgol, with its rich background in traditional handicrafts such as carpet weaving, scarf weaving, and the use of natural resources like the cultivation of Mohammadi roses, and also possessing diverse industrial and cultural infrastructures, represents a vivid example of the coexistence of tradition and modernity. Accordingly, examining the future of the fashion industry in this city can provide a model for cultural and economic development based on indigenous identity.

The research methodology is based on a scenario-oriented futurology approach; in terms of purpose, it is applied, and in terms of nature, it is descriptive-analytical. Theoretical data were collected through a systematic review of literature related to sustainable fashion, material culture, and social consciousness. Then, by conducting in-depth, semi-structured interviews with 9 local experts—including clothing designers, university professors, cultural activists, and sociology specialists—qualitative data were completed. After thematic analysis of the interviews and open, axial, and selective coding, eighteen factors affecting the future of the sustainable fashion industry were extracted. To analyze the relationships between these factors, MICMAC software was used for structural analysis, and Scenario Wizard software was used to design probable scenarios.

The theoretical framework of the research is based on the integration of Blumer's view of fashion as a process of collective selection and contemporary theories of sustainability in the clothing supply chain. In this framework, material culture is considered as a set of tangible artifacts of society, including tools, clothing, handicrafts, and architecture, which, as carriers of cultural and social meanings, reflect human identity and living values. In contrast, social consciousness is considered the cognitive and ethical capacity of society to understand the current situation and the desire to change it, a fundamental factor in moving towards a desired social

condition. The interaction of these two concepts, namely material culture and social consciousness, is considered the basis for the formation of conscious consumer behavior and the strengthening of sustainability values in the fashion industry.

Findings from data analysis show that sustainability in the fashion industry of the Aran va Bidgol region is simultaneously influenced by a set of cultural, economic, technological, social, and environmental variables. Structural analysis of the interrelationships between the variables led to the identification of five main drivers that play a decisive role in the desirable future of this industry: First, attention to consumer tastes and preferences as a fundamental factor in aligning fashion productions with indigenous identity and religious values; Second, enhancing quality and promoting superior domestic products through public advertising and awareness-raising; Third, the use of green materials and environmentally certified products, which helps reduce negative environmental impacts and revive traditional industries; Fourth, improving production efficiency and resource productivity through the use of new technologies; and Fifth, advancements in engineering technologies in clothing design and sewing, which increase the potential for innovation and competitiveness of local products. These variables had the most influence and susceptibility within the network of future factors and were identified as the main driving forces in the foresight scenarios for sustainable fashion.

In the scenario-writing phase, based on the analysis of variable compatibility in Scenario Wizard software, four situations for the future of the fashion industry were outlined: the desirable scenario, the relatively desirable scenario, the critical scenario, and the catastrophic scenario. In the desirable scenario, the fashion industry of Aran va Bidgol, relying on cultural heritage, enhancing society's environmental literacy, employing green technologies, and institutional support for domestic producers, moves towards sustainability and cultural and economic self-sufficiency. The relatively desirable scenario also represents a situation where, despite minor progress in product quality and sustainability, challenges in marketing and public awareness persist. In contrast, the critical scenario implies the continued dominance of imported fashion, a decline in local production, and the forgetting of cultural identity, and the catastrophic scenario indicates the complete dissolution of handicrafts, environmental pollution, and social collapse resulting from complete dependence on consumer fashion. Examination of the results showed that the desirable scenario, with the highest degree of consensus among experts, was assessed as the most achievable future path, provided that the three areas of education, policymaking, and technology are simultaneously strengthened.

Interpretive analysis of the results indicates that the fashion industry in

Iran, especially in cultural regions like Aran va Bidgol, is not merely an economic activity, but a cultural and social arena where values, symbols, and consumption patterns are reproduced. The influence of "fast fashion" patterns and media advertising promoting materialism have changed the lifestyle of the young generation and distanced them from indigenous values; therefore, increasing social awareness about the environmental and ethical consequences of the fashion industry can play an effective role in redefining consumption patterns and reviving local industries. Findings show that public education, transparency in the production process, promotion of cultural identity in design, and creating a sense of social belonging towards local products are key factors in the transition to sustainable fashion.

From a technological perspective, the research emphasizes the importance of utilizing new technologies such as digital design, 3D printing, and virtual simulation tools to increase productivity and reduce waste. These technologies, while enhancing production quality, provide the opportunity for local designers to be seen at national and international levels. Alongside this, financial support, government incentive policies for domestic brands, and creating collaborative mechanisms between universities, industry, and the local community are among the requirements for realizing the desirable scenario.

In the final summary, the results of the research indicate that the future of the fashion industry in Aran va Bidgol is highly dependent on the degree of convergence between social consciousness and material culture. When society becomes aware of the cultural and environmental impacts of clothing consumption, consumer behavior transforms, and the ground is prepared for the revival of traditional industries and local products. In this context, the integration of technological innovation with cultural heritage can be the link between tradition and modernity and lead to the creation of a new identity of "sustainable Iranian fashion"; an identity where indigenous authenticity, economic efficiency, and environmental responsibility come together.

Finally, the research offers practical suggestions for policymakers and activists in this field: First, incorporating education on sustainable fashion concepts and environmental literacy into the educational system and public media; Second, supporting local brands and creating marketing infrastructures for local producers; Third, developing and implementing national standards for raw materials and production processes compatible with the environment; Fourth, developing cooperation networks between universities, industrial institutions, and local associations for the transfer of knowledge and technology; and finally, designing a cultural-economic vision for the city of Aran va Bidgol based on the principles of sustainable fashion.

Consequently, the present study, by emphasizing the necessity of integrating material culture and social consciousness into fashion development strategies, provides a conceptual and practical model for cultural policymaking in Iran. The findings show that by strengthening synergy between the government, society, and the private sector, a future can be envisioned where the fashion industry not only reflects Iranian aesthetics but also acts as a factor for economic dynamism, environmental preservation, and the enhancement of social identity; a future where "sustainable fashion" transcends being a mere luxurious trend and becomes a cultural strategy for conscious and responsible living.


Keywords: Fashion industry, Futures studies, Environmental sustainability, Material culture, Wizard scenario.

آینده پژوهی بررسی مُد؛ ترکیب فرهنگ مادی و آگاهی اجتماعی: مطالعه موردی شهر آران و بیدگل

محسن نیازی

استاد گروه علوم اجتماعی، دانشگاه کاشان، کاشان، ایران.


niazim@kashanu.ac.ir

 0000-0001-8672-9051

سمیه آراندشتی آرانی

دانشجوی دکتری بررسی مسائل اجتماعی ایران دانشگاه کاشان، کاشان، ایران.


arandashtiarani@gmail.com

 0009-0002-4690-397X

فاطمه خوش‌بیانی آرانی

دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی مسائل اجتماعی ایران دانشگاه کاشان، کاشان، ایران (نویسنده مسئول).


f.khoshtayani1374@gmail.com

 0000-0001-8855-3619

محمد خراسانی

دانشجوی دکتری بررسی مسائل اجتماعی ایران دانشگاه کاشان، کاشان، ایران.

mohamadkhorasany@gmail.com

 0000-0001-8029-2813

چکیده

پژوهش حاضر با تمرکز بر آینده‌پژوهی ترکیب فرهنگ مادی و آگاهی اجتماعی در شهر آران و بیدگل، به بررسی چگونگی تعامل این دو عنصر در شکل‌دهی به آینده این شهرستان در زمینه صنعت مُد می‌پردازد. فرهنگ مادی آران و بیدگل، شامل صنایع دستی مانند قالیبافی، زیرساخت‌های صنعتی، سایر ملزومات مربوط به صنعت مُد و آگاهی اجتماعی آن، متأثر از ارزش‌های مذهبی، ارتباط با طبیعت و هویت محلی است. تحلیل آینده مد به شناسایی روندها، نیازهای بازار و نوآوری‌ها کمک می‌کند و به شرکت‌ها در تصمیم‌گیری راهبردی باری می‌رساند. در این پژوهش، پس از مرور پیشینه و مصاحبه با نه نفر از نخبگان، ۱۸ عامل اصلی به‌عنوان تأثیرگذارترین عوامل در صنعت مُد پایدار شناسایی شدند. با استفاده از نرم‌افزار میک‌مک، تحلیل ساختاری عوامل انجام و پیشران‌های اصلی مشخص و رتبه‌بندی شدند. سپس این پیشران‌ها وارد نرم‌افزار سناریو ویزارد شده و چهار فرانامه (مطلوب، نسبتاً مطلوب، بحرانی و فاجعه) به‌دست آمد. درنهایت، با تحلیل ارزش‌سازی سازگاری فرانامه مطلوب، پنج متغیر کلیدی به‌عنوان پیشران‌های اصلی شناسایی شدند که عبارت‌اند از: توجه به سلاطین مصرف‌کنندگان، تبلیغات برای کالاهای با محتوای برتر، استفاده از محصولات سبز و دارای نشان استاندارد، بهبود کارایی در تولید، و پیشرفت فناوری مهندسی. این پژوهش راهکاری برای سیاست‌گذاران و جامعه محلی ارائه می‌دهد تا با ترکیب فرهنگ مادی و آگاهی اجتماعی، آینده‌ای پایدار و همسو با هویت محلی و سازگار با محیط زیست و درنهایت صنعت مُد پایدار را رقم زنند.

کلیدواژه‌ها: صنعت مُد، آینده‌پژوهی، پایداری زیست‌محیطی، فرهنگ مادی، سناریو ویزارد.

شاپای الکترونیک: ۶۵۵X-۲۵۸۸ / پژوهشکده تحقیقات راهبردی / فصلنامه علمی راهبرد اجتماعی فرهنگی

 10.22034/scs.2025.514337.1681



مسئولیت مقاله از نظر محتوای علمی و نظرهای مطرح‌شده در متن آن، به عهده نویسندگان و یا نویسنده مسئول مقاله می‌باشد و مورد تأیید / عدم تأیید صاحب امتیاز نشر به راهبرد اجتماعی فرهنگی نمی‌باشد.

مقدمه و بیان مسئله

مُد پایدار تلاشی برای سازگاری صنعت با محیط زیست و عدالت اجتماعی است و برخلاف مُد سریع، به تأثیرات زیست‌محیطی، فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی توجه دارد. درحالی‌که مُد سریع با تولید انبوه، قیمت پایین و استفاده از مواد شیمیایی سمی و الیاف مصنوعی مانند پلی‌استر، به یکی از آلاینده‌های اصلی آب و عوامل گرمایش زمین تبدیل شده، مُد پایدار به دنبال کاهش این آسیب‌ها و ایجاد تعادلی بین تولید، مصرف و حفظ منابع طبیعی است. از این رو، توجه به مُد پایدار در دنیای امروز ضرورتی جدی یافته است.

صنعت مُد پایدار در ابعاد مختلفی قابل بررسی است. رشد تولید انبوه و ارزان قیمت منجر به افزایش مصرف و رفتارهای ناپایدار می‌شود که تأثیر منفی بر محیط زیست دارد؛ اما با پیشرفت‌هایی در طراحی و فناوری مواد، فرصت‌های جدیدی برای تولید سازگار با محیط‌زیست فراهم شده است. تصمیمات در فرایند طراحی به خصوص در مواد، فرم‌ها و سیستم‌های تولید، نقش مهمی در کاهش اثرهای زیست‌محیطی و ترویج مصرف پایدار دارند (Koskela, 2009, p. 125). همچنین این صنعت در معرض تأثیرات ناشی از زمینه‌های گوناگون زندگی است و هر کدام به سهم خود صنعت مُد را تحت تأثیر قرار می‌دهند؛ از جمله می‌توان به وضعیت اجتماعی و اقتصادی (نحوه زندگی، ثروت و عادات لباس پوشیدن)، مسائل زیست‌محیطی (تغییرات آب و هوایی)، فضای سیاسی و حقوقی (توافق‌نامه‌های بین المللی)، اثرهای فرهنگی (لباس‌های تاریخی و عامیانه، سبک‌های خیابانی)، هنرهای کاربردی (نقاشی، مجسمه، تئاتر، موسیقی، عکاسی، سینما)، پیشرفت فناوری (پارچه های جدید، منسوجات هوشمند، تولید جدید) و جنسیت (از بین رفتن مرزهای مفهومی لباس مردانه و زنانه)، اینترنت (حضور جهانی مد) اشاره کرد (کوشا و طهوری، ۱۳۹۸، ص. ۶).

بر پایه اصول توسعه پایدار، تمام مراحل صنعت پوشاک - از مواد اولیه تا تولید، مصرف و بازیافت - نیازمند اصلاح برای کاهش مصرف انرژی، آلودگی و تخریب منابع هستند. با این حال، نبود آگاهی کافی در میان طراحان و مصرف‌کنندگان، ناتوانی در تغییر نگرش‌های ارزشی و کمبود دانش درباره رفتار پایدار، از موانع اصلی تحقق این اهداف است؛ زیرا توسعه پایدار رویکردی مشارکت‌محور دارد و تنها وظیفه دولت‌ها نیست (داوری و دیگران، ۱۳۹۵، ص. ۲۸۲).

پیش از تولید انبوه، مردم تعداد محدودی لباس و وسایل مد داشتند و آن‌ها را بارها تعمیر و استفاده می‌کردند؛ تجربه‌ای که در خاطرات نسل‌های گذشته مشهود است؛ اما با آغاز تولید انبوه، استانداردهای اندازه‌ها، کاهش هزینه‌ها و جهانی‌سازی، پدیده «مد سریع» شکل گرفت. این روند افراد را به مصرف‌گرایی افراطی سوق داد، به‌طوری که خرید مکرر لباس‌های مد روز به فشار مالی خانواده‌ها انجامیده است. در این میان، بازار مصرف داخلی به محلی برای نفوذ کالاهای خارجی تبدیل شده که اهداف اقتصادی بیگانگان را تأمین می‌کند. این وضعیت، ضمن تضعیف تولید داخلی، وابستگی اقتصادی، سودگرایی، مصرف‌گرایی و کاهش خلاقیت را به دنبال دارد (حزب‌بوی؛ کریمی‌نیا و انصاری‌مقدم، ۱۴۰۰، ص. ۱۰۲).

امروزه در صنایع گوناگون به‌ویژه صنعت مُد لباس برندسازی انتخاب نیست بلکه ضرورت است؛ حدود ۷۰ درصد تقاضای پوشاک در دست تولیدکنندگان خارجی است، که به‌طور قاجاق وارد کشور می‌شود و قاجاق یکی از تهدیدهای مهم صنعت مُد لباس است (اسدی و دیگران، ۱۳۹۳). بر اساس آنچه آمارهای گمرک نشان می‌دهد، واردات پوشاک ایران در سال ۹۶ حدود ۵۹,۱ میلیون دلار بوده است که ۶۴ درصد آن حدود ۳۸ میلیون دلار از مبدأ ترکیه ثبت شده است، پس از آن چین، آلمان و امارات متحده عربی هریک به‌ترتیب ۱۰ درصد، ۹ درصد و ۷ درصد از واردات پوشاک ایران (گزارش شده توسط گمرک ایران) را به خود اختصاص دادند (کریمی و کیاسر، ۱۳۹۷ به نقل از مازندرانی، ۱۴۰۳، ص. ۴). اگر به بازار لباس داخلی نگاهی بیندازیم، خواهیم دید که تنها چند برند معدود مشغول به فعالیت هستند و حتی این چند برند معدود، نه در سطح جهانی و نه در سطح منطقه‌ای به‌هیچ‌وجه مطرح نیستند (خانی و دیگران، ۱۴۰۱، ص. ۳۹).

فرهنگ به‌واسطه شامل‌شدن افکار، عقاید، ارزش‌ها و باورهای انسانی، به‌عنوان یک پدیده ذهنی در نظر گرفته می‌شود. با این حال، برخی از دانشمندان فرهنگ را نه تنها به‌عنوان یک مفهوم ذهنی، بلکه به‌عنوان واقعیتی عینی نیز بررسی می‌کنند. این واقعیت عینی در آثاری مانند: هنر، معماری، آداب و رسوم، صنایع دستی و سایر دستاوردهای ملموس جامعه نمود پیدا می‌کند؛ بنابراین، فرهنگ در عین حال که ریشه در ذهن و اندیشه انسان دارد، به شکل‌های عینی و قابل مشاهده نیز تجلی می‌یابد و این دو جنبه ذهنی و عینی، با هم فرهنگ را به‌عنوان پدیده‌ای چندبُعدی و پویا شکل می‌دهند (باقی نصرآبادی و دیگران، ۱۳۸۹، ص. ۳۹).

آگاهی اجتماعی نقش اساسی در ایجاد تغییرات مطلوب در جامعه دارد؛ زیرا تا

زمانی که افراد از وضعیت نامطلوب جامعه خود آگاه نباشند، اقدامی برای بهبود آن نخواهند کرد (زایرکعبه، ۱۳۹۹، ص. ۴). در جهان امروز، ارزش‌ها، آرزوها و هویت افراد تا حد زیادی با الگوهای مصرفی تعریف می‌شود؛ الگویی که بازار و سرمایه‌داری برای سود بیشتر به آن جهت می‌دهند و در نتیجه مصرف‌گرایی، تجمل‌گرایی و مادی‌گرایی را رواج می‌دهند. از این‌رو، شناخت رفتار مصرف‌کننده (میزان آگاهی) که شامل فرایندهای ذهنی، عاطفی و عملی در انتخاب، خرید و استفاده از کالاهاست، نقش مهمی در موفقیت بازاریابی سازمان‌های مختلف دارد (رئیس‌سی؛ شریفی و طغریایی، ۱۳۹۵، ص. ۹۹). در مجموع رابطه میان فرهنگ مادی و آگاهی اجتماعی، رابطه‌ای دوسویه است؛ به این معنا که اشیاء و کالاهای مادی می‌توانند آگاهی اجتماعی را شکل دهند یا بازتاب آن باشند و درعین‌حال افزایش آگاهی اجتماعی می‌تواند منجر به مصرف آگاهانه‌تر، بازنگری در الگوهای مادی، و بازتعریف نمادهای فرهنگی شود. در جهان معاصر که مصرف‌گرایی و نمادهای مادی در شکل‌گیری هویت فردی و اجتماعی نقش پررنگی دارند، آگاهی اجتماعی می‌تواند راهی برای نقد و اصلاح فرهنگ مادی و حرکت به سوی پایداری و مسئولیت‌پذیری بیشتر باشد.

از آنجاکه شهرستان آران و بیدگل از یک‌سو جزء شهرهای صنعتی بوده و با استقرار صنایع مختلف در اطراف آن به نوعی محصور شده و نیازمند جانمایی و ایجاد شهرک صنعتی بزرگ در خارج از حریم خود است؛ همچنین با توجه به محدوده ۲۷۲ هزار هکتاری پناهگاه حیات وحش یخاب، در این شهرستان^۱، ضرورت توجه به صنعت پایدار، بیش از گذشته احساس می‌شود. به بیان دیگر در شهرستان آران و بیدگل که از یک‌سو دارای ریشه‌های عمیق فرهنگی، مذهبی و اجتماعی و از سوی دیگر برخوردار از صنایع بومی مانند قالی‌بافی، چادر شب‌بافی و پارچه‌بافی سنتی است، توجه به مسئله مُد پایدار ضرورتی دوچندان دارد. با گسترش فرهنگ مصرف‌گرایانه و نفوذ مُد سریع از طریق رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی، الگوهای مصرف در میان نسل جوان به سرعت در حال تغییر است و این مسئله نه تنها به چالش‌های اقتصادی برای خانواده‌ها منجر شده بلکه زمینه‌ساز فراموشی بخشی از فرهنگ مادی و هویت بومی منطقه شده است. دغدغه اصلی این پژوهش، یافتن راه‌هایی برای پیوند دوباره آگاهی اجتماعی مردم با میراث فرهنگی ملموس و ناملموس آن‌ها در حوزه پوشاک و سبک زندگی است، به گونه‌ای که بتوان از ظرفیت‌های بومی

۱. برگرفته شده از تارنمای: <https://www.irna.ir/news/84137860>

برای ترویج مُد پایدار استفاده کرد؛ چراکه ارتقای سواد زیست‌محیطی و مصرف آگاهانه در جامعه، می‌تواند هم در حفظ منابع طبیعی و هم در تقویت اقتصاد محلی و احیای صنایع سنتی نقش مؤثری ایفا کند.

صنعت مُد زنجیره‌ای از طراحی، تولید، توزیع و مصرف است که علاوه بر جنبه های اقتصادی، نقش نمادین و فرهنگی نیز دارد و به‌عنوان صنعتی خلاق و سودآور شناخته می‌شود. با این حال مشکلاتی مانند نبود برندهای بومی و واردات بی‌رویه محصولات ناسازگار با فرهنگ داخلی، آینده این صنعت را با تهدید مواجه کرده است. تنوع این چالش‌ها، لزوم استفاده از روش آینده‌پژوهی را برای شناسایی سناریوهای محتمل در حوزه مُد پایدار ضروری می‌سازد. آینده‌پژوهی ابزاری مؤثر برای برنامه ریزی راهبردی است که کشورهای مختلف برای حل مسائل خاص خود از آن بهره گرفته‌اند.

یکی از موضوعات اصلی آینده پژوهی، شناسایی متغیرهای کلیدی تأثیرگذار بر آینده‌هاست؛ برخلاف رویکرد کلاسیک مطالعات آینده که هدف آن پیش‌بینی یک آینده مشخص بود و درباره این صحبت می‌شد که چه چیزی، چه موقع اتفاق خواهد افتاد، در آینده پژوهی از انواع آینده‌ها سخن گفته می‌شود. این رویکرد، آینده‌های چندگانه یا آینده‌های جایگزین نامیده شده است. رویکرد «آینده‌های چندگانه» برخلاف رویکرد «واقع‌گرایانه» است که روندها و مسائل در حال وقوع و وقایع بالقوه را شناسایی و سپس معرفی می‌کند تا آمادگی لازم برای فرآیندهای مختلف فراهم شود (مولایی و طالبیان، ۱۳۹۵، ص. ۶). فکر درباره آینده برای برنامه‌ریزی و اقدامات کنونی ضروری است؛ زیرا آینده محصول تصمیمات امروز و قابل کنترل است. اگر مدیران و افراد شناخت کافی از پیامدها و نیروهای مؤثر داشته باشند، آن‌وقت توانایی پیش‌بینی اتفاقات احتمالی و واکنش‌های خارج از کنترل را نیز دارند؛ زیرا سرعت تغییرات آن چنان سریع است که روش‌های سنتی کارایی ندارند. انسان با شناخت این پیامدها می‌تواند در سرنوشت آینده تأثیرگذار بوده و همگام با تحولات جهانی حرکت کند (عظیمی؛ وظیفه‌دوست و سعیدنیا، ۱۴۰۱، ص. ۳۰).

از اهمیت این پژوهش با روش آینده‌نگر هم‌بند است که سیاست‌های کلان جمهوری اسلامی نیز بر توسعه اقتصاد مقاومتی، حمایت از کالای ایرانی، ارتقای فرهنگ و هنر ملی، حفاظت از محیط‌زیست و عدالت اجتماعی تمرکز دارد. حرکت به سمت صنعت مُد پایدار، که بر اساس اصول زیست‌محیطی و حفظ هویت فرهنگی طراحی شده است، می‌تواند به تحقق این سیاست‌ها کمک کند؛ به‌عنوان نمونه،

توسعه برندهای داخلی و ترویج تولیدات با هویت فرهنگی غنی، همسو با سیاست‌های حمایت از تولید داخلی و کاهش واردات قاچاق است. علاوه بر این، رعایت ملاحظات زیست‌محیطی در طراحی و تولید کالای مد، یکی دیگر از هدف‌های سیاست‌های زیست‌محیطی کشور است.

۱. اهداف و سؤالات پژوهش

- ۱- کدام روندهای آینده به لحاظ اهمیت، قابل توجه و جالب بودن دارای تأثیرگذاری هستند؟
- ۲- کدام متغیرها به طور مستقیم بر یکدیگر تأثیر می‌گذارند و کدام یک بیشتر تأثیرگذار یا تأثیرپذیر هستند؟
- ۳- متغیرهای مختلف در سیستم آینده پژوهی چگونه با یکدیگر تعامل دارند؟ پیشران‌های تأثیرگذار بر آینده صنعت مُد پایدار کدام‌اند؟
- ۴- آینده‌های پیش‌رو در صنعت مُد پایدار، کدام هستند؟ (مطلوب، نسبتاً مطلوب، بحرانی و فاجعه)
- ۵- متغیرهای پیشران در این زمینه در چه سطوحی مطرح می‌باشند؟ سطح ساختارها و نهادی یا سطح کنشگران فردی؟!
- ۶- راهکارهای لازم جهت رسیدن به صنعت مُد پایدار کدام است؟

۲. پیشینه تجربی پژوهش

خانم سپیده یاقوتی و دیگران (۱۳۹۸)، در پژوهشی با عنوان «استراتژی توسعه اقتصاد فرهنگی صنعت مُد در ایران»، در پی دستیابی به فرایند ارزش محور در مد اخله عوامل زمینه‌ساز و تبیین راهبردهای گزینشی توسعه اقتصاد فرهنگی صنعت مُد ایران و پاسخگویی به این پرسش‌های اساسی است که صنعت مُد در تحقق چشم‌انداز اقتصاد فرهنگی کشور می‌تواند چه نقشی را ایفا کند؟ چگونه می‌توان با تغییر در نظام‌های ارزشی به رشد اقتصادی هنری که تولید می‌شود، شکل داد. وی در نهایت به این نتیجه می‌رسد که نتایج حاکی از این است آمیزش هنر با ابتکار و خلاقیت، مدیریت دانش، تولید و فناوری روز و مهندسی مجدد فرایندهای کسب و کار از طریق برکشیدن اقتصاد خلاق در صنعت مُد، موجب افزایش رشد اقتصادی کشور خواهد شد.

امیری و همکاران (۱۴۰۲)، در پژوهشی با عنوان «تحلیل رفتار خرید

مصرف‌کنندگان تحت تأثیر آگاهی از پایداری در صنعت مُد (مطالعه موردی: صنعت پوشاک)، هدف پژوهش خود را تحلیل رفتار خرید مصرف‌کنندگان صنعت پوشاک، تحت تأثیر آگاهی از مفهوم پایداری در صنعت مُد می‌داند که به این نتیجه می‌رسد که دانش و آگاهی (مؤلفه‌شناختی)، عواطف و احساسات (مؤلفه عاطفی) و تصمیم خرید (مؤلفه رفتاری) به‌عنوان ابعاد نگرش نسبت به مفهوم پایداری، بر رفتار خرید مصرف‌کنندگان صنعت مُد در حوزه پوشاک تأثیرگذارند و در این رابطه جنسیت، نقش متغیر تعدیل‌کننده را ایفا می‌نماید. همچنین سطح درآمد و اشتغال، بر رفتار خرید مصرف‌کنندگان اثرگذار است. درنهایت می‌توان گفت: میزان دانش واقعی از دانش ادعاشده درخصوص مفهوم پایداری کمتر است و لذا مصرف‌کنندگان باید سطح آگاهی خود را جهت در امان ماندن از تبلیغات جعلی رسانه‌های اجتماعی افزایش دهند.

باکولسیکوآ و دیگران (۲۰۲۲)، در کتاب خود تحت عنوان «آینده مُد» معتقد است که: ما بر این باوریم که حرکت به سمت مدل‌های کسب‌وکار دایره‌ای و پایدار، شرکت‌ها را ملزم می‌کند تا در شیوه‌های تولید و استفاده از لباس تجدیدنظر کنند. صنعت مُد به دلایل ضایعات زیادی که ایجاد می‌کند، از جمله استفاده از مواد بی‌کیفیت و ترجیحات مداوم مصرف‌کنندگان در حال تغییر، با در نظر گرفتن این موضوع، چارچوب ما عوامل زیر را در نظر می‌گیرد:

الف) از دیدگاه مواد خام: ما تأثیرات یک شرکت بر تنوع زیستی، محیط زیست و جامعه را با ارزیابی میزان سرمایه‌گذاری یا پذیرش گذرنامه‌های محصول دیجیتال، شیوه‌های کشاورزی پایدار و مواد تأییدشده / بازیافتی / نسل بعدی در نظر می‌گیریم تا نیاز به تولید الیاف بکر را محدود کنیم و شیوع شرایط کاری ناعادلانه را کاهش دهد.

ب) از دیدگاه تولید: ما چالش‌های محیطی و شرایط کاری را در نظر می‌گیریم و ارزیابی می‌کنیم که شرکت تا چه اندازه از اصول آهسته مد مانند: طراحی بی‌زمان، بادوام و قابلیت بازیافت استفاده کرده است.

پ) از دیدگاه مصرف‌کننده / خرده‌فروشی، ما مصرف بیش‌ازحد و فقدان راه‌حل‌های مراقبت از محصول را به‌عنوان مسائل کلیدی در افزایش طول عمر لباس‌ها در نظر می‌گیریم که منجر به فرصت‌هایی برای خدمات تعمیر، اجاره و فروش مجدد می‌شود. ت) از منظر پایان عمر، ما نگران تأثیر مدل‌های کسب‌وکار خطی بر محیط هستیم و فرصت‌هایی را برای جمع‌آوری و مرتب‌سازی در مقیاس بزرگ و همچنین ایجاد

زیرساخت‌های بازیافت می‌بینیم (Buckulcikova & et al., 2022, p. 7). الیز ماریتا فارت اوکه (۲۰۱۶)، در پایان‌نامه خود با عنوان «مسئولیت شرکتی در صنعت مُد سریع: چگونه فشار رسانه‌ها بر افشای شرکت‌ها پس از فروپاشی Rana Plaza تأثیر گذاشت؟»، بر اهمیت شاخص‌های عملکردی مرتبط با حقوق بشر، شیوه‌های کار و پایداری در صنعت مُد پایدار تأکید دارد. به باور او، اعتبار شرکت از سوی جامعه اعطا می‌شود و باید با ارزش‌ها و اخلاقیات اجتماعی هم‌راستا باشد. زمانی که میان اقدامات شرکت و انتظارات جامعه تناقض وجود داشته باشد، شکاف اعتباری پدید می‌آید که می‌تواند به تضعیف شهرت، تهدید مجوز فعالیت و از بین رفتن مشروعیت شرکت منجر شود. یکی از راهکارهای کاهش این شکاف، افشای شرکتی است. اعتبار، همانند منابعی چون سرمایه و دارایی، منبعی حیاتی برای فعالیت شرکت‌هاست و بسته به شرایط، می‌تواند افزایش یا کاهش یابد. از این رو، درک چگونگی جذب، حفظ و یا از دست رفتن اعتبار برای مدیریت موفق آن ضروری است (Faret, 2016, p. 48).

گراپی؛ سیلیویا و همکاران (۲۰۱۷)، در مقاله‌ای با عنوان «مد بدون آلودگی: چگونه مصرف‌کنندگان برندها را پس از کارزار سازمان‌های غیردولتی ارزیابی می‌کنند»، به بررسی نقش کاهش مواد شیمیایی سمی در صنعت مُد به‌عنوان یکی از متغیرهای مؤثر در مُد پایدار می‌پردازند. این پژوهش تأثیر کارزار Detox سال ۲۰۱۱ سازمان گرین پیس را که با هدف کاهش مواد شیمیایی مضر در تولید و محصولات نهایی برندهای مد انجام شد، تحلیل می‌کند. مدل پیشنهادی آن‌ها توضیح می‌دهد که چگونه واکنش منفی مصرف‌کنندگان نسبت به برندهایی که هدف کارزار قرار می‌گیرند، تحت تأثیر ارزیابی آن‌ها از «گناه برند» و نیت خرید بعدی شکل می‌گیرد. همچنین دو عامل کلیدی، یعنی (۱) توجهات مصرف‌کنندگان برای رفتار غیراخلاقی برندها و (۲) میزان همکاری برندها با کارزارهای سازمان‌های غیردولتی، در این فرایند نقش واسطه‌ای دارند. این نتایج، ضمن تقویت بنیان‌های نظری، دیدگاه‌هایی کاربردی برای مدیریت واکنش مصرف‌کنندگان در برابر کمپین‌های زیست‌محیطی در صنعت مُد ارائه می‌دهند (Grappi & et al, 2017, p. 1).

جنیفر ویتی، مدیر فضای مد در نیوزیلند، با ارائه یک پژوهش عملی وسیع به‌عنوان «هک کم‌لباس» یک سکوی عمل برای مشارکت مثبت با لباس در زندگی روزمره ما، به‌طور فزاینده‌ای روی پژوهش‌های مبتنی بر عمل تمرکز دارد. این طرح بر روی اینکه چگونه طراحان می‌توانند سیستم‌ها و خدماتی ایجاد کنند که برای مشتریان

بهبوددهنده احساس رضایت و اطمینان فراهم کنند و به سمت یک فلسفه مد آهسته تر هدایت شوند، تمرکز دارد (MOORHOUSE & et al., 2018, p. 5).

بنابراین از جمع‌بندی پیشینه‌های تجربی موجود چنین نتیجه‌گیری می‌شود که پژوهش‌ها در زمینه صنعت پایدار به‌منظور افزایش کارایی انرژی در فرایندهای صنعتی متمرکز است. استفاده از منابع انرژی تجدیدپذیر مانند خورشید، باد و غیره که در آران و بیدگل با توجه به اقلیم و آب و هوای منطقه بسیار در آن یافت می‌شود، باید به‌عنوان جایگزین‌های پایدار بررسی می‌شود. همچنین، از فناوری‌های بازیافت مواد اولیه برای کاهش زیست‌محیطی آلاینده‌ها استفاده می‌شود. این پژوهش‌ها نه تنها به بهبود عملکرد صنایع کمک می‌کنند بلکه تأثیرات منفی بر محیط زیست را نیز کاهش می‌دهند. همچنین از آنجا که اولین پیشران در این پژوهش جهت رسیدن به صنعت مُد پایدار، توجه به سلائق مشتری‌ها بوده است؛ بنابراین نقطه عطف در این میان، همان طراحان لباس یا طراحان هر نوع وسیله مرتبط با صنعت مُد بوده که نقش بسیار مهمی را در این نوع زنجیره بر عهده دارند. طراح مد کسی است که طرح‌های جدید و نو را خلق می‌کند و در ذهنش با خلاقیتش سبک‌های نو پدید می‌آورد؛ بنابراین به‌جا خواهد بود که ایشان با ذهن خلاقشان، نیازهای جامعه خود را شناخته، همراه با آن فرهنگ و ارزش‌ها و هنجارهای متناسب با آن فرهنگ را نیز شناخته تا بتواند محصولی طراحی کنند تا با نیازهای مشتری‌ها هماهنگ باشد. چراکه هماهنگ بودن بازار کالاها با سلائق و نیازهای مشتریان خود یکی از متغیرهای کلیدی در این زمینه می‌باشد.

۳. ملاحظات نظری

۳-۱. تعریف مفاهیم

۳-۱-۱. مُد

مُد، واژه‌ای فرانسوی به معنی شیوه و روش است. در شکل مصطلح، روش موقتی است که طرز زندگی لباس پوشیدن و دیگر رفتارهای برخی افراد را تنظیم می‌کند در جامعه‌شناسی نیز مد به رفتار جمعی گفته می‌شود. مد نقش مهمی در باز تولید روابط طبقاتی ایفا می‌کند یعنی ابتدا برای گروه‌های برتر اجتماعی، برتری در شأن اجتماعی و یا رفاه مادی در نظر گرفته می‌شود تا افراد دیگر از آنها تقلید کنند (فاضلی، ۱۳۸۲، ص. ۲۰؛ به نقل از توسلی؛ سماواتی و فتحعلی‌زاده، ۱۳۹۶، ص. ۲۶۲).

صنعت مُد پایدار به شاخه‌ای از صنعت پوشاک اطلاق می‌شود که با در نظر گرفتن

مسئولیت‌های اجتماعی و زیست‌محیطی، به تولید و مصرف آگاهانه و اخلاق‌مدار می‌پردازد. این صنعت در واکنش به بحران‌های زیست‌محیطی و خواسته‌های نسل‌های جدید، بر استفاده از مواد بازیافتی، بهبود شرایط کاری، شفافیت زنجیره تأمین و کاهش آسیب‌های زیست‌محیطی تأکید دارد و در تضاد با مدل‌های تولید سریع و مصرف‌گرایانه قرار می‌گیرد (Peleg Mizrachi, 2022, p. 1158).

۳-۱-۲. فرهنگ مادی

فرهنگ مادی شامل اشیاء قابل لمس است؛ مثل: مسکن، لباس، وسایل زندگی، ابزار و آلات (باقی نصرآبادی؛ شادالویی؛ طاهری و امین‌پور، ۱۳۸۹، ص. ۴۲). فرهنگ مادی به مجموعه کالاها، اشیاء و ابزارهایی گفته می‌شود که انسان‌ها در زندگی روزمره خود تولید، مصرف یا با آن‌ها تعامل دارند؛ اما فراتر از کارکرد مادی، این اشیاء حامل معناهای فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و حتی اخلاقی هستند. در زمینه مد، لباس‌ها (و سایر ملزومات مد) نه تنها پوشش فیزیکی بلکه بیانگر هویت، سبک زندگی، ارزش‌های زیست‌محیطی و نگرش‌های اخلاقی مصرف‌کنندگان هستند. تغییر در شیوه‌های خرید مانند تمایل به استفاده از پوشاک باکیفیت، دست‌دوم یا اجاره‌ای، نشان‌دهنده دگرگونی در فرهنگ مادی است؛ جایی که مصرف مسئولانه جایگزین مصرف‌گرایی صرف می‌شود (Kirpalani, 2022, p. 234).

۳-۱-۳. آگاهی اجتماعی

آگاهی اجتماعی یا تغییر ذهنیت افراد جامعه، یکی از متغیرهای بسیار مهم و اساسی در ایجاد تغییر و تحولات مطلوب در یک جامعه به‌شمار می‌رود؛ زیرا رسیدن به وضعیت مطلوب در جامعه جز از طریق آگاهی اجتماعی میسر نمی‌شود. به این معنی که تا آدمیان از وضعیت نامطلوب عینی جامعه خود آگاه نشوند، اقدامی برای تغییر مطلوب آن انجام نخواهند داد (زایرکعبه، ۱۳۹۹، ص. ۴).

سطح آگاهی یکی از عوامل کلیدی در تمایل مصرف‌کنندگان به خرید محصولات زیست‌پایدار به‌شمار می‌رود. این آگاهی بازتابی از درک فرد نسبت به جهان متغیر و جایگاه خود در آن است و با هدف نهادینه‌سازی ارزش‌ها در مصرف‌کنندگان شکل می‌گیرد. مصرف‌کنندگان آگاه، افرادی اخلاق‌گرا و متعهد به ارزش‌های زیست‌محیطی هستند که به اهمیت محیط زیست و اصول بشردوستانه واقفانند. بر همین اساس، انسان نباید خود را برتر از طبیعت یا صرفاً بهره‌بردار آن بداند. این

نگرش، نوعی اخلاق زیست‌محیطی را ترویج می‌کند که زندگی ساده و هماهنگ با طبیعت را به‌عنوان پایه‌ای برای زیستن معرفی می‌کند (راد، ۱۴۰۲، ص. ۴۳).

۳-۲. مبانی نظری

بلومر (۱۹۶۹)، در مقاله خود تحت عنوان «مُد: از تمایز طبقاتی تا انتخاب جمعی» به بررسی سازوکار مد به‌عنوان یک فرایند پیوسته از انتخاب جمعی از میان مدل‌های رقابتی، تصویری به‌شدت متفاوت از تحلیل‌های جامعه‌شناسی سنتی درباره مد ارائه می‌دهد. این مسئله به این واقعیت توجه می‌کند که هرکسی که در فرایند مد شرکت می‌کند - نوآوران، رهبران، پیروان و مشارکت‌کنندگان - بخش‌هایی از یک فرایند جمعی هستند که به تغییرات در سلیقه و حساسیت پاسخ می‌دهد. به معنای معتبر، جنبش مد نمایانگر جستجو برای مدل‌های جدید است که هنوز به‌طور مبهم و بی‌صدا به سلیقه‌ها واکنش نشان خواهند داد. تغییر سلیقه جمعی، بدون شک از تنوع تجربه‌ها ناشی می‌شود که در تعامل اجتماعی در یک جهان پیچیده و در حال حرکت رخ می‌دهد (Blumer, 1969, p. 282).

پایداری در صنعت مُد فراتر از صرفاً تولید منسوجات است. این مفهوم، مد را از دیدگاه طیف گسترده‌ای از ذی‌نفعان از تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان امروزی گرفته تا نسل‌های آینده مورد توجه قرار می‌دهد؛ پایداری، کل چرخه عمر یک محصول، از نحوه تولید آن، افراد درگیر در تولید، تا مدت زمان استفاده و نهایتاً چگونگی دور انداخته‌شدن آن را دربرمی‌گیرد. ابتکارات پایداری در صنعت مُد تلاش دارند تا با کاهش انتشار گازهای گلخانه‌ای ناشی از فرایند تولید و حمل‌ونقل، ردپای کربنی عظیم این صنعت را کاهش دهند (Kirpalani, 2022, p. 234). جنبه اصلی حرکت مُد پایدار کاهش چشمگیر تولید و مصرف لباس در سطح جهان است. اجزای کلیدی تولید پایدار شامل «جایگزینی مواد شیمیایی آسیب‌زا با مواد زیست‌محیطی» و «کاهش هدر و مصرف منابع از طریق بازیافت لباس» است (Flower, 2009) به نقل از: (Kutsenkova, 2017). به‌طور کامل برای درک تغییراتی که مُد پایدار پیشنهاد می‌دهد، ارائه راهنمایی برای تولید و مصرف اخلاقی ضروری است. سه عنصر حیاتی برای تشویق رشد مُد پایدار ضروری است: اول «تغییر نگرش مصرف‌کنندگان از تعداد به کیفیت با تشویق خرید کالاهای با کیفیت بیشتر»؛ دوم «تسهیل تولید، که منابع طبیعی و انسانی را به سرعت تولید نمی‌کند»؛ و سوم «استفاده از مصرف برای معنادادن به عمر محصول بیشتر از تولید تا دورانداخت» (Jung & et al., 2014)؛ به

نقل از (Kutsenkova, 2017, pp. 9-10).

مفهوم پایداری تاکنون ابعاد مختلفی را دربر گرفته است، که اکولوژی یکی از جنبه‌های مهم آن محسوب می‌شود. نگرش‌های اکولوژیکی به مسائل زیست‌محیطی، ناشی از پیامدهای عصر نوین، از انقلاب صنعتی نشأت گرفته و با ظهور دوران مصرف جمعی، به یک گفتگوی حساس در قرن ۲۱ تبدیل شده است. به عبارت دیگر، موضوع اکولوژی به‌طور تاریخی و بدیهی یک پدیده پسامدرن است، که توسط یک جهان صنعتی، فناوری‌محور، تجاری و جهانی شده، القاء شده و در آن مسائل مربوط به فوریت‌های زیست‌محیطی، هدررفت منابع طبیعی، هزینه‌های انرژی، گرمایش جهانی، جمعیت‌زیاد جهان و کاهش زیستگاه‌ها و کمبود مواد خام، سمیت محصولات صنعتی، آلودگی هوا و آب و دفع پسماند به وجود آمده و در حال گسترش هستند؛ اما «پایداری» به‌طور طبیعی فقط به اکولوژی معنا نمی‌دهد. بودن یک کسب‌وکار پایدار به این معنا نه تنها احترام به محیط زیست را شامل می‌شود بلکه احترام به سلامت کارگران و مصرف‌کنندگان، صرفه‌جویی در مصرف مواد خام و منابع اقتصادی، احترام به حقوق بشر، بهره‌وری در فرایندهای خلاقانه و تولید، کاهش پسماند، ایجاد ارتباطات جدید و شفاف‌تر با اجتماعات علاقه‌مند و کاوش در حوزه‌های بازاریابی جدید و بیشتر انسانی (تجارت عادلانه) را می‌پوشاند (Rachini & et al., 2020-2021, p. 4). مدل اقتصاد دایره‌ای توسط مفهوم معروف «R-های پایداری» مشخص می‌شود: کاهش، استفاده مجدد، بازیافت (بازیابی). سیاست‌های اروپایی که با اصل «پرداخت‌کننده آلودگی» در ذهن طراحی شده‌اند، کسب‌وکارها را به سمت کاهش (یا بازنگری) آلودگی و بهره‌برداری از منابع هدایت می‌کنند. به‌واقع، مدیریت پسماند محور اقتصاد دایره‌ای است. مصرف محلی نیز در دستیابی به پایداری به‌عنوان یک دستور کار مهم محسوب می‌شود؛ زیرا درآمد افزایش یافته به شرکت‌ها امکان می‌دهد تا از این درآمد برای سرمایه‌گذاری منابع اقتصادی لازم برای گذار به اقتصاد دایره‌ای استفاده کنند. در این زمینه، می‌توان ادعا کرد که ابزارهایی مانند دستورالعمل فریمورک، پسماند اصلاح‌شده و تغییرات مرتبط در سیاست‌های اقتصادی، برنامه اروپا را برای ایجاد رهبر جهانی در توسعه پایدار پشتیبانی می‌کنند و تا به امروز، اعمال رسمی با هدف وادار کردن تولیدکنندگان به درون‌سپاری هزینه‌های تولید تا پایان عمر محصول به نظر می‌رسد که انگیزه‌های قوی برای برندها برای استفاده مجدد و بازیافت محصولات موجود ایجاد کرده‌اند (Piccolo, 2020-2021, p. 177).

۳-۳. جمع‌بندی ملاحظات نظری

در این بخش، تعاریف و مفاهیم کلیدی مرتبط با موضوع پژوهش شامل: مُد، فرهنگ مادی، آگاهی اجتماعی و پایداری در صنعت مُد به‌طور جامع بررسی شد. مُد به‌عنوان فرهنگی پویا، نقش مهمی در شکل‌دهی رفتارهای جمعی و روابط اجتماعی ایفا می‌کند و تأثیر آن بر سبک زندگی و هنجارهای اجتماعی غیرقابل‌انکار است. فرهنگ مادی به‌عنوان مجموعه‌ای از اشیاء و ابزارهای ملموس، حامل معانی فراتر از مصرف صرف بوده و نمایانگر ارزش‌ها، هویت و نگرش‌های اجتماعی است. از سوی دیگر، نقش آگاهی اجتماعی به‌عنوان پیش‌نیاز تغییرات مثبت و زیربنایی در رفتارهای مصرف‌کننده تأکید گردید و نشان داده شد که این آگاهی زمینه‌ساز رفتارهای اخلاقی و زیست‌محیطی در مصرف است.

مطالعات نظری همچنین بر ضرورت توجه به پایداری در صنعت مُد تأکید دارند؛ صنعتی که نه تنها باید به تأمین نیازهای کنونی پاسخ دهد بلکه مسئولیت حفظ منابع و احترام به محیط زیست و جامعه را در بلندمدت به عهده دارد. تلاش برای تحقق مُد پایدار مستلزم تغییر نگرش مصرف‌کنندگان از کمیت به کیفیت، استفاده از مواد سازگار با محیط زیست و کاهش هدررفت منابع است. همچنین، مباحث مرتبط با اقتصاد دایره‌ای و الزامات قانونی نظیر اصل پرداخت‌کننده آلودگی در سطح بین‌المللی، نشان‌دهنده روندی است که صنعت مُد را به سمت تولید و مصرف مسئولانه و اخلاق‌مدار سوق می‌دهد.

به‌طور کلی، این مرور نظری زیربنای مفهومی قوی برای تحلیل رابطه بین فرهنگ مادی، آگاهی اجتماعی و پایداری در صنعت مُد فراهم می‌کند و اهمیت بسط این مفاهیم را در طراحی راهکارهای مبتنی بر توسعه پایدار و آگاهانه در این حوزه برجسته می‌سازد.

۴. روش تحقیق

در رابطه با آینده پژوهی صنعت مُد پایدار که به‌طور مشخص با انسان و جامعه در ارتباط است، باید تمامی عوامل تأثیرگذار بر این صنعت مورد بررسی قرار گیرند. هر انسانی متناسب با نوع جامعه‌ای که در آن زندگی می‌کند، با توجه به شرایط، تغییر خواهد کرد و روندهای شاخص در دنیا و تأثیر آن بر روی جامعه ما و بر آینده صنعت مُد نیز قابل‌کتمان نخواهد بود. بهتر است تک‌تک عوامل مؤثر بر صنعت مُد پایدار اعم از عوامل اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی، سیاسی، فناورانه و زیست‌محیطی و حتی

اقلیمی به دقت مورد بررسی قرار داده شده تا بتوان با توجه به شرایط موجود، آینده‌های بدیل نزدیک به واقعیت را شناسایی و پیش‌بینی کرد.

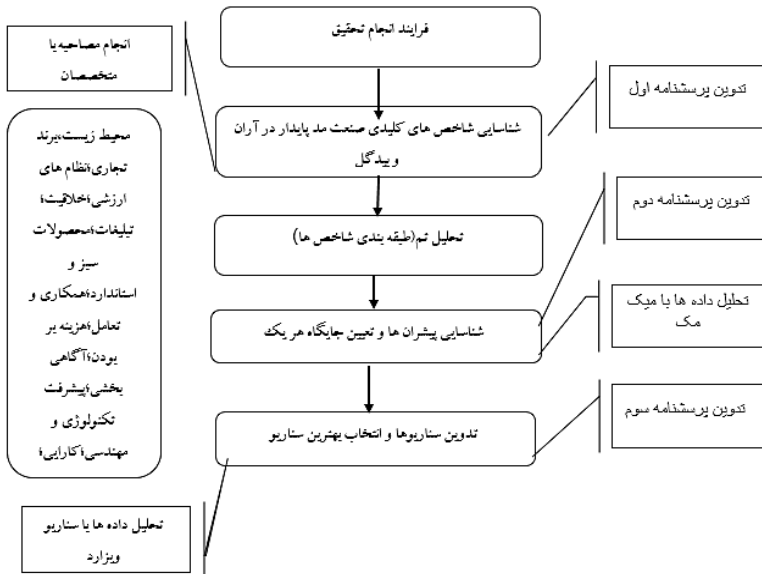
به‌طور کلی برای طراحی یک برنامه پایدار باید عدم قطعیت‌ها را شناسایی و مدیریت نمود؛ زیرا همه عدم قطعیت‌ها را نمی‌توان از آینده حذف نمود. نادیده‌گرفتن عدم قطعیت‌ها موجب عدم توانایی سازمان برای اقدامات اصلاحی و رسیدن به یک موقعیت پایدار می‌شود؛ همچنین نادیده‌گرفتن عدم قطعیت‌ها می‌تواند موجب از دست‌دادن شانس‌ها و فرصت‌های آینده و نهایتاً منجر به ایجاد یک برنامه ناپایدار گردد (کردآباد و دیگران، ۱۳۹۵، ص. ۸؛ به نقل از فرامرزی، ۱۳۹۸، ص. ۴). درنهایت با تحلیل فرآیندهای ممکن، آینده‌های پیشرو تعریف شوند و برای هر آینده، با توجه به آنکه وضعیت مطلوب و یا نامطلوب است، راهبردهای لازم برای هر فرآیند مشخص گردد.

این پژوهش در سال ۱۴۰۲ اجرا شده است و از نظر هدف، کاربردی و از نظر ماهیت، یک مطالعه تحلیلی - پیمایشی می‌باشد. برای جمع‌آوری داده‌های مورد نیاز، از دو روش کتابخانه‌ای و مصاحبه‌ای استفاده شد. تجزیه و تحلیل داده‌ها نیز با استفاده از نرم‌افزار میک‌مک و ابزار سناریو ویزارد انجام گرفت. جهت شناسایی و دسته‌بندی نهایی گزاره‌ها، ضمن بهره‌گیری از تحلیل مضمون مقالات پیشین در حوزه مربوط، از تحلیل مفهومی مصاحبه‌ها نیز استفاده شد. پرسش‌های محقق ساخته در اختیار خبرگان حوزه قرار گرفت تا نظرات تخصصی ایشان در روند پژوهش لحاظ شود. جهت انتخاب خبرگان، از روش نمونه‌گیری عمدی^۱ استفاده شد (دواس، ۱۳۸۶، ص. ۸۵).

پس از انجام مصاحبه عمیق با خبرگان، مصاحبه‌ها بر اساس روش تحلیل تم بررسی شدند. از آنجاکه مضمون^۲‌های برگزیده، با بهره‌گیری از نظرهای خبرگان به دست آمد، دارای اعتبار صوری^۳ می‌باشد. به بیان دیگر، اعتباری که از طریق نظرهای خبرگان، در مصاحبه‌ها ایجاد می‌شود، به عنوان اعتبار صوری شناخته می‌شود. مبنای طراحی سؤالات به نحوی بود که آینده صنعت مُد، به لحاظ میزان سازگاری با عوامل اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، فناورانه، زیست‌محیطی از خبرگان سؤال شده بود. بعد از به دست آمدن نظرهای مختلف حاصل از متون و پاسخ مصاحبه‌ها کدگذاری باز، محوری و سپس گزینشی انجام شد. ابتدا تم‌های اصلی و سپس تم‌های فرعی از متن مصاحبه‌ها و متون استخراج شد که نتایج آن در جدول

-
1. Purposive Sampling
 2. Thematic
 3. Face Validity

(۲) آمده است.



شکل (۱): فرایند انجام پژوهش

جدول (۱): ویژگی های جمعیت شناختی خبرگان

ردیف	سن	جنس	میزان تحصیلات
۱	۳۸	زن	دانشجوی دکتری بررسی مسائل اجتماعی ایران
۲	۴۱	زن	دانشجوی کارشناسی طراحی دوخت
۳	۴۳	مرد	کارشناسی ارشد مهندسی صنایع
۴	۳۵	زن	کارشناسی ارشد شیمی
۵	۳۰	زن	دانشجوی دکتری بررسی مسائل اجتماعی ایران
۶	۲۵	زن	کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی
۷	۴۰	زن	کارشناسی ارشد طراحی دوخت
۸	۴۵	مرد	دکتری طراحی دوخت
۹	۲۷	زن	دانشجوی دکتری بررسی مسائل اجتماعی ایران

جدول (۲): دسته‌بندی نهایی گزاره‌های مستخرج از مصاحبه و محتوا

<p>استفاده از محصولات استاندارد، استفاده از محصولات دارای سیب سبز به‌عنوان نوعی مسئولیت اجتماعی، استفاده از فناوری‌های سبز</p>	<p>نغمه سبز</p>
<p>وجود چشم‌وهم‌چشمی، تجمل‌گرایی، افزایش تمایل به هم‌شکلی (اتحاد) و تمایل به تمایز در جامعه، هویت اجتماعی، منابع شناخت مُد: دریافت اطلاعات از کاتولوگ‌ها، مشاهده شخصی، ویتترین مغازه‌ها، دوستان، مجلات مُد، اینترنت، نمایشگاه مُد، اعضای خانواده، سایر زنان بر افزایش آگاهی از مُد اثرگذارند ترغیب همدیگر خریداران به خرید کالای مرغوب</p>	<p>حلقه رندان</p>
<p>تأثیر آگاهی از روند استثمار حقوق کارگران از خرید محصول توسط مردم، تولید محصولات برای مردان با تمرکز بر ایجاد برابری برای نیروهای کار، ارزش‌گذاری کارمندان از سوی مدیریت، اعطای تعرفه‌های رایگان از سوی دولت‌ها به شرکت‌کنندگان در جشنواره‌ها، ایجاد حمایت‌های مالی دولت در اعطای وام به تولیدکنندگان، حمایت از صنعت مُد پایدار، ایجاد رفاه اجتماعی توسط دولت‌ها و امکان خرید کالاهای باکیفیت‌تر و گران‌تر توسط مردم، توجه به سطح انتظارات مردم کشور در زمینه صنعت مُد</p>	<p>همدلی باطنی</p>
<p>ایجاد امنیت اجتماعی برای زنان و مردان، نیاز سرمایه‌گذاران به حفاظت در برابر ریسک، ایجاد فضاهای باز سیاسی - اجتماعی جهت فعالیت سازمان‌های مدنی در زمینه صنعت مُد پایدار، ایجاد فضای اعتماد عمومی و همدلی میان دولت و مردم در رعایت قوانین دولتی در صنعت پایدار مُد</p>	<p>سپر تضمین‌گر</p>
<p>اطلاع طراح و تولیدکننده‌ها از سلايق مصرف‌کنندگان و توایید در راستای آن، شناسایی بازار هدف توسط تولیدکنندگان و برنامه‌ریزی درست و متناسب با آن</p>	<p>ذائقه‌پردازی</p>
<p>عدم داشتن فرصت کافی تولیدکنندگان داخلی برای دیده شدن به‌خاطر وجود برندهای معروف خارجی، وفاداری به برندهای اصیل، هویت برند، اعتماد به تولیدکننده با برند خاص، ایجاد فضای بازتر و قوانین منعطف‌تر جهت برندسازی محصولات تولیدکنندگان داخلی، حمایت دولت از برندهای داخلی، آگاهی کافی تولیدکنندگان از برندهای زیست‌محیطی</p>	<p>هویت تجاری</p>
<p>هزینه‌بر بودن تولیدات باکیفیت خارجی به دلیل گران‌بودن مواد اولیه با کیفیت، تغییر در رویکرد تولید و مصرف، عدم برابری هزینه‌ها با ارزش واقعیشان، بالا رفتن هزینه‌های تولید به دلیل ناتوانایی‌های فناورانه در تولید انبوه</p>	<p>تیمارستان هزینه</p>

<p>تلفیق سنت و مدرنتیه در طراحی البسه و لوازم جانبی از سوی تولیدکنندگان، خلاقیت در طرح و دوخت البسه‌هایی جهت استفاده در اماکن عمومی مختلف (ارتقای فرایندهای تولید پایدار)، کنشگر فردی (زنان) این قابلیت را دارد با بهره‌گیری از ابزار مُد، معانی تازه‌ای را ابداع و ترویج کنند.</p>	<p>خوشه‌های ایده</p>
<p>بهبود کارایی انرژی، استفاده از مواد بازیافتی، امکان رقابت محصولات ایرانی با محصولات مشابه خارجی به لحاظ کیفیت، ایجاد تعادل میان میزان درآمد مصرف‌کننده و توانایی خرید کالای با دوام، تأثیر اشتغال بر نحوه دانش و نگرش و رفتار مصرف‌کنندگان، مدیریت نیازهای مصرفی، تلفیق درست مواد ترکیبی جهت ایجاد محصول، (مواد طبیعی و مصنوعی) در ساخت وسایل به خصوص لباس. نظارت بر لباس‌های تولید داخل، تولید محصولات با طول عمر بالا</p>	<p>مثمر ثمر</p>
<p>شفافیت اطلاعات از سوی تولیدکننده به مصرف‌کننده، ایجاد برچسب محصول حاوی اطلاعات سلامت مواد به کاررفته در محصول، آگاهی‌بخشی درباره تأثیرات منفی صنعت مُد بر محیط زیست و جامعه، به روز نمودن دانش مصرف‌کنندگان، مصرف آگاهانه کنشگران، آگاهی و حساسیت از روند تولید محصولات و نوع مواد تشکیل‌دهنده محصول و بعد تصمیم به خرید</p>	<p>خمره‌های نورافشان</p>
<p>توجه به نظام‌های ارزشی تولید صنایع فرهنگی و در راستای آن، اقتصاد بازار مُد، پیروی از آموزه‌های مذهبی، وجود اخلاق حرفه‌ای در تولید، تغییر در نگرش‌ها و رفتارها، تشویق به خرید مسئولانه و اخلاقی، عدم سنخیت صنعت مُد با فرهنگ و باورهای یک منطقه، استفاده از لباس‌های بومی و سنتی توسط مردم، عدم وجود دروغ اقتصادی در میان کنش‌های اجتماعی مردم در عرصه تولید و توزیع و مصرف</p>	<p>نظام‌های ارزش‌گذاری</p>
<p>تعامل و همکاری فنی و تجاری میان طراحان، تولیدکنندگان، عرضه‌کنندگان، سرمایه‌گذاران و مراکز علمی و آموزشی، برگزاری جشنواره‌ها و همایش‌های منطقه‌ای، استانی و کشوری در این زمینه، ایجاد محفل‌های تعاملی بین تولیدکنندگان، طراحان و اساتید این حوزه، ایجاد جشنواره‌های بین‌المللی میان کشورها جهت زمینه‌سازی آشنایی و ایجاد بازار فروش</p>	<p>زهرستان تفاهم</p>
<p>عدم وجود بخش تحقیق و توسعه در بخش‌های تولیدی، حمایت از اساتید دانشگاه و دانشجویان مرتبط با صنعت مُد پایدار جهت ارائه طرح‌های نوین تحقیقاتی، شناسایی استعدادهای بالقوه در محیط‌های دانشگاهی جهت</p>	<p>نغمات علم</p>

ارائه پیشنهادات کاربردی در ارائه صنعت مُد پایدار، بی توجهی به پژوهش های بازاریابی	
عدم استفاده تولیدکنندگان و مسئولین کشور از کالاهای خارجی (الگوی جامعه هستند)، فریب نخوردن از تبلیغات جعلی و دروغین دلان عرصه فروش، جلوگیری از تبلیغات و واردات بی رویه لباس و لوازم جانبی خارجی، ممنوعیت ورود کالاهای بی کیفیت خارجی و افزایش تعرفه های گمرکی این نوع کالاها توسط دولت	اگواگرانه
انگیزه مُد شامل لذت شخصی، استفاده در موقعیت خاص، تغییرات فصلی، هماهنگی باهمسالان، تناسب با شخصیت، ایجاد تمایز با دیگران، پوشش راحت	رقص جرقه ها
تأثیر فضای مجازی اینترنت بر مدگرایی، در معرض تبلیغات قرار گرفتن گروه هدف توسط رسانه های ارتباطی جهت خرید، استفاده از قدرت تبلیغات سلبریتی ها جهت اشاعه صنعت مُد پایدار در رسانه های جمعی، تمرکز بر بازار دیجیتال توسط تولیدکنندگان، تولید برنامه های ترویجی حفظ محیط زیست توسط رسانه های ارتباطی در قالب موشن گرافی	توهم پیوند
بهینه سازی عملیات تولید، ارتقای فناوری های نوآورانه، عدم پایداری مُد به سبب پیشرفت دستگاه های فناوری و طرح های و الگوهای متنوع	آوای مهندسی
ایجاد سیاست های اقتصادی، قوانین و مقررات، مالیات ها، تنظیمات بازار، سیاست ها و قوانین در حوزه محیط زیست، مدیریت شیمیایی، کارایی و مدیریت زیست محیطی، مدیریت کیفیت، و مدیریت ایمنی و سلامت، کاهش ضایعات، پسماندها و کاهش مصرف (انرژی آب، برق، گاز)، عدم استفاده از محصولات با جنس پوست و خز حیوانات وحشی، جلوگیری از قاچاق محصولات طبیعی همچون چوب درختان و یا حیوانات، استفاده از منابع طبیعی بهینه، کاهش آلاینده ها، ارزیابی چرخه حیات محصول، حفاظت از تنوع زیستی، استفاده از البسه و وسایل جانبی متناسب با شرایط اقلیمی منطقه، روی آوردن صنعت مُد به سوی لباس های از جنس پلی استر به خاطر جوابگونی بودن عناصر طبیعی لباس	نفس عمیق زمین

سپس خبرگان به تأثیر هر کدام از پیشران ها بر یکدیگر پرداختند و بر اساس وزن دهی از صفر تا سه به متغیرها نمره دادند. سپس به منظور شناسایی عوامل اثرگذار و اثرپذیر سیستم و نیز تعیین میزان اثرگذاری و اثرپذیری آن ها بر یکدیگر، پیشران ها در قالب یک ماتریس ۱۸*۱۸ با به کارگیری نرم افزار میک مک تحلیل

شدند. به‌طور کلی ماتریس‌ها و نمودارهای خروجی نرم‌افزار دو نوع هستند. یکی ماتریس اثرات مستقیم (MDI) و دیگری ماتریس روابط غیرمستقیم (MII) که در جدول (۳) آورده شده است.

۵. یافته‌های پژوهش

ماتریس MDI در آینده‌پژوهی با هدف شناسایی و اولویت‌بندی روندهای کلیدی آینده طراحی شده است. این ابزار به سه سؤال اصلی پاسخ می‌دهد: الف) کدام روندهای آینده مهم و تأثیرگذار هستند؟ ب) کدام روندها قابل توجه و دگرگون سازند؟ پ) کدام روندها جالب و فرصت‌آفرین هستند؟ و از طریق این طبقه‌بندی، MDI به تصمیم‌گیران کمک می‌کند تا بر روندهای راهبردی تمرکز کرده، پیچیدگی‌های آینده را کاهش دهند و برای تغییرات مهم آماده شوند. در پاسخ به سؤال اول پژوهش اینکه «کدام روندهای آینده به‌لحاظ اهمیت، قابل توجه و جالب بودن دارای تأثیرگذاری هستند؟» می‌توان از این ماتریس بهره گرفت.

جدول (۳): ماتریس MDI

ابعاد ماتریس	تکرار	بدون تأثیر	تأثیر ضعیف	تأثیر متوسط	تأثیر قوی	درجه پرشدگی روابط	مجموع روابط
۱۸*۱۸	۲	۵۸	۴۲	۸۷	۱۳۷	۸۲,۰۹۸	۲۶۶

بر طبق جدول (۳)، از بین مجموع ۲۶۶ رابطه قابل بررسی در ماتریس، ۱۳۷ رابطه معادل ۵۱ درصد دارای اثرات متقاطع ۳ بوده‌اند؛ یعنی تأثیرگذاری قوی داشته‌اند. ۸۷ رابطه یعنی معادل ۳۲,۷۰ درصد دارای اثر متقاطع ۲ می‌باشند؛ به این معنی که تأثیرگذاری متوسط داشته‌اند. همچنین ۴۲ رابطه، معادل ۱۵,۷۸ درصد، اثر متقاطع ۱ دارند؛ یعنی تأثیر ضعیفی بر روی متغیر دیگر دارند و در نهایت ۵۸ رابطه یعنی معادل ۲۱,۸۰ درصد از کل روابط دارای اثر متقاطع صفر بوده است؛ به این معنی که متغیرها با هم ارتباطی نداشته‌اند.

جدول (۴): تأثیرگذاری و تأثیرپذیری مستقیم متغیرها

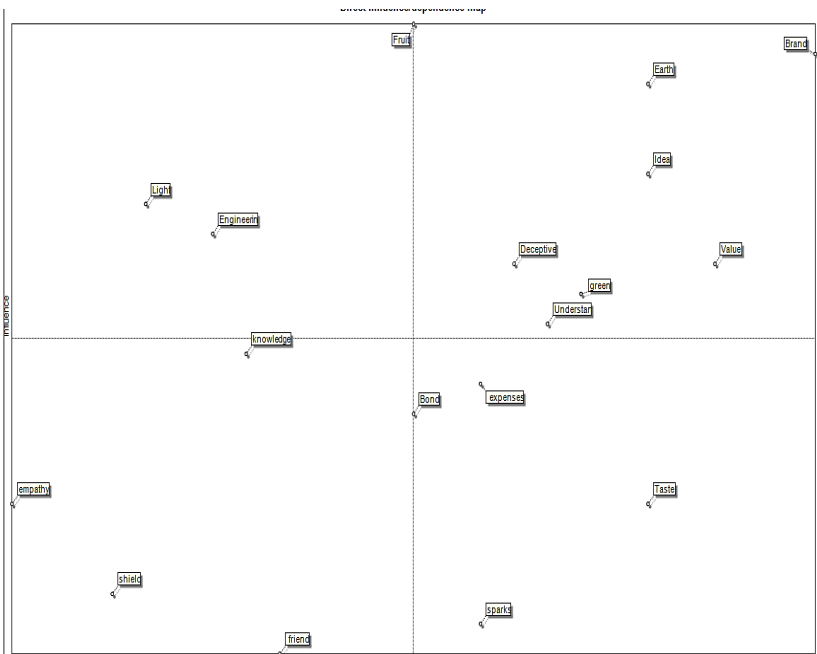
ردیف	موقعیت	متغیر	MDI		خالص
			تأثیرگذاری	تأثیرپذیری	
۱	تأثیرگذار	خمره‌های نورافشان	۳۹	۲۶	۱۳
		آوای مهندسی	۳۸	۲۸	۱۰

ردیف	موقعیت	متغیر	MDI	
			تأثیرگذاری	تأثیرپذیری
		مشمّر	۴۵	۳
۲	تأثیرپذیر	تیمارستان هزینه	۳۳	۳۶
		ذائقه پردازی	۲۹	۴۱
		رقص جرقه‌ها	۲۵	۳۶
		پیوند توهم	۳۲	۳۴
		حلقه دوستان	۲۴	۳۰
۳	مستقل	سپر تضمین‌گر	۲۵	۲۵
		همدلی باطنی	۲۹	۲۲
		نغمات علم	۳۴	۳۰
		نفس زمین	۴۵	۴۰
۴	دووجهی	هویت تجاری	۴۴	۴۶
		دیالوگ‌های ارزشی	۳۷	۴۳
		خوشه ایده‌ها	۴۰	۴۱
		اغواگرانه	۳۷	۳۸
		نغمه سبز	۳۶	۳۹
		زهرآستان تفاهم	۳۵	۳۸
				خالص
			-۱۲	-۱۱
			-۲	-۶

جدول (۴) تأثیرگذاری و تأثیرپذیری مستقیم متغیرها را نشان می‌دهد. این جدول به شناسایی روابط علی و معلولی بین متغیرهای کلیدی می‌پردازد و کمک می‌کند تا متغیرهای اصلی و فرعی در یک سیستم یا فرآیند آینده مشخص شوند. می‌توان از یافته‌های این جدول برای پاسخ به سؤال دوم این پژوهش استفاده نمود؛ اینکه کدام متغیرها به‌طور مستقیم بر یکدیگر تأثیر می‌گذارند و کدام یک بیشتر تأثیرگذار یا تأثیرپذیر هستند؟

بر اساس نتایج جدول (۴) که میزان تأثیرپذیری و تأثیرگذاری هرکدام از شاخص‌ها را مورد بررسی قرار می‌دهد، می‌توان موقعیت مکانی هرکدام از شاخص‌ها را مشخص کرد؛ متغیرهایی که جمع ردیف‌های ماتریس آن از جمع ستون‌های آن بیشتر است را متغیرهای تأثیرگذار می‌نامند و متغیرهایی که جمع ستون آنها از جمع ردیف بیشتر است، متغیرهای تأثیر پذیرند. آنها هم که جمع ستون است را

متغیرهای مستقل یا بی‌ربط یا خارج از سیستم می‌گویند و متغیرهای با تأثیرگذاری و تأثیرپذیری بالا را دو وجهی نام می‌گذارند.



منبع: (محاسبات پژوهش)

شکل (۳): سازمان فضایی متغیرها

شکل (۳) سازمان فضایی متغیرها را نشان می‌دهد و در پی پاسخ به این سؤال «چگونه متغیرهای مختلف در سیستم آینده پژوهی با یکدیگر تعامل دارند؟» و پیشران‌های تأثیر گذار بر آینده صنعت مُد پایدار کدام‌اند؟ می‌پردازد. به‌طور خلاصه، به سازمان‌دهی متغیرها بر اساس سطح تأثیرگذاری و تأثیرپذیری آنها اشاره دارد و متغیرها را در چهار دسته اصلی (پیشران‌های شگفت‌انگیز، حدوسط، وابسته و مستقل) طبقه‌بندی می‌کند.

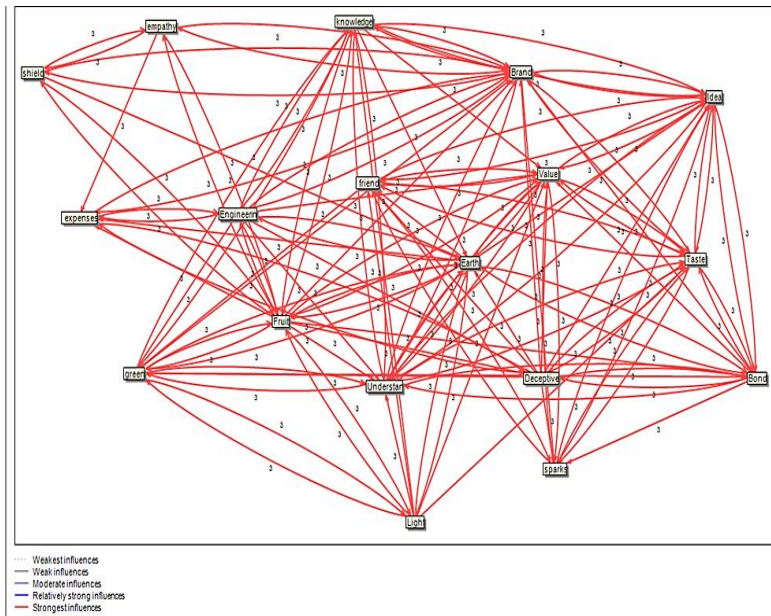
الف) متغیرهای دووجهی (پیشران‌های شگفت‌انگیز): این متغیرها هم‌زمان به‌صورت بسیار تأثیرگذار و بسیار تأثیرپذیر عمل می‌کنند و در قسمت شمال شرقی نمودار قرار می‌گیرند. براین‌اساس پیشران‌های شگفت‌انگیز، متغیرهای (نفس زمین، هویت تجاری، دیالوگ‌های ارزشی، خوشه ایده‌ها، اغواگرانه، زُهراستان تفاهم، نمحه سبز) را می‌توان مهم‌ترین و تأثیرگذارترین متغیرها در

پایداری صنعت مُد در نظر گرفت و می‌توان گفت آینده پایداری صنعت مد، وابسته به این پیشران‌ها می‌باشد؛ چون هم نقش تأثیرگذار و هم نقش تأثیرپذیر را دارند. کلیت آینده صنعت مُد پایدار و اینکه در آینده چه فرآیندهای برای این صنعت اتفاق بیافتد، وابسته به این هفت متغیر خواهد بود.

ب) متغیرهای حد وسط: این متغیرها که واقعاً تأثیرگذارند و کمتر تأثیر می‌پذیرند، عبارت‌اند از: (خمره‌های نورافشان، آوای مهندسی، متمر ثمر) که در قسمت شمال غربی نمودار قرار دارند و نقش تأثیرگذاری در روابط بین پیشران‌ها و دیگر متغیرها ایجاد می‌کنند و در آینده صنعت مُد پایدار نقش محوری دارند.

پ) متغیرهای وابسته (نتیجه): که تأثیرگذاری پایین و تأثیرپذیری بسیار بالایی دارند و در قسمت جنوب شرقی نمودار قرار دارند و بنابراین نسبت به تکامل متغیرهای تأثیرگذار و دووجهی بسیار حساس‌اند. یعنی اگر تغییری در آن متغیرها ایجاد شود، به‌طور مستقیم تأثیرپذیری این متغیرها در قسمت خروجی مشخص خواهد شد. در اینجا متغیرهای (تیمارستان هزینه، ذائقه‌پردازی، رقص جرقه‌ها، پیوند توهم) متغیرهای وابسته یا نتیجه ما هستند.

ت) متغیرهای مستقل و مستثنی (متغیرهای هدایت‌کننده): متغیرهایی هستند که نه از متغیرهای دیگر تأثیر می‌پذیرند و نه بر متغیرهای دیگر تأثیر می‌گذارند. این متغیرها در قسمت جنوب غربی نمودار قرار گرفته و ارتباط بسیار کمی با سیستم پایدار مد دارند. در اینجا متغیرهای (حلقه دوستان، سپر تضمین‌گر، همدلی باطنی، نعمات علم) جزء متغیرهای مستقل هستند.



منبع: (محاسبات پژوهش در نرم‌افزار میک‌مک)

شکل (۴): تأثیرات غیرمستقیم با پوشش ۵۰ درصد

توضیح: (خطوط قرمز تأثیرگذاری قوی متغیرها بر همدیگر را نشان می‌دهد)

شناسایی فرآیندهای مطلوب بر اساس نرم‌افزار سناریو ویزارد:

این نرم‌افزار امکان مدل‌سازی، تحلیل و تجسم آینده‌های چندگانه را فراهم می‌سازد تا تصمیم‌گیران بتوانند بر پایه داده‌ها و فرضیات قابل تغییر، فرآیندهای گوناگون و مطلوب خود را طراحی و ارزیابی کنند. در این فرایند، شناخت صحیح از متغیرهای کلیدی و عوامل پیش‌ران تأثیرگذار، نقش اساسی در تدوین فرآیندهای معتبر و کارآمد دارد. با شناسایی این سناریوها می‌توان به سؤال چهارم این پژوهش که آینده‌های پیش‌رو در صنعت مُد پایدار، کدام هستند؟ (مطلوب، نسبتاً مطلوب، بحرانی و فاجعه) پاسخ می‌دهد.

گام اول: انتخاب پیش‌ران‌ها: برای این منظور خروجی MIC MAC را به‌عنوان ورودی SENARIO VIZARD استفاده کردیم. ۱۸ متغیر مورد استفاده تحلیل متقاطع خبرگان قرار گرفت که از بین آن‌ها ۱۴ متغیر، به‌عنوان متغیرهای پیش‌ران انتخاب و وارد سناریو ویزارد گردید.

گام دوم: تدوین فرضیات در گام دوم، دو تا سه وضعیت احتمالی مربوط به

پیشران‌ها مشخص شدند و پرسش‌نامه‌های به‌صورت ماتریس اثرهای متقابل طراحی شد و در اختیار کارشناسان قرار گرفت که نتیجه آن در جدول (۵) قابل مشاهده است.

جدول (۵): وضعیت عدم قطعیت پیشران‌ها

ردیف	پیشران‌ها	حالت‌های احتمالی	وضعیت حالت‌ها
۱	محیط زیست	نجات زمین	مطلوب
		نابودی زمین	بحرانی
		شرایط خنثی	ایستا
۲	برند تجاری	برندهای تقلبی	بحرانی
		استفاده برندها از فناوری هوش برخط	ایستا
		مشتری محور (اعتمادسازی)	مطلوب
۳	نظام‌های ارزشی	مدهای جهانی	ایستا
		مدهای محلی	مطلوب
۴	خلاقیت	ادغام هنر و خلاقیت	مطلوب
		فایده‌گرایی تولیدکنندگان	بحرانی
		راهبری اخلاقی	مطلوب
۵	تبلیغات	حرکت تولیدکننده به سمت تبلیغات با ارزش و محتوای برتر	مطلوب
		تقلب در تبلیغات	بحرانی
۶	محصولات سبز و استاندارد	تولید محصولات پایدار بیشتر	مطلوب
		استفاده تولیدکننده از مواد نامطلوب	بحرانی
۷	همکاری و تعامل	حمایت از فرهنگ‌های چندملیتی	ایستا
		حمایت از فرهنگ‌های محلی	مطلوب
		جنگ میان کشورها	بحرانی
۸	هزینه‌بر بودن	مدیریت هوشمند	مطلوب
		نوسانات بازار هزینه	بحرانی
۹	آگاهی‌بخشی	شفافیت برچسب محصولات	مطلوب
		حساسیت مصرف‌کننده‌ها نسبت به برچسب محصولات	ایستا

ردیف	پیشران ها	حالت‌های احتمالی	وضعیت حالت‌ها
		عدم حساسیت تولیدکنندگان به برچسب محصولات	بحرانی
۱۰	پیشرفت فناوری و مهندسی	قابلیت استفاده دستگاه‌ها از هوش مصنوعی	مطلوب
		استفاده از دستگاه‌های انرژی بر	بحرانی
۱۱	کارایی	بهبود کارایی	مطلوب
		تجاوز به حریم شخصی مصرف‌کنندگان	بحرانی
		تولید پس‌مانده‌های الکترونیکی	بحرانی
۱۲	انگیزه‌ها و معانی	تجربه مثبت خرید	ایستا
		عدم شرایط کاری ناپایدار	بحرانی
۱۳	فضای مجازی	تعامل بیشتر با مصرف‌کنندگان	ایستا
		وابستگی سلیقه مصرف‌کننده و تولیدکننده به شخص	ایستا
		عدم اتصال معنادار با محصول	بحرانی
۱۴	سلائق	توجه به سلیق مشتری	ایستا
		عدم توجه به سلیق مشتری	ایستا

منبع: (مطالعات محقق)

گام سوم: استخراج سناریوهای آینده صنعت پایدار مد: از ترکیب ۳۵ وضعیت احتمالی برای ۱۴ پیشران مؤثر بر آینده صنعت مُد پایدار، ۷ فرآیند ترکیبی استخراج می‌شود که شامل همه وضعیت‌های احتمالی آینده پیش روی صنعت مُد پایدار می‌باشد که جدول (۶) فرآیندهای با سازگاری قوی و وضعیت‌های احتمالی آینده پیش روی آینده صنعت مُد پایدار است. جدول شماره (۶) فرآیندهای با سازگاری قوی و وضعیت‌های احتمالی مربوط به هر عامل کلیدی در هر فرآیند را نشان می‌دهد.

جدول (۶): فرآینامه با سازگاری قوی در صنعت مُد پایدار

ردیف	حالات / فرآینامه‌ها	فرآینامه شماره ۱	فرآینامه شماره ۲	فرآینامه شماره ۳	فرآینامه شماره ۴
۱	محیط زیست	نابودی زمین	نجات زمین	شرایط خنثی	نجات زمین
۲	برند تجاری	تقلبات بازار	فناوری هوش برخط	فناوری هوش برخط	فناوری هوش برخط
۳	نظام‌های ارزشی	مدهای جهانی	مدهای محلی	مدهای جهانی	مدهای محلی
۴	خلاقیت	فایده‌گرایی تولیدکنندگان	ادغام هنر و خلاقیت تولیدکنندگان	فایده‌گرایی تولیدکنندگان	ادغام هنر و خلاقیت
۵	تبلیغات	تقلب در تبلیغات	تولید کالاهای باارزش و محتوای برتر	تقلب در تبلیغات	تولید کالاهای باارزش و محتوای برتر
۶	محصولات سبز و استاندارد	استفاده از مواد نامطلوب	تولید محصولات پایدار	تولید محصولات پایدار	تولید محصولات پایدار
۷	همکاری و تعامل	جنگ میان کشورها	حمایت از تعاملات تولیدکنندگان و طراحان محلی	استفاده از دیپلماسی فرهنگی بین کشورها	استفاده از دیپلماسی فرهنگی بین کشورها
۸	تیمارستان هزینه	نوسانات بازار هزینه	مدیریت هوشمند	مدیریت هوشمند	مدیریت هوشمند
۹	آگاهی‌بخشی	عدم حساسیت تولیدکنندگان به برچسب محصول	حساسیت تولیدکنندگان به برچسب محصول	حساسیت مصرف‌کنندگان به برچسب محصول	حساسیت تولیدکنندگان به برچسب محصول
۱۰	پیشرفت فناوری مهندسی	دستگاه‌های انرژی بر	قابلیت استفاده از هوش مصنوعی در دستگاه‌ها	قابلیت استفاده از هوش مصنوعی در دستگاه‌ها	قابلیت استفاده از هوش مصنوعی در دستگاه‌ها
۱۱	کارایی	تولید پس مانده‌های الکترونیکی	بهبود کارایی	تجاوز به حریم شخصی افراد	بهبود کارایی
۱۲	انگیزه‌ها و معانی	عدم شرایط کاری پایدار	تجربه مثبت خرید	عدم شرایط کاری ناپایدار	تجربه مثبت خرید
۱۳	شبکه‌های اجتماعی مجازی	عدم اتصال معنادار با محصول	تعامل بیشتر با مصرف‌کنندگان	وابستگی به شخصیت‌ها	تعامل بیشتر با مصرف‌کنندگان
۱۴	توجه به سلاق	عدم توجه به سلاق مشتری	توجه به سلاق مشتری	توجه به سلاق مشتری	توجه به سلاق مشتری

ردیف	حالات / فرآنامه‌ها	فرآنامه شماره ۱	فرآنامه شماره ۲	فرآنامه شماره ۳	فرآنامه شماره ۴
۱۵	ارزش‌سازی	۸	۲	۱	۰
۱۶	نمره اثر کل	۴۴۰	۴۶۵	۳۰۸	۴۶۳
۱۷	وضعیت فرآنامه	فاجعه	مطلوب	بحرانی	نسبتاً مطلوب

به‌منظور ارزیابی استحکام خروجی‌های نرم‌افزار سناریو ویزارد، از معیار نرخ‌سازی استفاده شده است. این نرخ باید عددی بزرگ‌تر یا مساوی صفر باشد. هرچه‌سازی‌اجزای‌سازنده‌فرآنامه بیشتر باشد، این عدد نیز بالاتر است. از بین ۷ سناریوی ممکن ۴ فرآنامه، بالاترین ارزش‌های‌سازی‌را دارا هستند که دو فرآنامه مطلوب و نسبتاً مطلوب، یک فرآنامه بحرانی و یک فرآنامه فاجعه می‌باشد. در رابطه با فرآنامه مطلوب، در جدول (۷) ارزش‌سازی‌هرکدام از وضعیت‌های احتمالی نیز مشخص شده است تا نشان دهند کدام وضعیت‌ها در ایجاد فرآنامه مطلوب نقش بیشتری را دارا هستند.

جدول (۷): ارزش‌سازی‌وضعیت‌های فرآنامه مطلوب

ردیف	پیشران	وضعیت	ارزش‌سازی
۱	توجه به سلاطین مصرف‌کنندگان	توجه به سلیقه مشتری	۴۸
۲	تبلیغات	تبلیغات محتوای برتر	۴۲
۳	محصولات سبز و استاندارد	تولید محصولات پایدار	۳۹
۴	کارایی	بهبود کارایی	۳۸
۵	پیشرفت فناوری مهندسی	قابلیت هوش مصنوعی	۳۴
۶	شبکه‌های اجتماعی مجازی	تعامل بیشتر با مصرف‌کنندگان	۳۲
۷	هزینه‌بر بودن محصولات	مدیریت هوشمند	۲۳
۸	محیط زیست	نجات زمین	۱۲
۹	انگیزه‌ها و معانی	تجربه مثبت خرید	۱۲
۱۰	خلاقیت	ادغام هنر و خلاقیت	۸
۱۱	برند تجاری	به‌کارگیری فناوری هوش برخط	۵
۱۲	نظام‌های ارزشی	گرایش به مدهای محلی	۳

ارزش سازگاری	وضعیت	پیشران	ردیف
۳	شفافیت برچسب‌های محصول از سوی تولیدکنندگان	آگاهی‌بخشی	۱۳
۲	حمایت از تعامل‌های داخلی میان تولیدکنندگان و طراحان داخلی	همکاری و تعامل	۱۴

منبع: (محاسبات پژوهش)

نتیجه‌گیری

در پژوهش حاضر، با استفاده از روش آینده‌پژوهی، اهمیت ترکیب آگاهی اجتماعی و فرهنگ مادی در توسعه صنعت مُد پایدار تحلیل شده است. آگاهی اجتماعی به‌عنوان عاملی کلیدی، درک نیازها و ارزش‌های جامعه را عمیق‌تر کرده و به شکل‌گیری الگوی مصرف مسئولانه کمک می‌کند. از سوی دیگر، فرهنگ مادی به‌عنوان تجلی عینی ارزش‌های فرهنگی، زمینه‌ساز تداوم و گسترش رویکردهای پایدار در صنعت مُد است. با تلفیق این دو مؤلفه و بررسی فرآیندهای آینده، می‌توان فرآیندهای طراحی، تولید و مصرف را به سمتی هدایت کرد که ضمن حفظ هویت فرهنگی، به نیازهای زیست‌محیطی و اجتماعی پاسخ دهد. آینده‌پژوهی در اینجا به شناسایی روندهای کلیدی، پیشران‌ها و فرآیندهای محتمل می‌پردازد تا راهبردهایی برای ارتقاء آگاهی جامعه و پایداری صنعت مُد ارائه دهد.

در این راستا هدف پژوهش حاضر، بررسی و تحلیل مهم‌ترین عوامل مؤثر بر صنعت مُد پایدار در شهرستان آران و بیدگل می‌باشد.

آران و بیدگل به‌عنوان یکی از شهرهای مذهبی و صنعتی مرکز ایران، از نبود طرح‌های علمی مربوط به مُد پایدار رنج می‌برد که با توجه به صنعتی‌بودن این شهر و جوان‌بودن جمعیت آن، توجه به ظرفیت‌ها و محدودیت‌های این منطقه برای برنامه‌ریزی بهتر می‌تواند به روش آینده‌پژوهی، فرآیندهای محتمل پیش‌رو را شناخت و مورد بررسی قرار داد.

از ترکیب ۳۵ وضعیت احتمالی برای ۱۴ پیشران مؤثر بر توسعه صنعت مُد پایدار آران و بیدگل، ۷ فرآیندهای استخراج شد که شامل همه وضعیت‌های احتمالی آینده، پیش‌روی توسعه صنعت مُد پایدار در آران و بیدگل بود. از بین ۷ فرآیندهای ممکن، ۴ فرآیندها بالاترین ارزش سازگاری را دارا بودند که احتمال وقوع آن‌ها بیش از

سایر فرانامه‌هاست. از بین این چهار فرانامه، فرانامه شماره ۱ عنوان فرانامه فاجعه‌بار با نمره اثر کل (۴۴۰) و فرانامه شماره ۳ عنوان فرانامه بحرانی با نمره اثر کل (۳۰۸) گرفته و فرانامه شماره ۲ عنوان فرانامه مطلوب با نمره اثر کل (۴۶۵) و فرانامه شماره ۴ فرانامه نسبتاً مطلوب با نمره اثر کل (۴۶۳) را به خود اختصاص دادند:

۱- فرانامه فاجعه بار: در فرانامه فاجعه‌بار صنعت مُد پایدار، نابودی زمین و تقلبات بازار به دلیل رواج مدهای جهانی فایده‌گرا تشدید می‌شود. تولیدکنندگان با تقلب در تبلیغات و استفاده از مواد نامطلوب، اعتماد مصرف‌کنندگان را از بین می‌برند. جنگ میان کشورها و نوسانات بازار باعث بی‌ثباتی در زنجیره تأمین می‌شود. عدم حساسیت تولیدکنندگان به برچسب محصول و استفاده از دستگاه‌های انرژی‌بر منجر به افزایش تولید پسماندهای الکترونیکی می‌گردد. شرایط کاری ناپایدار و عدم اتصال معنادار مصرف‌کنندگان با محصول، آگاهی اجتماعی را تضعیف می‌کند. همچنین، عدم توجه به سلايق مشتری و نادیده گرفتن فرهنگ مادی محلی باعث از بین رفتن هویت فرهنگی و تشدید بحران‌های زیست‌محیطی و اجتماعی می‌شود. در این فرانامه، ترکیب آگاهی اجتماعی و فرهنگ مادی نادیده گرفته شده و صنعت مُد به سمت فروپاشی پایدار پیش می‌رود.

۲- فرانامه مطلوب و نسبتاً مطلوب: فرانامه مطلوب فرانامه‌ای است که بهترین و مطلوب‌ترین شرایط ممکن برای رسیدن به صنعت مُد پایدار با ترکیب آگاهی اجتماعی و فرهنگ مادی (نوعی ترکیب ذهنیت و عینیت) را در خود جای داده است که اگر کلیه متغیرها و زیر متغیرهای آن توسط تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان رعایت شود، می‌تواند شرایط امیدوارکننده‌ای را در این خصوص در آینده انتظار داشت. در فرانامه مطلوب و نسبتاً مطلوب به هر آنچه که برای رسیدن به یک صنعت مُد پایدار نیاز هست، همواره اشاره می‌شود. در این فرانامه دولت و جنبش‌های محیط زیستی با هدف نجات زمین، نقش فعالانه‌ای در حمایت از پایداری صنایع ایفا می‌کنند. فناوری هوش مصنوعی و مدهای محلی ادغام شده تا محصولات با ارزش و محتوای برتر تولید شوند. هنر و خلاقیت با تولید پایدار ترکیب می‌شوند و تعاملات بین تولیدکنندگان و طراحان در چهارچوب فرهنگ‌های محلی تقویت می‌گردد. مدیریت هوشمند و حساسیت به برچسب‌های محصول باعث افزایش شفافیت و اعتماد مصرف‌کنندگان می‌شود. هوش مصنوعی در دستگاه‌ها کارایی را بهبود می‌بخشد و تجربه خرید مثبت و تعامل بیشتر با مصرف‌کنندگان را فراهم می‌کند. در این فرانامه، توجه به سلايق

مشتری و ادغام فناوری با فرهنگ محلی، صنعت مُد را به سمت پایداری و ارتقاء کیفیت زندگی سوق می‌دهد.

۳- در فرآیند بحرانی صنعت مُد پایدار، شرایطی بینابین حاکم است. از یک‌سو، فناوری هوش مصنوعی و مدهای جهانی با رویکرد فایده‌گرایی تولیدکنندگان و تقابل در تبلیغات همراه است که آگاهی اجتماعی را تضعیف می‌کند. از سوی دیگر، تلاش‌هایی برای تولید محصولات پایدار و استفاده از دیپلماسی فرهنگی دیده می‌شود که نشان‌دهنده توجه به فرهنگ مادی و هویت محلی است. مدیریت هوشمند و حساسیت مصرف‌کنندگان به برچسب محصول گام‌هایی مثبت به‌شمار می‌روند؛ اما تجاوز به حریم شخصی و شرایط کاری ناپایدار چالش‌هایی جدی ایجاد می‌کنند. از سوی دیگر، وابستگی به شخصیت‌ها به‌جای توجه به سلائیق مشتری، تعادل بین آگاهی جمعی و فرهنگ مادی را برهم می‌زند. در این فرآیند، صنعت مُد در نقطه‌ای بحرانی قرار دارد که می‌تواند به سمت پایداری یا فروپاشی پیش برود، بسته به اینکه چگونه آگاهی اجتماعی و فرهنگ مادی در فرایندها ادغام شوند.

در نهایت ارزش‌سازی وضعیت‌های فرآیند مطلوب نیز به‌دست آمد که بر اساس نتایج تحلیل‌ها در نرم‌افزار سناریو ویزارد، می‌توان از توصیه‌های سیاستی استفاده کرد که در ادامه به آن اشاره می‌شود:

طبق جدول (۷)، دستیابی به بهترین فرآیند برای آینده صنعت مُد پایدار، نیازمند توجه جدی به ذائقه‌پردازی و سلیقه مصرف‌کنندگان است. بر اساس نظر خبرگان و خروجی نرم‌افزار سناریو ویزارد، متغیر «توجه به سلائیق» به‌عنوان زیرمؤلفه‌ای از ذائقه‌پردازی، با ضریب سازگاری ۴۸، بالاترین تأثیر را در این فرآیند دارد؛ بنابراین تولیدکنندگان باید از طریق بازاریابی هدفمند، مخاطب خود را شناخته و تولیدات خود را با ذائقه فرهنگی آن‌ها هماهنگ سازند. در همین راستا، طیبه عزت‌اللهی‌نژاد (۱۴۰۲) در پژوهشی درباره زیبایی‌شناسی بومی در پوشش زنان عشایر عرب در ورامین، به نقش مؤلفه‌هایی مانند اقلیم، هویت قومی، سبک زندگی، اقتصاد، فرهنگ و دین در تعریف زیبایی اشاره می‌کند. به گفته او، زیبایی و زشتی در این جامعه نه تنها مادی بلکه معنوی بوده و زیبایی معنوی برآمده از تبعیت از ارزش‌های جمعی و دینی، بر زیبایی ظاهری ارجحیت دارد. در نتیجه، هرگونه فاصله‌گیری از این ارزش‌ها در خودتزیینی پوشش، به‌مثابه زشتی تلقی می‌شود (عزت‌اللهی، ۱۴۰۲، ص. ۹۶).

در مرحله دوم، از آنجاکه مصرف‌کنندگان مد، کنشگرانی فعال و آگاه‌اند، تمایل دارند اطلاعات گسترده‌ای درباره روندهای مد کسب کنند. در این زمینه، متغیر تبلیغات با محتوای برتر با ارزش سازگاری ۴۲ در رتبه دوم اهمیت قرار دارد. تبلیغات هدفمند می‌تواند با بهره‌گیری از ابزارهایی مانند کاتالوگ‌ها، نمایشگاه‌ها، گردهمایی‌های اجتماعی و مجلات مد به‌ویژه برای مخاطبان زن، آگاهی و نگرش مصرف‌کنندگان را نسبت به مُد پایدار افزایش دهد. تبلیغات آگاه‌ساز می‌تواند اصولی چون بازیافت، کاهش پسماند و تولید مسئولانه را ترویج داده و عادات خرید را تغییر دهد. در همین راستا، جودی فریتر و همکاران (۲۰۱۸) در مقاله «انقلاب آهسته دست‌ساز: طراحی مشترک یک ژانر جدید در جهان لوکس»، به نقش تبلیغات در تقویت پایداری اشاره می‌کنند. آن‌ها با بررسی برند لوکس نوظهور IFAM نشان می‌دهند که این برند با تمرکز بر تجربیات انسانی و نمایش چهره صنعتگران (نه فقط محصولات)، توانسته است ارتباطی مؤثر با مشتریان برقرار کند. این ارتباط مستقیم موجب تداوم تولید، ایجاد بازار پایدار برای هنرهای دستی لوکس و حفظ سنت‌های فرهنگی از طریق مشارکت مصرف‌کنندگان شده است (Frater & et al., 2018, p. 304).

در مرحله سوم از آنجاکه اطلاعات مصرف‌کنندگان جهت خرید کالا افزایش یافته است؛ بنابراین تبلیغات با محتوای برتر خواهد توانست از یک سو بر تولید محصولات پایدار توسط تولیدکننده و از سوی دیگر بر خرید کالای با کیفیت، توسط مصرف‌کنندگان اثرگذار باشد. ارزش سازگاری محصولات سبز و استاندارد، برابر ۳۹ بوده است. در این میان مصرف‌کنندگانی که از سطح دانش بالاتری در این زمینه برخوردار هستند، طرح‌های بهتر و پیچیده‌تر و با معیارهای تصمیم درست خواهند داشت که همین خود عاملی در جهت افزایش انگیزه و خرید درست و اصولی و دستیابی به صنعت مُد پایدار در زمینه پوشاک و سایر ملزومات را فراهم خواهد آورد. این نتیجه با پژوهشی که سعید عبدالمنافی و مریم سلیمانی (۱۳۹۹) با نام «مطالعه عوامل مؤثر بر آگاهی از مد و مصرف مد حجاب؛ مورد مطالعه: زنان شهر اصفهان» همخوانی دارد. ایشان لذت شخصی، استفاده در موقعیت‌های خاص، تغییرات فصلی، هماهنگی با همسالان، تناسب با شخصیت، ایجاد تمایز با دیگران و پوشش راحت را جزء عوامل مؤثر بر مصرف مد دانسته‌اند (عبدالمنافی و سلیمانی، ۱۳۹۹، ص. ۱۲۸).

از سوی دیگر مصرف محصولات استاندارد و با کیفیت سبز در صنعت مُد پایدار اهمیت زیادی دارد زیرا:

منابع به حفظ محیط زیست کمک می‌کنند. به‌کارگیری مواد قابل بازیافت و طراحی

مبتنی بر دوره عمر محصول، موجب کاهش پسماند و افزایش استفاده مجدد می‌شود. مصرف‌کنندگان امروزی به داستان پشت تولید محصولات سبز اهمیت می‌دهند و حمایت از این مدل‌ها، تولیدکنندگان را به بهبود فرایندها و استفاده از مواد دوستدار محیط زیست تشویق می‌کند. تولید و مصرف چنین محصولاتی نوعی مسئولیت اخلاقی است که فراتر از قوانین رسمی بوده و بازتاب‌دهنده ارزش‌ها و انتظارات جوامع مختلف است (Areiqat & et al, 2019, p. 533).

چهارمین متغیر مؤثر در فرآیندها، مطلوب، متغیر «کارایی» با ارزش سازگاری ۳۸ می‌باشد. بهبود کارایی در صنعت مُد پایدار می‌تواند تأثیرات مثبت زیادی داشته باشد. استفاده از فناوری‌های نوین و فرایندهای بهینه‌سازی تولید می‌تواند به کاهش مصرف منابع و انرژی، همچنین کاهش پسماند و اثرهای منفی بر محیط‌زیست کمک کند. افزایش بهره‌وری در طول زنجیره تولید، از طریق مواد اولیه تا محصول نهایی، می‌تواند هزینه‌ها را کاهش داده و به مدل‌های مالی پایدارتر کمک نماید. همچنین، این بهبودات می‌توانند باعث افزایش رقابت‌پذیری صنعت مُد پایدار شده و جلب توجه بیشتر مصرف‌کنندگان به محصولات مستدام کنند. استفاده از مواد اولیه با کارایی بالا، فناوری‌های پویا مثل چاپ سه‌بعدی، و فرایندهای بازیافت مواد از مسائل مهم است. همچنین، تحقیقات در زمینه بهبود فناوری‌های تولید پوشاک مانند نانوفناوری می‌تواند به کاهش مصرف منابع و بهبود ویژگی‌های محصولات منجر شود. که این اقدامات نقش مهمی در تجهیز صنعت مُد برای مواجهه با چالش‌های محیطی و اجتماعی در آینده ایفا می‌کنند.

در این پژوهش، یکی از زیرمؤلفه‌های بهبود کارایی، حفظ حریم شخصی مصرف‌کنندگان است که با تلفیق صنعت، فناوری، فرهنگ و هنر می‌توان به توسعه صنعت مُد پایدار و رشد اقتصادی منطقه کمک کرد. این نتیجه با یافته‌های گلاره کوشا و طهوری (۱۳۹۸) همخوانی دارد که بیان می‌کنند صاحبان قدرت و سرمایه با همکاری هنرمندان و نخبگان علمی، برندهای لوکس را شکل داده و از مد به‌عنوان ابزاری برای اهداف تجاری و فرهنگی بهره می‌برند. آن‌ها تأکید می‌کنند که ایران با ایجاد شرکت‌های دانش‌بنیان مبتنی بر شناخت علمی فرهنگ و اقتصاد، می‌تواند در تولید انبوه لباس مطابق با ارزش‌های دینی، بازار داخلی و جهانی مد را تسخیر کند. بهره‌مندی همه اقسام جامعه از خدمات فرهنگی، هنری و فناورانه کلید رونق پایدار بازار است (کوشا و طهوری، ۱۳۹۸، صص. ۱۳-۱۴).

پنجمین مؤلفه با ضریب سازگاری ۳۴، پیشرفت دستگاه‌های تولیدی به‌لحاظ

فناوری و فناوری‌ها می‌باشد. در صنعت مُد پایدار، استفاده هرچه بیشتر از دستگاه‌های با کیفیت بیشتر و حتی هوش آنلاین اهمیت زیادی دارد، چون به‌کارگیری این دستگاه‌ها باعث کیفیت بالا و طراحی دقیق می‌شود؛ دستگاه‌های با کیفیت بالا، معمولاً موجب تولید محصولات با استانداردهای بالا و طراحی دقیق‌تر می‌شوند که این موارد باعث افزایش مقرون‌به‌صرفه و برخورداری مصرف‌کنندگان از محصولات پایدار می‌شود.

همچنین باعث کاهش هدررفت مواد می‌شود. چراکه استفاده از دستگاه‌های هوشمند و خودکار باعث بهینه‌سازی فرایند تولید و کاهش هدررفت مواد می‌شود. ازسوی دیگر مدیریت هوشمند به زنجیره تأمین کالا می‌انجامد.

صنعت مُد در مصرف آب جایگاه دوم را به‌خود اختصاص می‌دهد؛ به‌گونه‌ای که برای تولید تنها یک تیشرت نخی ۷۰۰ گالن و برای تولید یک شلوار جین ۲۰۰۰ گالن آب مورد نیاز است. رنگ‌آمیزی الیاف نیز بخش دیگری از فرایند تولید است که منجر به ورود مواد صنعتی در ابعاد وسیع به آب شده و در رتبه دوم آلاینده‌های آبی قرار دارد (MAITI, 2022) به نقل از محمدباقری و سیدباقری، ۱۴۰۱). پروژه تبدیل فیبرهای پلاستیکی به الیاف، فرایندی انرژی‌بر و پرمصرف است که نیازمند صرف مقدار قابل توجهی نفت از یک‌سو و آزاد کردن ذرات ناپایدار و اسیدهایی مانند هیدروژن کلرید ۱۰ ازسوی دیگر است. کتان نیز که در حجم زیادی از البسه مُد سریع به‌کار می‌رود و از مواد اصلی تشکیل‌دهنده این قسم تولیدات است، به‌هیچ‌عنوان با محیط زیست سازگار نیست؛ زیرا سموم دفع آفاتی که برای رشد این ماده ضروری است برای سلامت کشاورزان مضر است (MAITI, 2022). به نقل از محمدباقری و سیدباقری، ۱۴۰۱، ص. ۶۷).

از آنجاکه شهرستان آران و بیدگل، شهری صنعتی حساب شده و هم‌دارای کارخانجات نساجی و شهرک‌های صنعتی قالبی‌های ماشینی است و ازسوی دیگر مجتمع فولاد کویر را در خود علی‌رغم محیط کویری و آب‌بر بودن صنایع فولاد، در خود جای داده است، بسیار شایسته خواهد بود که در تولید محصولات صنعتی خود، گام‌ها و زمینه‌های لازم در جهت ماشین‌آلات پیشرفته و استفاده از هوش مصنوعی جهت استفاده بهینه از مواد برداشته شده و آسیب‌های کمتری متوجه محیط زیست بکر منطقه شود. از جمله: مدیریت پسماندها و اتخاذ سیستم‌های مدیریت پسماند که به بازیافت و کاهش ضایعات تمرکز داشته باشند. یا اینکه در تولید محصولات خود از مواد اکولوژیک استفاده کرده و در انتخاب مواد اولیه دوستدار محیط زیست برای

تولید قالی‌ها اهتمام لازم را داشته باشند. همچنین می‌توان در راستای رسیدن به صنعت مُد پایدار در این زمینه به آموزش و حفاظت از منابع طبیعی توجه کرده و آموزش لازم به کارگران و مدیران در مورد اهمیت حفاظت از منابع طبیعی و بهره‌وری منابع داده شود.

با اعتنا به این نکات، می‌توان تأثیرات منفی شهرک‌های صنعتی قالی‌بافی بر محیط زیست را به حداقل رساند و به پایداری اقتصادی و اجتماعی کمک کرد. نهایتاً ششمین مؤلفه در این پژوهش با ضریب سازگاری ۳۲، از آن شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی می‌باشد که باعث تعامل هرچه بیشتر تولیدکنندگان با مصرف‌کنندگان از سویی و آگاه‌تر شدن هرچه بیشتر مصرف‌کنندگان با آخرین برندها و مدهای روز دنیا می‌شوند.

شبکه‌های اجتماعی مجازی به‌عنوان ابزار ارتباطی قدرتمند، نقش مهمی در ترویج ارزش‌ها و اصول صنعت مُد پایدار دارند. این شبکه‌ها امکان به اشتراک‌گذاری محتواهای آموزشی، تصاویر و اخبار مرتبط را فراهم کرده و توجه مصرف‌کنندگان را به سمت برندها و مدل‌های پایدار جلب می‌کنند. همچنین، فضای بحث و تبادل نظر در این شبکه‌ها موجب افزایش شناخت و آگاهی افراد نسبت به اهمیت مُد پایدار می‌شود و با به اشتراک‌گذاری تجربیات، ارتباط بین مصرف‌کنندگان و برندها تقویت می‌گردد. از سوی دیگر، با ورود فناوری‌های نوین به‌ویژه اینترنت به‌عنوان یک عنصر فرهنگی، مقاومت‌های کمتری نسبت به آن در جامعه ایرانی مشاهده شده است، چراکه اینترنت به‌صورت ضرورت فرهنگی وارد نهادهای آموزشی شد و به‌دلیل کاربرد در آموزش و خانواده، مورد پذیرش قرار گرفت. با کاهش نفوذ نهادهای سنتی مانند خانواده و مدرسه، رسانه‌های نوین مانند اینترنت جایگزین آن‌ها شده‌اند و به‌عنوان عاملی مهم در دگرگونی فرهنگی و فرهنگ‌پذیری جوانان شناخته می‌شوند. اینترنت محیطی برای آشنایی و یادگیری عناصر فرهنگی جهان است که می‌تواند فرهنگ‌های مختلف را به هم نزدیک کند (فرخ‌نیا و لطفی، ۱۳۹۰، ص. ۱۱۱).

امروزه جوانان و نوجوانان شهرستان با گسترش وسایل ارتباط جمعی و امکانات رایانه‌ای و اینترنتی و انواع شبکه‌های اجتماعی امکان آشنایی با جوامع و فرهنگ‌های متفاوت را می‌یابند و در نتیجه امکان دارد که هنجارها و ارزش‌هایی مغایر با فرهنگ‌های بومی خودشان بیابند. حس تنوع‌طلبی همراه با گرایش به خودنمایی در محیط اجتماعی، موجب تحول در شکل آرایش، پوشش، الگو و شکل رفتار جوانان می‌شود. در دنیای کنونی فرد با عضویت در شبکه‌های مختلف اجتماعی می‌تواند در

یک یا چند حلقه اجتماعی مشارکت داشته باشد و دیدگاهش درباره مسائل مختلف حتی در زمینه باورها و افکار و طرز پوشش و مصرف‌گرایی تغییر کند؛ بنابراین ضرورت نظارت بیشتر خانواده‌های شهرستان نسبت به پیگیری این قضیه بیشتر احساس می‌شود.

پیشنهادها

در مجموع می‌توان پیشنهادات و راهکارهایی را جهت رسیدن به صنعت مُد پایدار^۱ بیان نمود:

مد آرام‌مصرف^۲، یکی از بهترین راهکارهای مد سبز برای مصرف‌کنندگان است. به این معنی که لباس نو کمتر باید خرید و از لباس‌هایی که افراد دارند، نهایت استفاده را باید برد. دقت در هنگام خرید و انتخاب کالای باکیفیت‌تر به پایداری مد کمک خواهد کرد. این راهکار در مقابل فرهنگ مُد سریع^۳ قرار دارد که به روحیه مصرف‌کنندگی را در میان افراد رواج داده و آن‌ها را تشویق به خریدن مدام محصولات مد روز می‌نماید.

یکی دیگر از راهکارهای مُد پایدار این هست که در برخی مراسم خاص می‌توان لباس، وسایل و کلیه ملزومات جانبی را اجاره کرد. چراکه این امر از خرید لباس‌های پُرهنزین و گران و استفاده یک یا دو بار در مراسم و سپس از رده خارج کردن آن، جلوگیری به عمل خواهد آورد. می‌توان برای تولید الیاف‌های طبیعی نسبت به کاشت گیاهانی خاص در این زمینه همت گمارد که این امر از سویی هم به زیبایی و تمیزی هوا کمک کرده و هم به تولید البسه طبیعی و قابل بازیافت کمک می‌کند. یکی از ارکان مُد پایدار سلامت، رفاه و امنیت کارگران تولیدی‌های لباس است. رفتاری درست و اخلاقی است که بررسی کند که برند پوشاک مورد علاقه افراد در کدام کشورها کارگاه دارد و چه خبرهایی از شرایط کارگران آن منتشر می‌شود. بخشی از آلاینده‌های صنعت پوشاک ناشی از مصرف سوخت‌های فسیلی برای انتقال محموله‌های پوشاک از کشور مبدأ به کشورهای مقصد است. بهتر است از پوشاک محلی و وطنی کشور استفاده شود؛ چراکه هم داعیه هویت فرهنگی دارد و هم باعث شکوفایی اقتصادی کشور می‌شود. بهتر است از وسائلی که داریم، حداکثر استفاده را ببریم. نیاکان ما در این مورد بسیار کوشا بوده‌اند. ضرب‌المثل «هر آنچه خوار آید، روزی

1. Sustainable Fashion:
2. Slow Fashion
3. Fast Fashion

به کار آید» دقیقاً در اینجا کاربرد می‌یابد؛ یعنی بهتر است در زندگی دورریز کمتری داشته باشیم تا تولید زباله صورت نگیرد و از وسایلمان بارها و بارها استفاده کنیم. نیاکان ما، لباس‌هایشان را به اصطلاح «وصله - پینه» می‌کردند و بارها آن‌ها را مورد استفاده قرار می‌دادند و حتی از لباس‌های کهنه و نازک شده‌شان برای دوخت انواع پتو و فرش استفاده می‌کردند. حتی زنان و مردانی در گذشته به این کار اشتغال داشته‌اند. می‌توان در پایداری صنعت مد، به درست نگاه داشتن و مراقبت از البسه و کالاها اشاره داشت تا عمر طولانی‌تری داشته و به دفعات بتوان آن‌ها استفاده نمود؛ مثلاً شستشو با شرایط مناسب و رسیدگی به لباس‌ها و رفو کردن و تعمیر آنها به عمر لباس اضافه می‌کند که خود به پایداری مد خواهد انجامید. بخشش لباس‌ها و وسایل و فرش‌های قابل استفاده به خیریه‌ها و افراد علاقه‌مند هم گزینه خوبی برای پایداری صنعت مد هست که حتی با آموزه‌های دینی ما نیز همخوانی بسیاری دارد؛ چراکه می‌توان وسایلی که دیگر باب میل و سلیقه نیست، توسط دیگرانی مورد استفاده قرار گیرند و از دورریز آن‌ها به نحوی جلوگیری به عمل آید.^۱

حرکت به سوی صنعت مد پایدار نه تنها از منظر فرهنگی و زیست‌محیطی بلکه از نظر راهبردی نیز با اهداف کلان جمهوری اسلامی ایران همخوان است. سیاست‌هایی چون حمایت از تولید ملی، کاهش واردات بی‌رویه، ترویج سبک زندگی ایرانی - اسلامی، حفاظت از محیط زیست، و توانمندسازی صنایع خلاق، مستقیماً با مفاهیم مطرح شده در این مقاله در ارتباط‌اند. از این رو، یافته‌های این پژوهش می‌توانند به عنوان ابزاری راهبردی برای سیاست‌گذاران فرهنگی و اقتصادی جهت هدایت صنعت مد کشور به سمت پایداری و بومی‌سازی هویتی به کار گرفته شوند.

۱. برگرفته شده از سایت: <https://amoozal.com/mag/sustainable-fashion/>

فهرست منابع

- امیری، صبا و رضایی، بیژن (۱۴۰۲). تحلیل رفتار خرید مصرف‌کنندگان تحت تأثیر آگاهی از پایداری در صنعت مد (مطالعه موردی: صنعت پوشاک). *مطالعات رفتار مصرف‌کننده*، ۱۰(۲)، ۴۵-۶۹.
- باقی نصرآبادی، علی؛ شادالویی، نوریه؛ طاهری، هادی و امین‌پور، فاطمه (۱۳۸۹). *جامعه‌شناسی فرهنگی*. قم: نشر یاقوت.
- توسلی، افسانه؛ سماواتی، فاطمه و فتحعلی‌زاده، معصومه (۱۳۹۶). عوامل جامعه‌شناختی تأثیرگذار بر استفاده از برند در میان زنان مراجعه‌کننده به مراکز خرید شهر تهران. *بررسی مسائل اجتماعی ایران*، ۸(۲)، ۲۵۹-۲۷۶.
- حزبواوی، سعیده؛ کریمی‌نیا، محمدمهدی و انصاری‌مقدم، مجتبی (۱۴۰۰). تحلیل آثار و پیامدها مدگرایی در آموزه‌های اسلامی. *مجله پیشرفت‌های نوین در روانشناسی، علوم تربیتی و آموزش و پرورش*، سال چهارم، (۳۷)، ۹۷-۱۱۲.
- خانی، سجاد؛ آقازاده، هاشم؛ اسفیدانی، محمدرحیم و امیرشاهی، امیر احمد (۱۴۰۱). برندسازی در صنایع خلاق (مورد مطالعه: صنعت مُد لباس ایران). *مدیریت بازرگانی*، ۱۴(۱)، ۳۷-۶۴.
- داوری، روشک؛ طالب‌پور، فریده؛ دادور، ابوالقاسم و افهمی، رضا (۱۳۹۵). بررسی آگاهی و درک زنان جوان تحصیلکرده به خرید و مصرف پایدار پوشاک (مطالعه موردی: دانشکده هنر دانشگاه الزهرا (سلام‌الله‌علیها)). *زن در فرهنگ و هنر*، ۸(۲)، ۲۸۱-۳۰۰.
- دواس، دی‌ای (۱۳۸۶). *پیمایش در تحقیقات اجتماعی*. ترجمه هوشنگ نایبی، تهران: نشر نی.
- راد، فریده (۱۴۰۲). رویکردهای زیست پایدار با بررسی مباحث زیبایی‌شناسی در طراحی مد و لباس. *ماهنامه علمی تخصصی مطالعات میان‌رشته‌ای هنر و علوم انسانی*، سال دوم، (۶)، ۳۵-۵۰.
- رئیزی، مهناز؛ شریفی، سعید و طغرای، محمدتقی (۱۳۹۵). شناسایی و رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر مصرف برندهای خارجی در صنعت مُد لباس (مورد مطالعه: شهر اصفهان). *فصلنامه علمی پژوهشی تحقیقات بازاریابی نوین*، سال ششم، شماره اول، ۹۵-۱۲۰.
- زایرکعبه، رحیم (۱۳۹۹). *آگاهی اجتماعی*. بی‌جا: نشر تام آی.
- عبدالمنافی، سعید و سلیمانی، مریم (۱۳۹۹). مطالعه عوامل مؤثر بر آگاهی از مد و

- مصرف مد حجاب؛ مورد مطالعه: زنان شهر اصفهان. *جامعه‌شناسی کاربردی*، سال سی و یکم، (۲)، ۱۲۳-۱۳۸.
- عزت‌اللهی، طیبه (۱۴۰۲). زیبایی و زشتی در خودتزیینی پوشش زنان عشایر عرب کُتی روستای حصار بالای ورامین. *پژوهش‌های انسان‌شناسی ایران*، دانشکده علوم اجتماعی، (۴)۶، ۷۷-۹۸.
- عظیمی، فرزونده؛ وظیفه‌دوست، حسین و سعیدنیا، حمیدرضا (۱۴۰۱). عوامل زیرساخت مؤثر در مدیریت صنعت آینده و توسعه صنعت پوشاک ایران. *فصلنامه آینده‌پژوهی مدیریت*، سال سی و سوم، (۱۳۰)، ۲۸-۴۵.
- فرامرزی، نگین (۱۳۹۸). *برنامه‌ریزی راهبردی صنعت مُد ایران بر اساس تحلیل سناریو در افق ۱۴۱۴*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، پروژه عملی: طرح راه‌اندازی پایگاه جامع آینده‌پژوهی مد و منسوجات کشور - جام تصویرسازی بر اساس سناریو. فرخ‌نیا، رحیم و لطفی، اعظم (۱۳۹۰). بررسی تأثیر فضای مجازی اینترنت بر مدگرایی. *فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، سال هفتم، (۲۲)، ۹۲-۱۱۵.
- کوشا، گلاره و طهوری، نیر (۱۳۹۸). *صنعت مُد و اقتصاد جهانی، اولین کنفرانس بین‌المللی و دومین کنفرانس ملی به‌سوی شهرسازی*. معماری، عمران و هنر دانش‌بنیان، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات.
- مازندرانی، ملیحه (۱۴۰۳). چه فاکتورهای می‌تواند در طراحی لباس فرم اداری باعث ارتقا بردسازی شود؟. *مجله علمی اختلالات جنسی و روان‌شناختی*، (۲)۲، ۱۹-۱.
- محمدباقری، زهرا و سیدباقری، سید مجتبی (۱۴۰۱). مُد سریع در جهان مادی و متاورس. *مطالعات حقوقی فضای مجازی*، سال اول، (۴)، ۶۴-۷۵.
- مولایی، محمدمهدی و طالبیان، حامد (۱۳۹۵). آینده پژوهی مسائل ایران با روش تحلیل ساختاری. *فصلنامه مجلس و راهبرد*، سال بیست و سوم، (۸۶).
- یاقوتی، سپیده؛ موسوی‌لر، اشرف سادات و فریناز، فریود (۱۳۹۸). استراتژی توسعه اقتصاد فرهنگی صنعت مُد در ایران. *نشریه علمی باغ نظر*، (۸۰)۱۶، ۶۳-۷۴.
- Areiqat, A. Y.; Abdelhadi, T. S.; Abu Rumman, A. A. & Al-Bazaiah, S. A. (2019). The Effect of Corporate Social Responsibility in Achieving Competitive Advantage at Jordanian Supply Chain. *International Journal of Supply Chain Management*, 8(2), 531-540.
- Blumer, Herbert (1969). *Fashion: From Class Differentiation to Collective Selection*, University of California, Berkeley, THE SOCIOLOGICAL QUARTERLY, 275-291

- Buckulcikova, D.; Motta, D.; Cornuz, A. & Brassier, S. (2022). The future of fashion. *ROBECO The Investment Engineers*, 2-46.
- Faret Auke Elise Marita (2016). CORPORATE RESPONSIBILITY IN THE FAST FASHION INDUSTRY: HOW MEDIA PRESSURE AFFECTED CORPORATE DISCLOSURE AFTER THE COLLAPSE OF RANA PLAZA, Dissertation submitted as partial requirement for the conferral of Master in International Management, 1-75.
- Frater, J. & Hawley, J. M. (2018). A hand-crafted slow revolution: Co-designing a new genre in the luxury world. *Fashion, Style & Popular Culture*, 5(3), 299-311.
- Grappi, S.; Romani, S. & Barbarossa, C. (2017). Fashion without pollution: How consumers evaluate brands after an NGO campaign aimed at reducing toxic chemicals in the fashion industry. *Journal of Cleaner Production*, (149), 1164-1173.
- Kirpalani, N. (2022). Sustainability in the Fashion Industry: A Business Perspective. *Changing Time-Shaping World*, 231-243.
- Koskela, Marileena (2009). FUTURE OF THE CONSUMER SOCIETY. Proceedings of the Conference "Future of the Consumer Society". 28–29 May 2009, Tampere, Finland.
- Kutsenkova, Zhanna (2017). The Sustainable Future of the Modern Fashion Industry. Dominican Scholar. Honors Theses. 21.
- Moorhouse, D. & Moorhouse, D. (2018). Sustainability in the fashion industry. *Clothing Cultures*, 5(1), 3-5.
- Peleg Mizrachi, M. & Tal, A. (2022). Sustainable Fashion-Rationale and Policies. *Encyclopedia*, 2(2), 1154-1167.
- Piccolo, K. (2022). *Stitching a Sustainable Fashion Industry: A Comparative Legal Approach*.
- Rachini Edoardo & et al. (2020-2021). *Sustainability in the fashion world: A competitive advantage not a limitation*. Dipartimento di Impresa e Management. Cattedra Markets, Regulations and Law.

References

- Abdolmanafi, S., & Soleimani, M. (2020). A study of factors affecting fashion awareness and fashion consumption of hijab; Case study: Women in Isfahan. *Applied Sociology*, 31(2), 123-138. (In Persian)
- Abdolmanafi, S., & Soleimani, M. (2020). A study of factors affecting fashion awareness and fashion consumption of hijab; Case study: Women in Isfahan. *Applied Sociology*, 31(2), 123-138.
- Areiqat, A. Y., Abdelhadi, T. S., Abu Rumman, A. A., & Al-Bazaiah, S. A. (2019). The Effect of Corporate Social Responsibility in Achieving Competitive Advantage at Jordanian Supply Chain, *International Journal of Supply Chain Management*, 8(2), 531-540
- Azimi, F., Vazifehdoust, H., & Saeednia, H. R. (2022). Infrastructural factors affecting the management of the future industry and the

- development of Iran's clothing industry. *Management Futures Research*, 33(130), 28-45. (In Persian)
- Azimi, F., Vazifehdoust, H., & Saeednia, H. R. (2022). Infrastructural factors affecting the management of the future industry and the development of Iran's clothing industry. *Management Futures Research*, 33(130), 28-45.
- Baghi Nasrabadi, A., Shadalooi, N., Taheri, H., & Aminpour, F. (2010). *Cultural Sociology*. Yaghoot Publishing. (In Persian)
- Baghi Nasrabadi, A., Shadalooi, N., Taheri, H., & Aminpour, F. (2010). *Cultural Sociology*. Yaghoot Publishing.
- Blumer, Herbert. Fashion: From Class Differentiation to Collective Selection, University of California, Berkeley, *THE SOCIOLOGICAL QUARTERLY*, 275-291
- Buckulcikova, D., Motta, D., Cornuz, A., & Brassler, S. (2022). The future of fashion. *ROBEKO The Investment Engineers*, 2-46.
- Davari, R., Talabpour, F., Dadvar, A., & Afhami, R. (2016). A study of awareness and perception of educated young women about sustainable clothing purchase and consumption (Case study: Faculty of Art, Alzahra University). *Woman in Culture and Art*, 8(2), 281-300. (In Persian)
- Davari, R., Talabpour, F., Dadvar, A., & Afhami, R. (2016). A study of awareness and perception of educated young women about sustainable clothing purchase and consumption (Case study: Faculty of Art, Alzahra University). *Woman in Culture and Art*, 8(2), 281-300.
- De Vaus, D. A. (2007). *Surveys in social research* (H. Naebi, Trans.). Nay Publishing. (Original work published 2002). (In Persian)
- De Vaus, D. A. (2007). *Surveys in social research* (H. Naebi, Trans.). Nay Publishing. (Original work published 2002).
- Ezzatollahi, T. (2023). Beauty and ugliness in the self-decoration and clothing of Arab Kateh nomadic women in Hesar Balā village, Varamin. *Iranian Anthropological Research*, 77-98. (In Persian)
- Ezzatollahi, T. (2023). Beauty and ugliness in the self-decoration and clothing of Arab Kateh nomadic women in Hesar Balā village, Varamin. *Iranian Anthropological Research*, 77-98.
- Faramarzi, N. (2019). Strategic planning of the Iranian fashion industry based on scenario analysis in the horizon of 2035 (Master's thesis). (In Persian)
- Faramarzi, N. (2019). Strategic planning of the Iranian fashion industry based on scenario analysis in the horizon of 2035 (Master's thesis).
- Faret Auke Elise Marita (2016), *CORPORATE RESPONSIBILITY IN THE FAST FASHION INDUSTRY: HOW MEDIA PRESSURE AFFECTED CORPORATE DISCLOSURE AFTER THE COLLAPSE OF RANA PLAZA*, Dissertation submitted as partial requirement for the conferral of Master in International Management, 1-75

- Farkhonnia, R., & Lotfi, A. (2011). Investigating the impact of the internet virtual space on fashionism. *Quarterly of the Iranian Association of Cultural and Communication Studies*, 7(22), 92-115. (In Persian)
- Farkhonnia, R., & Lotfi, A. (2011). Investigating the impact of the internet virtual space on fashionism. *Quarterly of the Iranian Association of Cultural and Communication Studies*, 7(22), 92-115.
- Frater, J., & Hawley, J. M. (2018). A hand-crafted slow revolution: Co-designing a new genre in the luxury world. *Fashion, Style & Popular Culture*, 5(3), 299-311.
- Grappi, S., Romani, S., & Barbarossa, C. (2017). Fashion without pollution: How consumers evaluate brands after an NGO campaign aimed at reducing toxic chemicals in the fashion industry. *Journal of Cleaner Production*, 149, 1164-1173.
- Hezbavi, S., Kariminia, M. M., & Ansari Moghaddam, M. (2021). Analysis of the effects and consequences of fashionism in Islamic teachings. *Journal of New Advances in Psychology, Education and Training*, 4(37), 97-112. (In Persian)
- Hezbavi, S., Kariminia, M. M., & Ansari Moghaddam, M. (2021). Analysis of the effects and consequences of fashionism in Islamic teachings. *Journal of New Advances in Psychology, Education and Training*, 4 (37), 97-112.
- Khani, S., Aghazadeh, H., Esfidani, M. R., & Amirshahi, A. A. (2022). Branding in creative industries (Case study: Iranian fashion clothing industry). *Business Management*, 14(1), 37-64. (In Persian)
- Khani, S., Aghazadeh, H., Esfidani, M. R., & Amirshahi, A. A. (2022). Branding in creative industries (Case study: Iranian fashion clothing industry). *Business Management*, 14(1), 37-64.
- Kirpalani, N. (2022). Sustainability in the Fashion Industry: A Business Perspective. *Changing Time-Shaping World*, 231-243.
- Koosha, G., & Tahoori, N. (2019). The fashion industry and the global economy. *The First International and Second National Conference on Knowledge-Based Urbanization, Architecture, Construction and Art*, 1-16. (In Persian)
- Koosha, G., & Tahoori, N. (2019). The fashion industry and the global economy. *The First International and Second National Conference on Knowledge-Based Urbanization, Architecture, Construction and Art*, 1-16.
- Koskela, Marileena (2009) *FUTURE OF THE CONSUMER SOCIETY*. Proceedings of the Conference "Future of the Consumer Society". 28–29 May 2009, Tampere, Finland
- Kutsenkova Zhanna (2017) *The Sustainable Future of the Modern Fashion Industry*. Dominican Scholar. Honors Theses. 21.
- Mohammad Bagheri, Z., & Seyed Bagheri, S. M. (2022). Fast fashion in the material world and the metaverse. *Journal of Legal Studies in Cyberspace*, 1(4), 64-75. (In Persian)

- Mohammad Bagheri, Z., & Seyed Bagheri, S. M. (2022). Fast fashion in the material world and the metaverse. *Journal of Legal Studies in Cyberspace*, 1(4), 64-75.
- Moorhouse, D., & Moorhouse, D. (2018). Sustainability in the fashion industry. *Clothing Cultures*, 5(1), 3-5.
- Moulaei, M. M., & Talebian, H. (2016). Futures studies of Iran's issues using structural analysis method. *Majlis and Rahbord*, 23(86). (In Persian)
- Moulaei, M. M., & Talebian, H. (2016). Futures studies of Iran's issues using structural analysis method. *Majlis and Rahbord*, 23(86).
- Peleg Mizrachi, M., & Tal, A. (2022). Sustainable Fashion—Rationale and Policies. *Encyclopedia*, 2(2), 1154-1167.
- Piccolo, K. (2022). *Stitching a Sustainable Fashion Industry: A Comparative Legal Approach*.
- Porshnamiri, S., & Rezaei, B. (2023). Analysis of consumer purchasing behavior under the influence of sustainability awareness in the fashion industry (Case study: clothing industry). *Consumer Behavior Studies*, 10(2), 45-69. (In Persian)
- Porshnamiri, S., & Rezaei, B. (2023). Analysis of consumer purchasing behavior under the influence of sustainability awareness in the fashion industry (Case study: clothing industry). *Consumer Behavior Studies*, 10 (2), 45-69.
- Rachini Edoardo and et al.(2020-2021) Sustainability in the fashion world: A competitive advantage not a limitation. *Dipartimento di Impresa e Management. Cattedra Markets, Regulations and Law*
- Rad, F. (2023). Sustainable bio-approaches by examining aesthetic issues in fashion and clothing design. *Monthly Scientific Specialized Journal of Interdisciplinary Studies in Art and Humanities*, 2(6), 35-50. (In Persian)
- Rad, F. (2023). Sustainable bio-approaches by examining aesthetic issues in fashion and clothing design. *Monthly Scientific Specialized Journal of Interdisciplinary Studies in Art and Humanities*, 2(6), 35-50.
- Raeisi, M., Sharifi, S., & Toghraei, M. T. (2016). Identifying and ranking factors affecting the consumption of foreign brands in the fashion clothing industry (Case study: Isfahan city). *Journal of New Marketing Research*, 6(1), 95-120. (In Persian)
- Raeisi, M., Sharifi, S., & Toghraei, M. T. (2016). Identifying and ranking factors affecting the consumption of foreign brands in the fashion clothing industry (Case study: Isfahan city). *Journal of New Marketing Research*, 6(1), 95-120.
- Tavasoli, A., Samavati, F., & Fathalizadeh, M. (2017). Sociological factors affecting brand usage among women referring to shopping centers in Tehran. *Social Problems of Iran*, 8(2), 259-276. (In Persian)
- Tavasoli, A., Samavati, F., & Fathalizadeh, M. (2017). Sociological factors affecting brand usage among women referring to shopping centers in Tehran. *Social Problems of Iran*, 8(2), 259-276.


- Yaghouti, S., Mousavi Lor, A. S., & Farinaz, F. (2019). Development strategy of the cultural economy of the fashion industry in Iran. *Bagh-e Nazar*, 16(80), 63-74. (In Persian)
- Yaghouti, S., Mousavi Lor, A. S., & Farinaz, F. (2019). Development strategy of the cultural economy of the fashion industry in Iran. *Bagh-e Nazar*, 16(80), 63-74.
- Zaer Ka'beh, R. (2020). *Social Awareness*. Tam-i Publishing. (In Persian)
- Zaer Ka'beh, R. (2020). *Social Awareness*. Tam-i Publishing.

Futuristic Study of Fashion Research: Integrating Material Culture and Social Awareness - A Case Study of Aran Bidgol City

Mohsan Niazi

Professor, Department of Social Sciences, Kashan University, Kashan, Iran.


niazim@kashanu.ac.ir

 0000-0001-8672-9051

Somayeh Aranandashti Arani

Ph.D student, Iranian Social Issues, Kashan University, Kashan, Iran.

arandashtiarani@gmail.com


 0009-0002-4690-397X

Fatemeh Khoshbayani Arani

Ph.D student, Iranian Social Issues, Kashan University, Kashan, Iran

(Corresponding author).


f.khoshbayani1374@gmail.com

 0000-0001-8855-3619

Mohammad Khorasani

Ph.D graduate student, Iranian Social Issues, Kashan University, Kashan, Iran.

mohamadkhorasany@gmail.com

 0000-0001-8029-2813

Abstract

The present research focuses on futures studies examining the interplay between material culture and social awareness in the city of Aran va Bidgol, specifically within the context of the fashion industry. Aran va Bidgol's material culture encompasses traditional handicrafts such as carpet weaving, industrial infrastructure, and the use of local resources like rose cultivation, while its social awareness is shaped by religious values, environmental consciousness, and local identity. The analysis of the future of fashion aims to identify trends, market needs, and innovations, thereby assisting companies in strategic decision-making. Following a literature review and interviews with nine local experts, eighteen key factors influencing sustainable fashion were identified. Using MICMAC software, a structural analysis of these factors was conducted, and the main drivers were ranked. These drivers were then input into Scenario Wizard software, resulting in four scenarios: desirable, moderately desirable, critical, and catastrophic. Through compatibility value analysis of the desirable scenario, five key variables were identified as primary drivers: attention to consumer preferences, promotion of high-quality products, use of green and certified products, improved production efficiency, and advancement in engineering technology. This research provides policymakers and the local community with strategies to integrate material culture and social awareness, fostering a sustainable future aligned with local identity, environmental compatibility, and the development of a sustainable fashion industry.


Keywords: Fashion industry, Futures studies, Environmental sustainability, Material culture, Wizard scenario.

The Impact of Social Networks on Iran's Cultural Diplomacy

Tahereh Jahanparvar

PhD Student in Cultural Sociology, Department of Social Sciences, Faculty of Social Sciences, Communications and Media, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.


jparvar@yahoo.com

 0000-0002-2098-6861

Zahra Hazrati Soomeh

Associate Professor, Department of Social Sciences and Sociology, Faculty of Social Sciences, Communications and Media, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran (Corresponding author).


z.hazratismeeh@iauctb.ac.ir

 0000-0001-6985-0933

Vahid Rashidosh

Assistant Professor, Department of Social Sciences, Faculty of Social Sciences, Communications and Media, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

vah.rashidvash@iauctb.ac.ir

 0000-0002-8310-6411

Abstract

This research aims to investigate the impact of social networks on Iran's cultural diplomacy (problem) using a quantitative research method and analyzing data collected from 155 researcher-made questionnaires (method). In the digital age, social networks have become a key tool for cultural exchange and public diplomacy. This study examines the role of these networks and seeks to answer the question: How and through what mechanisms do social networks influence Iran's cultural diplomacy? The findings indicate that social networks have a significant impact on dimensions such as cultural exchange (0.458), Iran's image (0.342), and international collaborations (0.785). The results suggest that social networks are an effective tool for strengthening Iran's cultural diplomacy but require smart strategies, such as producing engaging content and utilizing modern technologies. These outcomes include providing more opportunities for dialogue and interaction, facilitating cultural communication, enhancing Iran's image, cultural exchange, privacy protection, content management, collaboration and engagement, and evaluation and feedback. These findings demonstrate that social networks can serve as an effective tool in formulating and implementing cultural policies (findings and results).


Keywords: Social Networks, Cultural Diplomacy, Digital Resistance, Soft Power, Ira.

An efficient management model for social unrest based on the role of social capital in Kerman city: Practical application of Jihad of Explanation based on the instructions of the Supreme Leader in solving social problems

Alireza Sanatkah

Department of sociology, Kerman Branch, Islamic Azad University, Kerman, Iran
(Corresponding author).


asanatkah@yahoo.com

 0000-0002-6663-7317

Monevar Mansouri

director of high school, Education and Training district 2, Kerman, Iran.

monevarmansouri@gmail.com

 0009-0005-0902-7159

Abstract

Social unrest occurs for various reasons in every country. The aim of the study is to investigate the semantic understanding and interpretation of crisis management students and relevant officials in order to develop a data-based model of social unrest management with a focus on the role of social capital. The present study is applied in terms of purpose, descriptive in terms of method, and qualitative research based on the data-based method in terms of study type. The participants in the study are 20 master's students of crisis management at Kerman Azad University and 5 people from the crisis management authorities of Kerman province. The sampling method is purposive. A semi-structured interview was used as a data collection tool. To achieve the reliability criterion, three methods were used: control or validation by members, analytical comparisons, and the use of audit techniques. The findings show that important factors in the emergence of social unrest include social capital, economic efficiency, and government accountability, with contextual factors such as a sense of relative deprivation and practical commitment to Islam, and intervening factors such as participatory infrastructure and hope for the future playing a role. Also, Jihad of explanation is introduced as the main strategy and economic and social crises are introduced as the consequences of social unrest. Conclusion Jihad of explanation, with a revolutionary and jihadi management approach and utilizing doctrinal, scientific, and practical capabilities, can strengthen social capital and be utilized as an important tool in managing social unrest and disturbances.


Keywords: Social capital, Jihad of explanation, Social crises, Revolutionary-Jihadist management approach, Sayyed Ali Khamenei, Kerman.

The impact of Afghan migration on Iran's social, cultural and environmental security: (Regarding Article 86 of the Seventh Development Plan)

Elaheh Sadeghi

Assistant Professor Department of Political Science, Tarbiat Modares University, Tehran, Iran (Corresponding author).


E-sadeghi@modares.ac.ir

 0009-0003-9208-8854

Mohammad moein Taheri

Master's student of Political Science, Tarbiat Modares University, Tehran, Iran.

Moein.taheri@modares.ac.ir

 0009-0001-8534-5045

Abstract


The migration of Afghan citizens is one of the issues that is closely related to Iran's security and political system. Iran, as one of the most important migration destinations for Afghan citizens, has witnessed their legal and illegal entry due to religious, linguistic, and cultural affinities. In recent years, despite policies such as visa issuance and the approval of Article 86 of the Seventh Development Plan, this trend has increased and has had significant impacts on Iran's social, cultural, and environmental security(subject). Therefore, the resaerch waz written with the aim of achieving the effects of the migration of Afghan nationals had on Iran's social, cultural, and environmental security(purpose). To investigate this issue, the Delphi method and Shannon technique were used and the views of 10 experts in the field of social sciences were collected(Method). The results show that the most important impact of Afghan immigration on Iran's security is from the "environmental" category with an average of 0.04351, followed by the "cultural" category with an average of 0.04322 and "social" with an average of 0.03873. Also, from the perspective of experts, population growth, marginalization, and increased crime with an average of 0.04386 are the three most important impacts that Afghan immigration has had on Iran's security. (Result)

Keywords: Immigration, Afghan nationals, Article 86 of the Seventh Development Plan, Security, Social, cultural, Environmental, Iran.

An Analysis of the Relationship between Religion, Culture, and Society from the Perspective of Islamic Revolution Thinkers; Implications for Optimal Governance

Mohammad Soheilsarv

Assistant Professor, Faculty of Social Sciences, University of Tehran, Tehran, Iran.
soheilsarv.moham@ut.ac.ir

 0000-0001-8003-550

Abstract

Religion, culture, and society are three central categories in theoretical and practical studies of governance. These three concepts are very close to each other in the field of implementation. This research aimed to examine the triple relationship between religion, culture, and society with an emphasis on the thoughts of Islamic Revolution thinkers in order to provide a model for optimal governance in religious societies. If the exact relationship between these categories is not determined, the field of optimal religious governance will face challenges and there will be an overlap between these cases. This research was conducted using a qualitative method and the information was collected in the form of documents. The texts of Islamic Revolution thinkers and Western theories were examined with an interpretative-critical approach, and the data were analyzed using three-stage coding (open, axial, selective). The findings of this research indicate that the relationship between these three categories in the perspective of the thinkers of the Islamic Revolution is dialectical and multi-level, not reductionist (unlike Marxist or positivist approaches); therefore, in the implications of governance, the multidimensionality of these categories and their overlapping relationships should be taken into account. Also, religion as an independent variable has both a culture-forming role (creating religious patterns) and a culture-destroying role (reforming incompatible patterns). In desirable governance, culture acts as a context and society as the scene of interaction between the two. This article concludes that culture is the context of the main movement of society and religion is the content and nourishment of culture, which should show their dialectical relationships in governance through a clear passage.


Keywords: Relationship between religion and culture, Desirable governance, Dialectical relationships.

Identity Components Governing the Ideal Woman Model in Ayatollah Khamenei's Thought

Malihe Hajjhasan

Ph.D student in Political Studies of the Islamic Revolution, Shahed University, Tehran, Iran.


malihehajjhasn@gmail.com

 0009-0003-4084-7580

Mahdi Naderi

Associate Professor, Department of Political Science, School of Law and Political Science, Shiraz University, Shiraz, Iran (Corresponding author).

mahdinaderi35@gmail.com

 0000-0002-8336-0110

Abstract

Theoretical approaches to women's issues often seek to present ideal models of women's identity to guide policymaking and programming related to women at the family and societal levels. The discourse of the Islamic Revolution has also presented a specific image of the ideal woman that, both in theory and practice, is in contrast to the liberal and traditional women's models in Iranian society. Considering the importance of this issue, this paper, focusing on the role of Ayatollah Khamenei as the leader and ideologue of the Islamic Revolution, employs a network content analysis method using the MAXQDA software to answer the following main question: "What are the identity components governing the ideal woman model in Ayatollah Khamenei's thought?" The findings of the research emphasize that Ayatollah Khamenei's view of women is based on an evolutionary and future-oriented process. On the one hand, through social and cultural planning and direction, women's society must experience a process of evolution and improvement; on the other hand, the ideal model of the Islamic Revolution's discourse [The Third Woman's Paradigm] has the power to challenge rival models - the liberal and traditional models. The practical experience of the Islamic Revolution in women's issues indicates that Muslim women, while preserving their roles as mothers and wives, can play a sublime role in scientific, social, cultural, political, and sports arenas with dignity and honor.


Keywords: Women's identity, The Third Woman's Paradigm, Discourse Analysis, Ayatollah Khamenei.

Social and Cultural Strategies of the University towards Children and Adolescents: A Study of Iranian Legal Documents

Maryam Shaban

Member of the Faculty of Social Studies, Institute for Cultural and Social Studies of the Ministry of Science, Research and Technology, Tehran, Iran.

shaban@iscs.ac.ir

 0000-0001-6274-3684

Abstract

The present study "Social and Cultural Strategies of the University towards Children and Adolescents: A Study of Iranian Legal Documents" was conducted with the aim of identifying the university's social and cultural strategies towards children and adolescents in Iran.

The present research method is qualitative and, with a document analysis research design, attempts were made to search, review, select, and analyze relevant documents. The analyses show that the comprehensive action plan is the most important document in relation to the subject of the present study.

The results show that the university institution in Iran has few strategies that are directly and indirectly defined to take measures for children and adolescents. The analysis of the aforementioned strategies indicates the very important role of the university and academic elites in the field of children and adolescents; because the aforementioned stratum does not have the ability to act, agency, and independent awareness compared to other strata and needs a representative and proxy activist on their behalf, activists who, with awareness and self-expression, can fulfill their public responsibility towards children and adolescents and also demand the contribution of society. Therefore, it is necessary for the university institution to pay more attention to the university's connection with society in the field of children and adolescents and to adopt codified programs and policies in relation to the aforementioned group.

Keywords: University social and cultural strategies, Children and adolescents, Children's rights, Comprehensive action plan, Academic elites.

Proposing a model of university professors' role in educating youth for the realization of the new Islamic civilization

Mohammad Majidpour khoei

Assistant professor, Department of Islamic Education, Farhangian University, Tehran, Iran (Corresponding author).

M.majidpour@cfu.ac.ir

 0009-0001-6431-4741

Moein Tarighi

Teacher, Tehran, Iran.


Moein.garmini@gmail.com

 0009-0009-8301-4776

Fatemeh Effati-Daryani

Instructor, Midwifery department, nursing and midwifery faculty, Urmia university of medical sciences, Urmia, Iran.

Effati.f@umsu.ac.ir

 0000-0003-4963-0356

Abstract

In the current context, the need to cultivate capable, committed, and civilization-building youth as the primary assets of the Islamic Revolution represents a key concern of the educational system. Given the existing weaknesses in university educational models (including excessive focus on theoretical instruction and relative neglect of moral and identity dimensions), this study presents a model for the role of university professors in educating youth toward realizing a new Islamic civilization based on the foundations of the Second Step Revolution Statement. The Second Step Revolution Statement, as a strategic document, emphasizes the importance of training committed and specialized human resources, with universities playing a pivotal role as centers for nurturing such youth. In this regard, professors serve as influential scientific and ethical role models. This research employs a systematic review method with purposeful sampling, collecting and analyzing credible sources (including scholarly articles, policy documents, and related books) from domestic and international databases (such as Noormags, SID, and Science Direct) using keywords including: professors' role, youth education, new Islamic civilization, and Second Step Revolution Statement. Findings indicate university professors play six influential roles: exemplary modeling, guidance, knowledge enhancement, identity formation, responsibility cultivation, and digital education. However, challenges such as reduced professor-student interaction, weak professor motivation systems, and cultural barriers require solutions including: restructuring professor evaluation systems, strengthening their educational skills, and utilizing university cultural capacities. This study emphasizes that realizing a new Islamic civilization cannot be achieved without redefining professors' roles in comprehensive youth education.


Keywords: Youth, university professors, educational role, Modern Islamic civilization, The second step of the revolution, Identity formation.

A conceptual model of the impact of environmental activities on loyalty to national brands, with an emphasis on the investment in production

Mahtab Sabeti Ravesh

M.Sc student, Department of Industrial Engineering and Management, Shahrood University of Technology, Shahrood, Iran.


mahtabsabeti92@gmail.com

 0000-0002-1946-9410

Seyed Mohammad Hassan Hosseini

Associate Professor, Department of Industrial Engineering and Management, Shahrood University of Technology, Shahrood, Iran (Corresponding author).


sh.hosseini@shahroodut.ac.ir

 0000-0002-6164-3179

Saeid Aibaghi Esfahani

Assistant Professor, Department of Industrial Engineering and Management, Shahrood University of Technology, Shahrood, Iran.


s.aibaghi@shahroodut.ac.ir

 0000-0001-6254-0043

Mohsen Lotfi

Assistant Professor, Department of Industrial Engineering and Management, Shahrood University of Technology, Shahrood, Iran.

mohsenlotfi@shahroodut.ac.ir

 0000-0003-3015-576X

Abstract

In the current situation, where the year's slogan is "Investment for Production", the role of customer loyalty as a factor for the growth of domestic production has become more highlighted than ever. However, various factors can help increase loyalty to national brands. This paper aims to examine the effect of environmental activities on loyalty to national brands, which can provide the basis for strengthening investment in domestic production. The present research method is also a descriptive-survey method conducted using the structural equation approach, and Smart PLS 3 software was used to test the hypotheses. The available sampling method was used to collect the required data, and customers who used the products of four domestic manufacturing companies in the form of a national brand within one year were considered the statistical population. The results show a positive and significant relationship between the environmental activities of domestic manufacturing companies and loyalty to national brands. According to another part of the research results, green transparency activities will strengthen loyalty to national brands and provide the basis for increasing investment in production.


Keywords: Brand loyalty, Social marketing, Environmental activities, Investment in production.

Innovative Population Policy Tools: Simulating the Impact of Fertility Preference Changes on Total Fertility Rate Using Computational Social Science Approaches

Nasibe Esmaeili

Assistant Professor, Department of Demography, Faculty of Social Sciences, University of Tehran, Tehran, Iran.


Nasibeh.esmaeli@ut.ac.ir

 0000-0003-4078-0198

Hajieh Bibi Razeghi Nasrabad

Associate Professor of Demography, Faculty of Social Sciences, Tehran university, Tehran, Iran (Corresponding author).

hrazeghi@ut.ac.ir

 0000-0002-0990-9689

Abstract

In this study, using the approach of computational social science, the impact of fertility preferences as a key factor on the fertility behavior is examined. Understanding the relationship between preferences and fertility behavior can play a significant role in formulating effective policies to increase fertility rates. The main objective of the research is to analyze and predict the relationship between changes in women's desired number of children and their fertility behavior in Tehran Province. In this regard, the agent-based modeling- ABM method is employed as a key technique in data analysis within the field of computational social science, allowing data from a ten-year period (period (2020–2029) in Tehran province to be analyzed and forecasted. Different scenarios were designed using the AnyLogic software, and their effects on the Total Fertility Rate (TFR) were systematically evaluated. In the first scenario, reducing women's fertility preferences from 2.5 children to 2 children, the TFR is projected to decrease from 1.3 in 2021 to 1.04 in 2028. In the second scenario, increasing the desired number of children to 4 leads to a slight rise in the TFR, reaching approximately 1.08 children by 2028. The simulation results indicate a significant impact of changes in fertility preferences on the overall fertility trend. In computational social science, the purpose of simulating human and behavioral systems is to understand and extract the trends in behavioral-social patterns, rather than providing precise numerical predictions. This approach can be effective in forecasting demographic changes and evaluating the impact of population policies.

Keywords: Planning, Computational Social Sciences, Fertility Preferences, Population Policy Making, Agent-Based Modeling - ABM.

Contents

- **Innovative Population Policy Tools: Simulating the Impact of Fertility Preference Changes on Total Fertility Rate Using Computational Social Science Approaches..... 699**
Nasibe Esmaeili and Hajieh Bibi Razeghi Nasrabad
- **A conceptual model of the impact of environmental activities on loyalty to national brands, with an emphasis on the investment in production..... 733**
Mahtab Sabeti Ravesh, Seyed Mohammad Hassan Hosseini, Saeid Aibaghi Esfahani and Mohsen Lotfi
- **Proposing a model of university professors' role in educating youth for the realization of the new Islamic civilization..... 767**
Mohammad Majidpour khoei, Moein Tarighi and Fatemeh Effati-Daryani
- **Social and Cultural Strategies of the University towards Children and Adolescents: A Study of Iranian Legal Documents 809**
Maryam Shaban
- **Identity Components Governing the Ideal Woman Model in Ayatollah Khamenei's Thought 837**
Malihe Hajihasan and Mahdi Naderi
- **An Analysis of the Relationship between Religion, Culture, and Society from the Perspective of Islamic Revolution Thinkers; Implications for Optimal Governance 875**
Mohammad Soheilsarv
- **The impact of Afghan migration on Iran's social, cultural and environmental security: (Regarding Article 86 of the Seventh Development Plan) 909**
Elaheh Sadeghi and Mohammad moein Taheri
- **An efficient management model for social unrest based on the role of social capital in Kerman city: Practical application of Jihad of Explanation based on the instructions of the Supreme Leader in solving social problems 945**
Alireza Sanatkah and Monevar Mansouri
- **The Impact of Social Networks on Iran's Cultural Diplomacy .989**
Tahereh Jahanparvar, Zahra Hazrati Soomeh and Vahid Rashidosh
- **Futuristic Study of Fashion Research: Integrating Material Culture and Social Awareness - A Case Study of Aran Bidgol City 1027**
Mohsan Niazi, Somayeh Aranandashti Arani, Fatemeh Khoshbayani Arani and Mohammad Khorasani



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 57

Vol. 14 - No. 3 - Issue. 57 - Autumn 2025

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

Members of the international Editorial board

Dr. Talal Etrisi

*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