

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



فصلنامه علمی

مطالعات راهبردی ارتباطات

سال سوم، شماره پیاپی ۷، بهار ۱۴۰۲



فصلنامه علمی
مطالعات راهبردی ارتباطات

شاپا: ۹۷۸۸-۲۸۲۰

سال سوم، شماره پیاپی ۷، بهار ۱۴۰۲
صاحب امتیاز: دانشگاه سوره

مدیر مسئول: دکتر محمدحسین ساعی
سر دبیر: دکتر باقر ساروخانی
ناشر: دانشگاه سوره

هیأت تحریریه:

عباس اسدی	محسن نیازی	باقر ساروخانی
داوود نعمتی انارکی	سید اسماعیل هاشمی	محمد میرزایی
امیدعلی مسعودی	سیروس احمدی	حسین بهروان
جعفر حسین پور	کرامت الله راسخ	حبیب الله احمدی
سپاوش صلواتیان	اردشیر زابلی زاده	محمود شارع پور

هیأت تحریریه بین المللی:

یحیی کمالی پور

اعضای مشورتی هیأت تحریریه: شهلا کاظمی پور ثابت و یوسف خجیر

داوران این شماره:

دکتر آمنة بختیاری	دکتر محمد مهدی لیبی	دکتر شهلا کاظمی پور
دکتر علی رضا قربانی	دکتر غلامرضا آذری	دکتر امیدعلی مسعودی
دکتر حمید مسعودی	دکتر محمدعلی طالبی	دکتر یوسف خجیر
دکتر رامتین شهبازی	دکتر بهاره نصیری	دکتر مرضیه رونقی

مدیر داخلی: دکتر مریم فخری

دبیر اجرایی و مدیر هنری: وحید روزبهانی
آماده سازی، چاپ و انتشار: انتشارات دانشگاه سوره، زیر نظر و. روزبهانی
نستعلیق «بسم الله...»: برگرفته از سوره حمد به خط میرعماد حسینی

فصلنامه علمی مطالعات راهبردی ارتباطات در ویرایش مقالات آزاد است.
مسئولیت مطالب و تصاویر درج شده به عهده نویسندگان مقالات است.
استفاده از مطالب و تصاویر منتشر شده در نشریه، تنها با درج و ارجاع صحیح مجاز است.

بها: ۲۰۰۰۰۰ ریال

نشانی: تهران، خیابان آزادی، بین آذربایجان و خوش، نبش کوچه کامیاران، پلاک ۲۵۲
تلفن: ۸۸۹۳۰۵۴۷ نمابر: ۶۶۸۷۹۲۹۳
رایانامه: sa.ertebatat@gmail.com



دانشگاه سوره



انجمن جامعه‌شناسی ایران

این فصلنامه حاصل همکاری علمی
مشترک «دانشگاه سوره» و
«انجمن جامعه‌شناسی» ایران است.

صفحه

عنوان

- ۶

□

پیام سردبیر

دکتر باقر ساروخانی
- ۷-۱۸

□

تحلیلی بر رابطه هویت جنسیتی جوانان با استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی

مرضیه امیربیک، محمود بابایی
- ۱۹-۳۲

□

الگوی مطلوب اثرگذاری رسانه‌های جمعی بر توسعه صنعت نفت و گاز در استان بوشهر

امیدعلی مسعودی، زهره عرب
- ۳۳-۵۰

□

تحلیل جامعه شناختی افول ارتباطات درون خانوادگی و بازگشت به اعتیاد (شهرگران سال ۱۴۰۰-۱۴۰۱)

حمیدرضا یزدانی، باقر ساروخانی، منصور وثوقی
- ۵۱-۶۳

□

کنکاشی در پایین بودن فرهنگ کار در بین جوانان - در جستجوی یک نظریه

همایون مرادنژادی
- ۶۵-۷۶

□

فرهنگ همسرگزینی با تأکید بر روند تحول معیارهای گزینش همسر (مطالعه موردی دانشجو معلمان دانشگاه فرهنگیان پردیس خاوران فاطمه زهرا^(س))

مرضیه رونقی
- ۷۷-۹۳

□

نقش مصرف رسانه‌ای و پایگاه اقتصادی - اجتماعی در نگرش کارکنان ادارات به میزان شیوع فرهنگ فساد اداری

اصغر میرفردی، سید عبدالمهدی حسینی

پیام سردبیر

دکتر باقر ساروخانی

به نام خدا

باز سپاسگزار خداوند و بندگان فرزانه‌اش هستیم. با یاری یکی و استقبال علاقمندان فصلنامه بزبور چاپی دیگر و انتشار اندیشه‌ها و دستاوردهای دیگر نائل آمد. طبق روال ناچار و به حسب ضیغ نشریه یکی از مقالات را به تحلیل می‌نشینیم؛ سخن از انسجام خانواده و گرایش به اعتیاد است. هر دو از اهمیت بسیار برخوردار است. یکی باید اعتلاء هرچه بیشتر یابد، دیگری باید هر روز کاهش پذیرد. به ظاهر رابطه متقابلی بدیهی می‌نماید، لیک باید عمق رابطه و گونه‌های اثرگذاری شناخته شود. باید گفت، انسجام خانواده در معرض تهدید مدرنیته قرار دارد، زیرا با طلوع مدرنیته فردیت رواج یابد تا آنجا که شاهد فردیت افراطی^۱ هستیم که همسازی ارتباطات انسانی را در خانواده به هم می‌ریزد. پیدایی فنون دیگر رسانه‌ها نیز بدان افزوده می‌شود. در آن صورت جامعه‌پذیری فرزندان دچار اختلال خواهد شد. تولید مهارت‌های بسیاری نظیر سواد عاطفی، سواد رسانه‌ای به بوته تعلیق نهاده شود و با آن جوان به دلیل فقدان بلوغ اجتماعی به دام اعتیاد می‌افتد. از سویی دیگر نبود خانواده مستحکم که به عنوان پناه عاطفی، اقتصادی و فرهنگی عمل می‌کند، فرد معتادی را که نائل به ترک اعتیاد آمده در حوزه عود یا بازگشت قرار می‌دهد. بسیاری در تلاش «پاکسازی اعتیاد» هستند و در این راه هزینه‌های بسیار صرف می‌کنند، لیک زمانی که معتاد پاک شده از سازمان ترک اعتیاد بیرون می‌آید، تنها و بی‌کس به دوستان معتاد پناه می‌برد و اعتیاد از سر گرفته می‌شود. محقق در سراسر این پژوهش ردیابی فرایند عود را دنبال می‌کند، درمی‌یابد که در فقدان خانواده‌های کارآمد پایدار، منسجم، چگونه جوان مجدد به دام اعتیاد سقوط می‌کند.

توفیق یک یک محققان فرزانه را از خداوند متعال آرزو مندیم.

تحلیلی بر رابطه هویت جنسیتی جوانان با استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی

مرضیه امیربیک^۱، محمود بابایی^۲

دریافت: ۲۵ اردیبهشت ۱۴۰۱، پذیرش: ۲۲ تیر ۱۴۰۱

DIO: 10.22034/RCC.2022.253925

چکیده

زمینه و هدف: اینترنت به عنوان یک فناوری نوین ارتباطی باعث تحولات پیچیده و سریع در روابط انسانی و الگوهای ارتباطی شده است و تأثیر شگرفی بر ساختارهای اجتماعی و فرهنگی جوامع کنونی دارد. با توجه به گسترش شبکه‌های اجتماعی مجازی در بین جوانان من جمله فیس بوک، این تحقیق بر آن است که به ارائه تحلیل از رابطه این شبکه‌ها بر هویت جنسیتی جوانان، بپردازد.

روش: پژوهش حاضر با رویکرد کمی و از نوع پیمایشی است و داده‌های مورد نیاز از نمونه ۲۴۸ نفری جمعیت آماری دانشجویان دانشگاه آزاد مشهد و از طریق نمونه‌گیری طبقه‌ای جمع‌آوری شده است.

یافته‌ها: یافته‌های این بررسی نشان می‌دهد رابطه مثبتی بین بازتاب طرح‌واره‌های جنسیتی در شبکه‌های اجتماعی مجازی و هویت جنسیتی در زنان و مردان وجود دارد. همچنین رابطه مثبت و معنادار بین جامعه‌پذیری جنسیتی در رسانه اجتماعی مجازی از طریق بازنمایی از نقش‌های جنسیتی و هویت جنسیتی گروه زنان را نشان می‌دهد در حالیکه در مورد گروه مردان رابطه معناداری حاصل نشده است. سایر نتایج نشان می‌دهد، هرچه میزان فعالیت در رسانه‌های اجتماعی مجازی افزایش یابد، میزان پذیرش و تعلق به هویت جنسیتی زنانگی کاهش می‌یابد، اما این رابطه در مورد مردان وجود ندارد.

واژگان کلیدی: شبکه‌های اجتماعی مجازی، هویت جنسیتی، طرح‌واره‌های جنسیتی، جامعه‌پذیری جنسیتی.

۱. دانشجوی دوره دکتری، جامعه‌شناسی بررسی مسائل اجتماعی ایران، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات و مربی دانشگاه غیرانتفاعی آرمان رضوی، مشهد، ایران. (نویسنده مسئول)
Email: marzieh.amirbeik@yahoo.com

۲. استادیار، پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران، تهران، ایران.
Email: babaie@irandoc.ac.ir

مقدمه و طرح مسئله

هویت^۱ یکی از موضوعاتی است که در دهه‌های اخیر ذهن اندیشمندان علوم اجتماعی به آن معطوف شده است. یکی از مهم‌ترین ابعاد زندگی انسان‌ها شکل‌گیری هویت است که چگونه بودن را در خصوص نقش‌های اجتماعی به فرد القا می‌کند و مجموعه‌ای از معانی را برای فرد ایجاد می‌کند که مرجع چستی و کیستی وی را تشکیل می‌دهد. هویت ابعاد و انواع گوناگونی دارد که هویت جنسیتی^۲ یکی از مهم‌ترین آن‌ها است.

در تمامی جوامع بشری، یکی از مهم‌ترین ملاک‌های اجتماعی و فرهنگی برای دسته‌بندی افراد جامعه، جنسیت^۳ است. به عقیده بسیاری از جامعه‌شناسان، جنسیت ویژگی مهمی است که به طور اساسی تعیین‌کننده ادراکات، نگرش‌ها، رفتارها و منزلت افراد در جامعه بوده و خود نیز به شدت تحت تأثیر یادگیری اجتماعی و فرهنگی شکل می‌گیرد. (گرت، ۱۳۸۲: ۱۲). جنسیت هر فرد یکی از منابع بسیار مهم است که باعث ایجاد شناخت فرد از خود می‌شود. بر اساس این مقوله اجتماعی، جمعیت انسانی به دو گروه زنان و مردان تقسیم می‌شود. پسر یا دختر بودن، پیامدهای بسیار مهمی در اغلب جنبه‌های زندگی فرد به شمار می‌آید، از انتظاراتی که دیگران از او دارند تا رفتار اطرافیان با او و رفتار خودش با دیگران را شامل می‌شود. (همان: ۲۵)

در شکل‌گیری هویت جنسیتی، عوامل گوناگونی نقش دارند در واقع افراد از منابع گوناگونی در شکل‌گیری هویت جنسیتی مانند خانواده، دوستان، مدرسه، کتاب، فیلم و... رفتار جنسیتی زنانه و مردانه را می‌آموزند که در این راستا نظام آموزشی و رسانه‌های جمعی در وادار ساختن مردم و نهادینه کردن الگوهای رفتار جنسیتی در افراد نقش اساسی دارند. (احمدی، ۱۳۸۹: ۷) اهمیت مسائلی چون بحران هویت جنسیتی به‌ویژه در حیطه دختران و پسران در سال‌های اخیر صاحب نظران عرصه‌های روان‌شناسی و جامعه‌شناسی را به خود مشغول داشته است.

تحولات دهه‌های اخیر در زمینه‌های فرهنگی و ساختاری به‌ویژه نوگرایی و پیشرفت فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی در عرصه جهانی به بحران هویت و تعارض در منابع هویت ساز منجر شده است. با گسترش فرایند جهانی شدن روز به روز قلمرو روابط زندگی اجتماعی گسترده‌تر و

دنیای اجتماعی افراد بزرگ‌تر و احساس کنترل‌ناپذیر شدن چنین دنیایی را در افراد به وجود می‌آورد به‌ویژه شبکه جهانی اینترنت، با دگرگونی در مفاهیم زمان و مکان و تغییر در اشکال نوین ارتباطی و ایجاد مراجع نوین هویت، موجب پیدایش ذهنیت‌های ناپایدار و هویت‌های تازه شده است. (حبی، فتحی و محمدبخش، ۱۳۸۹: ۱۲۱-۱۰۱)

ما امروزه شاهد تغییرات بسیاری در رفتارها و الگوهای جوانان مانند تغییر در انتظارات و خواسته‌ها، سرباززدن از انجام نقش‌های متعلق به جنسیت‌شان و کاهش منزلت بعضی از این نقش‌ها مثل انجام نقش‌هایی که زنانه قلمداد می‌شود مانند خانه داری یا نقش مادری و...، توجه زیاد به مد و آرایش در میان دختران و پسران، مقابله با الگوهای سنتی، حضور در عرصه‌های اجتماعی، نارضایتی از جنسیت و کاهش میزان تعهد و رضایت افراد از جنسیت‌شان و از سویی دیگر عضویت و فعالیت بسیاری از آنان در شبکه‌های اجتماعی مجازی را شاهدیم.

بنابراین این موضوع می‌تواند برگرفته از این زمینه کلی باشد که گسترش روز افزون رسانه‌های اجتماعی سایبری، قابلیت این رسانه‌ها، انتشار اطلاعات و آگاهی و ارتباط با افراد بسیاری از سراسر دنیا باعث شده در جوانان گرایش بسیاری نسبت به فعالیت در این شبکه‌های اجتماعی ایجاد شود. این شبکه‌ها تأثیر بسزایی بر نگرش‌ها، رفتارهای جوانان و فرایند اجتماعی شدن آنها به دنبال دارد که باعث ایجاد تغییراتی در نگرش آنان نسبت به هویت‌شان شده است.

از جمله مطالعات صورت گرفته در این حیطه میتوان به پژوهش‌های سفیری و محمدی (۱۳۸۴) که در ارتباط با هویت جنسیتی مادران و دختران پرداخته و به مسئله شکاف نسل‌ها در این پژوهش تأکید دارد و یا پژوهش قاراخانی (۱۳۸۶) که در زمینه هویت جنسیتی دختران و نگرش آنها به ارزش‌های زنانه، صورت گرفته است، همچنین می‌توان به مطالعات احمدی (۱۳۸۹) اشاره نمود که در زمینه تأثیرات وسایل ارتباطی نوین بر هویت جنسیتی جوانان پرداخته است اشاره نمود. قاراخانی (۱۳۸۶) در پژوهشی با عنوان هویت جنسیتی دختران و نگرش آنان به ارزش‌های زنانه و رابطه آن با پایگاه اجتماعی اقتصادی را مورد مطالعه قرار داد. نتایج این پژوهش به وجود تنوعی از هویت‌های زنانه در میان دختران دانش آموز شهر تهران، برخی اختلافات

به هویت‌یابی فرد و حل بحران‌ها و ناسازگاری‌های هویتی عمل کرده است.

در مورد هویت جنسیتی تاکنون مطالعات چندی صورت گرفته است که در بالا اشاره شد، و داده‌های موجود به بسیاری از سؤالات در زمینه این نوع هویت، پاسخ نداده‌اند. مطالعات صورت گرفته تاکنون به بررسی رابطه عوامل اجتماعی و فرهنگی از جمله تبعیض جنسی در خانواده، هرم قدرت در خانواده، نظر فرد نسبت به جایگاه زن در اجتماع و خانواده، پایگاه اجتماعی اقتصادی خانواده و رابطه آن با هویت جنسیتی پرداخته شده است اما به بسیاری از جنبه‌ها تاکنون پرداخته نشده و سؤالات بسیاری را بدون پاسخ گذاشته است از جمله آن تأثیر فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی نوین مانند رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی سایبری^۴ که این روزها کاربران بسیاری را به‌ویژه از میان قشر جوانان به خود اختصاص داده است.

در زمینه تأثیر این رسانه‌ها بر هویت جنسیتی جوانان، به‌ویژه با توجه به تأثیری که این رسانه‌های نوین اجتماعی در تولید و نهادینه کردن ارزش‌ها و هنجارها جدید در افراد دارد، هویت آنان در معرض این شبکه‌ها دستخوش تغییرات بسیاری می‌شود، که خود نشان دهنده اهمیت مطالعه در این زمینه می‌باشد.

در این پژوهش به دنبال پاسخ به این پرسش هستیم که رسانه‌های نوین مانند شبکه‌های اجتماعی مجازی (فیسبوک)، میزان فعالیت و میزان ارتباط در آن تا چه میزان بر هویت جنسیتی جوانان تأثیر دارد؟ برای بررسی این موضوع ابتدا به تعریف هویت، هویت جنسیتی و جامعه‌پذیری جنسیتی در رسانه‌های اجتماعی مجازی از طریق بازنمایی از نقش‌های جنسیتی^۵ پرداخته سپس به تعریف و بررسی شبکه‌های اجتماعی مجازی، فرصت‌ها و قابلیت‌های آن می‌پردازیم.

هویت و هویت جنسیتی

هویت، ساختاری زنده و پویاست که عناصر آن در یکدیگر تأثیر دارند از جمله این عناصر جنسیت است. هویت جنسیتی را به عنوان معنای مردانگی یا زنانگی تعریف می‌کنند (کارلسون، ۲۰۱۰؛ به نقل از رضادوست و همکاران، ۱۳۹۹: ۴۷). هویت جنسیتی تجربه شخصی از خود در مقام مرد یا زن بودن است، چنانچه اگر از یک

را در زمینه نگرش به ارزش‌های زنانه نشان می‌دهد. بر این اساس دختران متعلق به پایگاه اجتماعی اقتصادی بالاتر پایبندی کمتری به ارزش‌های زنانه دارند در حالی که پایبندی دختران متعلق به پایگاه اجتماعی اقتصادی پایین‌تر به ارزش‌های زنانه بیشتر است. قائمی‌فر و حمایت‌خواه جهرمی (۱۳۸۸) در تحقیقی با عنوان تأثیرات عوامل خانوادگی بر شکل‌گیری هویت جنسیتی دختران دانشگاه جهرم را مورد بررسی قرار دادند. یافته‌های این تحقیق نشان از همبستگی میان متغیرهای تبعیض جنسیتی، تقسیم کار در خانواده، هرم قدرت در خانواده و پایگاه اجتماعی اقتصادی با متغیر هویت جنسیتی (سنتی/ مدرن) دارد. بدین ترتیب هرچه تبعیض جنسیتی شدیدتر، تقسیم کار جنسیتی در خانواده سنتی‌تر، هرم قدرت در خانواده سنتی‌تر و پایگاه اجتماعی اقتصادی پایین‌تر است و هویت دختران به صورت سنتی‌تر شکل می‌گیرد. همچنین نتایج این پژوهش نشان دهنده همبستگی میان متغیر سن و هویت است، یعنی افراد مسن‌تر دارای هویت سنتی‌تر از افراد جوان‌تر می‌باشند. محل سکونت نیز در شکل‌گیری این هویت تأثیر داشته است. حسین احمدی (۱۳۸۸) در تحقیق خود با عنوان اجتماع مجازی و ناسازگاری هویتی (فرصت‌ها و تهدیدها) به ظهور دنیای مجازی و گسترش عضویت در این گروه‌ها و مسئله ناسازگاری هویتی پرداخته است. روش وی در این پژوهش روش کتابخانه‌ای است که ضمن مرور بر تعاریف و گونه‌شناسی هویت و اجتماع مجازی تلاش کرده نسبت بین این دو پدیده را مشخص کند. ایمان و حائری (۱۳۹۱) در پژوهش خود با عنوان بررسی عوامل اجتماعی، فرهنگی مرتبط با هویت جنسیتی دختران جوان؛ نشان می‌دهند بین میزان علاقه فرد به خانواده، نظر فرد نسبت به جایگاه زنان در اجتماع و خانواده، علاقه به دوستان، اعتماد به رسانه‌های داخلی و هویت جنسیتی آنان رابطه معناداری وجود دارد. این تحقیق ترکیبی از نظریات فمینیست‌ها، جنکینز و تاجفل است یافته‌های پژوهشی مبنی بر آن است که تحقیقات موجود در دو دیدگاه متناقض در زمینه تأثیر عضویت در اجتماع مجازی بر ناسازگاری هویت نشان‌دهنده آن است که عده‌ای مخالف تأثیر و عده‌ای موافق تأثیر فضای مجازی و ناسازگاری هویت هستند. عده‌ای از محققان با نگرش مثبت به شکل‌گیری و گسترش اجتماعات مجازی به این نتیجه رسیده‌اند که عضویت در این فضاها در جهت کمک

مرد یا زن بیرسند چه چیزی سبب تمایز زن از مرد می‌شود به مجموعه‌ای از ویژگی‌ها اشاره می‌کند. (گولومبرگ و فی وش، ۱۳۷۸: ۱۲).

در تعریف دیگر هویت جنسیتی آن بخش از رفتارها و نگرش‌های فرد نسبت به جنسیت خویش است که تحت تأثیر شرایط فرهنگی و اجتماعی شکل می‌گیرد. هویت جنسیتی از طریق تعامل اجتماعی شکل گرفته و از کانال کارگزاران جامعه‌پذیری به افراد منتقل می‌شود و افراد از طریق این هویت به بازتولید ارزش‌ها، نگرش‌ها و رفتارهایی می‌پردازند که محیط اجتماعی برای یک دختر و یک پسر تصویب کرده است. بخش مهمی از شناخت‌های مربوط به ویژگی‌ها و هویت جنسیتی ناشی از عقاید قالبی و کلیشه‌هاست. (رحمتی، ۱۳۷۱: ۱۱).

فضای مجازی^۶

فضای مجازی (Cyberspace) در حقیقت نوعی فرا فضا و فضای ذهن است، فضایی است که همه جا هست اما هیچ کجا نیست، فضایی است که در پرتوی در دسترس قرار دادن اطلاعات وسیع و سریع، به فرد قدرت نمادین بیشتر و امنیت روانی گسترده‌تر می‌بخشد اما در همان حال او را وابسته‌تر، بی قدرت‌تر و مضطرب‌تر از پیش می‌کند. فضای مجازی، فضای سیال و بی حدودی است که به سادگی همیشه در دسترس همگان است اما به همان سادگی که ایجاد می‌شود، از بین رفته و محو می‌شود (کاستلز، ۱۳۸۴: ۱۵۷). ترکل^۷ معتقد است فضای مجازی باعث حذف جسمیت فرد شده و این آزادی موجب تجربیات متعددی می‌شود به طوری که فرد می‌تواند هویت‌ها و موقعیت‌های متفاوتی را تجربه کند که هیچ گاه در جهان واقعی قادر به تجربه آنها نبوده است (ترکل، ۱۹۹۶). فضای مجازی، جهان ذهنی اطلاعات و شبکه‌های الکترونیکی است که به واسطه اینترنت قابل دسترسی است و مرزهای نامحدودی دارد. این فضای مجازی با هدف ایجاد یک جهان کامل در اطراف انسان که به نوعی امکان ورود به حریم خصوصی افراد را فراهم می‌کند، ایجاد شده است.

شبکه‌های اجتماعی مجازی

شبکه‌های اجتماعی مجازی یکی از بسترهای زندگی در عصر اطلاعات است که تعامل در آن آسان‌تر و فارغ‌تر از

محدودیت‌ها و دغدغه‌های فضای واقعی صورت می‌گیرد. در این شبکه‌ها تعامل بین گروه‌های همفکر و دوستان صورت می‌گیرد و از ویژگی‌های تعامل در این شبکه‌های اجتماعی باز بودن و عدم تمرکز است. هایدمان^۸ معتقد است که «شبکه‌های اجتماعی مجازی گونه‌ای از الگوهای تماس هستند که در آنها تعاملات و ارتباطات بین عوامل شبکه‌ای یک پایگاه فنی و زیر ساخت اینترنت مورد پشتیبانی قرار می‌گیرد. در این شبکه‌ها، هدف، علاقه یا نیاز مشترک می‌تواند عنصری پیوند دهنده باشد که باعث می‌شود تا عوامل مرتبط حتی بدون حضور فیزیکی احساس کنند که در یک اجتماع و جمع حقیقی قرار گرفته‌اند.» (هایدمان، ۲۰۱۰: ۲). شبکه‌های اجتماعی مجازی رسانه‌ای هستند که امور تولید، توزیع ویدئو، صدا، متن در آن توسط کاربران انجام میشود و در محیط اجتماعی منتشر و بین کاربران به اشتراک گذاشته می‌شود.

فضای مجازی و هویت

اینترنت دارای قابلیتی است که به واسطه آن افراد می‌توانند خودهای جدیدی را در دنیاها جدید بسازند. این امور ممکن است در دنیای مادی اصلاً وجود خارجی نداشته باشند یا فرد به زعم خودش قادر به دستیابی به آن نباشد. این‌ها استفاده از فضای مجازی را برای کاربران جذاب‌تر می‌کند. بدین ترتیب، فضای مجازی به مکانی برای معرفی و نمایش شخصیت فرد تبدیل میشود. البته قضیه به همین جا ختم نمی‌شود؛ زیرا امکان دارد که تصویر ارائه شده از سوی یک فرد در فضای مجازی، توسط دیگران به صورت‌هایی غیر از شکل مورد نظر وی تفسیر شود. (اسلوین، ۱۸۱: ۱۸۸۲) حتی امکان معرفی خود در سایت‌های مختلف به صورتهای گوناگون وجود دارد. به طوری که افراد بتوانند در جریان ارتباط‌گیری، «هویت الکترونیک چندگانه‌ای» را برای خود بسازند و هر بار خود را به یک صورت نشان دهند. تلویزیون و سایر رسانه‌ها فاقد این ویژگی خاص فضای مجازی‌اند. در مجموع، هویت اینترنتی یا هویت مجازی با دیدگاههای متعارف درباره هویت جور نیست. دیدگاه‌های متعارف درباره هویت به دنبال کلیشه‌سازی درباره مفهوم هویت و یکپارچه نشان دادن آن هستند و تأثیر کلی آن را بر فرد در نظر می‌گیرند (بل، ۲۰۰۱: ۱۹۱). اما با این اوصاف در فضای مجازی استفاده از چنین تعاریفی برای هویت دشوار می‌شود

رسانه‌های مجازی قرار دارند و متأثر از جریان‌های فکری از سراسر دنیا می‌باشند، بیشتر به سمت هویت جنسیتی مدرن و تغییر نگرش‌ها و نقش‌های جنسیتی خود می‌باشند. بر اساس نظریه کنش متقابل نمادین، می‌توان بیان کرد که رسانه‌های مجازی چارچوب تعاملی جدیدی را در برقراری ارتباطات بین فردی به وجود آورده‌اند و سیر تحولات اخیر در عرصه‌های ساختاری و گسترش نوگرایی در سطح جهانی، سبب تعدد و تنوع و گاه تعارض در منابع شکل‌گیری هویت و در نتیجه تغییرات و یا بحران هویت شده است (ساروخانی و رفعت جاه، ۱۳۸۳). از جمله این تغییرات شکل‌گیری رسانه‌های اجتماعی مجازی است که شرایطی را فراهم ساخته که جوانان امروزی با فعالیت در این شبکه‌ها، هویت خود را بیشتر مورد بازنگری قرار می‌دهند. پیت (۲۰۰۱) معتقد است هویت جنسیتی افراد تحت تأثیر عواملی همچون جهانی شدن و شکل‌گیری فناوری‌های نوین ارتباطی شکل و جهت می‌گیرد (رضادوست و همکاران، ۱۳۹۹: ۴۷). بنابراین فعالیت، میزان و نوع ارتباط در این رسانه‌ها و این شبکه‌های مجازی می‌تواند فرصت‌های جدیدی را برای نمایش هویت‌های جدید و بازنگری آنها در اختیار کاربران خود قرار دهد.

گیدنز هم در نظریات خود در زمینه مدرنیته و بازاندیشی؛ بر این نظر اعتقاد دارد که جهانی شدن موجباتی را فراهم ساخته است که بر اساس آن انسان‌ها خودمختاری نسبی بیشتری را در زندگی اجتماعی خود تجربه می‌کنند که گیدنز از آن با عنوان بازاندیشی یاد می‌کند و وسایل ارتباط جمعی مدرن را ابزارهایی می‌داند که به گسترش هر چه بیشتر مدرنیته و افزایش سطح تعاملات میان فردی و گروهی منتج شده است و گستره این ارتباطات بدون حد و مرز زمانی و مکانی، هویت‌ها را به چالش کشیده است (همان: ۴۵-۴۶).

بر اساس نظریه کلیشه‌سازی که به بازنمایی و تأثیر رسانه‌ها بر شکل‌گیری و شناخت عمومی می‌انجامد می‌توان به بررسی این موضوع پرداخت که بازنمایی از جنسیت و نقش‌های جنسیتی در رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی مجازی تا چه میزان بر هویت جنسیتی کاربران آن‌ها می‌تواند تأثیرگذار باشد. در مناسبات جنسیتی در رسانه‌ها معمولاً مردان به صورت انسان‌هایی مسلط، فعال، مهاجم و مقتدر و زنان به صورت انسان‌هایی تابع، منفعل، تسلیم، احساساتی

و با گسترده‌تر شدن مرزهای هویتی، مرزبندی هویت واقعی و تخیلی در اینترنت مخدوش می‌شود.

به هر حال، اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مجازی محصول درهم شکستگی هستی شناختی و پیچیده‌تر شدن فزاینده تفاوت‌های فردی هستند و با آن سنخیت تام دارند. امروزه حتی اعضای خانواده‌ها و همسایگان نیز به ندرت معنای واحدی از هویت در ذهن دارند. این امر تشخیص اصالت‌ها را روز به روز دشوارتر می‌سازد. آلن تورن به خوبی این شرایط به ظاهر تناقض آمیز انسانی را توصیف کرده است: «ما در سکوت زندگی می‌کنیم، در شلوغی به سر می‌بریم، منزوی هستیم، در دریای خلق گم شده‌ایم» (تورن، ۱۳۸۰: ۲۰۱). از این حیث، هویت مجازی را می‌توان با فرایند اساساً مدرن تشکیل هویت به وسیله خویشستن و رسیدن به فهمی از خود و هویت‌یابی مربوط دانست. فرد در دوره مدرنیته از جا کنده می‌شود و اضطراب‌های وی افزایش پیدا می‌کند. اینترنت نه تنها این وضع را متحول کرد؛ بلکه به آن شدت بخشید. در اینجا ساختار و فردیت به هم می‌رسند و توأم‌اً مهم‌ترین جنبه پست مدرنیستی اینترنت را می‌سازند. امکانات موجود برای انتخاب انواع متفاوت خروجی‌های اینترنت نه تنها فردیت کاربران را تقویت می‌کند؛ بلکه موجب تکثر بیشتر می‌شود. در عین حال، همزمان با افزایش میزان تفاوت‌ها در اثر رشد استفاده عمومی از اینترنت، جهان بینی‌های افراد و اگر اتر میشود (گیبینز و ریمر، ۱۳۸۸: ۷۸) اینترنت شبیه یک بازار ارتباطی است و همین به تکثر هویتی و رشد فردیت کمک می‌کند و اشکال ابراز وجود شخصی را متنوع‌تر می‌کند، اما در عین حال نمی‌توان از این ایراد چشم‌پوشی کرد که وسایل ارتباطی به تدریج نقش فزاینده‌ای در سست کردن انسجام اجتماعات واقعی و ذره‌ای کردن جوامع انسانی دارد. همچنین اینترنت باعث رشد یک فرهنگ شخصی شده و حاصل تخیلات، تصورات و پندارهای فردی است. (معمار و همکاران، ۱۳۹۱: ۱۶۲)

ادبیات نظری تحقیق

با توجه مباحث نظری و پژوهش‌های تجربی که تاکنون صورت گرفته و بر اساس این نکته که تحولات جامعه و فناوری‌های نوین باعث گذر جامعه از سنتی به مدرن شده‌اند، هویت جنسیتی قابل ارزیابی و تحلیل است. می‌توان انتظار داشت افرادی که بیشتر در معرض فناوری‌های نوین همانند

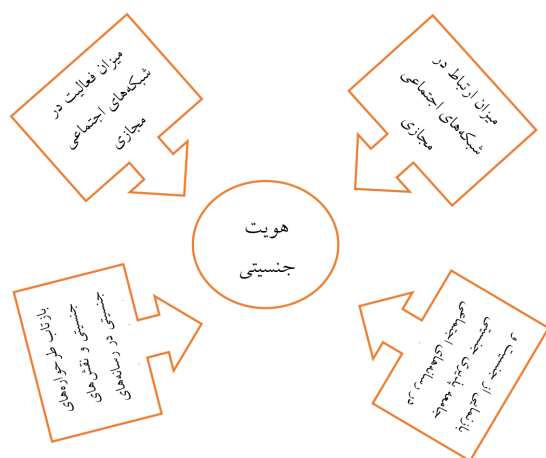
جدول ۱. ادبیات نظری تحقیق (تدوین: نگارنده)

نظریه	گزاره اصلی	متغیر مستقل
کنش متقابل / نمادین / نظریه بازاندیشی گیدنز	جنسیت پدیده‌ای است که به صورت مداوم و پیوسته آموخته و در جریان تعامل و کنش با دیگران ساخته و پرداخته و مورد بازاندیشی می‌شود.	فعالیت و ارتباط در شبکه‌های اجتماعی مجازی
کلیشه سازی	بازنمایی و جامعه‌پذیری توسط رسانه‌ها به شکل‌گیری باورهای عمومی می‌انجامد.	بازنمایی از جنسیت و جامعه‌پذیری جنسیتی در رسانه‌های اجتماعی مجازی
طرح‌واره جنسیتی	نقش‌ها و کلیشه‌های جنسیتی شکل گرفته از طریق فرهنگ و رسانه‌ها بخشی از فرایند تحول هویت جنسیتی است.	بازتاب طرح‌واره‌های جنسیتی و نقش‌های جنسیتی در رسانه‌های اجتماعی مجازی

مورد بررسی قرار می‌دهیم. چارچوب نظری این پژوهش در «جدول ۱» درج شده است. این رویکردهای نظری به عنوان راهنمایی برای تدوین مدل مفهومی و طرح فرضیات پژوهش به کار گرفته شده‌اند.

فرضیات پژوهش

فرضیه اول: به نظر می‌رسد بین هویت جنسیتی کاربران و بازتاب طرح‌واره‌های جنسیتی در شبکه‌های اجتماعی مجازی رابطه معناداری وجود دارد.



نمودار ۱. مدل تحلیلی تحقیق (تدوین: نگارنده).

تصویر کشیده می‌شوند.

درواقع رسانه‌ها به عنوان یکی از عوامل جامعه‌پذیری جنسیتی با نشان دادن تصویر متفاوتی از زنان و مردان با ماهیت دلخواه خود بر نقش‌ها و نگرش‌های مرتبط با هویت جنسیتی کاربران خود صحنه می‌گذارند. در چنین وضعیتی رسانه‌ها، وظیفه بازنمایی از نقش‌های جنسیتی یا تصورات قالبی جنسیتی را به عهده دارند که در نتیجه بر رفتار و هویت جنسیتی کاربران خود تأثیر می‌گذارند.

مطابق با نظریه طرح‌واره جنسیتی افراد کلیشه‌ها و عقاید قالبی مربوط به صفات مردانه یا زنانه را بر اساس هویت جنسیتی‌شان می‌آموزند. بم (۱۹۸۱) معتقد است که هر یک از ما به عنوان بخشی از ساختار دانش خود طرح‌واره‌های جنسیتی یا مجموعه‌ای از تداعی‌های مرتبط با جنسیت داریم. بنابراین طرح‌واره جنسیتی آمادگی یا زمینه اصلی را برای پردازش اطلاعات بر مبنای جنسیت عرضه می‌کند (حجازی و رضا دوست، ۱۳۹۱: ۶۱؛ به نقل از مقدم، ۱۳۹۷: ۹۴). فرهنگ و رسانه‌ها در رشد جنسیت فرد نقش مهمی بر عهده دارند و این نقش از طریق ایجاد و شکل‌گیری طرح‌واره‌های جنسیتی آشکار می‌شود و زن و مرد به گونه‌های مختلفی در رسانه‌ها بازنمایی می‌شوند و زمینه‌ساز کسب هویت جنسیتی در افراد می‌شود (همان: ۹۸). رسانه‌ها و فرهنگ شکل گرفته در آن طرح‌واره‌ها و هنجارهای اجتماعی مورد نظر خویش را در فضای مجازی گسترش داده که باعث شکل‌گیری و تغییر در هویت جنسیتی و نگرش نسبت به نقش‌های جنسیتی می‌شود و ساختار هویت جنسیتی فرد را تحت تأثیر خود قرار می‌دهد.

با توجه به مطالب ارائه شده در بالا، به صورت کلی میتوان بیان کرد پذیرش هویت جنسیتی توسط افراد و شکل‌گیری نگرش جنسیتی در آنها موجب می‌شود تا آنها با اتخاذ نگرش و موضع خاص، احساس، ادراک و ارزیابی متفاوتی از پدیده‌های اجتماعی و فرهنگی داشته باشند و بالطبع رفتارهای متفاوت و متمایزی در قبال آن انجام دهند. در پذیرش و شکل‌گیری این نگرش جنسیتی، فرهنگ و رسانه‌ها نقش بسزایی بر عهده دارند. امروزه گسترش فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی مانند رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی مجازی در جامعه‌پذیری جوانان نقش مهمی را بر عهده دارد که در این پژوهش، جامعه‌پذیری جنسیتی و بازنمایی از جنسیت توسط این رسانه‌ها را

جدول ۲. حجم نمونه پژوهش.

حجم نمونه	گروه آموزشی
۱۱۲ نفر	علوم انسانی
۶۱ نفر	فنی
۴۵ نفر	پزشکی
۳۰ نفر	سایر

جدول ۳. محاسبه پایایی پژوهش.

نام متغیر	ضریب آلفای کرونباخ	نتیجه
بازتاب طرح‌واره‌های جنسیتی	۰/۷۶	تأیید پایایی
جامعه‌پذیری جنسیتی	۰/۶۲	تأیید پایایی
هویت جنسیتی زنانه	۰/۶۶	تأیید پایایی
هویت جنسیتی مردانه	۰/۶۵	تأیید پایایی

یافته‌های تحقیق

ویژگی‌های جمعیتی این مطالعه به شرح «جدول ۴» می‌باشند.

جدول ۴. ویژگی‌های جمعیتی پژوهش.

متغیرهای اسمی	درصد
جنسیت	زن: ۵۵٪ مرد: ۴۴٪ کل: ۱۰۰٪
سن پاسخگویان	کمتر از ۲۰ سال: ۵۲٪ ۲۱-۲۳ سال: ۲۶٪ ۲۴-۲۶ سال: ۹٪ ۲۷-۲۹ سال: ۴٪ بدون پاسخ: ۶٪
وضعیت تأهل	مجرد: ۸۵٪ متاهل: ۱۴٪
میزان تحصیلات	فوق دیپلم: ۳۹٪ لیسانس: ۳۳٪ فوق لیسانس و بالاتر: ۹٪ بدون پاسخ: ۱۶٪
رشته تحصیلی	فنی: ۲۴٪ انسانی: ۴۵٪ پزشکی: ۱۱٪ سایر: ۱۲٪

فرضیه دوم: به نظر می‌رسد بین هویت جنسیتی کاربران با جامعه‌پذیری جنسیتی در رسانه‌های اجتماعی مجازی رابطه معناداری وجود دارد.

فرضیه سوم: به نظر می‌رسد بین هویت جنسیتی کاربران با میزان استفاده و فعالیت کاربران در شبکه‌های اجتماعی مجازی رابطه معناداری وجود دارد.

فرضیه چهارم: به نظر می‌رسد بین هویت جنسیتی کاربران با میزان ارتباط کاربران در شبکه‌های اجتماعی مجازی رابطه معناداری وجود دارد.

روش تحقیق

این مطالعه با رویکرد کمی و از نوع پیمایشی است. تحقیق پیمایشی فرایندی پژوهشی است که به منظور جمع‌آوری اطلاعات درباره این موضوعات که گروهی از مردم چه می‌دانند، چه فکر می‌کنند و یا چه کاری انجام می‌دهند صورت می‌پذیرد. این گونه تحقیقات عمدتاً به عنوان نظرخواهی و نظرسنجی‌ها اشتهار دارند. جامعه آماری این مطالعه عبارت از کلیه دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد مشهد در سال تحصیلی ۱۳۹۳ می‌باشند. حجم جامعه آماری در این پژوهش برابر ۵۵۰۰ نفر است. که با توجه به حجم بالای جامعه آماری اقدام به نمونه‌گیری شده است. در این تحقیق از شیوه نمونه‌گیری طبقه‌ای تصادفی استفاده کرده‌ایم. که طبقات نمونه‌گیری همان رشته تحصیلی دانشجویان است. برای تعیین حجم نمونه، ابتدا با انتخاب یک نمونه اولیه به حجم دلخواه ۲۰ نفر، اقدام به برآورد واریانس نموده‌ایم. سپس با استفاده از فرمول کوکران حجم نمونه را برآورد کرده ایم که حجم نمونه برآورد شده برابر با ۲۴۶ نفر است. حال با توجه به حجم دانشجویان در هر رشته با تخصیص متناسب این تعداد به طبقات اختصاص داده می‌شود که در «جدول ۲» حجم نمونه نشان داده شده است.

ابزار گردآوری اطلاعات در این مطالعه پرسشنامه محقق ساخته است. جهت محاسبه قابلیت اعتماد (پایایی) از فرمول کرونباخ استفاده شده است. این روش برای محاسبه هماهنگی درونی ابزار اندازه‌گیری از جمله پرسشنامه‌ها یا آزمون‌هایی که خصیصه‌های مختلف را اندازه‌گیری می‌کند بکار می‌رود. «جدول ۳» ضریب آلفا کرونباخ را نشان می‌دهد:

جدول ۵. تحلیل آماری متغیرهای تحقیق.

نام متغیر	میانگین	انحراف معیار	واریانس	کمینه	بیشینه
بازتاب طرح‌واره‌های جنسیتی	۳۳.۳	۵۲۲.۰	۲۷۳.۰	۱	۶۹.۴
جامعه‌پذیری جنسیتی	۵.۳	۵۸۴.۰	۳۴۲.۰	۲	۵
هویت جنسیتی زنانه	۴۹.۳	۵۸.۰	۳۳۷.۰	۳.۱	۴۲.۴
هویت جنسیتی مردانه	۳۹.۳	۵.۰	۲۴۹.۰	۸.۱	۸.۴
میزان فعالیت در رسانه‌های اجتماعی مجازی	۲۸.۲	۸۶۶.۰	۷۵۱.۰	۰	۴.۴
نگرش جنسیتی زنانه	۵۲.۳	۶۹۴.۰	۴۸۲.۰	۳۳.۱	۴۲.۴
نگرش جنسیتی مردانه	۵۶.۳	۴۹.۰	۲۴.۰	۵.۲	۶.۴
میزان ارتباط کاربران	۸۱.۲	۷۳.۰	۵۳۳.۰	۱	۵

روش به کار گرفته شده روش اینترنت است و متغیرهای وارد شده عبارتند از: میزان ارتباط در شبکه‌های اجتماعی مجازی، جامعه‌پذیری جنسیتی، بازتاب طرح‌واره‌های جنسیتی، میزان فعالیت و استفاده از رسانه‌های اجتماعی مجازی. بر اساس نتایج بدست آمده؛ مقدار ضریب تعیین برابر ۰/۲۱ است که نشان می‌دهد متغیرهای مستقل ۲۱ درصد تغییرات مربوط به متغیر وابسته را تبیین می‌کنند.

مدل	درجه آزادی	مقدار آماره آزمون فیشر	مقدار احتمال آزمون
رگرسیون	۵	۱۹.۳	۱۳.۰
مانده‌ها	۶۰		
کل	۶۵		

مقدار احتمال مربوط به آنالیز واریانس یک طرفه برابر ۰/۰۱۳ است که از ۰/۰۵ کوچکتر است و نشان می‌دهد مدل رگرسیونی معنی‌دار است.

نام متغیرها	ضریب تأثیر	مقدار آماره آزمون تی	مقدار احتمال آزمون
مقدار ثابت	۶۶۴.۱	۶۸۳.۲	۰۰۹.۰
بازتاب طرح‌واره‌های جنسیتی	۱۲۹.۰	۰۸.۱	۲۸۴.۰
جامعه‌پذیری جنسیتی	۴۴۸.۰	۳۴۵.۳	۰۰۱.۰
میزان فعالیت در رسانه‌های اجتماعی	۱۳۳.۰	۶۳۴.۱	۱۰۷.۰
میزان ارتباط در رسانه‌های اجتماعی	۰۸۲.۰	۷۵۴.۰	۴۵۴.۰

تحلیل آماری متغیرهای تحقیق مطابق «جدول ۵»

است.

بررسی توصیفی انجام شده بر روی داده‌ها حاکی از آن است که میزان تعلق به هویت جنسیتی در بین دو جنس، به طور میانگین «متوسط رو به بالا» ارزیابی شده است؛ به طوریکه در طیف نمره ۱ تا ۵، در هویت جنسیتی زنانه با (شاخص تعلق به هویت زنانه) نمره ۳/۴۹ و در هویت جنسیتی مردانه (با شاخص تعلق به هویت مردانه) نمره ۳/۳۹ کسب شده است. بنابراین می‌توان به این نتیجه رسید که افراد مورد مطالعه اعم از زن و مرد تا حد زیادی تعلق به هویت جنسیتی خود را پذیرفته‌اند.

متغیر بعدی بازتاب طرح‌واره‌های جنسیتی است که در این پژوهش طرح‌واره جنسیتی زنانگی با شاخص‌هایی هم چون عاطفی بودن، ملایم بودن، دلبستگی، خجالتی، وفادار، زودباور، تابع و طرح‌واره جنسیتی مردانگی با شاخص‌هایی همچون جاه‌طلبی، استقلال، منطقی بودن، رقابت جویی، سلطه‌گری مورد بررسی قرار گرفته است. توصیف این متغیر نشان می‌دهد که به طور میانگین نمره پاسخگویان به طرح‌واره‌های جنسیتی «متوسط رو به بالا» است؛ به طوریکه در طیف نمره ۱ تا ۵ میانگین رقم ۳/۳۳ است. جامعه‌پذیری جنسیتی از طریق بازنمایی از نقش‌های جنسیتی به عنوان متغیر بعدی در بین جوانانی که پاسخگوی پرسشنامه بوده‌اند، با ۳/۵۰ نمره «متوسط رو به بالا» را کسب کرده است. متغیر میزان ارتباط در شبکه‌های اجتماعی مجازی که به دو صورت مستقیم و غیرمستقیم کلامی و غیر کلامی مورد بررسی قرار گرفته است، با نمره ۲/۸۱ نشان می‌دهد که پاسخگویان به طور متوسط نمره «متوسط رو به پایین» به این طیف داده‌اند. در نهایت میزان فعالیت در شبکه‌های اجتماعی در بین پاسخگویان با نمره ۲/۲۸ نشان می‌دهد که پاسخگویان به طور میانگین میزان فعالیت «پایین» در شبکه‌های اجتماعی داشته‌اند. (منظور از میزان استفاده همان میزان فعالیت در شبکه‌های اجتماعی مجازی است که در فرضیه اول بدان پرداخته شده است).

در ادامه به بررسی فرضیات تحقیق در دو گروه زنان و مردان به صورت مجزا پرداخته شده است. (جدول ۶)
در ادامه نتایج تحلیل رگرسیون به شرح «جدول ۷» آمده است.

جدول ۶. فرضیات تحقیق به تفکیک دو گروه زنان و مردان.

فرضیات پژوهش	نتایج گروه زنان	نتایج گروه مردان
به نظر می‌رسد بین هویت جنسیتی کاربران و بازتاب طرح‌واره‌های جنسیتی در شبکه‌های اجتماعی مجازی رابطه معناداری وجود دارد.	مقدار ضریب همبستگی پیرسون (۰.۳۱۹)، مقدار احتمال آزمون (۰.۰۰۱) با توجه به نتایج بدست آمده از آزمون ضریب همبستگی پیرسون در جدول بالا مشاهده می‌شود که مقدار احتمال مربوط به این آزمون برابر ۰/۰۰۱ است که از ۰/۰۵ کوچکتر است. بنابراین فرضیه صفر آزمون رد می‌شود که نشان می‌دهد بین هویت جنسیتی زنانه و بازتاب طرح‌واره‌های جنسیتی رابطه معناداری وجود دارد. مقدار ضریب همبستگی پیرسون برابر ۰/۳۱۹ است که نشان می‌دهد این رابطه مستقیم است. هر چقدر میزان بازتاب طرح‌واره‌های جنسیتی در شبکه‌های اجتماعی مجازی بیشتر باشد، تعلق به هویت جنسیتی بیشتر.	مقدار ضریب همبستگی پیرسون (۰.۴۹)، مقدار احتمال آزمون (۰.۰۰۰) با توجه به نتایج بدست آمده از آزمون ضریب همبستگی پیرسون مشاهده می‌شود که مقدار احتمال مربوط به این آزمون برابر ۰/۰۰۰ است که از ۰/۰۵ کوچکتر است. بنابراین فرضیه صفر آزمون رد می‌شود که نشان می‌دهد بین هویت جنسیتی مردانه و بازتاب طرح‌واره‌های جنسیتی رابطه معناداری وجود دارد. مقدار ضریب همبستگی پیرسون برابر ۰/۴۹ است که نشان می‌دهد این رابطه مستقیم است.
به نظر می‌رسد بین هویت جنسیتی کاربران با جامعه‌پذیری جنسیتی در رسانه‌های اجتماعی مجازی رابطه معناداری وجود دارد.	مقدار ضریب همبستگی پیرسون (۰.۳۳۱)، مقدار احتمال آزمون (۰.۰۰۰) با توجه به نتایج بدست آمده از آزمون ضریب همبستگی پیرسون در جدول بالا مشاهده می‌شود که مقدار احتمال مربوط به این آزمون برابر ۰/۰۰۰ است که از ۰/۰۵ کوچکتر است. بنابراین فرضیه صفر آزمون رد می‌شود که نشان می‌دهد بین هویت جنسیتی زنانه و جامعه‌پذیری جنسیتی رابطه معناداری وجود دارد. مقدار ضریب همبستگی پیرسون برابر ۰/۳۳۱ است که نشان می‌دهد این رابطه مستقیم است.	مقدار ضریب همبستگی پیرسون (۰.۲۴۴)، مقدار احتمال آزمون (۰.۰۰۰) با توجه به نتایج بدست آمده از آزمون ضریب همبستگی پیرسون در جدول بالا مشاهده می‌شود که مقدار احتمال مربوط به این آزمون برابر ۰/۰۰۰ است که از ۰/۰۵ کوچکتر است. بنابراین فرضیه صفر آزمون رد می‌شود که نشان می‌دهد بین هویت جنسیتی مردانه و جامعه‌پذیری جنسیتی رابطه معناداری وجود ندارد.
به نظر می‌رسد بین هویت جنسیتی کاربران با میزان استفاده و فعالیت کاربران در شبکه‌های اجتماعی مجازی رابطه معناداری وجود دارد.	مقدار ضریب همبستگی پیرسون (۰.۲۴۶)، مقدار احتمال آزمون (۰.۰۱۳) با توجه به نتایج بدست آمده از آزمون ضریب همبستگی پیرسون در جدول بالا مشاهده می‌شود که مقدار احتمال مربوط به این آزمون برابر ۰/۰۱۳ است که از ۰/۰۵ کوچکتر است. بنابراین فرضیه صفر آزمون رد می‌شود که نشان می‌دهد بین هویت جنسیتی زنانه و میزان فعالیت در رسانه‌های اجتماعی مجازی رابطه معناداری وجود دارد. مقدار ضریب همبستگی پیرسون برابر ۰/۲۴۶ است که نشان می‌دهد این رابطه معکوس است و بدین معناست که هر چه میزان فعالیت کاربران در شبکه‌های اجتماعی مجازی بیشتر شود تعلق به هویت جنسیتی آنها کاهش می‌یابد و بالعکس.	مقدار ضریب همبستگی پیرسون (۰.۲۴۷)، مقدار احتمال آزمون (۰.۰۳۶) با توجه به نتایج بدست آمده از آزمون ضریب همبستگی پیرسون در جدول بالا مشاهده می‌شود که مقدار احتمال مربوط به این آزمون برابر ۰/۰۳۶ است که از ۰/۰۵ بزرگتر است. بنابراین فرضیه صفر آزمون رد می‌شود که نشان می‌دهد بین نگرش جنسیتی مردانه و میزان فعالیت در رسانه‌های اجتماعی مجازی رابطه معناداری وجود ندارد.
به نظر می‌رسد بین هویت جنسیتی کاربران با میزان ارتباط کاربران در شبکه‌های اجتماعی مجازی وجود دارد.	مقدار ضریب همبستگی پیرسون (۰.۰۰۴)، مقدار احتمال آزمون (۰.۹۷۳) با توجه به نتایج بدست آمده از آزمون ضریب همبستگی پیرسون در جدول بالا مشاهده می‌شود که مقدار احتمال مربوط به این آزمون برابر ۰/۹۷۳ است که از ۰/۰۵ بزرگتر است. بنابراین فرضیه صفر آزمون پذیرفته می‌شود که نشان می‌دهد بین نگرش جنسیتی زنانه و نوع ارتباط کاربران رابطه معناداری وجود ندارد.	مقدار ضریب همبستگی پیرسون (۰.۸۰۶)، مقدار احتمال آزمون (۰.۴۴۶) با توجه به نتایج بدست آمده از آزمون ضریب همبستگی پیرسون در جدول بالا مشاهده می‌شود که مقدار احتمال مربوط به این آزمون برابر ۰/۴۴۶ است که از ۰/۰۵ بزرگتر است. بنابراین فرضیه صفر آزمون پذیرفته می‌شود که نشان می‌دهد بین نگرش جنسیتی مردانه و میزان ارتباط کاربران رابطه معناداری وجود ندارد.

جدول ۷. تحلیل رگرسیون گروه زنان.

مدل	ضریب همبستگی	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده
۱	۰/۴۵۸	۰/۲۱۰	۰/۱۴۴

جدول ۸. تحلیل رگرسیون گروه مردان.

مدل	ضریب همبستگی	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده
۱	۰/۵۰۵	۰/۲۵۵	۰/۲۲۲

شده عبارتند از: میزان ارتباط در شبکه‌های اجتماعی مجازی، جامعه‌پذیری جنسیتی، بازتاب طرح‌واره‌های جنسیتی، میزان فعالیت و میزان استفاده از رسانه‌های اجتماعی مجازی. بر اساس نتایج بدست آمده؛ مقدار ضریب تعیین برابر ۰/۲۵ است که نشان می‌دهد متغیرهای مستقل ۲۵ درصد تغییرات مربوط به متغیر وابسته را تبیین می‌کنند.

با توجه به جدول ضرایب مشاهده می‌شود که فقط مقدار ثابت و جامعه‌پذیری جنسیتی تأثیر معنی داری بر روی متغیر وابسته هویت جنسیتی دارند و مدل رگرسیون به صورت زیر است:

$$(جامعه‌پذیری جنسیتی) = ۰/۴۴۸ + ۱/۶۶۴ \times \text{هویت جنسیتی زنانه}$$

روش به کار گرفته شده روش اینتر است و متغیرهای وارد

امیرمظاهری، ۱۳۹۰)، نتایج تحقیقات در مورد تأثیر فضای مجازی بر هویت جنسیتی نیز مؤید آشفتگی در این زمینه است. به طور مثال تحقیق احمدی و دیگران (۱۳۸۹) نشان می‌دهد که استفاده از اینترنت بر هویت جنسیتی پسران، تأثیر افزایشی گذاشته است، اما کاربرد اینترنت در میان دختران با هویت جنسیتی آنان رابطه معناداری نداشته است. نتایج پژوهش نوابخش و مختارپور (۱۳۹۱) هم مؤید آن است که میزان و مدت استفاده از اینترنت و کاربری الگوی اطلاعاتی و ارتباطی در بین جوانان (هر دو جنس) با هویت جنسیتی آنها رابطه معنادار و مثبت دارد. نتایج پژوهش حاضر هم نشان می‌دهد که استفاده از اینترنت تنها در کاهش تعلق به هویت جنسیتی زنان مؤثر بوده است.

میزان ارتباط (ارتباط قوی و یا ضعیف) کاربران، گرچه در این تحقیق شاید به دلایلی مانند حجم نمونه پایین رابطه معناداری با هویت جنسیتی در زنان و مردان ندارد، اما حکایت از یک رابطه معکوس دارد. یعنی هرچه نوع ارتباط زنان و مردان در شبکه‌های اجتماعی قوی‌تر باشد، احساس تعلق کمتری به هویت جنسیتی خود دارند، که البته به لحاظ آماری در این تحقیق معنادار نیست.

تمامی نظریه‌پردازان در این امر که تکنولوژی‌های مدرن و از جمله فضای مجازی به تغییر هویت افراد در ابعاد مختلف می‌انجامند، نظری واحد دارند، بنا به گفته کاستلز (۱۳۸۰) اینترنت و فضای وب یکی از مؤلفه‌های اصلی شکل‌گیری و بازنمایی هویت زنان در جوامع نوین است. فضای مجازی با کاربران ارتباطی دوسویه برقرار می‌کند (معمار و همکاران، ۱۳۹۱). از سویی نحوه تفکر و هویت او را تحت تأثیر قرار می‌دهد و از سویی دیگر فضای گسترده‌ای را برای ابراز این هویت جدید فراهم می‌آورد.

شاید بتوان گفت این رسانه ارتباطی جدید توانسته است فرصت حضور برای زنان فراهم سازد که از آن طریق بتوانند استعدادها، مهارت‌ها و دیدگاه‌های خود را به جامعه انسانی عرضه نمایند و تصور جدیدی از هویت جنسیتی زنان را به عرصه ظهور برسانند. زنان در این بزرگراه ارتباطی می‌توانند به بازاندیشی و بازتعریف (گیدنز، ۱۳۷۹) هویت جنسیتی خود بپردازند.

اما چالش اصلی بازتعریف هویت به خصوص در مورد زنان آن است که با ورود زندگی مدرن و تکنولوژی‌های نوین ارتباطی از جمله فضای مجازی شاهد چالش گسترش

مدل	درجه آزادی	مقدار آماره آزمون فیشر	مقدار احتمال آزمون
رگرسیون	۵	۷۴۲.۷	۰.۰۰۰
مانده‌ها	۱۱۳		
کل	۱۱۸		

مقدار احتمال مربوط به آنالیز واریانس یک طرفه برابر ۰/۰۰۰ است که از ۰/۰۵ کوچکتر است و نشان می‌دهد مدل رگرسیونی معنی‌دار است.

نام متغیرها	ضریب تأثیر	مقدار آماره آزمون تی	مقدار احتمال آزمون
مقدار ثابت	۷۲۵.۰	۲۳۵.۱	۲۱۹.۰
بازتاب طرح‌واره‌های جنسیتی	۵۳۹.۰	۷۳۰.۵	۰.۰۰۰
جامعه‌پذیری جنسیتی	۰۷۴.۰	۰۰۷.۱	۳۱۶.۰
میزان فعالیت در رسانه‌های اجتماعی	۱۷۶.۰	۳۸۶.۳	۰.۰۱۰
میزان ارتباط در رسانه‌های اجتماعی	۰.۰	-۴۹۳.۱	۱۳۸.۰

با توجه به جدول ضرایب مشاهده می‌شود که فقط متغیرهای بازتاب طرح‌واره‌های جنسیتی و میزان فعالیت در رسانه‌های اجتماعی مجازی تأثیر معنی‌داری بر روی متغیر وابسته هویت جنسیتی دارند و مدل رگرسیون به صورت زیر است:

$$(\text{میزان فعالیت شبکه اجتماعی مجازی}) \times ۰/۱۷۶ + (\text{بازتاب طرح‌واره جنسیتی}) \times -۰/۵۳۹ = \text{هویت جنسیتی مردانه}$$

بحث و نتیجه‌گیری

اینترنت به عنوان یک فناوری نوین ارتباطی باعث تحولات پیچیده و سریع در روابط انسانی و الگوهای ارتباطی شده است و تأثیر شگرفی بر ساختارهای اجتماعی و فرهنگی جوامع کنونی دارد. با توجه به گسترش کاربرد اینترنت در بین جوانان و خصوصاً رونق شبکه‌های اجتماعی مجازی از جمله فیس‌بوک، این تحقیق بر آن شده است تا به بررسی هویت جنسیتی جوانان با اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مجازی به عنوان یکی از عوامل جامعه‌پذیری افراد بپردازد. نتیجه این تحقیق به طور مختصر در پایین عنوان می‌شود.

همانگونه که نظریه‌پردازان در خصوص تأثیر فضای مجازی بر هویت به طور کلی و هویت جنسیتی به طور جزئی دیدگاه‌های متفاوت و گاه متناقضی دارند (احمدی، ۱۳۹۱،

هر دو جنس) با هویت جنسیتی آنها رابطه معنادار و مثبت دارد.

یکی دیگر از یافته‌های این تحقیق رابطه مثبت بین بازتاب طرح‌واره‌های جنسیتی در شبکه‌های اجتماعی مجازی و هویت جنسیتی در زنان و مردان است. این یافته با نتیجه بسیاری از تحقیقات از جمله تحقیق حسینی (۱۳۹۱) با عنوان «بررس نگرش زنان نسبت به کلیشه‌های جنسیتی» همسو است؛ چنانچه این تحقیق هم نشان می‌دهد که بین جامعه‌پذیری جنسیتی و نگرش زنان نسبت به کلیشه‌های جنسیتی رابطه مثبت وجود دارد.

در فرضیه بعدی رابطه بین جامعه‌پذیری جنسیتی در رسانه‌های اجتماعی مجازی از طریق بازنمایی از نقش‌های جنسیتی و نگرش نسبت به هویت جنسیتی کاربران بررسی شده است. این فرضیه در زنان یک رابطه مثبت و معنادار بین جامعه‌پذیری جنسیتی در رسانه‌های اجتماعی مجازی از طریق بازنمایی از نقش‌های جنسیتی و هویت جنسیتی را نشان می‌دهد در حالیکه در مورد گروه مردان رابطه معناداری حاصل نشده است.

فرضیه چهارم مطرح شده در این تحقیق به بررسی میزان ارتباط کاربران در شبکه‌های اجتماعی مجازی و هویت جنسیتی‌شان می‌پردازد. نتیجه این فرضیه که با استفاده از آزمون همبستگی پیرسون بررسی شده است نشان می‌دهد که گرچه بین میزان ارتباط کاربران زن و مرد در شبکه‌های اجتماعی مجازی و هویت جنسیتی‌شان رابطه معکوس وجود دارد، اما این رابطه به لحاظ آماری معنادار نیست. در این فرضیه میزان فعالیت کاربران در شبکه‌های اجتماعی مجازی و رابطه آن با نگرش نسبت به هویت جنسیتی تحقیق شده است. نتیجه آزمون پیرسون در این فرضیه هم نشان می‌دهد که بین میزان فعالیت کاربران زن و مرد در شبکه‌های اجتماعی و نگرش آنان به هویت جنسی‌شان، رابطه معنادار آماری حاصل نشده است. البته جهت رابطه مانند فرضیه قبل معکوس است. نتیجه حاصل از این دو فرضیه با بخشی از تحقیق نوابخش و مختارپور (۱۳۹۱) منطبق نیست. بر اساس نتایج تحقیق این دو پژوهشگر، بین میزان کاربری اینترنت در بخش ارتباطی و میزان و مدت استفاده از اینترنت و هویت جنسیتی افراد رابطه معنادار و مثبت وجود دارد.

باتوجه به مباحث مطرح شده، پیشنهادات ذیل ارائه می‌شود:

۱. بررسی تطبیقی هویت جنسیتی بین کاربران عضو

فردگرایی خودآگاهانه (امیرمظاهری، ۱۳۹۰) هستیم، حال آنکه یکی از ویژگی‌های زنان، جمع‌گرایی و نقش آنان در حفظ و تکوین نهاد خانواده است.

اطلاعات بدست آمده از بررسی روابط متغیرها در این تحقیق نیز گویای آن است که افزایش میزان فعالیت زنان در فضای مجازی منجر به تعلق کمتر آنان به هویت جنسیتی آنها شده است. گرچه پذیرفتن و یا رد فناوری‌های جدید ارتباطی مانع از گسترش سریع این رسانه‌ها نخواهد شد، در نهایت اگر بخواهیم با توجه به تمام مزیت‌ها و معایبی که فضای مجازی برای افراد فراهم می‌کند، موضع مشخصی را اتخاذ کنیم، مانند احمدی (۱۳۹۱) شاید انتخاب موضع طرفداری از فضای مجازی به واقع‌بینی نزدیک‌تر باشد. البته این اتخاذ موضع طرفدارانه نیازمند تلاش سازمان یافته در سایر نهادهای جامعه‌پذیری است.

در بخش تحلیلی، نتایج نشان می‌دهند که بین میزان فعالیت‌ها در رسانه‌های اجتماعی مجازی و هویت جنسیتی در زنان رابطه معنادار و معکوس وجود دارد، اما بین میزان فعالیت‌ها در رسانه‌های اجتماعی مجازی و هویت جنسیتی در مردان رابطه معنادار وجود ندارد.

بنابراین می‌توان به این نتیجه رسید که در تحقیق حاضر هرچه میزان فعالیت در رسانه‌های اجتماعی مجازی افزایش بیابد، میزان پذیرش و تعلق به هویت جنسیتی زنانگی کاهش می‌یابد، اما این رابطه در مورد مردان وجود ندارد.

نتیجه این بخش را می‌توان با تحقیق حداد رنجبر و احمدی پور (۱۳۹۱) مقایسه کرد. از جمله یافته‌های این پژوهش آن است که بین میزان استفاده از اینترنت و ابعاد هویت شخصی، اجتماعی و ارتباطی همبستگی منفی وجود دارد. این نتیجه با نتیجه احمدی، هاشمی و روحانی (۱۳۸۹) در مطالعه‌شان با عنوان بررسی وسایل ارتباطی نوین با هویت جنسیتی جوانان شهر شیراز منطبق نیست. طبق تحقیق آنها استفاده از اینترنت بر هویت جنسیتی پسران، تأثیر افزایشی گذاشته و تعریف و باز تعریف هویت جنسیتی آنان مشخص‌تر شده است. همچنین بر اساس این تحقیق بین کاربرد اینترنت با هویت جنسیتی در میان دختران رابطه معناداری وجود نداشته است.

این نتیجه همچنین با یافته‌های نوابخش و مختارپور (۱۳۹۱) متفاوت است. نتایج پژوهش این دو محقق نشان می‌دهد که میزان کاربری الگوی اطلاعاتی در بین جوانان

درک درست از امکانات و ابزارهای نهفته در آن می‌توان از این فناوری در جهت تقویت، شناسایی و معرفی فرهنگ خودی، نیز گام برداشت.

۳. آموزش سواد رسانه‌ای و بکارگیری صحیح رسانه‌های نوین به جوانان و نوجوانان در عصری که روز به روز وسایل ارتباطی جدید، با کارایی بیشتر در اختیار افراد قرار می‌گیرد، در اولویت نهادهای جامعه‌پذیری و خصوصاً خانواده‌ها قرار گیرد.

شبکه‌های اجتماعی و کسانی که عضو شبکه نیستند و همینطور بررسی تأثیرپذیری هویت جنسیتی از سایر شبکه‌های اجتماعی مجازی مانند اینستاگرام.

۲. با توجه به نقش مهمی که امروزه بسترهای نوین ارتباطی و اطلاعاتی از جمله شبکه‌های اجتماعی مجازی در زندگی انسان‌ها ایفا می‌کنند، همانگونه که این فناوری می‌تواند در جهت «جهانی سازی» و «یکسان سازی» استفاده شود، با

پی‌نوشت‌ها

1. Identity
2. Gender Identity

3. Gender
4. Virtual Social Networks

5. Gender roles
6. Cyberspace

7. Sherrt Turkel
8. Haideman

منابع

احمدی، حسین (۱۳۸۹)، بررسی تأثیر برخی عوامل اجتماعی بر نابرابری جنسیتی، مورد مطالعه: شهر کرمان و روستاهای اطراف آن، *مطالعات زنان*، سال دوم، سری ششم: ۳۰-۵.

اسلوین، جیمز (۱۳۸۲)، *اینترنت و جامعه*، ترجمه گلیوری، عباس و رادبواه، علی، تهران: نشر کتابدار.

تورن، آلن (۱۳۸۰)، *نقد مدرنیته*، ترجمه مرتضی مردی‌ها، تهران: گام نو.

حبی، اکرم؛ فتحی‌آذر، اسکندر؛ محمدبخش، بهمن (۱۳۸۹)، جهانی شدن و هویت‌های محلی و جهانی دانشجویان (مطالعه موردی: دانشگاه تبریز)، *تحقیقات فرهنگی/ایران*، ۳. ۲ (پیاپی ۱۰): ۱۰۱-۱۲۱.

حجازی، الهه، رضادوست، زهرا (۱۳۹۱)، بررسی اثر جنس و طرح‌واره‌های جنسیتی بر الگوهای دوستی، فصلنامه علمی - پژوهشی زن جامعه، سال سوم، ۳ شماره.

سفیری، خدیجه و محمدی، عقیده (۱۳۸۴)، هویت جنسیتی مادران و دختران، شکاف یا تفاوت؟، *مجله علوم اجتماعی*، دانشکده ادبیات علوم انسانی، دانشگاه فردوسی مشهد، بهار، ۱۲۹-۱۷.

قاراخانی، معصومه و ذکایی، محمد سعید (۱۳۸۶)، دختران جوان و تجربه زنانگی، مطالعه موردی در میان دختران

دبیرستانی شهر تهران: پژوهش زنان، دوره ۵، شماره ۱، بهار و تابستان، ۸۲-۵۹.

کاستلز، امانوئل (۱۳۸۴)، *عصر اطلاعات، قدرت، هویت*، ترجمه حسن چاوشیان، تهران: طرح نو.

کاستلز، مانوئل (۱۳۸۰)، *عصر ارتباطات و پایان هزاره*، ترجمه ناصر موفقیان، جلد اول، تهران: انتشارات علمی و فرهنگی.

گرت، استفانی (۱۳۸۲)، *جامعه‌شناسی جنسیت*، چاپ اول، ترجمه ک، بقایی، تهران: نشر دیگر.

گولومبورگ، سوزان و فی وش (۱۳۷۸)، *رشد جنسیت*، چاپ سوم، ترجمه م، شهر آرای، تهران: انتشارات ققنوس.

گینز، جان و ریمر، بو (۱۳۸۸)، *سیاست پست مدرنیته*، ترجمه منصور انصاری، تهران: نشر گام نو.

معمار، ثریا، عدلی پور، صمد و خاکسار، فایزه (۱۳۹۱)، شبکه‌های اجتماعی مجازی و بحران هویت ایرانی، فصلنامه علمی پژوهشی *مطالعات و تحقیقات در ایران*، دوره اول، شماره ۴: ۱۷۶-۱۵۵.

مقدم، مریم (۱۳۹۷)، بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر شکل‌گیری کلیشه‌های جنسیتی، دو ماهنامه علمی تخصصی *پژوهش در هنر و علوم انسانی*، سال سوم، شماره پنج (پیاپی سیزدهم): ۹۱-۱۱۵.

تورن، آلن (۱۳۸۰)، *نقد مدرنیته*، ترجمه مرتضی مردی‌ها، تهران: گام نو.

حبی، اکرم؛ فتحی‌آذر، اسکندر؛ محمدبخش، بهمن (۱۳۸۹)، جهانی شدن و هویت‌های محلی و جهانی دانشجویان (مطالعه موردی: دانشگاه تبریز)، *تحقیقات فرهنگی/ایران*، ۳. ۲ (پیاپی ۱۰): ۱۰۱-۱۲۱.

حجازی، الهه، رضادوست، زهرا (۱۳۹۱)، بررسی اثر جنس و طرح‌واره‌های جنسیتی بر الگوهای دوستی، فصلنامه علمی - پژوهشی زن جامعه، سال سوم، ۳ شماره.

سفیری، خدیجه و محمدی، عقیده (۱۳۸۴)، هویت جنسیتی مادران و دختران، شکاف یا تفاوت؟، *مجله علوم اجتماعی*، دانشکده ادبیات علوم انسانی، دانشگاه فردوسی مشهد، بهار، ۱۲۹-۱۷.

قاراخانی، معصومه و ذکایی، محمد سعید (۱۳۸۶)، دختران جوان و تجربه زنانگی، مطالعه موردی در میان دختران

الگوی مطلوب اثرگذاری رسانه‌های جمعی بر توسعه صنعت نفت و گاز در استان بوشهر

امیدعلی مسعودی^۱، زهره عرب^۲

دریافت: ۱۴۰۱/۰۸/۰۳، پذیرش: ۱۴۰۱/۱۲/۲۰

DIO: 10.22034/RCC.2023.1971324.1038

چکیده

رسانه‌ها به عنوان ابزارهای مهم برقراری ارتباط و تبلیغات اهمیت ویژه‌ای دارند. تجربه کشورهای توسعه‌یافته نشان می‌دهد استفاده از رسانه‌ها در تحقق توسعه نقش کلیدی ایفا می‌کند. صنعت نفت و گاز در ایران، به عنوان یک بخش استراتژیک به لحاظ اقتصادی فعال است، و رسانه‌ها می‌توانند برای تسریع و تسهیل روند توسعه در خدمت این صنعت باشند. هدف از این پژوهش یافتن الگوی مطلوب اثرگذاری رسانه‌های جمعی برای توسعه صنعت نفت و گاز در استان بوشهر است. روش تحقیق گراند تئوری و مشارکت‌کنندگان پژوهش ۳ گروه از صاحب‌نظران رسانه و روابط عمومی شامل ۱۶ تن از خبرگان رسانه و صنعت هستند. داده‌ها با مصاحبه نیمه‌ساختاریافته حاصل شد و در سه مرحله کدگذاری باز، محوری و انتخابی الگوی مطلوب موردنظر ارائه شده است. در این الگو شرایط زمینه‌ای (۳۰ درصد) مانند آموزش و برنامه‌ریزی و قدرت مدیریت روابط عمومی و موجبات علی (۲۴ درصد) شامل نگاه جهانی بر اساس منافع ملی، بهره‌گیری از قدرت رسانه و داشتن پیوست رسانه‌ای طرح‌ها بالاترین نقش را دارند و با توجه به نقش بسیار کم عوامل مداخله‌گر (۲ درصد) مانند معضلات زیر بنایی در منطقه و مقاومت در برابر توسعه بدون وجود عوامل کنترل‌کننده رسانه‌ها می‌توان رویکرد تحول‌گرایانه را با ۱۱ درصد تأثیر برای همگرایی رسانه و صنعت نفت ترسیم کرد که در آن پاسخگویی مسئولانه، مدیریت صحیح ارتباط با رسانه، مرجعیت در مسائل جامعه پیرامون صنعت و افزایش سواد رسانه‌ای مدیران ضرورت می‌یابد. اجرای الگوی به دست آمده در این تحقیق می‌تواند نتایج مثبت مانند جلب بازار هدف برای صنعت نفت با توجه به تحریم اقتصادی ایران، تعالی سازمانی و توسعه پایدار را در پی داشته باشد و در صورت نادیده گرفتن آن شاهد پیامدهای منفی مانند اختلال در روند توسعه، تقابل صنعت با جامعه محلی و نهایتاً ورشکستگی صنعت نفت و تغییر کارکرد رسانه‌ها خواهیم بود.

واژگان کلیدی: رسانه‌های جمعی، توسعه، صنعت نفت و گاز، بازیگران رسانه، استان بوشهر.

۱. دانشیار و عضو هیئت علمی گروه ارتباطات اجتماعی، دانشگاه سوره، تهران، ایران؛ نویسنده مسئول.
Email: masoudi@soore.ac.ir

۳. دانش‌آموخته کارشناسی ارشد دانشگاه سوره. Email: zohre_arab7@yahoo.com

مقدمه و بیان مسئله

امروزه رسانه‌ها بخش مهمی از زندگی مردم را به خود اختصاص داده‌اند و کارکرد آموزشی و تربیتی رسانه‌های جمعی می‌تواند جامعه‌ای را به سوی پیشرفت یا نابودی بکشانند.

رسانه‌ها در عصر ارتباطات و اطلاعات، مهم‌ترین ابزارهای دسترسی به اهداف هستند؛ لذا پس از جنگ جهانی دوم از رسانه‌ها، به شدت استقبال شد. کارشناسان ارتباطات، رسانه‌ها را مسیرهایی برای رساندن پیام به مخاطبان می‌دانند. با این مفهوم، رسانه باید تا حد مطلوب به مثابه گذرگاهی بی‌مقاومت برای پیام‌ها عمل کند (فرهنگی، ۱۴۰۰: ۱۴).

یکی از اهداف اصلی رسانه‌ها مدیریت افکار عمومی است. موفقیت یا شکست در تحقق این هدف به استفاده درست از ظرفیت و قابلیت‌های رسانه‌ها و نحوه تعامل با آنها بستگی دارد. رسانه‌ها برای ایجاد تأثیر از ابزارهای متفاوتی چون اقناع حسی-عقلی مخاطب بهره می‌برند. فرایند اقناع، تلاش برای متقاعدسازی و تغییر نگرش دیگران است. اثرگذاری رسانه‌ها تابع شرایط و رعایت الزاماتی است و برای استفاده از رسانه‌ها به عنوان ابزار اقناع مخاطب راهکارهایی وجود دارد که با دانستن آنها می‌توان به اهداف موردنظر از جمله هویت‌سازی، ارتقای برند، اثرگذاری بر جامعه، توسعه و... دست یافت.

واژه توسعه^۱ مفهوم و پدیده‌ای کیفی و یک فرایند پایدار و بیانگر تغییرات کیفی است که می‌تواند، در رشد ظرفیت‌های تولیدی اعم از فیزیکی، انسانی و اجتماعی تبلور یابد. نفت و گاز به عنوان یک صنعت پویا و سودآور و ظرفیت‌های مهم کشور برای پیشرفت و توسعه هستند، با توجه به استقرار این صنایع در استان بوشهر می‌توان با استفاده از این فرصت طلایی درآمدهای آن را به سوی تولید، سرمایه‌گذاری و توسعه یکپارچه هدایت کرد. در راستای توسعه این بخش، نهادهای مرتبط از جمله رسانه‌ها بایست به رشد این صنعت و نیل به اهداف اقتصادی آن همچون فروش، صادرات و ارزآوری و... کمک کنند.

توسعه جریانی مستلزم تغییرات اساسی در ساخت اجتماعی، طرز تلقی، باورهای عامه مردم و نهادهای ملی و نیز رشد اقتصادی و کاهش نابرابری و ریشه‌کن کردن فقر مطلق است (تودارو؛ ۱۳۷۷: ۲۳).

ارتباطات و رسانه‌ها در گرایش توسعه‌بخشی، تسهیلگر توسعه هستند. اندیشمندان دهه‌های ۵۰ و ۶۰ میلادی، نگاهی خوشبینانه به تأثیر رسانه‌ها داشتند و معتقد بودند با توسعه رسانه‌ها، توسعه اقتصادی هم رخ می‌دهد. بنابراین در یک دیدگاه کلی، گسترش وسایل ارتباطات جمعی، موجب توسعه اجتماعی و توسعه اجتماعی، موجب توسعه اقتصادی می‌شود (لرنر، ۱۳۸۳).

رسانه‌ها با توجه به ویژگی‌های خود می‌توانند نقش سازنده‌ای در توسعه اقتصاد کشور داشته باشند و با آموزش، آگاه‌سازی و آماده‌سازی افکار مخاطبان، بستر مناسبی برای توسعه اقتصادی و ابعاد آن، فراهم کنند. یافتن راهکارهای توسعه صادرات نفتی و تلاش در جهت تقویت آن از این جمله است. تعامل رسانه و صنعت در حوزه‌های مختلف به‌ویژه موضع‌گیری صحیح در دوران نبرد اقتصادی و مسائل منطقه‌ای بسیار مهم است. همچنین با شناسایی روش‌های مؤثر ارتباط پویای رسانه و صنعت و تقویت آن، حمایت از رسانه به عنوان یک صنعت می‌تواند در قالب مسئولیت‌های اجتماعی صنعت نفت و گاز قرار بگیرد. علاوه بر مطبوعات سراسری تعداد زیادی روزنامه و هفته‌نامه در استان بوشهر منتشر می‌شود که می‌توانند در کنار خبرگزاری‌ها و صدا و سیما بر نگرش مخاطبان برای توسعه صنعت نفت و گاز در استان بوشهر تأثیرگذار باشند.

بوشهر از استان‌های جنوبی و هفدهمین استان بزرگ کشور در حاشیه خلیج فارس، سومین اقتصاد بزرگ و رتبه اول درآمد سرانه کشور است که ترکیب اقتصادهای بزرگ و متنوع مثل نفت و گاز و پتروشیمی، نیروگاه‌ها، کشاورزی و شیلات، معادن، تأسیسات هسته‌ای، صنایع دریایی، فعالیت‌های تجاری، میدان‌های بزرگ نفتی و گازی (خشکی و دریا) و موقعیت استراتژیک آن در خلیج فارس سبب شده از اهمیت ویژه‌ای برخوردار باشد (گزارش اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی استان بوشهر، ۱۳۹۵).

حدود ۱۹٪ ذخایر گازی جهان در میدان گازی پارس جنوبی است (Esrafil-Dizaji, 2013). در حال حاضر میدان‌های گازی شناخته شده استان بوشهر کنگان، نار، پارس جنوبی، پارس شمالی، گلشن، فردوسی، کوه مَند، میلانون (دشتستان)، خیام، فرزاد A، فرزاد B، آرش، تابناک (بوشهر)، فارس و هرمزگان و دالان (بوشهر و فارس) هستند. میدان‌های نفتی استان بوشهر نیز بهرگان، خارگ

باشند. از سوی دیگر دوری صنایع نفت و گاز از رسانه‌ها، عدم برقراری ارتباط صحیح و سازنده با رسانه، و ضعف سواد رسانه‌ای مدیران این شکاف را عمیق‌تر کرده است. نبود یک الگو و دستورالعمل مدون و استاندارد برای ایجاد تعامل و تولید محتوای حرفه‌ای و مؤثر در این بخش، دلیل دیگری برای تقابل صنایع نفت و گاز و رسانه‌ها در استان بوشهر است. این مسئله در طول سالیان متمادی استقرار صنایع نفت و گاز در استان بوشهر، امکان استفاده بهینه از ظرفیت عظیم رسانه را از مدیران و مسئولان این بخش سلب کرده و رسانه‌ها نیز فرصت فعالیت توسعه‌ای در راستای عمل به رسالت خود و استفاده از ظرفیت‌های منطقه در جهت پیشرفت و توسعه پایدار را از دست داده‌اند.

بررسی ادبیات این حوزه نشان می‌دهد در خصوص الگوی اثرگذاری رسانه‌ها بر توسعه صنعت نفت و گاز پژوهشی انجام نشده است و کمبود یک مدل کامل در این زمینه احساس می‌شود. لذا با آگاهی از این امر، پژوهش حاضر با بهره‌گیری از روش تئوری‌سازی داده‌بنیاد، از دل داده‌های گردآوری شده از طریق روش‌های مشاهده و مصاحبه^۲ با خبرگان، تلاش کرده مدلی طراحی کند که برای اولین بار در این حوزه به شیوه‌ای دقیق، طبقه‌بندی شده و با جزئیات کامل الگوی مطلوب تأثیرگذاری رسانه‌ها در توسعه صنعت نفت و گاز را ارائه کند.

پیشینه پژوهش

توسعه صنعت نفت و گاز تاکنون موضوع برخی تحقیقات بوده اما همگرایی میان صنعت رسانه و نفت و گاز کمتر مورد توجه قرار گرفته است. در هر یک از تحقیقات قبلی توسعه نفت و گاز یا تأثیر رسانه‌ها بر توسعه از جوانب مختلف مطالعه شده اما در مورد موضوعات مرتبط با تأثیر رسانه‌ها بر توسعه صنعت نفت و گاز یا چگونگی ارتباط این دو و الگوی مطلوب تأثیر رسانه بر توسعه این بخش پژوهش نشده و از این حیث، پژوهش حاضر نوآورانه است. در عین حال با مرور پژوهش‌های انجام شده می‌توان دریافت تحقیقاتی در ارتباط با محورهای این پژوهش صورت گرفته که هر کدام با توجه به ابعاد و اهداف مدنظر، جنبه‌ای از این موضوع را بررسی کرده که مطالعات مرتبط در ادامه آمده است:

— قیومی ابرقویی و همکاران (۱۳۸۳) پژوهشی با موضوع الگوی مطلوب توسعه صنعت نفت در ایران انجام دادند که

(فروزان، نوروز، ابوذر، درود و اسفندیار)، پارس جنوبی، فردوس، نرگسی، بوشکان، کوه موند (بزرگ‌ترین میدان نفت سنگین جهان)، عسلویه شرقی، گلخاری، بینک، زاغه، بهرگانسر، بینالود، سروش، سیاه مکان، خشت، پازنان (خوزستان، بوشهر و کهگیلویه و بویراحمد) و رگ سفید (خوزستان و بوشهر) هستند (کنین، ۱۳۹۱: ۱۶۶-۱۶۰). از دیگر سرمایه‌گذاری‌های بزرگ در استان بوشهر می‌توان به تأسیس پتروشیمی‌های متعدد و بزرگ اشاره کرد.

منطقه ویژه اقتصادی انرژی پارس در ۳۰۰ کیلومتری جنوب بندر بوشهر و گستره جغرافیایی شهرستان کنگان قرار دارد و حدود ۱۰۵ کیلومتر از میدان گازی پارس جنوبی که در میان خلیج فارس واقع شده (دنباله حوزه گنبد شمالی قطر) فاصله دارد. این منطقه در سال ۱۳۷۷ بر اساس مصوبه شورای عالی مناطق آزاد تجاری-صنعتی با هدف بهره‌برداری از منابع نفت و گاز پارس جنوبی و فعالیت‌های اقتصادی در زمینه نفت، گاز و پتروشیمی در محدوده نوار ساحلی عسلویه و خلیج نایبند به وسعت ۳۰ هزار هکتار تأسیس شد (freezones.ir).

به دلیل نقش کلیدی نفت و گاز به عنوان منبع اساسی درآمدی در اقتصاد کشور ما، هرگونه برنامه‌ریزی اقتصادی و توسعه‌ای متأثر از سیاست‌های نفتی است. صنعت نفت و گاز مهم‌ترین بخش اقتصادی کشور و تکیه‌گاه اصلی توسعه اقتصادی است، و با توجه به شدت وابستگی اقتصاد خرد و کلان به آن، پویایی و تداوم فعالیت‌های این صنعت اهمیت استراتژیک ملی دارد و باید از تمام ظرفیت‌های موجود برای توسعه آن در مناطق مستعد (نفت‌خیز) استفاده شود که یکی از این ظرفیت‌ها رسانه است. با توجه به اینکه ارتباط سازنده و تعامل مثبت بین این صنعت و رسانه‌های استان بوشهر وجود ندارد و همواره میان این دو بخش، به عنوان صنایع کلیدی چالش‌هایی وجود دارد، انگیزه‌ای برای انجام این پژوهش شد تا در پی تدوین الگویی برای شناسایی عوامل اثرگذاری رسانه‌ها بر توسعه صنعت نفت و گاز باشیم که با به‌کارگیری آن نفت و رسانه پشتیبان هم باشند.

عواملی چون عدم درک متقابل، کمبود تخصص در حیطه‌های مرتبط (رسانه و روابط عمومی)، و عدم درک اهمیت نفت و گاز و نقش کلیدی آن در توسعه منطقه موجب شده رسانه‌های استان بوشهر با سطحی‌نگری و نگاه تدافعی با مسائل این بخش برخورد کرده و همواره با آن در تقابل

اکثر مطالب، توجه صرف به رویدادها و عدم مطالبه‌گری از نکات بارز در این نشریات بودند. با توجه به این که اردبیل از مناطق کمتر توسعه‌یافته کشور است، ضرورت به کارگیری روزنامه‌نگاری توسعه و پوشش اخبار توسعه‌ای دو چندان احساس می‌شود.

— ویلبر شرام (۱۹۶۴) در مقاله‌ای با عنوان رسانه‌های جمعی و توسعه ملی: نقش اطلاعات در کشورهای در حال توسعه آورده است: مدیر مؤسسه تحقیقات ارتباطات دانشگاه استنفورد نزدیک‌ترین بیان را برای بررسی شرایط ارتباطی جهان نوشته است: همانطور که اقتصاد به منزله ثروت و علم سیاسی به منزله قدرت محسوب می‌شود، ارتباطات نیز برای روشننگری است و توسعه ارتباطات باید مانند توسعه اقتصادی یا توسعه سیاسی تلقی شود. یک مجموعه توسعه‌یافته از رسانه‌های جمعی به نخبگان حاکم قدرت، ثروت بیشتر و احترام بیشتر می‌دهد. در این پرتو، نتیجه بازخوانی فهرست کارهای رسانه‌های جمعی، این است که توسعه ارتباطات می‌تواند چیزهای بسیار زیادی را به همراه داشته باشد و همبستگی سطوح ارتباطات رسانه‌های جمعی با توسعه اقتصادی مثبت و بالاست. شرام همچنین آنچه رسانه‌های جمعی به طور بالقوه قادر به انجام آن هستند، به زبان ساده و واضح بیان می‌کند. آنها می‌توانند افق‌ها را گسترش دهند، توجه را متمرکز کنند و جوی برای توسعه ایجاد کنند.

— در گزارش توسعه جهانی (۲۰۰۲)، با عنوان ایجاد نهادها برای بازارها و بخش چهارم آن، فصل رسانه‌ها، پس از بررسی شاخص‌های استقلال، کیفیت، گسترش دامنه دسترسی رسانه‌ها و موسسات مکمل رسانه به نتیجه‌گیری در این باره پرداخته است. نتایج نشان داده رسانه‌ها می‌توانند با تأثیر بر انگیزه‌های شرکت‌کنندگان در بازار، مشاغل، افراد یا سیاستمداران و تأثیرگذاری بر تقاضا برای تغییر نهادی، نقش مهمی در توسعه داشته باشند. جریان اطلاعات از طریق رسانه‌ها می‌تواند بر ایده‌های مردم اثر بگذارد، و با نظارت بر اعمال آنها زمینه‌های تغییر و اصلاحات نهادی ایجاد کند (World Bank, 2002).

— در خلاصه مطالعات توسعه WBI (گروه بانک جهانی)، آمده: مطبوعات آزاد هسته اصلی توسعه عادلانه است. رسانه‌ها می‌توانند فساد را افشا کنند، با توجه به اقدامات دولت، سیاست‌های عمومی را کنترل کنند. به مردم اجازه

نتیجه بررسی ساختار صنعت نفت در کشورهای مختلف جهان دو الگوی "توسعه مبتنی بر بهره‌برداری" و "توسعه مبتنی بر تکنولوژی" را نشان داد. الگوی اول بر اساس بهره‌برداری از مخازن نفت و گاز به وسیله تکنولوژی وارداتی و سرمایه خارجی با هدف استراتژیک بهره‌برداری از منابع نفتی و تولید ارزش افزوده از آن و الگوی دوم، مبتنی بر ایجاد قابلیت‌ها و زیرساخت‌های تکنولوژیکی بهره‌برداری از مخازن نفت و گاز و ایجاد ارزش افزوده به وسیله فعالیت‌های مهندسی، ساخت تجهیزات و امور فنی در کنار استفاده از منافع بهره‌برداری یا مستقل از آن است.

— ملکیان و صباد علیجانی (۱۳۹۶) پژوهشی با عنوان نقش مطبوعات اقتصادی در توسعه صادرات غیرنفتی انجام دادند که نتایج آن نشان داد تبلیغ، اطلاع‌رسانی، راهنمایی و آموزش از طریق مطبوعات، بر توسعه صادرات غیرنفتی تأثیر معناداری دارد.

— پوریا خورسندی (۱۳۹۶) در پایان‌نامه کارشناسی ارشد خود با عنوان نقش مطبوعات استانی در توسعه مناطق محروم گیلان با تأکید بر مناطق تالش‌نشین تلاش کرده تأثیر نشریات محلی بر توسعه را بررسی کند. نتایج تحقیق فرضیات پژوهش در زمینه تأثیر رسانه بر توسعه انسانی، فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی را تأیید می‌کند. نتایج نشان می‌دهد بین توسعه اقتصادی، اجتماعی-انسانی و پرداختن رسانه‌ها به آن رابطه مستقیم وجود دارد.

— شهریار قلی‌زاده گیلو (۱۳۹۸) در مقاله تحلیل ساختار و محتوای مطبوعات محلی از حیث توجه به اصول روزنامه‌نگاری حرفه‌ای و توسعه‌ای به بررسی ساختار و محتوای مطبوعات محلی از نظر توجه به اصول روزنامه‌نگاری حرفه‌ای و توسعه‌ای پرداخته که با استفاده از نظریه برجسته‌سازی و مفاهیم روزنامه‌نگاری حرفه‌ای و روزنامه‌نگاری توسعه و روش کمی هفته‌نامه‌های اردبیل را تحلیل کرده است. نتایج در قالب پنج مقوله در زمینه اصول ساختاری روزنامه‌نگاری شامل سبک مطالب، تولیدی بودن، منطقه رویداد، ماهیت و جهت‌گیری تحلیل شدند. در زمینه روزنامه‌نگاری توسعه، سه مقوله نوع مطالب توسعه‌ای، کارکرد مطالب توسعه‌ای و توجه به سنت‌ها و فرهنگ‌های بومی - محلی، بررسی شد. یافته‌ها نشان‌دهنده ضعف قابل ملاحظه نشریات اردبیل، در توجه به اصول بنیادین روزنامه‌نگاری است. غیر تولیدی و بدون منبع بودن

کشور انجام نشده است. بومی‌سازی امر توسعه با توجه به ویژگی‌ها و شرایط استان بوشهر و منطقه عسلویه، یک مطالعه نوآورانه و کاربردی برای کمک به دست‌اندرکاران صنعت و رسانه برای فعالیت سازنده، مثبت و توسعه‌بخش است. پیش از این چنین پژوهشی با استفاده از روش گراند تئوری انجام نشده و مدل‌های مفهومی اولیه و مدل نهایی استخراج شده از داده‌های حاصل از مصاحبه‌ها برای اولین بار توسط پژوهشگر طراحی شده است. بنابراین مهم‌ترین جنبه نوآوری این پژوهش، استفاده از روش کیفی و داده‌بنیان (تحلیل از طریق نرم‌افزار مکس کیودا^۳) برای طراحی و استخراج الگوی تأثیرگذاری رسانه‌های جمعی در توسعه صنایع نفت و گاز است.

چارچوب مفهومی

علاوه بر نظریه برجسته‌سازی که می‌گوید «در اینکه [مطبوعات] به ما بگویند چگونه فکر کنیم شاید موفق نباشند اما آنها در گفتن اینکه درباره چه چیزی فکر کنیم، بسیار موفق هستند (مسعودی، ۱۳۸۳: ۱۳۸)». می‌توان به نظریه چارچوب‌سازی هم استناد کرد که چارچوب یک الگوی پیشینی ذهنی است که رسانه‌ها سهم عمده‌ای در شکل‌گیری آن دارند (زابلی‌زاده، ۱۳۹۳: ۱۱) همچنین در فرایند توسعه، رسانه‌ها و به‌ویژه مطبوعات نقش مهمی در ایجاد نگرش‌های مثبت برای رفتارهای مناسب و مؤثر در مسیر توسعه جوامع دارند.

توسعه به عنوان تغییری از پیش اندیشیده شده و فرایندی هدفمند یکی از گونه‌های تغییر است. اولین متفکران توسعه را به معنی تلاش برای برپایی جهان انسانی در مقابل جهان طبیعت و اساس آن را کار و تلاش علمی می‌دانستند.

ازکیا در نتیجه‌گیری از بحث توسعه، مفهوم آن را کاهش فقر، بیکاری، نابرابری، صنعتی شدن، بهبود ارتباطات، ایجاد نظام اجتماعی مبتنی بر عدالت، و افزایش مشارکت مردم در امور سیاسی، اجتماعی و فرهنگی می‌داند (ازکیا، ۱۳۸۱: ۵۶).

نیازهای عمومی به آگاهی از رویدادهای محیط زندگی سبب می‌شود مردم برای اطلاع از وقایعی که به طور مستقیم از آنها آگاهی نمی‌یابند به رسانه‌ها مراجعه کنند. خبرنگاری یا ژورنالیسم^۴ که روزنامه‌نگاری^۵ هم گفته می‌شود، تهیه و توزیع گزارش‌هایی از تعامل رویدادها،

دهند نظرات متفاوتی در مورد حکومت و اصلاحات بیان کنند و به اجماع عمومی برای تغییر کمک کنند. به بازارها کمک می‌کنند بهتر کار کنند، تجارت، انتقال ایده‌ها و نوآوری را در سراسر مرزها تسهیل کنند و برای توسعه انسانی مهم هستند (World Bank, 2002).

— سوسا و همکاران (۲۰۱۵) یک مدل ارتباطی برای اخبار عمومی و سیاست‌های رسانه‌ای ارائه کرده‌اند که برای بهبود مشارکت مخاطبان، یک مدل مفهومی در قالب نوعی پلتفرم پیشنهاد می‌کند تا شکاف ارتباطی میان ذی‌نفعان اصلی، یعنی مدیران وبسایت خبری و کاربران را کاهش داده و زیرساخت دیجیتال واسطه را شکل دهد. بر اساس این تحقیق، تعامل میان کاربران و وبسایت‌های خبری در حد ارسال نظر کاهش یافته و ارتباطاتی یکسویه است.

— کوم و همکارانش (۲۰۲۳) در مقاله‌ای با عنوان مشارکت رسانه‌های اجتماعی ذی‌نفعان در بخش نفت و گاز: حضور اجتماعی، نظریه اعتبار سه‌گانه و منبع، به ارتباط صنعت نفت و گاز با رسانه‌های اجتماعی برای تعامل با سهامداران و بهبود برندسازی پرداختند، یافته‌ها نشان داد وجود هشتگ‌ها، پست‌های مجدد، دعوت به اقدام، ایموجی‌ها، علامت تعجب یا علامت سؤال، ملموس بودن منابع، و همچنین محتوای اجتماعی و محیطی، به‌طور قابل‌توجهی بر میزان تعامل ذی‌نفعان تأثیر می‌گذارند. همچنین هنگام تسهیل تعامل، تعامل مثبت معناداری بین استفاده از هشتگ و نوع محتوای تجاری و محیطی وجود دارد.

جمع‌بندی پیشینه‌ها نشان‌دهنده تأثیر اطلاع‌رسانی، راهنمایی و آموزش از طریق مطبوعات، بر توسعه و ضرورت به کارگیری روزنامه‌نگاری توسعه و پوشش اخبار توسعه‌ای است. تأیید تأثیر رسانه بر توسعه انسانی، فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی و رابطه مستقیم ابعاد توسعه و پرداختن رسانه‌ها به آن از دیگر یافته‌های این پژوهش‌ها است. نقش ارتباطات در روشنگری و توسعه، کمک به اجماع عمومی برای تغییر و همبستگی مثبت و بالای سطوح ارتباطات رسانه‌های جمعی با توسعه اقتصادی نیز به این شرح تبیین شده که رسانه‌ها با گسترش افق‌ها، به ایجاد فضای توسعه کمک می‌کنند.

بررسی جنبه‌های تأثیرگذاری رسانه‌های جمعی بر توسعه صنعت نفت و گاز برای اولین بار صورت گرفته و مدل‌سازی یا ارائه این الگو در یک حوزه جغرافیایی خاص کار جدیدی است که تاکنون در داخل یا خارج از

حقایق، ایده‌ها و افراد شامل «اخبار روز» است که تا حدودی جامعه را آگاه می‌کنند.

در پژوهش‌های لرنر^۶ و شرآم^۷ و دیگران، نقش قدرتمند رسانه‌های جمعی در نوسازی، مورد تأکید قرار گرفته و همین پژوهش‌ها گزاره‌های موجود در پارادایم حاکم بر توسعه را تکمیل کرد. نکته مهم دیگر، باور این مسئله بود که رسانه‌های جمعی می‌توانند ساکنان کشورهای در حال توسعه را از طریق استقرار «جو نوسازی»، برای پذیرش تغییرات سریع اجتماعی آماده کنند. این در واقع پذیرش این نکته است که رسانه‌های جمعی قدرتمند هستند. به این ترتیب نظریه گلوله‌های جادویی در مورد تأثیرات رسانه‌های جمعی در دهه‌های ۱۹۵۰ و ۱۹۶۰ در جهان سوم جا افتاد (مودی، ۲۰۰۰).

در روزنامه‌نگاری توسعه، تمام توجه به رویدادهای تازه و آنچه در یک زمان معین و یک روز خاص اتفاق افتاده، معطوف نمی‌شود؛ بلکه آنچه در طول یک دوره نسبتاً طولانی پدید آمده، مورد نظر واقع می‌شود (Aggarwala, 1979). به بیان دیگر، گزارشگر در کنار رویدادها، سوابق قبلی و آثار و نتایج آینده آنها را هم بررسی می‌کند و مخاطبان را با طبیعت دراز مدت فراگرد توسعه اقتصادی و دگرگونی اجتماعی آشنا می‌کند.

مهم‌ترین منابع تأمین انرژی در جهان نفت و گاز هستند و این دو صنعت بیش از نیمی از انرژی دنیا را تأمین می‌کنند. وجود نفت برای بسیاری از صنایع حیاتی بوده و دنیای صنعتی برای بقا به آن وابسته است، از این رو صنعت نفت و گاز با نقش پیش‌برنده خود برای سایر صنایع، برای بسیاری از کشورها اهمیت ویژه‌ای دارد. درصد بالایی از مصرف انرژی جهان را نفت تشکیل می‌دهد، که میزان استفاده از آن از ۳۲٪ در اروپا و آسیا، تا بالای ۵۳٪ در خاورمیانه متغیر است. اهمیت راهبردی صنعت نفت و گاز در معادلات اقتصادی و سیاسی جهان، سبب شده نقش مهمی در روابط بین‌الملل داشته باشد. ایران با ذخایر بزرگ نفت و گاز جهان و موقعیت خود در خاورمیانه، فرصت‌های بسیار خوبی برای توسعه زنجیره ارزش این صنایع دارد و از طرفی نزدیکی به بازارهای مصرف و در حال رشد، جایگاه استراتژیک کشورمان را تقویت کرده است. همچنین نفت و گاز دو عنصر مهم در صنعت پتروشیمی برای تأمین خوراک مورد نیاز آن به شمار می‌روند (The World Factbook, 2013).

ایران از اولین تولیدکنندگان نفت در جهان است (Coşkun, 2009: 179-201). صنعت نفت و گاز به عنوان اولین لایه زنجیره ارزش این محصولات و تأمین‌کننده خوراک مورد نیاز صنعت پتروشیمیایی نیاز به توجه بیشتری برای رشد و توسعه پایدار و نقشه راه توسعه و برنامه‌ریزی همه جانبه برای دستیابی به هدف دارد. بنابراین نهادهای مسئول و متولیان این حوزه باید در اسناد چشم‌انداز توسعه‌ای و برنامه‌ریزی‌های کلان خود، به دنبال راهکارهای نوین برای تبیین و اجرای سیاست‌های توسعه بوده، و اقدامات و فعالیت‌های کاربردی در راستای این سیاست‌ها را در دستور کار قرار دهند.

با توجه به نحوه تعامل و ارتباط کم، غیرمنطقی و بعضاً منفی بین رسانه و صنعت نیاز است با افزودن کارکردهای مثبت، بازتعریف این ارتباط بر مبنای سازندگی و در راستای توسعه شکل بگیرد. بروز برخی مشکلات در مناطق میزبان صنعت همچون استان بوشهر و عسلویه، موجب شده بدنه جامعه و به تبع آن رسانه‌ها نسبت به صنعت دید منفی و انتقادی و همراه با عدم پذیرش داشته باشند در حالی که صنایع می‌توانند به توسعه مناطق پیرامونی کمک کنند اما این جنبه از صنعت کمتر مورد توجه بوده است.

روزنامه‌نگاری به عنوان رکن چهارم دموکراسی، چشم بینا و صدای جامعه، موضع افکار عمومی و وجدان بیدار مردم در مناسبات اجتماعی است، اما روابط عمومی به عنوان یک عنصر از سازمان در راستای اهداف و برنامه‌های سازمان تعریف می‌شود. فرهنگ سازمانی حکم می‌کند روابط عمومی در راستای حفظ ارزش‌ها و منافع سازمان گام بردارد. به بیان دیگر روابط عمومی علاوه بر وظایف ارتباطی درون سازمانی، موظف به برقراری ارتباط و ایجاد تعامل بهتر برای حفظ منافع سازمان است که مثل مدیریت، وظایف چندگانه‌ای بر عهده دارد. با این توصیف در مواجهه منافع مردم و سازمان، روزنامه‌نگار صدای مردم و روابط عمومی در بهترین حالت یک شنونده خوب و ارائه‌کننده دقیق خواسته‌ها به مدیریت سازمان است (پوری، ۱۳۹۷).

بهره‌گیری مناسب روابط عمومی‌ها از ظرفیت‌های اطلاع‌رسانی رسانه‌ها برای ارتباط با بیرون سازمان و همچنین فاکتور اثربخشی از موضوعات مهمی است که همواره در اولویت روابط عمومی‌های کارآمد قرار می‌گیرد. بستر ارتباط به وسیله روابط عمومی فراهم می‌شود و رسانه‌ها

گراندد تئوری^۸ (نظریه زمینه‌ای) یا نظریه داده‌بنیان یک روش کیفی^۹ و یکی از راهبردهای پژوهشی برای نظریه‌پردازی پیرامون پدیده مورد مطالعه است. این روش زمانی استفاده می‌شود که ادبیات پژوهش از غنای لازم برخوردار نباشد و هدف آن ارائه یک نظریه جدید است. ابزار اصلی جمع‌آوری داده در این روش گروه‌های تمرکز و انواع مصاحبه است و به همراه آن، بررسی جامعی از ادبیات و پیشینه در تمام فرایند جمع‌آوری داده صورت می‌گیرد. در مطالعات گراندد تئوری، با تحلیل و کدگذاری متن مصاحبه‌ها به ارائه مدل پارادایمی پرداخته می‌شود و با استفاده از یک دسته داده‌ها، نظریه‌ای تکوین می‌یابد.

هدف این پژوهش یافتن الگوی مطلوب اثرگذاری رسانه‌های جمعی برای توسعه صنعت نفت و گاز در استان بوشهر، تعیین عوامل واسطه‌ای، بررسی زمینه‌های تأثیرگذاری و ارائه الگوی پارادایمیک تأثیرگذاری رسانه‌های جمعی بر توسعه صنعت نفت و گاز استان بوشهر است. در این راستا باید دیدگاه‌های مدیران و وضعیت مطلوب بررسی و تحلیل شود تا متناسب با آن و با نیازسنجی و در نظر گرفتن

نیز به عنوان یک بازوی توانمند و کارآمد، یاریگر روابط عمومی‌ها هستند. روابط عمومی موفق، باید تعامل مثبت و ارتباط دوطرفه‌ای با رسانه‌ها داشته باشد زیرا روابط عمومی بدون رسانه معنا ندارد. رسانه و روابط عمومی از حیث کارکرد، شیوه‌های کاری و اهداف، فصول مشترک زیادی دارند. اطلاع‌رسانی و فعالیت‌های ارتباطی، تأثیرگذاری و جلب توجه افکار عمومی، تکنیک‌ها و ابزارهای مشترک و اهداف مشابه که البته در کنار اینها تعارضاتی هم وجود دارد. از آنجا که ارتباط صحیح با رسانه‌ها از کلیدهای موفقیت سازمان‌ها و روابط عمومی‌ها است، نفت و گاز نیز به عنوان یک صنعت راهبردی و پردرآمد نیاز به حمایت همه‌جانبه به‌ویژه از سوی رسانه‌ها دارد، لذا باید با ترسیم الگوی مطلوب اثرگذاری رسانه‌ها برای دستیابی به هدف توسعه صنعت نفت و گاز تلاش کرد تا این امر از طریق ارتباط سازنده بین رسانه‌ها و صنعت اتفاق بیفتد.

رسانه‌های جمعی استان بوشهر اعم از رادیو، تلویزیون، مطبوعات و وبسایت‌ها با تولید محتوای تخصصی در حوزه نفت و گاز، انتقاد سازنده، عدم وابستگی به بخش‌های مختلف، تعامل مثبت و دوطرفه، دسترس‌پذیری و استفاده از تمام ظرفیت‌ها، سعی در جذب مخاطب داشته و به رسالت خود یعنی نظارت بر عملکرد و مطالبه‌گری در راستای منافع جامعه می‌پردازند.

در بخش صنعت نیز برجسته‌سازی اقدامات مثبت در کنار تعامل سازنده با محیط، مدیران شایسته و توانمند، استفاده از نیروی انسانی متخصص و تکنولوژی‌های روز دنیا، اطلاع‌رسانی و شفافیت، کسب دانش نوین، جذب سرمایه‌گذاری، تأمین منابع مالی، مدیریت انرژی، رعایت الزامات توسعه پایدار در کنار استراتژی‌های جامع توسعه منجر به تحقق مسئولیت‌های اجتماعی، ایجاد ارزش افزوده، تغییر و تحول، کاهش اثرات تحریم، حذف محدودیت‌ها و موانع قانونی و تحقق چشم‌انداز توسعه می‌شود.

روش پژوهش

نوع پژوهش بر حسب ماهیت اکتشافی، بر حسب روش
سنجش و تحلیل و ماهیت داده‌ها کیفی و بر حسب هدف
کاربردی است. این پژوهش از نتایج تحقیقات بنیادی کمک
گرفته و هدف آن توسعه دانش کاربردی در یک زمینه خاص
است.



شکل ۱. چارچوب مفهومی اولیه تأثیرگذاری رسانه‌های جمعی بر توسعه صنعت نفت و گاز.

استفاده شده است. داده‌های پژوهش (متن مصاحبه‌ها) در نرم‌افزار مکس کیودا کدگذاری شده و به شکل عوامل استخراج و سپس با توجه به فراوانی ارجاعات دسته‌بندی و مهم‌ترین کدها شناسایی و در نتیجه نهایی استفاده شده‌اند.

فرایند نظریه‌پردازی داده‌بنیاد مبتنی بر ۳ نوع کدگذاری باز^{۱۲} (تجزیه و تحلیل داده‌ها)، محوری^{۱۳} (دسته‌بندی مقوله‌های اولیه حول محور مقوله‌های اصلی و پیوند آنها به یکدیگر) و انتخابی^{۱۴} (انتخاب مقوله محوری، پیوند آن با دیگر مقوله‌ها و ارزش‌گذاری روابط آنها با هدف تدوین مدل یا الگو) است. در کدگذاری انتخابی از میان مقوله‌های استخراج شده در کدگذاری باز و محوری، یک مقوله به عنوان پدیده مرکزی انتخاب و سایر مقوله‌ها در ارتباط با آن قرار می‌گیرند. در این مرحله نمودار «الگوی کدگذاری» حاوی شش مقوله از اطلاعات ترسیم می‌شود:

— شرایط علی: عوامل تأثیرگذار بر مقوله مرکزی که موجب شکل‌گیری پدیده محوری می‌شوند؛

— مقوله محوری: صورت ذهنی از پدیده‌ای که اساس فرایند (است)؛

— راهبردها: کنش‌هایی در پاسخ به مقوله مرکزی که از پدیده محوری منتج می‌شود؛

— شرایط زمینه‌ای: شرایط خاصی که بر راهبردها اثر می‌گذارند؛

— شرایط مداخله‌گر: شرایط زمینه‌ای عمومی تأثیرگذار بر راهبردها که مداخله سایر عوامل را تسهیل یا محدود می‌کنند؛

— پیامدها: نتایج حاصل از اجرای راهبردها).

در پژوهش‌های کیفی به جای تأکید بر روایی و پایایی از مفهوم «قابلیت اعتماد» استفاده می‌شود، که از نظر میکوت^{۱۵} و مورهایس^{۱۶} چهار عامل (۱. استفاده از چند روش گردآوری داده‌ها، ۲. بازرسی مسیر کسب اطلاعات، ۳. واریسی افراد تحت بررسی و ۴. استفاده از گروه پژوهشی) اعتمادسازی را تحقق می‌بخشد (Maykut & Morehouse, 1995). در این پژوهش به منظور تحقق قابلیت اعتماد یافته‌ها، پژوهشگر ضمن استفاده از روش مشاهده - که تمامی مشاهدات در مصاحبه‌ها مورد تأیید قرار گرفت - به واسطه حضور و فعالیت در عرصه صنعت و رسانه و یادداشت‌ها و آمارها و اطلاعات موجود در مجموعه‌های مورد بررسی در کنار مصاحبه‌ها، از تکنیک تکرار و بازرسی از سوی مشارکت‌کنندگان بهره

جزئیات و حساسیت‌ها؛ زمینه‌ها، شرایط مؤثر، راهبردها و استراتژی‌ها در سطوح مختلف مشخص شود. تبیین این الگو کمک می‌کند رسانه‌ها به کمک توسعه صنعت نفت و گاز بیایند.

در این پژوهش مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته^{۱۷} و عمیق با گروهی از نخبگان با تعدادی سؤال از پیش تعریف شده و سؤالاتی که در حین مصاحبه و با توجه به پاسخ‌های مصاحبه‌شوندگان شکل می‌گیرد انجام شده است. کدگذاری همزمان متن مصاحبه‌ها و استخراج مفاهیم، مسیر جمع‌آوری داده‌ها را تا رسیدن به نقطه اشباع طی می‌کند، به این معنا که در آخرین مصاحبه‌ها دیگر مفاهیم جدیدی عنوان نشده و پژوهشگر به این نتیجه می‌رسد که به تمام اطلاعات موردنیاز خود دست یافته است.

مشارکت‌کنندگان پژوهش ۳ گروه از صاحب‌نظران رسانه و روابط عمومی شامل ۱۶ تن از خبرگان رسانه و صنعت هستند که به مثابه گروه‌های مرجع محسوب می‌شوند. گروه اول مدیران روابط عمومی صنعت نفت و گاز، گروه دوم مدیران رسانه‌ها و گروه سوم خبرنگاران. داده‌های مستخرج از مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته و عمیق با این افراد (مدیران، سردبیران و خبرنگاران روزنامه‌ها و مطبوعات محلی، مدیران روابط عمومی با مدرک بالاتر از لیسانس و فوق لیسانس که بیش از ۵ سال تجربه کاری داشته و در حوزه‌های نفت و رسانه صاحب‌نظر هستند) کدگذاری و به الگوی مطلوب موردنظر ختم می‌شود. معیار انتخاب حجم نمونه پژوهش، تخصص علمی، مسئولیت و مرتبه شغلی و حرفه‌ای، سابقه و شناخت کافی از حوزه‌های مورد مطالعه است.

نمونه‌گیری این تحقیق مطابق با روش‌های کیفی، نظری است. با توجه به رویکرد کیفی پژوهش، نمونه‌گیری و جمع‌آوری داده‌ها به شیوه هدفمند و انتخاب غیرتصادفی مواردی از طبقه‌های مختلف است که هر یک از این طبقه‌ها ویژگی‌های گروه‌های فرعی موردنظر را منعکس و مقایسه میان آنها را آسان می‌کند.

در این پژوهش برای نظم‌دهی به داده‌های به دست آمده از مصاحبه‌های عمقی، سهولت در کدگذاری کیفی (باز و محوری) و بازپایی بخش‌های کدگذاری شده در یک بستر تعاملی با کدها و یادداشت‌های ضمنی پژوهشگر و آماده‌سازی مفاهیم و مقوله‌های ساخته شده برای تجزیه و تحلیل و تفسیر آنها از نرم‌افزار مکس کیودا^{۱۸} (نسخه ۲۰۲۰)

جسته است.

در تحقیقات کیفی با روش داده‌بنیان، تعداد حجم نمونه در حین پژوهش مشخص می‌شود و نمونه‌گیری تا آنجا ادامه می‌یابد که به نقطه اشباع برسیم و دیگر مفهوم جدیدی ظاهر نشود، یعنی پژوهشگر به نقطه‌ای برسد که داده‌های جدید به دست آمده، تکرار و تأیید داده‌های پیشین او باشد و دیگر نکات کلیدی و اطلاعات مفهومی جدیدی که نیاز به کد جدید یا گسترش کدهای موجود داشته باشد، به دست نیاید (Mohajan, 2018). در منابع درباره تعداد خبرگان در نمونه‌گیری هدفمند عدد خاصی ذکر نشده، اما رهبر به نقل از بازرگان آورده: در صورتی که هدف از مصاحبه اکتشاف و توصیف عقاید و نگرش‌های مصاحبه‌شوندگان بر اساس زمان و منابع قابل دسترس باشد، تعداد نمونه (11 ± 15) برای مصاحبه کافی است (Rahbar & OTHERS, 2018). مصاحبه‌های این پژوهش تا رسیدن به نقطه اشباع ادامه پیدا کرد، که پس از ۱۶ مصاحبه و مواجهه با پاسخ‌های تکراری، اشباع نظری حاصل شد.

یافته‌های پژوهش

فاز تجزیه و تحلیل داده‌ها نیز همزمان با گردآوری داده‌ها اجرا و مصاحبه‌ها پس از ویرایش و تدوین، با ورود به نرم‌افزار تجزیه و تحلیل داده‌ها دسته‌بندی و فرایند کدگذاری آنها انجام شد. در این پژوهش از نرم‌افزار مکس کیودا به عنوان ابزار تحلیل کیفی مبتنی بر گراندد تئوری استفاده شده که مجموع کدهای حاصل از کدگذاری باز در مرحله اول ۱۹۴۷ کد شامل ۸۰۲ کد از ۵ مصاحبه مدیران روابط عمومی، ۶۵۰ کد از ۶ مصاحبه مدیران رسانه، و ۴۹۵ کد از ۵ مصاحبه روزنامه‌نگاران است.

داده‌های هر یک از مصاحبه‌ها در مراحل کدگذاری به دقت مورد مطالعه، بررسی و تحلیل قرار گرفته و به داده‌های شبیه به هم مقوله‌های مناسب اختصاص داده شده است. برای نمونه، پژوهشگر با بررسی نقل‌قولی از اولین مصاحبه‌شونده به مفاهیم «ارتباط مؤثر صنعت و رسانه»، «رابطه مستقیم توسعه و صنعت»، «توسعه اجتماعی»، «توسعه صنعتی»، «رسانه تسهیل‌گر مسیر توسعه»، «توسعه پایدار»، «توانمندسازی جامعه»، «جلب مشارکت اجتماعی»، «هم‌صدایی در جامعه»، «مدیریت افکار عمومی»، «کمک به مسیر تعالی»، «دور کردن جامعه از

توسعه»، و «تهدیدی برای توسعه» دست یافته است.

در این نقل‌قول مصاحبه‌شونده تأکید کرده که رسانه به عنوان تسهیل‌کننده مسیر توسعه به توانمندسازی افراد جامعه کمک می‌کند، و این جامعه توانمند، آگاه و مستعد توسعه نیاز به ابزاری برای آموزش و رشد درک اجتماعی، با قابلیت توده‌سازی و رهبری افکار دارد که رسانه می‌تواند این کار را انجام دهد و برای مدیریت افکار جامعه در اختیار رهبران فکری باشد.

پس از بررسی داده‌ها و استخراج نکات کلیدی، هر یک از این مفاهیم با هم مقایسه شدند تا شباهت‌ها و تفاوت‌هایشان مشخص شود. این کار برای شکل‌گیری مقوله‌ها و زیرمقوله‌ها و ابعاد آنها انجام شده است. برای مثال از مفاهیم مذکور در این نقل‌قول مشخصه «ارتباط مؤثر صنعت و رسانه» با ابعاد «اثر مثبت رسانه در توسعه»، «ایجاد هم‌صدایی در جامعه» و «کمک به مسیر تعالی» به دست آمده که با همراهی چندین مشخصه دیگر مقوله پیامدهای مثبت را تشکیل داده است.

همچنین پژوهشگر در نقل‌قول دیگری از مصاحبه‌شونده اول، به مفاهیمی چون «توسعه دیدگاه» و «تغییر نگرش رسانه‌های محلی» دست یافته است:

«می‌گویند جهانی فکر کن و محلی عمل کن؛ شما می‌توانید الگوهای جهانی را محلی ببینید، اما نمی‌شود از دیدگاه محلی یک مسئله جهانی را دید بلکه باید نگاهی را توسعه بدهی. باید نگرش رسانه‌های محلی ما در جهت حمایت از یک ثروت ملی باشد اما مزایا و فواید این صنعت را در بحث محلی هم احصاء کنیم (PR1).»

مصاحبه‌شونده عنوان کرده که باید نگرش رسانه‌های محلی در جهت حمایت از یک ثروت ملی تغییر یافته و با توسعه دیدگاه خود، از نگاه محلی به موضوع ملی نفت و گاز نگاه کنند و بر مسائل مربوط به توسعه پایدار و یا مسئولیت‌های اجتماعی و همچنین فواید صنعت برای جوامع محلی و مناطق پیرامون تمرکز کنند.

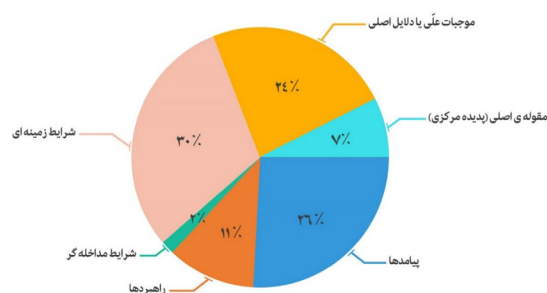
یافته‌های این پژوهش (ماحصل مصاحبه‌های انجام شده با گروه خبرگان) نشان داد تأثیرگذاری رسانه‌های جمعی برای توسعه صنعت نفت و گاز با استفاده از الگوی «بازیگران رسانه» به عنوان پدیده محوری استخراج شده از پژوهش بر اساس نگاه جهانی بر اساس منافع ملی، شفافیت و گردش

گاز کمک کند تا با روش‌های مبتنی بر برنامه‌ریزی این ارتباط را مدیریت کرده و از کارکردهای متقابل همدیگر بهره‌لازم را ببرند. در خروجی کدگذاری‌های انجام شده در نرم‌افزار مکس کیودا، پس از تجزیه و تحلیل بر روی متن مصاحبه‌ها و سه مرحله کدگذاری، تعداد مقوله‌های نسبت داده شده به هر یک از پارادایم‌های الگوی استخراج شده از پژوهش به این شرح است:

۱. پدیده مرکزی: ۱۴۴ کد (۷ درصد)؛
 ۲. موجبات علی یا دلایل اصلی: ۴۵۸ کد (۲۴ درصد)؛
 ۳. زمینه‌های خاص یا شرایط زمینه‌ای: ۵۹۲ کد (۳۰ درصد)؛
 ۴. عوامل محیطی یا مداخله‌ای: ۳۳ کد (۲ درصد)؛
 ۵. راهبردها و استراتژی‌ها: ۲۱۶ کد (۱۱ درصد)؛
 ۶. پیامدها (نتایج): ۵۰۴ کد (۲۶ درصد).
- این درصدها بیانگر نقش کم‌رنگ عوامل مداخله‌گر یا محیطی (۲ درصد) است که نشان‌دهنده آزادی عمل رسانه‌ها برای فراهم آوردن شرایط زمینه‌ای (۳۰ درصد) مانند عوامل رسانه‌ای اعم از آموزش منابع انسانی، برنامه‌ریزی، مدیریت و... است. عوامل علی مانند نگاه جهانی بر اساس منافع ملی و بهره‌گیری از هنر و قدرت رسانه هم از عواملی هستند که می‌تواند در الگوی اثرگذاری رسانه بر توسعه صنعت نفت اهمیت یابد. درصد فراوانی هر یک از پارادایم‌های شش‌گانه الگوی «تأثیرگذاری رسانه‌های جمعی استان بوشهر بر توسعه صنعت نفت و گاز» در نمودار زیر آورده شده است:

الگوی استخراج شده از پژوهش

پس از اشباع نظری و پاسخ به سؤالات پژوهش، الگوی موردنظر در سؤال اصلی پژوهش، یعنی مدل پارادایمی



نمودار ۱. درصد فراوانی پارادایم‌ها.

آزاد اطلاعات، بهره‌گیری از قدرت هنر و رسانه، رسانه‌های توسعه‌بخش، پیوست رسانه‌ای طرح‌ها و محیط توسعه‌یافته (موجبات علی) تحقق می‌یابد.

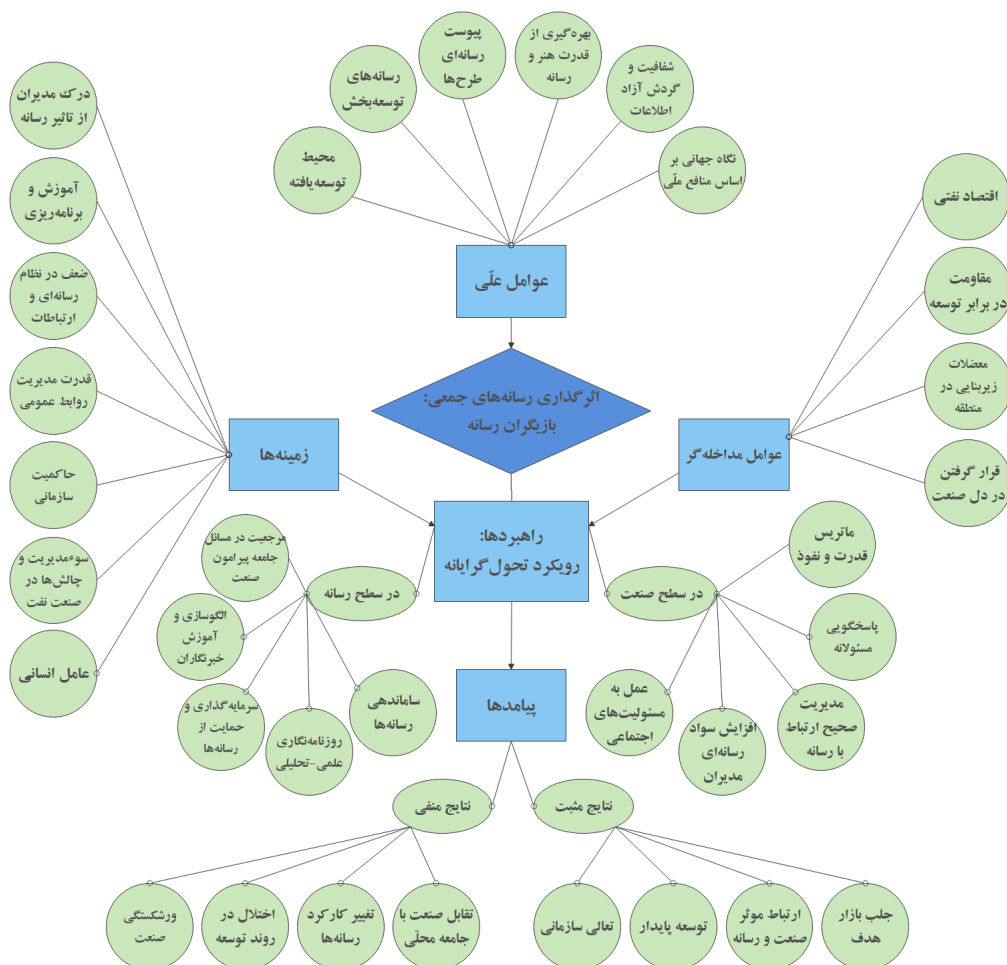
بر این اساس عوامل فعال در رسانه و صنعت برای رسیدن به هدف تأثیرگذاری رسانه‌ها بر توسعه می‌توانند استراتژی‌هایی تحت عنوان «رویکرد تحول‌گرایانه» را به کار گیرند. دست‌اندرکاران صنعت نفت و گاز شامل مدیران ارشد، مدیران میانی و به‌ویژه مدیران روابط عمومی‌ها، استراتژی‌هایی چون ماتریس قدرت و نفوذ، پاسخگویی مسئولانه، مدیریت صحیح ارتباط با رسانه، افزایش سواد رسانه‌ای مدیران و عمل به مسئولیت‌های اجتماعی (در سطح صنعت) و مدیران رسانه‌ها و روزنامه‌نگاران هم می‌توانند از راهبردهایی همچون مرجعیت در مسائل پیرامون صنعت، الگوسازی و آموزش خبرنگاران، سرمایه‌گذاری و حمایت از رسانه‌ها، روزنامه‌نگاری علمی و تحلیلی و ساماندهی رسانه‌ها (در سطح رسانه) بهره‌گیری کنند.

همچنین درک مدیران از تأثیر رسانه، آموزش و برنامه‌ریزی، ضعف در نظام رسانه‌ای و ارتباطات، قدرت مدیریت روابط عمومی، حاکمیت سازمانی، سوءمدیریت و چالش‌ها در صنعت نفت، و عامل انسانی به عنوان شرایط زمینه‌ای شناخته شدند.

عوامل اقتصاد نفتی، مقاومت در برابر توسعه، معضلات زیربنایی در منطقه و قرار گرفتن در دل صنعت نیز به عنوان مهم‌ترین شرایط مداخله‌گر تأثیرگذار بر موجبات علی و راهبردها استخراج شد.

پیامدهای مجموع موجبات علی و استراتژی‌های اتخاذ شده (در صورت به‌کارگیری یا عدم به‌کارگیری) نیز اینگونه به دست آمد: جلب بازار هدف، ارتباط مؤثر صنعت و رسانه، توسعه پایدار، و تعالی سازمانی به عنوان نتایج مثبت و مقوله‌های تقابل صنعت با جامعه محلی، تغییر کارکرد رسانه‌ها، اختلال در روند توسعه و ورشکستگی صنعت به عنوان نتایج منفی تبیین شدند.

بنابراین، تعامل رسانه‌ها و صنعت نفت و گاز (رسانه و روابط عمومی به عنوان نماینده صنعت) می‌تواند متأثر از مجموعه شرایط و عواملی به کارکرد مثبت یا منفی منجر شود که هر کدام می‌تواند به توسعه هر دو بخش و یا برعکس عدم موفقیت و ورشکستگی صنعت ختم شود که این به نفع رسانه و جامعه هم نیست. الگوی مذکور می‌تواند به صنعت رسانه و نفت و



نمودار ۲. مدل تأثیرگذاری رسانه های جمعی بر توسعه صنعت نفت و گاز بر اساس نظریه داده بنیان.

الگوی تولید و توزیع اخبار، فعالیت درست و حرفه ای رسانه ها، در نظر گرفتن تأثیر دوسویه رسانه، استفاده از ابزار شبکه های اجتماعی و تأثیرگذاری فضای مجازی به عنوان فرصتی برای توسعه، توجه بیشتر به رسانه، تبلیغات رسانه ای و گفتمان سازی، ترویج الگوهای موفق مدیریتی، و بهره گیری از کارکردهای رسانه ها به عنوان ابزار آموزش و توانمندسازی جامعه و واسطه بین صنعت و جامعه محلی از عوامل اصلی جلب این تأثیرگذاری برای توسعه است. همچنین کنشگری، حافظه نسلی، ابزار تعامل با جامعه محلی، مدیریت افکار عمومی، دغدغه مندی، شفاف سازی عملکرد صنعت،

تأثیرگذاری رسانه های جمعی بر توسعه صنعت نفت و گاز بر اساس نظریه داده بنیان ارائه شده است که در این الگو عوامل علی، مداخله گر، زمینه ها، راهبردها و پیامدها مشخص شده اند.

بحث و نتیجه گیری

یافته های پژوهش نشان داد الگوی اثرگذاری رسانه های جمعی باید نگاه جهانی بر اساس منافع ملی را در بر گرفته و بر مبنای شفافیت باشد. لذا اجرای درست قانون گردش آزاد اطلاعات، بهره گیری از قدرت هنر و رسانه، به کارگیری

انعکاس اقدامات مثبت و دستاوردها و تولید محتوای اثربخش از کارکردهای رسانه‌ها در تحقق امر توسعه است. عوامل مداخله‌گر در تأثیرگذاری رسانه‌ها بر توسعه صنعت نفت و گاز در استان بوشهر شامل اقتصاد نفتی، مقاومت در برابر توسعه، معضلات زیربنایی در منطقه و قرار گرفتن در دل صنعت هستند. این عوامل به همراه مؤلفه‌های تقابل دیدگاه‌ها، آسیب‌های اجتماعی، تقابل صنعت با طبیعت و جامعه، آلایندگی صنایع نفت و گاز و تأثیر صنعت بر جوامع محلی به عنوان عوامل محیطی از داده‌های پژوهش استخراج شده‌اند. — «ضعف در نظام رسانه و ارتباطات» به عنوان شرایط زمینه‌ای که شامل زیرمقوله‌های «ضعف در ارتباط با رسانه» و «فاصله گرفتن از رسانه» و همچنین مقوله «جریان نادرست رسانه» با زیرمقوله «ارتباط یک‌سویه» است به عنوان زمینه‌هایی که باعث تأثیر موجبات علی بر پدیده اصلی می‌شوند به دست آمده که با نتیجه تحقیق سوسا و همکاران (۲۰۱۵) مبنی بر کاهش تعامل میان کاربران و وبسایت‌های خبری در حد ارسال نظر و ارتباطات عمدتاً یکسویه مشابهت دارد. — یکی از کارکردهای رسانه‌ها، «آموزش جامعه» است که این مفهوم در مقوله «بهره‌گیری از قدرت هنر و رسانه» از پارادایم موجبات علی استخراج شده است. «تبلیغات رسانه‌ای» نیز به عنوان یکی از مقوله‌های فرعی «بهره‌گیری از قدرت هنر و رسانه» در پارادایم موجبات علی که یکی از مؤلفه‌های آن «کار تبلیغی و فرهنگی» است قرار دارد. همچنین «توسعه اطلاع‌رسانی» به عنوان زیرمقوله «قدرت مدیریت روابط عمومی» از مقوله‌های اصلی عوامل زمینه‌ای است. مقوله «خلا در اطلاع‌رسانی تخصصی» از مؤلفه‌های «ضعف رسانه‌های تخصصی» که زیرمقوله «ضعف نظام رسانه‌ای و ارتباطات» و از مشکلات شناسایی شده رسانه‌ها است، از مقوله‌های اصلی شرایط زمینه‌ای است. این موارد با پژوهش ملکیان و علیجانی (۱۳۹۶) با عنوان نقش مطبوعات اقتصادی در توسعه صادرات غیرنفتی مطابقت دارد. — «ایجاد زنجیره ارزش» یکی از کارکردهای رسانه‌ها در مقوله «بهره‌گیری از قدرت هنر و رسانه» از پارادایم موجبات علی و همچنین «خام‌فروشی» از زیرمقوله‌های «سوءمدیریت و چالش‌ها در صنعت نفت» مستخرج از شرایط زمینه‌ای است. این مفاهیم با مقاله قیومی ابرقویی و همکاران (۱۳۸۳) با موضوع الگوی مطلوب توسعه صنعت نفت در ایران شباهت‌هایی دارد.

— «تولید محتوای چندرسانه‌ای»، «تولید اخبار ویژه»، «تکنیک‌های پوشش خبری» و «فعالیت درست و حرفه‌ای» از مؤلفه‌های «بهره‌گیری از قدرت هنر و رسانه» به عنوان یکی از مقوله‌های اصلی موجبات علی و زیرمقوله «الگوی تولید و توزیع اخبار»؛ «تولید محتوای اثربخش» و «حافظه نسلی» به عنوان مؤلفه کارکرد رسانه‌ها که این مفهوم در مقوله «بهره‌گیری از قدرت هنر و رسانه» از پارادایم موجبات علی استخراج شده است. «نقص تولید محتوا در روابط عمومی»، «ضعف تولید محتوا در رسانه» و «دشواری تولید محتوای تخصصی» از مؤلفه‌های «ضعف در ارتباطات و نظام رسانه‌ای» به عنوان شرایط زمینه‌ای؛ «تولید محتوای تخصصی» از مؤلفه‌های «توسعه پایدار» به عنوان یکی از مقوله‌های اصلی نتایج مثبت و «رسانه‌های توسعه‌بخش» از مقوله‌های اصلی موجبات علی از یافته‌های این پژوهش هستند. یافته‌های مذکور با نتایج مطالعه قلی‌زاده گللو (۱۳۹۸) در مقاله تحلیل ساختار و محتوای مطبوعات محلی از حیث توجه به اصول روزنامه‌نگاری حرفه‌ای و توسعه‌ای مطابقت دارد. نتایج این پژوهش در قالب پنج مقوله در زمینه اصول ساختاری روزنامه‌نگاری شامل سبک مطالب، تولیدی بودن، منطقه رویداد، ماهیت و جهت‌گیری مطالب مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. همچنین در زمینه روزنامه‌نگاری توسعه، سه مقوله نوع مطالب توسعه‌ای، کارکرد مطالب توسعه‌ای و توجه به سنت‌ها و فرهنگ‌های بومی - محلی، بررسی شده که یافته‌ها نشان‌دهنده ضرورت به کارگیری روزنامه‌نگاری توسعه و پوشش اخبار توسعه‌ای است. — «رسانه به عنوان ابزار اطلاع‌رسانی و آگاهی‌بخشی» به عنوان زیرمقوله «ارتباط مؤثر صنعت و رسانه» از پیامدهای مثبت مجموع موجبات علی و راهبردهای اتخاذ شده است که با پژوهش ملکیان و علیجانی در سال (۱۳۹۶) مطابقت دارد. — «تغییر نگرش رسانه‌های محلی» به عنوان زیرمقوله «ساماندهی رسانه‌ها» از رویکردهای تحول‌گرایانه در سطح رسانه (راهبردها) با مقاله واتسون (۲۰۱۲)، مطابقت دارد. در نظرسنجی این مقاله با بررسی اهمیت ایدئولوژی‌ها در هدایت نگرش خبرنگاران، نشان داده شده ایدئولوژی‌های زیست محیطی و سیاسی روزنامه‌نگاران ساحل خلیج فارس، قوی‌ترین پیش‌بینی‌کننده نگرش آنها نسبت به صنعت نفت پس از نشت نفت BP است. — «توسعه فرهنگی و اجتماعی» از زیرمقوله‌های «توسعه

«ساماندهی رسانه‌ها» به عنوان مقوله اصلی راهبردهای سطح رسانه هستند. مفاهیم فوق با مقاله شرام (۱۹۶۴) با عنوان رسانه‌های جمعی و توسعه ملی مطابقت دارد.

— «توانمندسازی جامعه» به عنوان مؤلفه «کارکرد رسانه‌ها» در مقوله «بهره‌گیری از قدرت هنر و رسانه» و «تأثیر دوسویه رسانه‌ها» از همین مقوله در موجبات علی هستند. «جلب مشارکت اجتماعی» از مؤلفه‌های «عمل به مسئولیت‌های اجتماعی» از مقوله‌های اصلی راهبردهای صنعت و «ساماندهی رسانه‌ها» به عنوان مقوله اصلی راهبردهای رسانه استخراج شده است. «پذیرش تغییر» از مؤلفه‌های «ارتباط مؤثر صنعت و رسانه»، «رسالت نظارتی رسانه» به عنوان مؤلفه «توسعه پایدار» و «جلب بازار هدف» از نتایج مثبت پارادایم پیامدها است. این مفاهیم در بخش چهارم گزارش توسعه جهانی (۲۰۰۲)، آمده است.

— «توسعه انسانی» از مؤلفه‌های «توسعه پایدار» از مقوله‌های اصلی نتایج مثبت در پیامدها و «مبارزه با فساد» از مؤلفه «کارکرد رسانه‌ها» در مقوله «بهره‌گیری از قدرت هنر و رسانه» از موجبات علی است که در مطالعات توسعه WBI عنوان شده‌اند. — مقوله‌های «ارتباط مؤثر صنعت و رسانه» و «جلب بازار هدف» از نتایج مثبت پارادایم پیامدها، «بهره‌گیری از قدرت هنر و رسانه» از پارادایم موجبات علی، و «مدیریت صحیح ارتباط با رسانه» از مقوله‌های اصلی بسترها و شرایط زمینه‌ای هستند که در مطالعه کوم و همکارانش (۲۰۲۳) به آن اشاره شده است.

پایدار» به عنوان نتایج مثبت پارادایم پیامدها با نتایج پایان‌نامه کارشناسی ارشد میثم محمدی (۱۳۹۸) با عنوان تأثیر مطبوعات محلی بر توسعه فرهنگی شهر ارومیه مطابقت دارد. نتایج این پژوهش، فرضیه اصلی وجود رابطه بین محتوای ارائه شده در مطبوعات محلی و توسعه فرهنگی را تأیید کرده است. — «توسعه انسانی»، «توسعه اقتصادی»، «توسعه فرهنگی» و «توسعه اجتماعی» از مؤلفه‌های «توسعه پایدار» به عنوان مقوله اصلی نتایج مثبت حاصل از یافته‌های پژوهش ذیل پارادایم پیامدها است که با نتیجه تحقیق پوریا خورسندی (۱۳۹۶) با عنوان نقش مطبوعات استانی در توسعه مناطق محروم استان گیلان مشابهت دارد. در این پژوهش تلاش شده تأثیر نشریات محلی تالش بر توسعه منطقه بررسی شود که نتایج، فرضیات پژوهش در زمینه تأثیر رسانه بر توسعه را تأیید می‌کند.

— «نبود فضای رسانه‌ای توسعه» به عنوان مؤلفه «ضعف نظام رسانه‌ای و ارتباطات»، «عدم آگاهی از قدرت رسانه» از مؤلفه‌های «سوءمدیریت در صنعت نفت»، «روشنگری» به عنوان یکی از مؤلفه‌های مقوله اصلی «قدرت مدیریت در روابط عمومی» و «ضعف در ارتباطات» و «تعامل و ارتباطات» به عنوان مشخصه «عامل انسانی» از مقوله‌های اصلی شرایط زمینه‌ای؛ «هم‌راستایی ارتباطات اجتماعی، اقتصاد و محیط زیست» به عنوان مؤلفه «عمل به مسئولیت‌های اجتماعی» از رویکردهای تحول‌گرایانه در سطح صنعت (راهبردها) و «توسعه اقتصادی» از مؤلفه‌های «توسعه پایدار» به عنوان مقوله اصلی نتایج مثبت یافته‌های پژوهش ذیل پارادایم پیامدها و

پی‌نوشت‌ها

1. development

2. Interview

۳. نرم‌افزار کامپیوتری تحلیل کیفی مبتنی بر گراند تئوری یا نظریه بنیادین برای تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش.

4. Journalisme

۵. معادل Journalism برگرفته از فرهنگ آریان‌پور.

6. Daniel Lerner

9. Qualitative Research

12. Open Coding

15. Maykut

7. Wilbur Schramm

10. Semi-Structured

13. Axial Coding

16. Morehouse

8. Grounded Theory

11. MAXqda Pro 2020

14. Selective Coding

منابع

بر لبه تیغ روابط عمومی، روزنامه جام‌جم، شماره ۵۱۵۸. تودارو، مایکل (۱۳۷۷)، توسعه اقتصادی جهان سوم، غلامعلی فرجادی، تهران: مؤسسه عالی پژوهش و

ازکیا، مصطفی (۱۳۸۱)، جامعه‌شناسی توسعه و توسعه‌نیافتگی روستایی/ایران، تهران: انتشارات اطلاعات. پوری، احسان (۱۳۹۷)، از تیغ تیز روزنامه‌نگاری تا حرکت

برنامه‌ریزی.
درگاه خدمات مناطق آزاد و ویژه ایران، منطقه ویژه اقتصادی انرژی پارس (www.freezones.ir).
زابلی‌زاده، اردشیر (۱۳۹۳)، *چارچوب‌بندی خبر و رسانه‌ها*، تهران: دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها.
طاهری، رضا (۱۳۹۳)، *از مرورید تا نفت (تاریخ خلیج فارس)*، چاپ سوم، تهران: نشر نخستین.
فرهنگی، علی اکبر (۱۴۰۰)، *ارتباطات انسانی*، انتشارات رسا.
قلی‌زاده گللو، شهریار (۱۳۹۸)، *تحلیل ساختار و محتوای مطبوعات محلی از حیث توجه به اصول روزنامه‌نگاری حرفه‌ای و توسعه‌ای (مورد مطالعه: نشریات استان اردبیل)*، مطالعات رسانه‌ای، دوره ۱۴، شماره ۴ (پیاپی ۴۷)، ناشر: دانشگاه آزاد اسلامی / علوم تحقیقات تهران.
قیومی ابرقویی، عباس و همکاران (۱۳۸۳)، *الگوی مطلوب توسعه صنعت نفت در ایران، دومین همایش ملی توسعه فناوری در صنعت نفت*، تهران.

کنین، عبدالحسین (۱۳۹۱)، *جغرافیای استان بوشهر*، تهران: آینه کتاب.
گزارش اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی استان بوشهر (۱۳۹۵)، تهران: سازمان برنامه و بودجه کشور، ۱۳۹۷.
لرنر، دانیل (۱۳۸۳)، *گذر از جوامع سنتی با نوسازی خاورمیانه*، مترجم: غلامرضا خواجه‌سروی، ناشر: پژوهشکده مطالعات راهبردی.
مسعودی، امیدعلی (۱۳۸۳)، *کارکرد برجسته‌سازی در مطبوعات در اندیشه‌های بنیادین علم ارتباطات*، زیر نظر دکتر باقر ساروخانی، تهران: انتشارات خجسته.
ملکیان، نازنین، صیاد علیجانی، معصومه (۱۳۹۶)، *نقش مطبوعات اقتصادی در توسعه صادرات غیرنفتی، رسانه، سال ۲۸، شماره ۲ (پیاپی ۱۰۷)*.
مودی، بلا (۲۰۰۰)، *ارتباطات بین‌المللی و توسعه: دیدگاه قرن بیست و یکم*، مترجم: محمدابراهیم گوهریان، شهاب شالچیان (۱۳۹۳)، چاپ و نشر بازرگانی.

"The World Factbook", (2013). Country Comparison - Oil Consumption.
Aggarwala, Narinder K. (1979) "What is Development News". *Journal of Communication*. Vol 29, PP. 180-182.
Bezen, Balamir Coşkun (2009) "Global Energy Geopolitics and Iran". UUSLARARASI ILISKILER (Volume 5 No. 20): Page(s) 179–201.
Corbin, J. & Strauss, A. L. (2008). *Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory*. Sage. London.
Daniel Yergin, (2009). *The Prize: The Epic Quest for Oil, Money & Power*, p. 770.
Esrafil-Dizaji, "Great exploration targets in the Persian Gulf: the North Dome/South Pars Fields", *Finding Petroleum*.
Kum FaiYuen & Et al (2023). *Social media en-*

gagement of stakeholders in the oil and gas sector: Social presence, triple bottom line and source credibility theory. *Journal of Cleaner Production*, Volume 382, 1 January 2023, 135375.
Schramm, Wilbur (1964). *Mass media and national development: The role of information in the developing countries* (Vol. 65). Stanford, CA: Stanford University Press.
Sousa, Artur. Agante, Pedro. Gouveia, Luis. (2014). *Communication Model for Generalist News Media Websites*. *IERI Procedia* 10, 32-37.
World Bank. 2002. *The Right to Tell : The Role of Mass Media in Economic Development*. WBI Development Studies;. Washington, DC. © World Bank.
World Bank. 2002. *World Development Report 2002 : Building Institutions for Markets*. New York: Oxford University Press. © World Bank.

تحلیل جامعه شناختی افول ارتباطات درون خانوادگی و بازگشت به اعتیاد (شهر گرگان سال ۱۴۰۰-۱۴۰۱)

حمیدرضا یزدانی^۱، باقر ساروخانی^۲، منصور وثوقی^۳

دریافت: ۱۴۰۱/۱۲/۲۶، پذیرش: ۱۴۰۲/۰۲/۳۰

DIO:10.22034/RCC.2023.1996351.1062

چکیده

عود اعتیاد از ابعاد متعددی قابل مطالعه است که هر یک در جای خود می‌تواند مهم باشد، یکی از این ابعاد، عوامل اجتماعی است که خود طیف گسترده‌ای را شامل می‌شود. این مقاله بخشی از یک مطالعه گرند تئوری است که به بررسی نقش افول ارتباطات درون خانوادگی در عود پرداخته، جامعه مشارکت‌کننده این پژوهش از میان افرادی که سه ماه و بیشتر از ترک‌شان گذشته، دارای سابقه عود سه بار و بیشتر بوده و از مراکز ترک اعتیاد شهر گرگان ترخیص شده، یا در حال ترخیص بودند، به صورت نمونه‌گیری هدفمند و نظری انتخاب و از طریق مصاحبه عمیق نیمه ساختاریافته، گردآوری داده‌ها تا مرحله اشباع نظری ادامه پیدا کرد، برای این هدف تا ۲۱ نفر مصاحبه‌ها ادامه یافت. تجزیه و تحلیل و کدگذاری، همزمان با گردآوری داده‌ها شروع و ادامه پیدا کرد. طبق یافته‌های تحقیق، افول ارتباطات درون خانوادگی به عنوان پدیده نهایی انتخاب شد، همچنین چهار مؤلفه: افول و سقوط سرمایه اجتماعی درون شبکه‌ای، هراس مستمر از سرزنش، برزخ اجتماعی و خانوادگی، فقدان شبکه ارتباطی به عنوان شرایط زمینه‌ای، سه مؤلفه سایه سنگین گذشته، ابهام و ناامیدی خانواده و داغ اعتیاد جزء شرایط علی و چهار مؤلفه متهم‌پنداری درون شبکه‌ای، سابقه عود، سقوط اعتماد اجتماعی و مجرم‌پنداری اجتماعی به عنوان عوامل مداخله‌گر بدست آمد، در ادامه مصرف تسکینی، چسبندگی شبکه، اجتناب از روابط اجتماعی مصرف خلاصی، هجرت اجباری از خانواده و جامعه، تصمیم به خودکشی و اقدام به خودکشی جزء راهبردهای ناشی از عمل و تعامل استخراج شد، در نهایت سقوط منزلت خانوادگی، بی‌خانمانی و رهاسدگی، فروپاشی خانواده، طلاق و جدایی، کارتن‌خوابی، شرم اجتماعی، مرگ ناشی از خودکشی و مرگ ناشی از مصرف بیش از حد به عنوان پیامدها کشف و نام‌گذاری شد. نتیجه این‌که برای شناخت و تبیین مسئله، همچنین مداخله در جهت کاهش میزان عود توجه به پدیده افول ارتباطات درون خانوادگی در بستر و شرایط مطرح شده ضروری است و غفلت از این مهم، بر چالش‌ها و مشکلات عود و پیامدهای ناشی از آن خواهد افزود.

واژگان کلیدی: ارتباطات درون خانوادگی، عود، اعتیاد.

۱. دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی مسائل اجتماعی ایران، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.
Email: h.yazdani91@yahoo.com

۲. استاد جامعه‌شناسی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسئول).
Email: b.saroukhani@yahoo.com

۳. استاد جامعه‌شناسی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.
Email: vosooghi_mn@yahoo.com

مقدمه و بیان مسئله

گسترش روز افزون انواع مواد مخدر منجر به شکل‌گیری اعتیادهای گوناگون شده است، بطوری‌که دیگر مانند گذشته کلمه اعتیاد تداعی‌کننده یک نوع ماده مصرفی با یک نوع شیوه مصرف نیست، بلکه به مجرد این‌که با این واژه مواجه می‌شویم، ممکن است انواع مختلفی از اعتیادها در ذهن مان متبادر شود. چه بسا انواعی هم به وجود آمده باشند که از آن غافل و ناآگاه باشیم. موضوع و مسئله مهمی که در کنار این پدیده خانمان‌سوز همچنان شرایط را بغرنج‌تر کرده است، معضل عود (بازگشت مجدد به مصرف) است که به نظر می‌رسد متناسب با رشد و تنوع در اعتیاد در ابعاد مختلف بررسی نشده است.

«عود یکی از جنبه‌های مهم اعتیاد است که پس از دوره‌ای از قطع مصرف و طی تلاش‌های بازدارنده بروز می‌کند و از بحرانی‌ترین پدیده‌ها در رابطه با مباحث اعتیاد در میان پژوهش‌گران و هم چنین یکی از عوامل ناامیدی ترک در میان افراد است» (شکری، ۱۳۹۵: ۶).

به نظر محقق شناسایی و بیان درصد عود که عموماً از طریق مطالعات کمی بدست آمده به تنهایی کافی نبوده و نمی‌تواند زوایای مسئله را به خوبی مشخص کند. از طرف دیگر راهبردهایی هم که به تبع این مطالعات ارائه می‌شود همه جوانب را پوشش نداده و بسیار کلی است. توجه صرف مطالعات فراوان به جنبه فردی اعتیاد و عود، منجر به مغفول ماندن جنبه‌های دیگر اعتیاد و عود، از جمله عوامل اجتماعی مؤثر بر این پدیده شده است. بررسی‌ها در زمینه اعتیاد نشان می‌دهد میزان افرادی که دچار اعتیاد می‌شوند رو به افزایش است علاوه بر این، پژوهش‌ها حاکی از آمار بالای عود نیز است که «زنگ خطر را برای خانواده‌ها و جامعه به صدا در می‌آورد.» (با وجود درمان‌های متفاوتی که در این حوزه وجود دارد از بین افرادی که دارای تشخیص اختلالات مصرف مواد مخدر هستند و اقدام به ترک می‌نمایند، دو سوم به مصرف مجدد اقدام می‌نمایند) (قادری، ۱۳۹۴: ۴).

«آمارها نشان دهنده درصد بالای عود بعد از ترک در افراد معتاد است. حدود ۲۰ تا ۸۰ درصد از معتادان ظرف یکسال اول درمان اعتیاد دچار عود می‌شوند» (شکری، ۱۳۹۵: ۴).

«مارلات و گوردون^۱ (۱۹۸۵) احتمال بازگشت

مواد مخدر را در خوشبینانه‌ترین شکل تا ۵۰ درصد پیش‌بینی کرده‌اند، به نظر آنان این احتمال تا ۹۰ درصد نیز متغیر است. بیشتر سوءمصرف‌کنندگان مواد پس از سم زدایی و ورود به درمان‌های توانبخشی، طی ۹۰ روز پس از شروع درمان، مجدداً به مصرف مواد می‌پردازند» (صفری حاجت‌آقایی، ۱۳۹۴: ۴).

آمار بالای عود (مصرف مجدد) در افراد بعد از ترک، از نکات قابل تامل این حوزه است. چرا که علاوه بر ناکارآمد جلوه دادن درمان‌های حوزه اعتیاد، پیامدهای فردی و اجتماعی خاص خود را نیز داراست. حل یا کاهش مشکلات حوزه اعتیاد تا حدود زیادی نیازمند بررسی‌های دقیق و علمی کارشناسان و پژوهش‌گران این حوزه است، نیازی که علیرغم پژوهش‌ها و تلاش‌های فراوان در این حوزه همچنان بی‌پاسخ مانده، یا به عبارت بهتر نتوانسته پاسخ مطلوبی برای حل این مسئله ارائه کند. از آنجا که پدیده‌های اجتماعی با انسان سروکار دارند، که موجودی چندساحتی، دارای آگاهی، بینش، در حال تغییر و در عین حال اجتماعی است، بررسی این پدیده‌ها هم باید بسیار دقیق و متناسب باشد. هرچند مسئله عود در نگاه اول یک مشکل فردی به نظر می‌رسد، ولی بدون شک نمی‌تواند متأثر از عوامل اجتماعی نباشد، علیرغم اینکه عود یک اقدام فردی است، نباید از ریشه‌ها و عوامل اجتماعی مؤثر بر این پدیده مغفول شویم. چرا که هیچ پدیده‌ای به یکباره اتفاق نمی‌افتد و تبعاً به یک دم نیز از بین نمی‌رود، پدیده‌های اجتماعی دارای ریشه‌های اجتماعی، عوامل اجتماعی و پیامدهای اجتماعی هستند، و البته اگر دقیق مورد توجه و بررسی قرار گیرند، نیاز به درمان‌های اجتماعی هم دارند. در این میان موضوع خانواده و ارتباطات درون‌خانوادگی افراد بعد از ترک نقش بسیار مهمی را ایفا می‌کند، به گونه‌ای که پایه‌ای درمان اعتیاد فرد، خانواده هم باید مورد توجه قرار گیرد.

کشف تأثیر عوامل اجتماعی و خصوصاً بحث افول ارتباطات درون خانوادگی در عود بسیار ضروری است، درست است که فرد معتاد دارای مسائل فراوان فردی و روانی است، ولی نباید از نقش عوامل اجتماعی، خصوصاً موضوع قابل بحث یعنی روابط درون خانوادگی در راه‌اندازی و تشدید عود غافل شویم، چرا که فرد معتاد بعد از ترک نیاز به برقراری رابطه در خانواده و جامعه دارد و چنانچه از این

موضوع عود به روش کیفی پرداختند و به این نتیجه رسیدند که پنج مضمون اصلی «خانواده و عوامل اجتماعی»، «کمپ»، «عوامل فردی و جنسی»، «عوامل اقتصادی»، «مسائل درمانی» و ۲۶ مضمون فرعی در زمینه علل بازگشت به اعتیاد مؤثر می‌باشند. اکثریت شرکت‌کنندگان اختلافات خانوادگی، شرایط بد کمپ، بیکاری، وسوسه فردی را علل اصلی بازگشت به اعتیاد می‌دانستند. از دیدگاه افراد مورد مطالعه، انتخاب کمپ ترک اعتیاد مناسب، حمایت و نظارت بیشتر خانواده، عدم تنبیه توسط خانواده، حمایت عاطفی، تغذیه‌ای و شغلی پس از ترک از مهم‌ترین راهکارها جهت پیشگیری از بازگشت به مواد مخدر بود.

نیک منش و همکاران (۱۳۹۲) در تحقیقی با عنوان «نقش باورهای خود کارآمدی و حمایت اجتماعی در پیش‌بینی عود اعتیاد» به موضوع بررسی نقش باورهای خودکارآمدی و حمایت اجتماعی در پیش‌بینی عود اعتیاد با روش علی مقایسه‌ای پرداختند و به این نتیجه رسیدند که تفاوت معنی داری بین شرکت‌کنندگان بدون عود و شرکت‌کنندگان با عود از نظر «باورهای خودکارآمدی» و «حمایت اجتماعی» وجود دارد و متغیر باورهای خودکارآمدی و حمایت اجتماعی بهترین پیش‌بینی‌کننده عود اعتیاد بودند.

شرق و همکاران (۱۳۹۰) در تحقیقی با عنوان «بررسی عوامل مؤثر بر عود اعتیاد از دیدگاه معتادین مراجعه کننده به مراکز ترک اعتیاد» به روش توصیفی به موضوع عود از دیدگاه معتادین پرداختند و بر اساس یافته‌های پژوهش خود به این نتیجه رسیدند که برای روی آوردن مجدد به اعتیاد تنها وجود یک عامل کافی نیست. بلکه مجموعه‌ای از عوامل فردی، خانوادگی، اجتماعی، فرهنگی - اقتصادی با نسبت‌های متفاوت باعث روی آوردن مجدد به اعتیاد می‌شد که بیانگر نیاز به طراحی مطالعاتی با تمرکز بر روی علل عود و راهکارهای جلوگیری از آن به عنوان مشکل اصلی وابستگی به مواد است.

زنگ^۳ و همکاران (۲۰۲۱) در پژوهشی تحت عنوان «رابطه صمیمیت خانوادگی و تمایل به عود» به موضوع عود در بین افرادی که از مخدرها استفاده می‌کنند پرداختند و به نتایج زیر رسیدند:

۱. میانگین نمره صمیمیت خانوادگی افرادی که مواد مخدر مصرف می‌کنند پایین بود؛

مهم محروم بماند به عنوان یک انسان و موجودی اجتماعی، بخش مهمی از نیازهایش بی‌پاسخ مانده و طبعاً نسبت به این مسئله کنش‌هایی را اتخاذ خواهد کرد، که محتمل‌ترین آن، بازگشت مجدد به دنیای اعتیاد و مصرف مواد مخدر است، این در حالی اتفاق می‌افتد که کمتر به نقش خانواده و جامعه نسبت به این افراد پرداخته می‌شود و اغلب در تبیین‌های موجود در مورد ماهیت عود، به نقش اجتماعی موضوع به اندازه کافی توجه نمی‌شود، حال آنکه فهم دقیق‌تر از ماهیت اجتماعی بودن انسان، پرداختن به مسئله را در این حوزه راحت‌تر خواهد کرد. «آنتوان چخوف در جایی می‌گوید تحقیر شدن بدترین بلایی است که زندگی می‌تواند بر سر انسان بیاورد. هیچ چیز، هیچ چیز، هیچ چیز دیگر در دنیا به اندازه تحقیر شدن آشکار نمی‌تواند روح انسان را ویران کند. هر درد و رنج دیگری را می‌شود تحمل کرد یا از سر گذراند، ولی تحقیر شدن را نمی‌شود. خاطره تحقیر شدن همیشه در ذهن، قلب، رگ‌ها و شریان‌ها باقی می‌ماند. غالباً حیات روحی فرد را نابود می‌کند و موجب می‌شود ده‌ها سال بی‌وقفه خودخوری کند» (گورینگ^۲، ۱۴۰۱: ۱).

از این رو ما در این مطالعه سعی کردیم به یکی از موضوعات مهم این حوزه یعنی افول ارتباطات درون خانوادگی افراد معتاد بعد از ترک پیردازیم و ابعاد زمینه‌های این مسئله را بررسی و به تبع آن چگونگی تأثیر آنها را مورد مطالعه قرار دهیم تا با کشف و استخراج بستر و زمینه‌های این پدیده و همچنین راهبردها و پیامدهای متأثر از آن فهم و تبیین بهتری از مسئله عود ارائه دهیم تا راهگشای مناسبی برای مواجهه با مسئله باشد.

پیشینه پژوهش

پورابراهیمی تپسه و همکاران (۱۳۹۸) در تحقیق با عنوان «اهمیت دوران نوجوانی و نقش خانواده در پیشگیری از اعتیاد فرزندان به مصرف مواد مخدر» به موضوع دلایل اجتماعی، خانوادگی و روان‌شناختی گرایش به اعتیاد پرداختند و به این نتیجه رسیدند که تأثیرگذارترین عامل و دلیل گرایش نوجوانان به سمت مواد مخدر عوامل خانوادگی است که با آموزش و بالا بردن آگاهی و تأمین سلامت روانی خانواده‌ها، می‌توان گام مهمی در پیشگیری از اعتیاد برداشت.

خمرنیا و پیوند (۱۳۹۶) در تحقیقی با عنوان «علل بازگشت به اعتیاد به مواد مخدر و راهکارهای پیشنهادی» به

که با کنترل برخی متغیرهای جمعیت شناختی و متغیرهای مرتبط با ریسک، نوع خاصی از حمایت اجتماعی خارجی، خطر عود کمتر را پیش‌بینی می‌کند، که به معنی تأثیر بهتر توانبخشی اجباری است. مشارکت در برخی از برنامه‌های نهادی و درگیری‌های شخصی تجربه شده برای پرهیز از نظر آماری با خطر عود معنی‌دار نیست.

سؤالات پژوهش

۱. افول ارتباطات درون خانوادگی چه رابطه‌ای با بازگشت به اعتیاد دارد؟

۲. افول ارتباطات درون خانوادگی چه راهبردها و پیامدهایی را در زمینه عود در پی خواهند داشت؟

اهداف پژوهش

هدف اصلی

تحلیل جامعه شناختی افول ارتباطات درون خانوادگی و بازگشت به اعتیاد در افراد معتاد شهر گرگان.

اهداف فرعی

شناخت نقش افول ارتباطات درون خانوادگی در عود. شناخت راهبردها و پیامدهای ناشی از افول ارتباطات درون خانوادگی.

ادبیات پژوهش

نظریه‌ها درباره بازگشت به اعتیاد

در نگاه به علل عود اعتیاد، رویکردها و نظریات مختلفی طراحی و ارائه شده است. برخی با رویکرد فشارهای ساختاری، عود را نتیجه ادامه شرایطی در جامعه می‌دانند که ابتدا باعث ارتکاب اولیه اعتیاد شده و بعد از ترک اعتیاد و خروج از اعتیاد هنوز ادامه دارد و به عواملی مانند فقر، بیکاری، بی‌نظمی، آشفتگی اجتماعی و امثال آن اشاره می‌کنند. در این صورت وضعیت ساختاری در جامعه سبب عود در معتادان به اعتیاد می‌شود. لذا برخی پژوهشگران به نقش عوامل ساختاری در تکرار اعتیاد اشاره دارند.

برخی به نقش کنترل اجتماعی تأکید دارند و رفتارهای انحرافی را نتیجه ضعف یا عدم کنترل از سوی خانواده و جامعه می‌دانند. چرا که اعتقاد دارند افراد به طور طبیعی گرایش به کج رفتاری دارند و چیزی که می‌تواند در پیشگیری از این رفتارها مؤثر واقع شود کنترل‌های اجتماعی از سوی

۲. صمیمیت خانوادگی منفی پیش‌بینی کننده تمایل به عود در افرادی که مواد مخدر استفاده می‌کنند است؛ و

۳. سرمایه روانشناختی با صمیمیت خانوادگی و گرایش به عود رابطه دارد.

نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که صمیمیت بین افرادی که مواد مخدر مصرف می‌کنند با اعضای خانواده باید بهبود یابد و مرکز توانبخشی باید اقدامات مختلفی را برای تقویت سطح سرمایه روانشناختی و سطح خودکارآمدی افرادی که مواد مخدر مصرف می‌کنند، انجام دهد که برای کاهش تمایل به عود آنها مفید خواهد بود.

سایرا جاوید^۴ و همکاران (۲۰۱۹) در پژوهشی با عنوان «سوء مصرف مواد از پرهیز تا عود» به موضوع شناسایی و کشف دلایل شایع عود بعد از پرهیز از اعتیاد پرداختند و به این نتیجه رسیدند که دلایل متداول عود عبارت بودند از: از فشار همسالان (فشار اجتماعی)، احساسات منفی از طرف خانواده (دلسردی پرخاشگری و عدم همدلی/همدلی)، استرس (حوادث آسیب‌زا، بد فیزیکی/سلامت روانی)، عدم انگیزه و در دسترس بودن آسان داروها (ارزان، مقرون به صرفه و توزیع‌کنندگان در دسترس هستند). نتیجه اینکه دلایل اصلی عود بی‌ثباتی عاطفی، عدم همکاری خانواده و حبس در مراکز توانبخشی برخلاف میل افراد برای مدت طولانی‌تر است. بنابراین، فرایند توانبخشی باید با انگیزه فرد آغاز شود، و به دنبال آن آموزش روانی خانواده و از طولانی شدن مدت زمان غیر ضروری پذیرش بدون رضایت فرد اجتناب شود.

اشرانی^۵ و همکاران (۲۰۱۸) در پژوهشی با عنوان «فاکتورهای روانی و اجتماعی در عود» به موضوع عوامل مؤثر در عود در بین معتادان به مواد مخدر پرداختند و به این نتیجه رسیدند که عوامل روانی اجتماعی، مانند جنبه‌های خودکارآمدی، حمایت خانواده، حمایت دوستان و حمایت جامعه، با عود رابطه معنا داری داشتند. همچنین عوامل روانشناختی برای طراحی استراتژی‌های درمانی بسیار حیاتی هستند. مشارکت خانواده، جامعه و سازمان‌های داوطلبانه برای آموزش و پیشگیری مورد نیاز است.

هایان شیونگ و جیدونگ جیاء^۶ (۲۰۱۸) در تحقیقی با عنوان «حمایت اجتماعی موقعیتی و عود» به موضوع بررسی اثر حمایت اجتماعی موقعیتی از سوء مصرف‌کنندگان مواد مخدر در دوره توانبخشی اجباری و برآورد اولیه‌ای از رابطه بین حمایت اجتماعی و عود پرداختند و به این نتیجه رسیدند

نهادهای اجتماعی است.

بندورا با اشاره به نقش یادگیری اجتماعی، معتقد است که رفتارها انحرافی نتیجه یادگیری از طریق ارتباط با همسالان و هم گروهی‌ها است. و تأکید بر پیوندهای سالم در کاهش کج رفتاری دارد.

رویکرد کنش متقابل هم به تعاملات و کنش متقابل افراد، تأثیر و تأثر آنها بر یکدیگر اشاره دارد. اینکه افراد در نتیجه تعاملات و کنش‌های خود چگونه تحت تأثیر، نه تعیین قرار می‌گیرند.

نظریه‌های فشار ساختاری

«مرتن آنومی یا بی هنجاری را به فشاری اطلاق می‌کند که وقتی هنجارهای پذیرفته شده با واقعیت اجتماعی در ستیز اند، بر افراد وارد می‌آید در واقع این نظریه انحراف را به عنوان نتیجه فشارهای ساختاری می‌داند که مردم را تحت فشار قرار می‌دهد. نظریه «فشار ساختاری مرتن» بر این باور است که انحراف برای این پیش می‌آید که جامعه دستیابی به برخی اهداف را تشویق می‌کند ولی وسایل ضروری برای رسیدن به این هدف‌ها را در اختیار همه اعضای جامعه قرار نمی‌دهد در نتیجه برخی افراد یا باید هدفهای خاصی را برای خود برگزینند و یا برای رسیدن به هدف‌هایی که فرهنگ جامعه‌شان تجویز کرده باید وسایل نامشروعی را به کار ببرند» (ستوده، ۱۳۸۹: ۱۲۹).

نظریه کنترل اجتماعی

«نظریه کنترل اجتماعی نیز در تبیین کج رفتاری‌های اجتماعی از نظریه‌های با نفوذ حوزه جامعه‌شناسی انحرافات اجتماعی و جرم است. این نظریه علت اصلی کج رفتاری را نبود کنترل اجتماعی می‌داند. فرض اصلی این است که افراد به طور طبیعی تمایل به کج رفتاری دارند و اگر تحت کنترل قرار نگیرند چنین می‌کنند» (سروستانی، ۱۳۹۰: ۵۱).

نظریه پیوند اجتماعی هیرشی

«تراویس هیرشی پایه‌گذار نظریه پیوند اجتماعی است. او بر این باور است که کژ رفتاری زمانی

روی می‌دهد که پیوند میان فرد و جامعه ضعیف یا گسسته شود. او چهار عنصر اصلی «دلبستگی»، «سرسپردگی» (تعهد)، «درگیری» (مشارکت)، و «ایمان» را باعث پیوند بین فرد و جامعه می‌داند» (ستوده، ۱۳۸۹: ۱۳۸).

بریتویت و شرمندسازی

«جان بریتویت هم مثل هیرشی علت وجود همنوایی در جامعه را کنترل رفتار افراد توسط عوامل مختلف می‌داند، اما هیرشی شیوه این کنترل را پیوند فرد با جامعه می‌داند در حالی که بریتویت از کنترل افراد توسط جامعه از طریق شرمندسازی متخلف بحث می‌کند. به نظر وی شرمندسازی نوعی ابراز عدم تأیید اجتماعی نسبت به رفتاری خاص برای تحریک ندامت در شخص خلافکار است. بریتویت از دو نوع شرمندسازی صحبت می‌کند: ۱. شرمندسازی جداکننده که طی آن کج رفتار، مجازات، بدنام، طرد و در نتیجه از جامعه هم‌نویان تبعید می‌شود؛ و ۲. شرمندسازی پیوند دهنده که ضمن اعلام درک احساس کج رفتار و نادیده گرفتن تخلف وی و حتی ابراز احترام به او، نوعی احساس تقصیر در او ایجاد کرده، (فرض شده که) نهایتاً او را از ادامه کج رفتاری باز می‌دارد و از بازگشت او به جمع هم‌نویان استقبال می‌کند» (سروستانی، ۱۳۹۰، ۵۳-۵۴).

نظریه همبستگی اجتماعی

«به اعتقاد دورکیم، اگر در جامعه‌ای «همبستگی اجتماعی» یعنی نیروی کششی که افراد یک جامعه را به هم پیوند می‌دهد قوی باشد، اعضای آن احتمالاً با هنجارهای اجتماعی و ارزش‌ها هم‌نوا می‌شوند. ولی اگر در جامعه‌ای همبستگی اجتماعی ضعیف باشد، ممکن است مردم به سوی رفتار مجرمانه کشیده شوند. به بیان دیگر، افرادی که با اجتماع خود، همبستگی دارند تمایل به تبعیت از مقررات آن را نیز دارند؛ در حالی که کسانی که از اجتماع بریده‌اند، ممکن است تمایل به نقض آن مقررات داشته باشند. بنابراین کجروی‌ها و نوع کنترل اجتماعی با توجه به

ساختار جامعه، شکل حکومت، فرهنگ و نهادهای اجتماعی متفاوت است. در یک جامعه بسته روستایی که همه اعضاء آن همدیگر را می‌شناسند و روابط بر اساس احترام است و کوچک‌ترها به وسیله و تحت کنترل بزرگ‌ترها یا به عبارتی ریش سفیدان هستند، اعضای جامعه برای آنکه انگشت نما نشده و از جامعه خود طرد نشوند، کمتر به کجروی روی می‌آورند. از این رو افراد سعی می‌کنند در چارچوب سنت و فرهنگ جامعه خود زندگی کنند. زیرا در این گونه جامعه‌ها نگاه ریش سفیدان به فرد خاطی سنگین‌تر از چند سال زندان است. اما شکل «کنترل اجتماعی» در جامعه‌های باز مثل شهرها متفاوت است. در شهر، خانواده کوچک‌تر شده و اعضایش به خاطر مشکلات اقتصادی و شغلی و درگیر شدن با زندگی ماشینی کمتر همدیگر را می‌بینند. به همین دلیل در آن جا قانون و مقررات کنترل کننده رفتار اجتماعی است» (ستوده، ۱۳۸۹: ۱۳۴-۱۳۵).

نظریه‌های یادگیری اجتماعی

«مجموع صاحب نظرانی که موضوع یادگیری اجتماعی را مطرح ساخته‌اند بر این باورند که کج رفتاری و همنوایی که فرایندهای مشابه یاد گرفته می‌شوند و کج رفتاری نتیجه یادگیری هنجارها و ارزش‌های انحرافی به‌ویژه در چارچوب خرده فرهنگ‌ها و گروه‌های همالان است» (سروستانی، ۱۳۹۰: ۴۷-۴۸).

ساترلند و پیوند افتراقی: «نظریه پیوند افتراقی ادوین ساترلند مشهورترین نظریه از مجموعه نظریه‌های جامعه‌پذیری یا یادگیری در مباحث کج رفتاری اجتماعی است. نکته اصلی نظریه ساترلند این است که افراد به این علت کج رفتار می‌شوند که تعداد ارتباط‌های انحرافی آنها بیش از ارتباط‌های غیر انحرافی‌شان است. این تفاوت تعامل افراد با کسانی که ایده‌های کج رفتارانه دارند نسبت به افرادی که از ایده‌های هم‌نوایانه برخوردارند (یعنی ارتباط بیشتر آنان با کج رفتاران یا ایده‌های کج رفتاری) علت اصلی کج رفتاری آنهاست» (سروستانی، ۱۳۹۰: ۴۸).

دیدگاه کنش متقابل نمادین: «از دیدگاه این مکتب، هنگامی

نظم اجتماعی که حاصل فرایند مستمر کنش متقابل میان افراد با خانواده و جامعه است، اگر صورت نگیرد و رویه‌ها و الگوهای اجتماعی بر اثر کنش‌های خلاق طرفین به صورت برابر نباشد، رفتار افراد را به سمت آسیب اجتماعی سوق می‌دهد. کنش متقابل نمادین، مصرف مواد مخدر را تبیین نمی‌کند، چون بر رفتار عامل اجتماعی متمرکز نیست بلکه بر چگونه نگریده شدن یک رفتار یا شخص، توسط دیگران (جامعه) متمرکز است. کنش متقابل نمادین بر اهمیت تعریف و برجسب زنی و معانی منتسب به مصرف مواد تأکید می‌کند. اگر تجربه نخستین مصرف مواد، خوب تلقی و تعریف شود، مصرف مواد تکرار خواهد شد و فرد ممکن است به تدریج برچسب معتاد بخورد. اگر این تعریف طوری درونی شود که فرد نیز خود را معتاد تلقی کند، رفتار مزبور (اعتیاد) استمرار و حتی افزایش خواهد یافت».

نظریه انگ‌زنی: «این رویکرد کج رفتاری را مفهومی ساخته جامعه می‌داند، یعنی گروهی در جامعه با تصویب قوانینی که تخطی از آنها کج رفتاری محسوب می‌شود، مفهوم کج رفتاری را می‌سازند» (سروستانی، ۱۳۹۰: ۵۷).

از آنجا که پژوهش حاضر کیفی و اکتشافی است، بنابراین دیدگاه نظری خاصی را پیش نگرفته تا به اثبات یا رد گزاره‌های آن بپردازد و صرفاً از آن زاویه به پدیده بنگرد. بلکه در عوض تلاش شده ضمن مطالعه ادبیات پژوهش و داشتن حساسیت نظری لازم به روش تئوری زمینه‌ای به مطالعه و واکاوی پدیده پرداخته تا داده‌ها در فرایند تجزیه و تحلیل و کدگذاری خود نسبت به واقعیت مورد مطالعه سخن بگویند. در روش نظریه بنیانی «حساسیت نظری» پژوهشگر در روش اهمیت دارد. این ویژگی پژوهشگر را در کشف نظریه یاری می‌رساند. حساسیت نظریه‌ای، توانایی پژوهشگر در تشخیص آن چیزهایی که در داده‌ها اهمیت دارند و معنا بخشیدن به آنهاست. (ازکیا، ۱۳۹۰: ۸۸).

روش پژوهش: پژوهش حاضر بخشی از یک مطالعه گرند تئوری است که به بررسی نقش افول ارتباطات درون خانوادگی در عود پرداخته، جامعه مشارکت‌کننده این پژوهش از میان افراد معتاد ترک کرده و دارای سابقه عود، که از مراکز ترک اعتیاد شهر گرگان ترخیص شده و یا در شرف ترخیص بودند، به صورت نمونه‌گیری هدفمند و نظری از میان افرادی که بیشترین صلاحیت را برای پاسخگویی به مسئله تحقیق داشته انتخاب شدند. در پژوهش گرند تئوری،

«افول ارتباطات درون خانوادگی» و همچنین قابلیت کافی آن در پوشش داده‌های به‌دست‌آمده در تحقیق، به عنوان پدیده مرکزی انتخاب شد. در ادامه مقولات فرعی شامل شرایط زمینه‌ای، علی و مداخله‌گر مربوط به پدیده افول ارتباطات درون خانوادگی، استخراج و همراه با راهبردها و پیامدهای ناشی از آن در مدل پارادایمی پژوهش قرار داده شد.

یافته‌های پژوهش

جدول ۱. مشخصات مشارکت‌کنندگان در پژوهش.

شماره شرکت‌کننده	سن	وضعیت تأهل	وضعیت قطع مصرف فعلی
مشارکت‌کننده شماره ۱	۴۳	متاهل /	۷ ماه
مشارکت‌کننده شماره ۲	۴۹	طلاق	۷۰ روز
مشارکت‌کننده شماره ۳	۳۴	مجرد	۹ ماه
مشارکت‌کننده شماره ۴	۴۲	طلاق	۳ ماه
مشارکت‌کننده شماره ۵	۳۳	مجرد	۴ ماه
مشارکت‌کننده شماره ۶	۳۶	طلاق دو بار	۶ ماه
مشارکت‌کننده شماره ۷	۵۵	طلاق	۷ ماه
مشارکت‌کننده شماره ۸	۴۳	متاهل (ازدواج دوم)	۱۰ ماه
مشارکت‌کننده شماره ۹	۴۲	طلاق	۱۲ ماه
مصاحبه شونده شماره ۱۰	۴۳	متاهل / (ازدواج دوم)	۹ ماه
مشارکت‌کننده شماره ۱۱	۴۵	متاهل	۳ ماه
مشارکت‌کننده شماره ۱۲	۴۵	طلاق	۵ ماه
مشارکت‌کننده شماره ۱۳	۳۴	طلاق	۹ ماه
مشارکت‌کننده شماره ۱۴	۲۸	مجرد	۹ ماه
مشارکت‌کننده شماره ۱۵	۵۲	متاهل	۱۱ ماه
مشارکت‌کننده شماره ۱۶	۴۸	طلاق	۱۲ ماه
مشارکت‌کننده شماره ۱۷	۴۰	طلاق	۶ ماه
مشارکت‌کننده شماره ۱۸	۴۲	طلاق	۷ ماه
مشارکت‌کننده شماره ۱۹	۴۰	طلاق	۸ ماه
مشارکت‌کننده شماره ۲۰	۳۹	مجرد	۵ ماه
مشارکت‌کننده شماره ۲۱	۴۳	طلاق دو بار	۸ ماه

افول ارتباطات درون خانوادگی: افول ارتباطات درون خانوادگی به عنوان پدیده مرکزی پژوهش، به معنای نبود ارتباط صمیمی مبتنی بر پذیرش در جمع خانواده برای افراد بعد از ترک، عدم حمایت خانواده از فرد، بی‌اعتمادی و مجرم‌پنداری نسبت به آنها، نبود حریم امن و احترام متقابل در خانواده، عدم امکان شرکت این افراد در مهمانی‌ها و جمع‌های خانوادگی است.

نمونه‌گیری هدفمند و نمونه‌گیری نظری به ما در انتخاب نمونه‌های با صلاحیت بالاتر جهت پاسخ به سؤالات تحقیق کمک می‌کند. «نمونه‌گیری نظری به معنای آن است که نمونه‌گیری بیش از آن‌که پیش از پژوهش مشخص شود، در جریان پژوهش شکل می‌گیرد و مبتنی بر مفاهیمی است که از تحلیل بیرون آمده‌اند» (استراوس، ۱۴۰۰: ۲۲۰).

با توجه به امکان دسترسی به گروه هدف، پیدا کردن و انتخاب مشارکت‌کنندگانی که دارای ویژگی‌های مدنظر ما در پژوهش بودند به نسبت راحت‌تر بود. انتخاب افراد برای شرکت در مصاحبه نیازمند این بود که اعتیاد خود را ترک کرده باشند، حد اقل سه ماه و بیشتر از زمان ترک‌شان گذشته باشد، دارای سابقه عود سه بار و بیشتر بوده، همچنین تمایل و رضایت خاطر کامل برای شرکت در مصاحبه و پاسخ به سؤالات ما داشته باشد.

ملاحظات اخلاقی شامل هماهنگی لازم و کسب رضایت افراد، توضیح حق شرکت یا امتناع در مصاحبه، شرح دقیق هدف تحقیق، کسب اجازه و رضایت آگاهانه برای ضبط مصاحبه، دادن اطمینان به مشارکت‌کنندگان در خصوص محرمانه ماندن نام و اطلاعات آنها و همچنین برخورداری از حق کناره‌گیری از پژوهش در هر زمان از فرایند تحقیق رعایت شد. به منظور گردآوری داده‌ها از مصاحبه عمیق نیمه ساختاریافته استفاده شد و فرایند کدگذاری سه مرحله‌ای و تجزیه و تحلیل داده‌ها بطور همزمان بعد از اولین مصاحبه شروع شد و تا مرحله اشباع نظری از طریق مقایسه مداوم مقوله‌ها با داده‌ها ادامه یافت.

از مصاحبه پانزدهم به بعد داده‌ها به مرحله اشباع نظری رسیده بود ولی به جهت اطمینان از این مهم مصاحبه تا ۲۱ نفر ادامه یافت بطوریکه که داده‌های اخیر تأثیری در تغییر مفاهیم استخراج شده نداشته و عملاً یافته جدیدی برای پژوهش به همراه نداشت.

برای انجام مصاحبه طبق قرار قبلی با افراد هماهنگی لازم برای انجام مصاحبه انجام می‌شد و در ابتدای امر راجع به پژوهش و اهداف آن توضیحات لازم داده می‌شد و ضمن دریافت رضایت کامل فرد مصاحبه ضبط شده و بلافاصله بعد از اتمام به صورت متن روی کاغذ پیاده، و مراحل کدگذاری باز، محوری و انتخابی جهت استخراج مفاهیم و مقوله‌ها انجام شد.

پس از اتمام فرایند کدگذاری، با توجه به تکرار مقوله

افراد بعد از ترک اعتیاد خود و برگشت به آغوش خانواده با چالش‌ها و مشکلات ارتباطی مواجه هستند که ناشی از شرایط گذشته آنهاست. به گونه‌ای که در شبکه ارتباطی خانواده اصلی خود با پذیرش خوبی مواجه نمی‌شوند، سرزنش شده و اعتماد کافی بین آنها وجود ندارد و به نوعی احساس اضافی بودن و مهمان ناخوانده بودن را در جمع خانواده خود دارند. فرزندان آنها، این افراد را به عنوان پدر خود قبول ندارند و از ارتباط سالم با فرزند خود محروم هستند، همسران‌شان یا طلاق گرفته‌اند و یا متارکه کرده و حاضر به بازگشت به زندگی نبوده، در مواردی هم در زندگی مشترک هستند ولی به شدت افراد را مورد سرزنش قرار می‌دهند. به عبارتی این افراد بعد از ترک در روابط گروه خانواده خود مورد توجه قرار نمی‌گیرند. از آنجایی که ارتباطات نقش اساسی و محوری در روابط انسانی و بخصوص درون خانواده دارد، نبود آن موجبات جدایی فرد از خانواده و گروه خودی را فراهم می‌کند.

«آنچه که در سرمایه اجتماعی خانواده‌ها مهم است، ارتباطات درون خانوادگی و بین خانوادگی است» (کلمن، ۱۹۹۰: ۳۳۴).

«در جامعه‌شناسی با پیدایی گروه سنجی کلیتی نو پدید آمد و در آن سخن از گروه درمانی بود. هر جا انسان‌هایی که در غم فرو رفته‌اند و سخن از پوچ‌گرایی، هرج‌ومرج‌گرایی و به‌طور کلی زبونی دنیای هستی می‌رانند، یکی از مؤثرترین راه‌ها، بازگشت آنان به آغوش جامعه در پرتو شبکه‌ای از ارتباطات منظم و پی‌گیر است» (ساروخانی، ۱۳۹۵: ۲۰).

«گروه خودی به گروهی گفته می‌شود که فرد یا به آن تعلق دارد و یا به آن احساس تعلق، وفاداری و احترام دارد و بنابراین یا در راستای موفقیت یا اهداف تعیین‌شده آن تلاش می‌کند و یا به واسطه احساس تعلق‌پذیری به شدت برای موفقیت و تحقق آن خرسند می‌شود» (میرزایی، ۱۳۹۳: ۸۹۸).

«برادر کوچکم داشت ازدواج می‌کرد من رشد کرده بودم، کار خوب و موقعیت خوب داشتم، با همه اعضای خانواده مشورت کردند ولی من که برادر بزرگ خانواده بودم و بعد فوت پدر بزرگ‌تر خانواده، من بودم اصلاً به من نگفتند، هیچی به من نمی‌گفتن. من بودم ولی انگار نبودم. در هیچ

کدام از جمع‌ها من نبودم می‌رفتند و می‌آمدند خرید می‌کردند و من در جمع‌شان راهی نداشتم و این خیلی منو اذیت می‌کرد. تا روز عروسی هم که جشن بود و همه دعوت بودند از من نخواستن که در جشن شرکت کنم، تا قبل از عروسی چند ماهی مراسمات خانوادگی و جشن‌ها و دورهمی‌های خانوادگی بود ولی من هیچ کجا جایی نداشتم. این یکی از دردهایی که من یادم نمیره، تنها دلیل لغزش من این بود اگر این اتفاق برای من نمی‌افتاد در مسیر بودم و لغزش نمی‌کردم» (مشارکت‌کننده ۱۶).

«مجدداً پاک شدم و از کمپ برگشتم ولی همسرم تصمیم گرفت از من جدا بشه. به ظاهر نمی‌خواستن من متوجه بشوم ولی من که نفهم نبودم متوجه می‌شدم که دیگه با من مثل قبل نیستند. مثلاً مادرم می‌گفت نمی‌خوای بری خونت که ما می‌خواهیم بریم بیرون. (با حسرت عمیق) مادری که قبلاً کلیدهای خونس دست من بود با اینکه خونه زندگی داشتم اگر میرفت مشهد یا مسافرتی من به خونس سر می‌زدم و گل‌ها را اب میدادم. حالا میگه پاشو برو که ما می‌خواهیم بریم بیرون. خونه مادرم هم آنقدر اتهام می‌زدند که دیگه جایی ندارم. تو خونه مادرت هم مهمان ناخوانده‌ای. امروز ادم‌های زندگیم دیگه منو نمی‌بینند ارتباط نیست» (مشارکت‌کننده ۷).

«الان ۹ ماه پاکم ولی نه با همسرم تماس داشتم و نه با بچه‌ها، البته خواهرم واسطه شده که بچه‌ها گفتن به بابا بگو مزاحم‌مان نشه» (مشارکت‌کننده ۱۳).

«یک بار از مرکز اومده بودم تماس گرفتم که برم پیش برادرم ولی گفت ما خانه نیستیم و رفتم ساحل تفریح، من خیلی ناراحت شدم چرا مرا نبرده‌اند و من نه کسی را دارم و نه تفریح و سرگرمی‌ای» (مشارکت‌کننده ۹).

شرایط زمینه‌ای مربوط به پدیده افول ارتباطات درون خانوادگی

افول ارتباطات درون خانوادگی در یک شرایط زمینه‌ای رخ می‌دهد که طبق یافته‌های پژوهش عبارت از: افول و سقوط سرمایه اجتماعی درون شبکه‌ای، هراس مستمر از سرزنش، برزخ اجتماعی و خانوادگی، فقدان شبکه ارتباطی جدید

جدول ۲. مقولات استخراج شده کدگذاری محوری در نگاه کلی.

مقولات فرعی	مقولات کلی
شرایط زمینه‌ای	- افول و سقوط سرمایه اجتماعی درون شبکه‌ای - برزخ اجتماعی و خانوادگی
شرایط علی	- سایه سنگین گذشته - ابهام و ناامیدی خانواده - داغ اعتیاد
شرایط مداخله‌گر	- متهم پنداری درون شبکه‌ای - سابقه عود - سقوط اعتماد اجتماعی - مجرم پنداری اجتماعی
راهبردها	- مصرف تسکینی - چسبندگی شبکه - اجتناب از روابط اجتماعی - مصرف خلاصی - تصمیم به خودکشی - هجرت اجباری از خانواده و جامعه
پیامدها	- سقوط منزلت خانوادگی - بی خانمانی و رهاشدگی - فروپاشی خانواده - طلاق و جدایی - شرم اجتماعی - کارتن خوابی - مرگ ناشی از اورزد

جدول ۳. مفاهیم فرعی به همراه نمونه داده خام.

مقولات فرعی	مفاهیم	نمونه داده خام
ارتباطات برزخ اجتماعی و خانوادگی	افول و سقوط سرمایه اجتماعی درون شبکه‌ای	بعد ترخیص از مرکز دیدم هیچ دری به روی من باز نیست، توی شهر خودم غریب بودم، جایی نداشتم که برم و همه اعتبار و جایگاه خانوادگی و اجتماعی ام را از دست داده بودم. نه خانه خودم، نه خانه مادرم، نه خانه خواهر و برادرهام و نه هیچ جای دیگه، هیچ دری به روی من باز نبود. (۸)
	هراس مستمر از سرزنش	به عنوان یک فرد ترک کرده من دوست دارم خانواده‌ام را ببخشند من آنها را دوست دارم و میخام آنها هم مرا دوست داشته باشند و سرزنش نکنند. (۱)
	برزخ اجتماعی و خانوادگی	احساس‌های منفی زیاد، دوری زن، زن که ندارم طلاق گرفته دوری بچه هام و... پدری نیست که بچه هاشو دوست نداشته باشه. موقعی که مواد را ترک می‌کنیم دلمون کوچیک میشه خیلی خیلی دارم سختی میکشم ولی باید تحمل کنم تا بیان منو بپذیرند و درک کنند خیلی طول میکشه (۱۳).
ارتباطات علی	فقدان شبکه ارتباطی جدید	ترک کردم و برگشتم به جامعه ولی نه جایی و نه کسی بود که باهاش در ارتباط باشم (۴). جمع دوستان خوب ندارم و دوستانی که اوضاع و احوالشان خوب هست که من راه نمی‌دهند (۲).
	سایه سنگین گذشته	گذشته من باعث میشه خانواده و دیگران هر جور دلشان بخواد با من رفتار کنند. من بعد از قطع مصرف کلی تغییر کرده بودم و مشغول درست کردن زندگی و مشکلات گذشته بودم. ولی همسرم به دلایل مختلف ساز جدایی و طلاق رو میزنه، و هی گذشته منو ورق میزنه و نمی‌دانه چرا برخی افراد اطراف نمی‌خوان بی خیال گذشته من بشوند وقتی من خودم اونو رها کردم و دارم به شکل جدیدی زندگی می‌کنم (۷).
	ابهام و ناامیدی خانواده	ولی چون نمیدونن و آگاهی ندارن، فکر نمی‌کنند شاید این بار واقعاً پاک بمانیم. خانواده‌ها میگن ده بار بردیم و تغییر نکردی الان اول خودت رو اثبات کن تا باورت کنیم (شماره ۱۳).
ارتباطات مداخله‌گر	داغ اعتیاد	انگ اعتیاد باعث شده بود هرچی به من بچسبه، رفتم خونه عمه ام تهمت زد که از باغش گردو دزدیدم (۱۰).
	متهم پنداری درون شبکه‌ای	مثل تهمتی که همسرم و برادرش به راحتی به من زدند و همه هم باور کردند. در حالیکه من پاک بودم، مثل عمه ام که وقتی رفتم خوش تهمت دزدی به من زد. من حتی تا سه ماه اول پاکي هنوز منو باور نداشتند، اعتماد نمی‌کردند خانواده به من. (۱۰).
	سابقه عود	خیلی از خانواده‌ها هنوز به اون دید قبلی به ما نگاه می‌کنند، مثلاً میگن چند بار بردیم ترک کرده و اومده، دیگه درست بشو نیست (۱۳).
ارتباطات راهبردها	سقوط اعتماد اجتماعی	دیگه ۱۰۰ هزار تومان هم بهت اعتبار نمی‌کنند. چرا چون لغزش کردم در حالیکه الان چند ماهه ترک کردم و دارم تلاش میکنم برای کار و زندگی و نیاز به کمک دارم (۱۱).
	مجرم پنداری اجتماعی	هنوز اعتیاد جرم است در جامعه ما، میگن بیماریاره ولی بقال محل هنوز به عنوان یک مجرم و سارق به من نگاه میکنه (۱).
	مصرف تسکینی	غرق مواد بشوم راحت‌تر زندگی می‌کنم تا این دردها را تحمل کنم (۲).
ارتباطات پیامدها	مصرف خلاصی	ارتباطم با خانواده کلاً قطع می‌شد. می‌گفتم هیچ راهی برای زندگی ندارم برم مصرف کنم تا بمیرم (۸).
	اجتناب از روابط اجتماعی	از ترس اینکه نگاهم به نگاه دوستان سابقم (هم دانشگاهی و...) نیفتد خیلی جاها خودم را مخفی کردم که منو نبینند (۵).
	چسبندگی شبکه	احساس تنهایی و طرد و این نگاه‌ها باعث می‌شد که بروم سراغ دوستان گذشته. مصرف چون روبروی آدم‌های قرار می‌گرفتم که بوی عطری می‌دادند ولی من بوی سیگار می‌دهم. و این احساس‌ها هستند که من را به سمت شهر اعتیاد می‌برند (۴).
ارتباطات پیامدها	هجرت اجباری از خانواده و جامعه	ادم بی بند و باری نبودم فقط بعد از مدت زیادی از پاکي لغزش کردم و دوباره هم ترک کردم ولی این اتفاقات و تنش‌ها منو مجبور میکنه که از خانه خودم به خانمه مادرم نقل مکان کنم بعد به خانه مجردي و در خانه مجردي هم اتفاقاتی میفته که مسیر عوض میشه (۷).
	تصمیم به خودکشی اقدام به خودکشی	فکر خودکشی داشتم و سه بار هم تصمیم به خودکشی گرفتم، دوبار هم اقدام کردم ولی زنده ماندم. (۸).
	سقوط منزلت خانوادگی	خیلی سخت بود من که برای خودم کسی بودم حالا در خونه هم جایی نداشتم (۱)/
ارتباطات پیامدها	بی خانمانی و رهاشدگی	و از اونجا (منزل مادرم) هم بیرون می‌کنند می‌مونن واقعاً!!! اقا بلند شو برو دیگه ما می‌خواهیم بخوابیم!!! و تو جایی نداری که بری. کجا برم؟
	فروپاشی خانواده	شاید خیلی‌ها با لغزش من کنار بیان ولی همسر من نتونست کنار بیاد و بعد از اینکه من مجدداً پاک شدم و از کمپ برگشتم تصمیم گرفت از من جدا بشه. من همسرم را دوست داشتم و خیلی تأثیر داشت این جدایی در زندگی من. بعد از اینکه جدا شدیم من برای اولین بار در تهران کارتن خواب شدم و سه سال کارتن خوابی من ادامه پیدا کرد.
	طلاق و جدایی	شرم و خجالت اجتماعی بیش از این نیست که نمیتونم بروم خانه مادرم خانه خودم و... الان روزها کمپ هستم و شب‌ها هم با برادرم زندگی میکنم هم دوره‌های من در برنامه که با هم ترک کردیم خیلی هاشون زیر خاک‌اند و مردند. یکی بعد از ۱۲ سال مصرف کرد و بعد هم اورزد کرد و مرد. یکی بعد از ۸ سال لغزش کرد و بعدش سخته کرد و مرد چون پسرش زده بود تو گوشش... (۱۷).
ارتباطات پیامدها	کارتن خوابی	یک دوستی خودکشی کرد من و دوستم اولین نفرهایی بودیم که رفتیم بالای سرش. کاغذ نوشته بود "ببخشید من خسته شدم" (۳).
	مرگ ناشی از خودکشی	ولی خانواده اش نفهمیدن این جمله یعنی چه؟
	مرگ ناشی از اورزد	

می‌باشند، آنچه در فرایند تجزیه و تحلیل داده‌ها بدست آمد نشان دهنده این بود که افراد معتاد بعد از ترک به آغوش جامعه و خانواده بازگشته و در ظاهر چنین به نظر می‌رسد که مشکلات آنها حل شده، ولی واقعیت این است که این افراد در بستر و زمینه دشواری قرار می‌گیرند. اولین مفهوم بدست آمده افول و سقوط سرمایه اجتماعی درون شبکه‌ای در این گروه است و این مسئله چنان زندگی و روابط افراد را متاثر می‌کند که زندگی عادی آنها تحت الشعاع این موضوع قرار می‌گیرد، بخصوص که آنها در یک هراس مداوم از سرزنش باید به زندگی ادامه دهند چرا که خانواده و اطرافیان هنوز دست از سرزنش این افراد بعد از ترک برنداشته و این موضوع بطور مستمر بخصوص در اوایل ترک در اشکال مختلف رخ می‌دهد و این درد و ناراحتی فرد را در یک حالت فشار قرار می‌دهد، که ما در این پژوهش بدان «مفهوم برزخ اجتماعی و خانوادگی» اطلاق کردیم چرا که فرد باید با تحمل و درد این شرایط را به امید پذیرش و وارد شدن به فضای ارتباط درون خانوادگی بگذرانند. و این در شرایطی است که فرد با فقدان شبکه ارتباطی جدید هم همراه است و هنوز فرصت ایجاد یک شبکه ارتباطی جدید و سالم را بعد از ترک پیدا نکرده است. چنین بستر و شرایطی حالت برزخی سخت برای فرد دارد.

«بخطرات لغزش‌های زیادی که کرده بودم خانواده هنوز منو باور نداشتند با وجود اینکه سه سال پاک بودم، رشد کرده بودم و همچنان در مسیر بودم» (مشارکت‌کننده شماره ۱۶).

«بعد ترخیص از مرکز دیدم هیچ دری به روی من باز نیست، توی شهر خودم غریب بودم، جایی نداشتم که برم و همه اعتبار و جایگاه خانوادگی و اجتماعی ام را از دست داده بودم. نه خانه خودم، نه خانه مادرم، نه خانه خواهر و برادرهام و نه هیچ جای دیگه، هیچ دری به روی من باز نبود» (مشارکت‌کننده شماره ۸).

«به عنوان یک فرد ترک کرده من دوست دارم خانواده‌ام را ببخشند من آنها را دوست دارم و میخام آنها هم مرا دوست داشته باشند و سرزنش نکنند» (مشارکت‌کننده شماره ۱).

«احساس‌های منفی زیاد، دوری زن، زن که ندارم طلاق گرفته دوری بچه‌هام و... پدری نیست که

بچه هاشو دوست نداشته باشه. موقعی که مواد را ترک می‌کنیم دلمون کوچیک میشه خیلی خیلی دارم سختی میکشم ولی باید تحمل کنم تا بیان منو بپذیرند و درک کنند خیلی طول میکشه» (مشارکت‌کننده شماره ۱۳).

برزخ اجتماعی (بعد از ترک به انتظار پذیرش در خانواده و جامعه)

بدین معنی که فرد از عالم اعتیاد و دوستان مصرف‌کننده جدا شده، و برای ورود به خانواده و جامعه جدید و شبکه‌های جدید ارتباطی دچار مشکلاتی است و زمانی که این انتظار برای حضور در جامعه طولانی و یا با موانع زیادی همراه باشد فرد خسته شده و احتمال گرایش به دوستان سابق و مصرف مجدد بالا می‌رود.

شرایط علی

از طرفی مجموعه عواملی تحت عنوان شرایط علی بر شکل‌گیری پدیده اثرگذارند که یکی از آنها سایه سنگین گذشته است به طوری که مشکلات و چالش‌های دوران اعتیاد فرد در زندگی بعد از ترک او هم ادامه دار شده و به اشکال مختلف موجب آزار فرد و حذف شدن او از ارتباطات و مناسبات درون خانودگی در وهله اول و روابط اجتماعی در وهله بعدی خواهد شد. مشارکت‌کنندگان در پژوهش به کرات از این موضوع رنج برده و عنوان کردند که انگار گذشته قرار نیست دست از سر ما بردارد در حالیکه ما ترک کرده‌ایم و تصمیم داریم وارد یک زندگی جدید شویم.

«من بعد از قطع مصرف کلی تغییر کرده بودم و مشغول درست کردن زندگی و مشکلات گذشته بودم. ولی همسرم به دلایل مختلف ساز جدایی و طلاق رو میزنه، و هی گذشته منو ورق میزنه و نمی‌دانم چرا برخی افراد اطراف نمی‌خوان بی خیال گذشته من بشوند وقتی من خودم اونو رها کردم و دارم به شکل جدیدی زندگی می‌کنم» (مشارکت‌کننده شماره ۷).

عامل مهم دیگری که در تحقیق در بحث عوامل علی استخراج شد ابهام و ناامیدی خانواده بود، که بسیار بر مسئله افول ارتباطات درون خانوادگی افراد تأثیر داشت و موجبات افول و سقوط روابط درون شبکه‌ای افراد را فراهم می‌کرد،

او یک امتناع وجود دارد و این حذف ضمنی از روابط نزدیک در خانواده و اطرافیان روی افراد بعد از ترک اثرگذار است. در جامعه هم این شرایط تجربه می‌شود و نگاه‌های اطرافیان توأم با امتناع و اجتناب است به مانند گل کاکتوس که شاید در کنار سایر گلها در باغچه باشد ولی هیچوقت به مانند سایر گلها مورد نوازش و لمس قرار نمی‌گیرد. کاکتوس هم گل نام دارد ولی رفتارها با گل کاکتوس بسیار متفاوت از سایر گلهاست. افراد معتاد هم بعد از ترک در ظاهر به آغوش جامعه و خانواده بر می‌گردند و به عنوان یک عضو محسوب می‌شوند ولی تعاملات و کنش‌های روزمره با این افراد بسیار متفاوت است حتی در خانواده درجه یک این افراد.

شرایط مداخله‌گر

در کنار آنچه شرح داده شد با یک دسته عوامل مداخله‌گر هم مواجه هستیم که پدیده افول ارتباطات درون‌خانوادگی را تسریع کرده و هر چه بیشتر موجبات حذف شدن افراد از شبکه روابط و مناسبات و همچنین افول ارتباطات درون خانوادگی‌شان را فراهم می‌کنند. یکی از این عوامل متهم‌پنداری درون شبکه‌ای است بدین معنا که افراد بعد از ترک هنوز به عنوان گزینه اول مورد اتهام قرار گرفتن بخصوص در میان خانواده و نزدیکان هستند. این مسئله در کنار سقوط اعتماد اجتماعی موجبات حذف از روابط درون‌خانوادگی را فراهم می‌کند. مفهوم دیگری که بدان اذعان داشتند و در داده‌ها کشف شد، مجرم‌پنداری اجتماعی بود، که موجبات افول ارتباطات را فراهم می‌کرد. فرد از سوی شبکه بستگان نزدیک و خانواده مجرم پنداشته شده و مورد پذیرش قرار نمی‌گیرد، این عدم اطمینان در روابط نزدیک باعث دور شدن فرد تازه ترک کرده از فضای خانواده می‌شود. مشکلاتی که بعد از ترک در موقعیت‌های خانوادگی و اجتماعی فرد رخ می‌دهد منجر به اتهاماتی شده که بر شدت و سرعت این طرد تأثیر دارند.

«هنوز اعتیاد جرم است در جامعه ما، می‌گن بیماریه ولی بقال محل هنوز به عنوان یک مجرم و سارق به من نگاه می‌کنه» (مشارکت‌کننده شماره ۳).

راهبردها

مسلماً در پی شکل‌گیری یک پدیده تحت شرایط و عواملی که شرح داده شد راهبردهایی اتخاذ و بکار گرفته می‌شود. در

چراکه فرد به دلایل مختلف و سابقه اعتیاد و عودهای گذشته مشکلاتی را برای خود و اطرافیان ایجاد کرده و خانواده را در شرایط ابهام و ناامیدی از بهبود اعتیاد قرار داده و به صورت مستقیم و غیر مستقیم، فرد از شبکه روابط و مناسبات خانواده حذف شده و یا کنار گذاشته می‌شود، که ضمن تجزیه و تحلیل داده‌ها و مصاحبه با مشارکت‌کنندگان ما به مفاهیم «نگاه کاکتوسی» و «دیوار شیشه‌ای» رسیدیم. مفهوم دیوار شیشه‌ای در تحلیل این پژوهش اشاره به همین شرایط در خانواده و جامعه دارد، افراد با پذیرش اجتماعی مواجه نمی‌شوند، که سبب گرایش آنها به دوستان مصرف کننده و مصرف مجدد خواهد شد ولی از تأثیر عوامل خانوادگی مؤثر بر عود عموماً صحبتی به میان نمی‌آید و با پدیده فردی شدن عود مواجه هستیم بخصوص که عنصر داغ اعتیاد یا ننگ اعتیاد را هم به عنوان یک عامل علی دیگر بدان اضافه می‌شود.

«انگ اعتیاد باعث شده بود هرچی به من بچسبه» (مشارکت‌کننده شماره ۱۰).

دیوار شیشه‌ای (با الهام از مفهوم سقف شیشه‌ای)

این افراد گاهی با دیوار شیشه‌ای روبرو می‌شوند که اکثراً در زمان بعد از ترک این مورد را تجربه می‌کنند، یعنی به آنها گفته می‌شود مشکلی با حضور شما در عرصه‌های اجتماعی نداریم ولی هر جا که مراجعه می‌کنند به صورت غیر مستقیم طرد می‌شوند، به آنها گفته می‌شود حضور پیدا کنید ولی با موانع نامرئی فراوانی برخورد می‌کنند و خود به خود به عقب برگشت می‌خورند بدون اینکه به آنها مستقیم بیان شود که دلیل این برگشت چیست یا شما مورد قبول ما نیستید به عنوان مثال برای استخدام، ازدواج و سایر موارد در زندگی بعد از ترک با موانع زیادی روبرو هستند. و فقط در برخی مشاغل و کارها پذیرفته می‌شوند و در بسیاری موارد با موانع نامرئی روبرو می‌شوند و فقط می‌توانند از پشت دیوار شیشه‌ای نظاره گر باشند.

نگاه کاکتوسی

در خوشبینانه‌ترین حالت فرد وارد جمع خانواده و جامعه می‌شود ولی هیچوقت به صورت کامل مورد مهر و محبت خانواده و جامعه قرار نمی‌گیرد بخصوص در مورد افرادی که دچار عودهای مکرر بوده‌اند، شاید مانند دیگر اعضای خانواده در جمع حاضر باشد ولی از نوازش و نزدیک شدن به

مورد پدیده حاضر این راهبردها عبارتند از: مصرف تسکینی، مصرف خلاصی، چسبندگی شبکه، هجرت اجباری از خانواده و جامعه، اجتناب از روابط اجتماعی، تصمیم به خودکشی، اقدام به خودکشی.

هر یک از این راهبردها تحت تأثیر شرایط و موقعیت‌های ناشی از پدیده افول ارتباطات درون خانوادگی بکار گرفته می‌شوند، که در ابتدا دو نوع سبک مصرف، در فرایند تجزیه و تحلیل داده‌ها بدست آمد که کنش‌گران در پی مواجهه با افول ارتباطات درون خانوادگی، بدان روی می‌آوردند. نوع اول، مصرف تسکینی بود که فرد برای آرامش و تسکین بخشی به آلام ناشی از افول ارتباطات درون خانوادگی به مصرف مواد مخدر پناه می‌برد تا بدین وسیله درد حذف از مناسبات و روابط برایش تحمل‌پذیرتر شود. در نوع دوم مصرف، که مصرف خلاصی نام‌گذاری شد، فرد مصرف مواد مخدر را نه برای تسکین و نه برای نشئه‌گی، بلکه به قصد مردن و خلاص شدن از زندگی انتخاب می‌کند. این یکی از موقعیت‌های خطرناک برای افراد بعد از ترک است که در تحقیق بدست آمد، در حالیکه که ممکن است اکثریت مردم گمان کنند همه افراد معتاد مواد مخدر را برای نشئه شدن مصرف می‌کنند، ولی در کمال تعجب طبق یافته‌ها، وقتی افراد با مسئله افول ارتباطات درون خانوادگی مواجه شوند و این درد برایشان سخت و سنگین شود و امکان پذیرش در خانواده خود را سخت و ناممکن ببینند، یکی از راهبردهای خطرناکی که اتخاذ می‌کنند مصرف آگاهانه به قصد مردن و خلاص شدن از زندگی است، که با مصرف فراوان و مداوم و به اشکال تخریبی مانند خوراکی تلفیقی مواد و قرص و یا تزریق به آن مبادرت می‌ورزند.

«اینها درد و غصه‌هایی که از صبح که از خواب بلند میشم و بهش فکر میکنم و تبدیل به یک گره میشه که میخاد منو خفه کنه و من چاره‌ای نمی‌بینم جز مصرف که این گره را باز کنه و درد را احساس نکنم» «حدود یکسال پیش بود که من اقدام به خودکشی کردم. تمام تلاشم را کردم که حتی فرصت کمک خواستن هم نداشته باشم و طوری انتخاب کردم که حتما بمیرم». (مشارکت‌کننده شماره ۷).

«ارتباطم با خانواده کلاً قطع شد. گفتم هیچ راهی برای زندگی ندارم برم مصرف کنم تا بمیرم» (مشارکت‌کننده شماره ۸).

راهبرد بعدی مشاهده شده گرایش به دوستان معتاد

است که با مفهوم چسبندگی شبکه معرفی شد. فرد در فرایند افول ارتباطات درون خانوادگی و انتظار طولانی و سخت در برزخ اجتماعی به ناچار به جمع دوستان گذشته پناه می‌برد، تا از این طریق به نیازهای ارتباطی خود پاسخ دهد، در این فرایند احتمال مصرف مجدد و عود بالا خواهد بود نکته قابل توجه این است که غالباً چسبندگی شبکه به عنوان یک عامل علی و خطی در گرایش به اعتیاد و عود مطرح می‌شود در حالیکه در پژوهش حاضر این مسئله ناشی از پدیده‌ای به نام افول ارتباطات درون خانوادگی رخ می‌دهد، نه صرفاً یک انتخاب اصلی برای فرد، که می‌توان با توجه ویژه به روابط بعد از ترک و پذیرفتن سالم این افراد احتمال این موضوع را تا حد بسیار بالایی کاهش داد. طبیعتاً در چنین شرایط سخت و دردناکی مسئله به چسبندگی شبکه به تنهایی ختم نخواهد شد و فرد وقتی ارتباطات خود را از دست رفته ببیند، به هجرت اجباری از خانواده اقدام کرده و از روابط اجتماعی دیگر هم به مرور اجتناب می‌کند چراکه گزینه اول اتهام بوده با حذف مستقیم و غیر مستقیم از شبکه روابط درون شبکه‌ای و سرزنش مستمر مواجه می‌شود و امکان ایجاد رابطه را برای خود ناممکن می‌بیند. در ادامه متأسفانه افکار خودکشی و اقدام به خودکشی جزء راهبردهای بعدی فرد طرد شده خواهند بود.

«احساس تنهایی و طرد و این نگاه‌ها باعث می‌شد که بروم سراغ دوستان گذشته. مصرف چون روبروی آدم‌های قرار می‌گرفتم که بوی عطری می‌دادند ولی من بوی سیگار می‌دهم. و این احساس‌ها هستند که من را به سمت شهر اعتیاد می‌برند» (مشارکت‌کننده شماره ۴).

پیامدها

فرایند عمل تعامل، طبیعتاً پیامدهایی خواهد داشت، که در پژوهش حاضر و داده‌های کشف شده ناشی از پدیده افول ارتباطات درون خانوادگی پیامدهای متاثرکننده‌ای بدست آمد که شامل: سقوط منزلت خانوادگی، طلاق و جدایی، بی‌خانمانی و رهاشدگی، کارتن‌خوابی، فروپاشی خانواده، مرگ ناشی از خودکشی، مرگ ناشی از مصرف بیش‌ازحد و

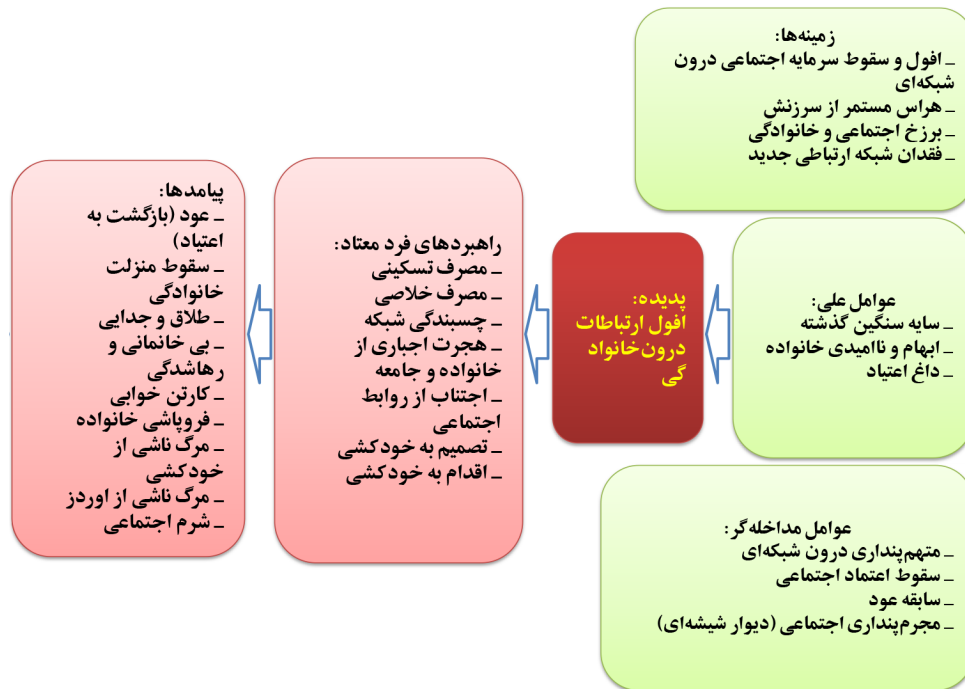
شرم اجتماعی بودند.

یکی از پیامدهای ناشی از بکارگیری راهبردها در فرایند شرح داده شده سقوط منزلت خانوادگی افراد بود به نوعی که دیگر در میان سایر اعضای خانواده احترام و جایگاهی نداشتند و گاهی نه تنها افراد با طلاق و جدایی از طرف همسر خود مواجه می‌شوند، که به نوعی نقش قابل فسخی در روابط انسانی است، بلکه سایر نقش‌های آنان مانند نقش پدری، فرزندی و برادری هم به رسمیت شناخته نمی‌شد و افراد عملاً در یک خلاء ارتباطی قرار می‌گرفتند. «امیل دورکیم جامعه‌شناس معروف فرانسوی زمانی که اثر برجسته‌اش "خودکشی" را تالیف می‌کرد، در جستجوی علل و عوامل این پدیده بود که به مفهوم "خلا اجتماعی" رسید. او در اروپای زمانش تحقیق می‌کرد و می‌دید فقر، معلول بودن، ناتوانی ... هیچ‌کدام خودکشی را تبیین نمی‌کنند. برعکس کشورهایی چون جوامع اسکاندیناوی که در رفاه سرآمد دیگران اند بسیار بیشتر تن به خودکشی می‌دهند، بنابراین با مفهوم خلا اجتماعی، او می‌دید هر قدر فاصله انسانها از جامعه بیشتر است، به همان نسبت به خودکشی نزدیک‌تر می‌شوند» (ساروخانی ۱۳۹۵: ۲۱). یکی از مهم‌ترین پیامدهایی که برای فرد در جریان عود رخ می‌دهد متارکه و طلاق است که تأثیر زیادی بر استمرار عود و ناامیدی فرد دارد پیامد بعدی در اثر طرد فیزیکی افراد از خانه و خانواده رخ می‌داد، بی‌خانمانی و کارتن‌خوابی اجباری افراد بود، آنچه در فرایند مصاحبه‌ها بدست آمد بی‌خانمانی افرادی بود که هنوز خانواده و کس و کار داشتند و گاهی در اطراف خانه و کاشانه خود کارتن‌خوابی می‌کردند، که مفهوم بی‌خانمان‌های باخانمان را بدان اطلاق کردیم. از آنچه آمد واضح است که فروپاشی کانون خانواده کاملاً قابل انتظار است، زمانی که فرد دچار شرم اجتماعی می‌شود از حضور در جامعه و بین افراد اجتناب کرده و در نتیجه راهبرد اقدام به خودکشی و مصرف خلاصی با پیامد دردناک مرگ ناشی از خودکشی و مرگ ناشی از مصرف بالا (اوردز آگاهانه) روبرو می‌شود. اشاره به گفته دورکیم، که خودکشی یک اقدام فردی با ریشه اجتماعی است، اهمیت نقش افول ارتباطات درون‌خانوادگی در انتخاب این راهبرد را بیشتر مشخص می‌کند. فرد آرام آرام از خانواده جدا شده و وارد فضای دیگری می‌شود، طرد فیزیکی فرد از خانه و خانواده بسیار در لغزش مجدد و عود فرد تأثیر دارد آن هم زمانی که فرد ترک

کرده و با امید به بهبودی نیاز به حمایت خانواده دارد. فضای سنگین در خانه فرد را وادار به هجرت از خانه و کاشانه خود می‌کند، که این به نوعی تبعید خانوادگی محسوب می‌شود. بدترین نقطه‌ای که فرد بهش می‌رسد، نقطه بریدن از زندگی و متعاقباً تصمیم و اقدام به خودکشی است. که در اثر شرایط زمینه و علی و در یک فرایند رخ می‌دهد، ولی آنچه اغلب بدان توجه می‌شود خودکشی در فرد معتاد است در حالیکه این اقدام متأثر از مجموعه شرایط و عوامل اجتماعی است، که غیر قابل انکار است.

«خیلی از دوستان ما در اثر خودکشی مردند. خیلی‌ها هم با مصرف عمدی مردند در واقع با مصرف خودکشی کردند» (مشارکت‌کننده شماره ۷). «دوستی خود کشی کرد من و دوستم اولین نفرهایی بودیم که رفتیم بالای سرش. کاغذ نوشته بود "ببخشید من خسته شدم" (مشارکت‌کننده شماره ۳). «اهمیت ارتباط را نه تنها با شاخص فقدان ارتباط و آثار آن می‌توان سنجد، بلکه از طریق آثار و عوارضی که در صورت کاستی در ارتباط انسانی پدید می‌آیند، نیز می‌توان دید. هر قدر دانش اجتماعی به پیش می‌رود، بیشتر مشخص می‌شود که انسان منزوی، تنها و فاقد ارتباط با دیگران، در معرض بسیاری از آسیب‌های اجتماعی از جمله خودکشی است. امیل دورکیم، در اثرش «خودکشی» به همین نتیجه دست می‌یابد. از این رو از دیدگاه او، خودکشی بیش از آنکه منبعث از تنگدستی، مرض یا حتی نقص عضو باشد، از خلا بین فرد و جامعه یا کاستی در روابط انسانی منشا می‌گیرد. از همین روست که امروزه سخن از گروه‌درمانی رانده می‌شود. بدین معنی که با بسط ارتباط انسان با دیگران، می‌توان بسیاری از نابسامانی‌های روانی وی را تسکین داد» (ساروخانی، ۱۳۹۵: ۳۹-۴۰).

فرد در بازگشت به زندگی، خانواده و جامعه شکست خورده و نتوانسته به آغوش خانواده و جامعه برگردد. بازگشت به مصرف، یک سقوط از میانه راه صعود به زندگی خانوادگی و اجتماعی است، و اگر تعدا این سقوط‌ها زیاد شود فرد در چرخه تکرار می‌افتد و احتمالاً در یک سقوط شدیدتر جانش را از دست می‌دهد و یا در قعر دره پس از سقوط به انتظار مرگ خواهد نشست.



مدل مفهومی یافته‌های کیفی پژوهش، پدیده افول ارتباطات درون خانوادگی.

بحث و نتیجه‌گیری

شرط علی در شرایط زمینه‌ای مختلف نتیجه متفاوتی را در پی خواهد داشت. مؤلفه‌های بدست آمده، در بخش عوامل علی این تحقیق، طبق یافته‌ها عبارت از سایه سنگین گذشته، ابهام و ناامیدی خانواده و داغ اعتیاد می‌باشند، که در بستر و شرایط زمینه‌ای مطرح شده منجر به شکل‌گیری پدیده اصلی پژوهش شدند. در ادامه و طبق یافته‌های پژوهش نباید از شرایط مداخله‌گر بدست آمده مغفول ماند، توجه به متهم‌پنداری درون شبکه‌ای، سقوط اعتماد اجتماعی، سابقه عود و مجرم‌پنداری اجتماعی به عنوان مفاهیم بدست آمده در این بخش چگونگی رابطه تأثیر و تأثری عوامل و شرایط را روشن‌تر خواهد کرد. این مؤلفه‌ها بر روند تسریع و تسهیل پدیده افول ارتباطات درون خانوادگی و متعاقب آن عود ناشی از آن تأثیر گذار بوده‌اند. فهم راهبردهای بدست آمده در یافته‌های تحقیق ما ناشی از همین عوامل ذکر شده است، وقتی افراد با افول ارتباطات درون خانوادگی مواجهه

بعد از کشف و استخراج پدیده اصلی پژوهش یعنی افول ارتباطات درون خانوادگی، مدل پارادایمی پژوهش هم انتخاب و سایر مقولات فرعی مرتبط با پدیده نیز استخراج و در قالب مدل ارائه شد. طبق یافته‌های پژوهش چهار مؤلفه افول و سقوط سرمایه اجتماعی درون شبکه‌ای، هراس مستمر از سرزنش، برزخ اجتماعی و خانوادگی و فقدان شبکه ارتباطی جدید، مقولات مربوط به شرایط زمینه‌ای پدیده را نشان می‌دهند. در شرایطی که فرد تازه اعتیاد خود را ترک کرده، از شبکه ارتباطی جدیدی برخوردار نیست و سرمایه اجتماعی درون شبکه‌ای خود را هم از دست داده، افول ارتباطات درون خانوادگی رخ می‌دهد. که در تحلیل و تبیین پدیده باید به این عوامل و شرایط توجه کنیم. چراکه شرایط علی مؤثر بر پدیده افول ارتباطات درون خانوادگی در این افراد هم متأثر از این شرایط زمینه‌ای است. یک

می‌شوند، که ناشی از سه دسته عوامل زمینه‌ای، علی و مداخله‌گر بوده، راهبردهایی اتخاذ می‌کنند که متأثر از همین عوامل است، طبق یافته‌ها این راهبردها عبارتند از: مصرف تسکینی، مصرف خلاصی، چسبندگی شبکه، هجرت اجباری از خانواده و جامعه، اجتناب از روابط اجتماعی، تصمیم به خودکشی و اقدام به خودکشی. هنگامی که فرد بعد از ترک با کلی امید و آرزو، موفق به پذیرش در جمع خانواده و جامعه نشود هر اقدامی ممکن است از او سر بزند تا بتواند مورد پذیرش واقع شود و اگر ناکام شود هجرت خواهد کرد، که در مورد افراد معتاد بعد از ترک عموماً این هجرت به سمت شبکه دوستان مصرف کننده (چسبندگی شبکه) و سپس عود و حتی اقدام به خودکشی است، که این هجرت ناشی از تبعید و یا اخراج غیرمستقیم این افراد از جمع خانواده و جامعه اصلی است. اهمیت نقش و تأثیر افول ارتباطات درون‌خانوادگی بر افراد در کنار توجه به اهمیت ارتباط اجتماعی برای گونه انسان معنا پیدا خواهد کرد. افول ارتباطی و حذف از روابط و مناسبات در هر بستر و زمینه‌ای که رخ بدهد دردناک است، ولی بسته به شدت آن و اینکه این اقدام از سوی کدام گروه از شبکه ارتباطی فرد رخ بدهد تأثیر متفاوتی خواهد داشت. هنگامی که این موضوع از سوی خانواده که نزدیک‌ترین شبکه حمایتی فرد است برای او رخ بدهد، به عبارتی سر نخواستن فرد دعوا باشد، او از همه جا و همه کس طرد شود، گسست اجتماعی اتفاق افتاده و فرد در فرایند عودهای تکراری خسته و درمانده شده (درماندگی در بازگشت به خانواده و جامعه)، یا مستقیم دست به خودکشی می‌زند و یا با مصرف فراوان اوردز می‌کند. نمی‌توان صراحتاً گفت افول ارتباطات درون‌خانوادگی حتماً فرد را به مصرف مجدد و یا خودکشی سوق خواهد داد، بلکه این عامل در یک روندی بر مصرف مجدد و سایر راهبردهای فرد تأثیر خواهند گذاشت، که فهم عوامل اجتماعی و بسترهایی که منجر به این راهبردها (راهبردهای منتهی به عود) شده مهم است، در غیر اینصورت صرف توجه به عوامل فردی منجر به تقلیل‌گرایی در تبیین عود خواهد شد. طبق یافته‌های کیفی این پژوهش گاهی افول ارتباطات درون‌خانوادگی فرد را تا خودکشی هم می‌کشاند زمانیکه فرد از اکثر روابط درون خانواده کنار گذاشته شود و بخصوص با طرد فیزیکی و سقوط منزلت نقش در خانواده مواجه شود این احتمال بالا می‌رود. «به درستی هر گاه انسان از جامعه می‌برد و در

تنهایی غوطه می‌خورد، با همان سرعت راه به سوی انحراف، اعتیاد و خودکشی می‌برد.» (ساروخانی، ۱۳۹۵: ۱۹). نهایتاً و همانطور که یافته‌ها نشان می‌دهد پیامدهای کشف شده نیز عبارت بودند از: سقوط منزلت خانوادگی، طلاق و جدایی، بی‌خانمانی و رهاسدگی، کارتن خوابی، افول ارتباط و فروپاشی خانواده، مرگ ناشی از خودکشی، مرگ ناشی از اوردز و شرم اجتماعی، که در پی بکارگیری راهبردها از سوی کنش‌گران بروز می‌کنند. توجه به پیامدها در بستر کلی عوامل و راهبردها معنا خواهد داشت، بخصوص زمانی که قرار باشد یک پدیده اجتماعی، که خود از پیچیدگی‌های خاصی برخوردار است را در موجود انسانی مطالعه کنیم، که در نوع خود ویژگی‌ها و شرایطی دارد که توجه بدان‌ها در فهم و درک پدیده بسیار مهم و حیاتی است. انسان موجودی اندیشه‌ورز است که به هنگام عمل، اندیشه می‌کند، به عواقب و پیامدها و نتایج کنش خود توجه می‌کند و سپس اوست که انتخاب می‌کند چگونه به موقعیت پاسخ دهد. پس زمان مطالعه پیامدهای متأثر از افول ارتباطات درون‌خانوادگی نگاهی به ابعاد بدست آمده در تحقیق و مدل پارادایمی، بخصوص راهبردهای اتخاذ شده از سوی افراد ضروری است. علاوه بر این در هنگام ارائه راهکار و پیشنهاد جهت حل مسئله نیز، زمانی می‌توانیم پیامدها را کاهش داده یا از بین ببریم که، راهبردهایی که منجر به شکل‌گیری پدیده شده‌اند را بشناسیم، البته این راهبردها در بستر شرایط زمینه‌ای، عوامل علی و مداخله‌گری ایجاد شده‌اند که نباید از توجه ما غافل بمانند. ما در این مطالعه سعی کردیم در قالب مدل پارادایمی این مجموعه عوامل را نشان دهیم، اینکه ابتدا افول ارتباطات درون‌خانوادگی متأثر از چه عواملی شکل می‌گیرد و سپس منجر به پدیده‌ای به نام عود در افراد بعد از ترک می‌شود. عود اعتیاد، که شاید در نگاه اول یک رفتار و اقدامی فردی به نظر برسد، متأثر از عوامل خانوادگی و اجتماعی بسیاری است، که در این مطالعه، رابطه افول ارتباطات درون‌خانوادگی و عود را مورد مطالعه و بررسی قرار دادیم، همچنین در ادامه و طبق یافته‌های بدست آمده در پژوهش، شرایط زمینه‌ای، عوامل علی و عوامل مداخله‌گری که منجر به شکل‌گیری پدیده افول ارتباطات درون‌خانوادگی شدند را کشف و در قالب مقولات در مدل ارائه کردیم و در نهایت و با توجه به این عوامل و شرایط راهبردها و پیامدهای متأثر از پدیده نیز کشف شد و همه این یافته‌ها در مدل

پارادایمی پژوهش ارائه شد.

از آنجا که بیشتر نظریه‌ها در زمینه کجروی مطرح شده و اعتیاد را نوعی کجروی اجتماعی می‌دانند امکان مقایسه مستقیم میان یافته‌های ما و نظریه‌های این حوزه که غالباً بر کجروی تمرکز دارند، وجود ندارد، ولی با برخی توضیحات روابطی میان نتایج ما و برخی نظریه‌ها قابل مشاهده است، طبق یافته‌های ما، زمانی که فرد در اثر افول ارتباطات درون خانوادگی، پیوند خود را با خانواده ضعیف و یا از دست رفته می‌بیند راهبردهایی انتخاب می‌کند که به مصرف مجدد منتج شده و عود اتفاق می‌افتد، که این نتیجه با تئوری پیوند اجتماعی هیرشی هم‌خوانی مفهومی دارد، با این توضیح که ما عود را نتیجه مستقیم یک عامل و در رابطه علت و معلولی نمی‌دانیم و آنرا ناشی از یک رابطه تأثیر و تأثری میان عوامل زمینه‌ای، علی و مداخله‌گر دانسته که منجر به اتخاذ راهبردهایی از سوی فرد شده که نهایتاً به عود ختم می‌شود، ولی نقطه مشترک ما با تئوری هیرشی، ضعف پیوند میان فرد و جامعه است. در مورد نظریه شرمندسازی بریتویت که از دو نوع شرمندسازی جداکننده و شرمندسازی پیوند دهنده بحث می‌کند، در مورد بخش اول یعنی شرمندسازی جداکننده، یافته‌های ما عکس این موضوع را نشان می‌دهد یعنی طرد و سرزنش و به نوعی عدم تأیید اجتماعی و شرمندسازی، نه تنها منجر به ترک اعتیاد نمی‌شود بلکه احتمال عود را بالا خواهد برد. نهایتاً میان نتایج ما و تئوری کنش متقابل نمادین هم‌خوانی وجود دارد، طبق این نظریه، نظم اجتماعی حاصل فرایند مستمر کنش متقابل میان افراد با خانواده و جامعه است، اگر صورت‌نگیر و رویه‌ها و الگوهای اجتماعی بر اثر کنش‌های خلاق طرفین به صورت برابر نباشد، رفتار افراد را به سمت آسیب اجتماعی سوق می‌دهد. نتایج پژوهش ما هم این فرایند را تأیید می‌کند یعنی وقتی رابطه و هم‌کنشی فرد با خانواده بعد از ترک در جهت هم‌فهمی و برابری رقم نمی‌خورد، دچار افول می‌شود و فرد از این فرایند به نوعی کنار گذاشته می‌شود، راهبردهایی اتخاذ می‌کند که به سمت اعتیاد و عود حرکت کرده و ضمن مصرف مجدد و عود اعتیاد وارد هم‌کنشی با شبکه اعتیادی گذشته خود خواهد شد.

نتیجه اینکه برای فهم، شناخت و تبیین مسئله افول ارتباطات درون خانوادگی و عود، همچنین مداخله در جهت حل مسئله و کاهش میزان عود ناشی از این پدیده، توجه

به عوامل و متغیرهای بدست آمده در بستر کلی عوامل و شرایط مطرح شده ضروری است، و غفلت از این عنصر مهم نه تنها باعث عدم شناخت دقیق پدیده و تقلیل‌گرایی آن به عوامل فردی و یا متغیرشناسی علی و خطی خواهد شد، بلکه بر چالش‌ها و مشکلات عود و پیامدهای ناشی از آن خواهد افزود. البته توجه به ابعاد خانوادگی و اجتماعی آن هم می‌تواند زمینه‌ساز گام‌های مؤثری در جهت حل هر چه بهتر آن باشد. همان‌طور که افول ارتباطات درون خانوادگی با عود افراد رابطه دارد، راهبردها و پیامدهای ناشی از این پدیده هم در یک رابطه تأثیر و تأثری و دو طرفه منجر به فروپاشی کانون خانواده خواهد شد، بدیهی است برای خروج از این چرخه معیوب باخت-باخت با مداخلات درست و مبتنی بر داده‌های پژوهشی، می‌توان ضمن آگاه‌سازی خانواده‌ها از نحوه حمایت سالم از افراد بعد از ترک، هم میزان مصرف مجدد (عود) را کاهش داد و هم با تقویت ارتباطات درون‌شبکه‌ای به تقویت و پایداری بنیان خانواده کمک کرد.

زبان لازمه ارتباط اجتماعی است و چون هر تحقیق حاوی پیامی خاص برای افراد جامعه است، به ناچار از زبان برای انتقال یافته‌هایش سود می‌گیرد و خود محقق نیز به کار پایان‌ناپذیر مفهوم‌سازی اقدام می‌کند (ساروخانی، ۱۳۹۳: ۸۸).

ما هم طبق ویژگی خاص پژوهش کیفی سعی کردیم از طریق تبدیل داده‌های پژوهش به مفاهیم و مقولات مهم تا حد امکان حق مطلب را در جهت انتقال نتایج تحقیق خود به مخاطبان و جامعه ادا کرده باشیم و سهم کوچکی در روشن‌تر شدن ابعاد عوامل اجتماعی و عود داشته باشیم. امید است که یافته‌های ما نوری بر این بعد از پدیده تابانده و گامی جهت بهبود مسئله بوده باشد.

پیشنهادهای

۱. تدوین یک برنامه آموزشی برای خانواده‌ها جهت آشنایی با فرایند درمان و عود و نحوه ارتباط و حمایت سالم از افراد بعد از ترک، این برنامه می‌تواند توسط مددکار خانواده و روان‌شناس در مرکز ترک اعتیاد طراحی و با کمک مدرسین و متخصصین حوزه خانواده آموزش داده شود، چراکه مداخلات مبتنی بر خانواده درمانی در فرایند درمان اعتیاد اولویت غیرقابل انکاری دارد.

خودکشی نیازمند تخصص، زمان و البته هزینه است، ارجح است که سازمان بهزیستی زمینه‌ها و منابع لازم برای دسترسی و برخورداری راحت افراد از این برنامه‌ها را فراهم کند. ۳. ارائه یک برنامه آموزشی مکمل، جهت مداخلات تخصصی و احیای روابط خانوادگی آسیب دیده، با هدف کاهش چالش‌های خانوادگی بعد از ترک، بخصوص پیشگیری از طلاق و جدایی. برای تدوین این برنامه، سازمان بهزیستی می‌تواند از طریق متخصصانی که در مجموعه خود دارد، (روان‌شناس، جامعه‌شناس، خانواده‌درمانگر و مددکار اجتماعی) یک تیم یا کارگروه تخصصی تشکیل داده، تا این گروه با مراجعه به اطلاعاتی که در پرونده افراد تحت درمان، توسط مددکاران و روان‌شناسان هنگام پذیرش ثبت شده، اهم مشکلات را شناسایی و دسته‌بندی نمایند و سپس مداخلات و سرفصل‌های آموزشی مرتبط با هریک را طراحی و اجرا نمایند.

۲. شناسایی افراد در معرض خطر در فرایند درمان و ترک اعتیاد که دارای سابقه اقدام به خودکشی بوده‌اند، جهت ارجاع به متخصصین پیشگیری از خودکشی، در ابتدا شناسایی این گروه از افراد، می‌تواند توسط مددکاران و روان‌شناسان مراکز درمان اعتیاد در هنگام پذیرش و ثبت اطلاعات فردی انجام شود، از آنجا که ممکن است این اطلاعات در زمان تکمیل فرم مشخصات فردی اظهار نشود، بهتر است در ادامه فرایند پذیرش، از مصاحبه فردی توسط یک روان‌شناس یا مددکار استفاده شود، یکی از راه‌های دیگری که می‌توان به اطلاعات تکمیلی دست یافت، مصاحبه با خانواده و معرف فرد مبتلا به اعتیاد و همچنین مطالعه پرونده‌ها و سوابق ترک‌های گذشته فرد در دیگر مراکز است، نهایتاً این که سازمان بهزیستی می‌تواند به عنوان ارگان ناظر و هماهنگ کننده، این پیوند را جهت دسترسی به سوابق ترک‌های گذشته، برای مددکاران و مراکز فراهم کند. از آنجا که برنامه‌های مداخله در پیشگیری از

پی‌نوشت‌ها

1. Marlatte & Gordon
4. Saira Javed

2. Gornick.
5. Ashrani

3. Zeng
6. Haiyan Xiong and Jidong Jia

منابع

۱. جامعه‌شناسی ارتباطات اصول و مبانی، چاپ سی و یکم، تهران: انتشارات اطلاعات.
ساروخانی، باقر (۱۳۹۳)، روش‌های تحقیق در علوم اجتماعی جلد اول اصول و مبانی، چاپ هجدهم، تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
ستوده، هدایت الله (۱۳۸۹)، آسیب‌شناسی اجتماعی (جامعه‌شناسی انحرافات)، چاپ بیست و یکم، ویرایش سوم، تهران: انتشارات آوای نور.
شرق، علی و همکاران (۱۳۸۸)، بررسی عوامل مؤثر بر عود اعتیاد از دیدگاه معتادین مراجعه کننده به مراکز ترک اعتیاد استان آذربایجان غربی، مجله پزشکی ارومیه، خرداد و تیر ۱۳۹۰، شماره دوم صص، ۱۲۹-۱۳۶.
شکری، کیوان و همکاران (۱۳۹۵)، پیشگیری از عود رفتار اعتیادی در معتادان، فصلنامه سلامت اجتماعی و اعتیاد، بهار ۱۳۹۵، شماره نهم صص، ۱۶۱-۱۹۴.

ازکیا، مصطفی و ایمانی جاجرمی، حسین، (۱۳۹۰)، روش‌های کاربردی تحقیق کاربرد نظریه زمینه‌ای، جلد دوم، چاپ اول، تهران: شرکت انتشارات کیهان.
استرواس، انسلم و کربین، جولیت، (۱۴۰۰)، مبانی پژوهش کیفی، ترجمه ابراهیم افشار، چاپ نهم، تهران: نشر نی.
پورابراهیمی تیسسه، سحر و همکاران، (۱۳۹۸)، اهمیت دوران نوجوانی و نقش خانواده در پیشگیری از اعتیاد فرزندان به مصرف مواد مخدر، نشریه دانش انتظامی گیلان، تابستان ۱۳۹۸، شماره ۳۰، صص، ۹۹-۱۱۹.
خمرنیا، محمد و پیوند، مصطفی (۱۳۹۷)، علل بازگشت به اعتیاد به مواد مخدر و راهکارهای پیشنهادی در مراجعه‌کنندگان به مراکز ترک اعتیاد، مجله دانشگاه علوم پزشکی رفسنجان، شهریور ۱۳۹۷، دوره هفدهم صص، ۵۲۳-۵۳۸.
ساروخانی، باقر (۱۳۹۵)، دانشنامه ارتباطات

گورینگ، ویویانگ (۱۴۰۱)، همه چیز را می شود تحمل کرد، به جز تحقیر، فصلنامه ترجمان علوم انسانی، بهار ۱۴۰۱، شماره بیست و دوم.

میرزایی، خلیل (۱۳۹۳)، فرهنگ توصیفی علوم اجتماعی، چاپ اول، تهران: نشر فوزان.

نیک منش، زهرا، بلوچی، محمد حسین و پیراسته مطلق، علی اکبر (۲۰۱۵)، نقش باورهای خود کارآمدی و حمایت اجتماعی در پیش بینی عود اعتیاد، نشریه پژوهش علوم سلامت و نظامی، تابستان ۲۰۱۵ شماره ۳ ص، ۹۸.

صدیق سروستانی، رحمت اله (۱۳۹۰)، آسیب شناسی اجتماعی (جامعه شناسی انحرافات)، چاپ هفتم، تهران: سمت.

صفری حاجت آقایی، سعیده و همکاران (۱۳۹۳)، فراتحلیل مقایسه عوامل فردی و محیطی مؤثر بر بازگشت مجدد به اعتیاد بعد از ترک مواد مخدر، فصلنامه اعتیاد پژوهی سوء مصرف، تابستان ۱۳۹۳، شماره سی ام صص، ۳۵-۵۲.

قادری بگه جان، کاوه و همکاران (۱۳۹۴)، اثر بخشی درمان راه حل مدار مواته مدت بر پیشگیری از عود اعتیاد، پژوهشنامه مددکاری اجتماعی، بهار ۱۳۹۴، شماره سه، صص، ۷۵-۱۰۸.

Alia Ashrani Azmi, H. Hussin, Siti Intan Diyana Ishak and Nur Suriaty Daud (2018). Drug Addicts: Psychosocial Factor Contributing to Relapse, *Education, Social Science & Technology Management* Volume 150, 2018.

Coleman, J.s. (1222). *Foundation of social Theory*. Cambridge: MA: Harvard University Press.

Haiyan Xiong and Jidong Jia (2018). Situational Social Support and Relapse: An Exploration of Compulsory Drug Abuse Treatment Effect in China, *International Journal of Offender Therapy and Comparative Criminology*, First published online December 3, 2018.

Leonard A Jason, Mayra Guerrero, Meghan Sa-

lomon-Amend, Ed Stevens, John M Light & Mike Stoolmiller (2021). Context Matters: Home-level But Not Individual-Level Recovery Social Capital Predicts Residents' Relapse, *Am J Community Psychol.* Jun;67(3-4):392-404

Saira Javed, Kamran Chughtai & Shoaib Kiani (2020). Substance Abuse: From Abstinence to Relapse, *Life & Science*, Vol. 1, No. 2.

Zeng Xiaoqing, Lu Mengyao & Chen Meirong. (2021). The relationship between family intimacy and relapse tendency among people who use drugs: a moderated mediation model, *Substance Abuse Treatment, Prevention, and Policy*, volume 16, Article number: 48.

کنکاشی در پایین بودن فرهنگ کار در بین جوانان - در جستجوی یک نظریه

همایون مرادنژادی^۱

دریافت: ۱۴۰۱/۱۱/۲۵، پذیرش: ۱۴۰۲/۰۲/۲۴

DIO: 10.22034/RCC.2023.1989682.1057

چکیده

این پژوهش باهدف واکاوی پایین بودن فرهنگ کار در بین جوانان و تدوین یک نظریه در این زمینه، با بهره‌گیری از روش‌شناسی آمیخته کمی و کیفی به انجام رسیده است. در این پژوهش در ابتدا برای استخراج متغیرها از روش فراترکیب به روش سندلوسکی و باروسو (۲۰۰۷) استفاده شد. در مرحله بعد با استفاده از تکنیک دلفی نسبت به تهیه ابزار گردآوری داده‌ها اقدام شد. پس از تهیه ابزار تهیه شده در مرحله دلفی، اقدام به شناسایی و دسته‌بندی متغیرها با استفاده از تحلیل عاملی شد. در گام بعدی اقدام به برگزاری یک گروه کانونی برای تدوین مدل تجربی و چگونگی ارتباط متغیرها با یکدیگر شد. در مرحله کمی با بهره‌گیری از فرمول کوکران تعداد ۹۶ نفر از بین خبرگان حوزه کسب‌وکار و فرهنگ کار به‌عنوان نمونه آماری برآورد و به روش نمونه‌گیری طبقه‌ای تصادفی با انتساب متناسب مورد مطالعه قرارگرفتند. در مرحله کیفی نیز به روش هدفمند و با استفاده از روش نمونه‌گیری گلوله برفی تعداد ۱۶ نفر برای دلفی و تعداد ۶ نفر برای گروه کانونی به عنوان مشارکت‌کننده انتخاب شدند. ابزار گردآوری داده‌ها در مرحله کمی پرسشنامه پژوهش‌گرساخته‌ای بود که روایی آن با استفاده از دیدگاه تعداد ۳ نفر از اعضای هیئت علمی دانشگاه ایلام و پایایی آن با استفاده از آلفای کرونباخ (۰/۸۳) تأیید شد. با استفاده از تکنیک تحلیل عاملی، زمینه‌های پایین بودن فرهنگ کار در بین جوانان استان ایلام دسته‌بندی شد. نتایج تحلیل عاملی نشان داد که بی‌عدالتی مهم‌ترین عامل در پایین بودن فرهنگ کار در بین جوانان و مهم‌ترین متغیر عامل بی‌عدالتی نیز نبود شایسته سالاری در جامعه بوده است. پژوهش‌گر با بهره‌گیری از نتایج گروه کانونی، نظریه بیدادی شایستگی را در مورد پایین بودن فرهنگ کار در بین جوانان، پیشنهاد داده است.

واژگان کلیدی: فرهنگ کار، بی‌عدالتی، بیدادی شایستگی.

۱. دانشیار گروه کارآفرینی و توسعه روستایی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه ایلام، ایلام، ایران.
Email: h.moradnezahadi@ilam.ac.ir

مقدمه و بیان مسئله

درباره مفهوم فرهنگ کار تعریف واحدی وجود ندارد و هریک از اندیشمندان به فراخور نگاه خود، تعریفی ارائه نموده است. هرچند توافق بر سر تعریف فرهنگ کار را امری تقریباً دشوار می‌دانند، اما آن را از جمله امور ذهنی (هنجارها، ارزش‌ها، باورها، نگرش‌ها، ایدئولوژی‌ها و انتظارات و دانستی‌هایی) اطلاق کرده‌اند که مورد پذیرش و توافق افراد یک گروه کاری بوده و مبنای رفتار شغلی، تعاملات فی‌مابین، عامل تأثیرگذار بر وفاداری اعضا به اهداف گروه، تأمین‌کننده نظم و انسجام درونی و دربردارنده راهکارهای غلبه بر مشکلات خارجی و عامل تأثیرگذار بر میزان بهره‌وری سازمان تعریف نموده‌اند (سام آرام و حسینی مطلق، ۱۳۹۶). پارسونز^۱ کار، قرارداد و مالکیت را سه نهاد اصلی شکل‌گیری و تداوم نظام اقتصادی می‌داند (چلبی، ۱۳۷۵). فرهنگ کار، مجموعه‌ای از ارزش‌ها، باورها و دانش‌های مشترک و پذیرفته شده یک گروه کاری در انجام فعالیت‌های معطوف به تولید و یا ایجاد ارزش افزوده است (سبحانی نژاد و همایی، ۱۳۸۴). چلبی (۱۳۹۱) ابعاد چهارگانه‌ای برای انگیزه بیرونی کار در قالب پاداش مادی، وابستگی، پیوستگی و عزت و احترام قائل بوده و انگیزه درونی کار را نیز شامل چهار وجه میل به تحرک و فعالیت، میل به خودیابی، میل به موفقیت و میل به تجربه و شناسایی می‌داند. اسمیت و نوبل (۲۰۰۴) فرهنگ کار را مجموعه رفتارهای درونی شده مطلوب و مناسب در کارکنان می‌دانند که برای توسعه و موفقیت در سازمان‌ها ضروری است (احمدی، ۱۳۹۱ به نقل از اسمیت و نوبل، ۲۰۰۴). از دیدگاه عربی و شیخیان (۱۳۸۹) فرهنگ کار هنجارها و ارزش‌های اجتماعی در مورد کار را منعکس می‌کند. توراكو (۲۰۰۲) معتقد است فرهنگ کار مجموعه‌ای از ویژگی‌های مانند دقت و سرعت عمل، سازگاری شغلی، انگیزه کاری، توجه به اهداف سازمانی، تلاش برای رسیدن به آن‌ها، همکاری گروهی، تسلط شخصی، حساسیت در انجام وظایف، تفکر در خصوص کار و تلاش برای ارتقای مهارت‌های کاری است که برای موفقیت و پیشرفت ضروری است (Torraco, 2002). اسمیت و نوبل (۲۰۰۴). فرهنگ کار را مجموعه‌ای از رفتارهای درونی شده، مطلوب و مناسب در کارکنان دانسته‌اند که برای توسعه و موفقیت سازمان لازم و ضروری است (Smith & Noble, 2004). کلارک (۲۰۰۴)، فرهنگ کار را رعایت نظم در انجام کارها

سخت‌کوشی و صرفه‌جویی در مصرف کالا تعریف می‌کند (Clark, 2004). پاپ (۲۰۰۳) معتقد است که نگرش مثبت به کار و برخورداری از وجدان کار بالا از جمله بارزترین اجزای تشکیل‌دهنده فرهنگ کار محسوب شده و این امر در دستیابی سازمان به بهره‌وری و کارایی مؤثر است (Pape, 2003). براساس مرکز ملی آمار ایران، استان ایلام ۲۰ هزار بیکار دارد که ۱۴ هزار نفر از این تعداد دانش‌آموخته دانشگاه هستند (رضایی نسب به نقل از سایت همشهری آنلاین، ۱۴۰۱). کندوکاو پژوهش‌گر در خصوص دلایل بالا بودن میزان بیکاری در استان ایلام نشان می‌دهد که یکی از دلایل بالا بودن بیکاری را می‌توان در پایین بودن فرهنگ کار در استان ایلام دانست. نتایج پژوهش‌های مرتبط با موضوع نیز بیانگر پایین بودن فرهنگ کار در استان ایلام است. کمربیگی و رشیدی (۱۳۹۴) در پژوهشی با عنوان شناسایی مسائل و آسیب‌های فرهنگی استان ایلام نتیجه گرفته‌اند که پایین بودن فرهنگ کار و تلاش در جامعه یکی از آسیب‌های فرهنگی استان است. بررسی پیشینه پژوهش نشان می‌دهد که بیشتر پژوهش‌های انجام شده درباره فرهنگ کار، بر روی فرهنگ کار کارکنان سازمان‌ها و دستگاه‌های دولتی تمرکز کرده‌اند و کمتر به موضوع فرهنگ کار در بین جوانان بیکار پرداخته‌اند. از طرفی دیگر پژوهش‌های انجام شده در داخل کشور منجر به پیشنهاد نظریه‌ای در مورد فرهنگ کار نشده‌اند.

پیشینه پژوهش

آل سلمان (۲۰۱۶) در پژوهشی به بررسی تأثیر کار تیمی بر عملکرد کارکنان پرداخته‌اند. نتایج پژوهش نشان داد که ارتباطات کارآمد، سطح اعتماد، رهبری و مسئولیت‌پذیری تأثیر مثبت و معناداری بر عملکرد کارکنان دارد. دانا (۲۰۱۰) تأکید کرده است که بی‌توجهی به فرهنگ کار در نظام آموزشی، علاوه بر اینکه پروژه‌های آموزشی را با شکست مواجه خواهد ساخت، هزینه‌های اجتماعی و اقتصادی از جمله بیکاری کاهش فرصت‌های شغلی، افزایش جرم و جنایت، بی‌اعتمادی مدنی و افزایش مالیات‌ها برای تأمین هزینه‌های خدمات بهداشتی و افزایش هزینه‌های عمومی برای خانواده‌های کم‌درآمد را در پی خواهد داشت (Dana, 2010). پژوهش امیرالدین و همکاران (۲۰۲۱) نشان داد که محیط کار و فرهنگ نقش مهمی در افزایش ظرفیت

رابطه معنا داری وجود دارد. خوش نشان و همکاران (۱۴۰۱) در پژوهشی با عنوان عوامل مؤثر بر ارتقای فرهنگ کاری در کارکنان پلیس راهنمایی و رانندگی نتیجه گرفته‌اند که چهار عامل اصلی شامل عوامل اقتصادی، فرهنگی، سازمانی و اجتماعی بر فرهنگ کاری کارکنان پلیس راهور تأثیر دارد. مرادنژادی (۱۴۰۱) در پژوهشی پیشنهاد داده است که برای بهبود فرهنگ کار و تلاش و توسعه استان ایلام، لازم است که نقش متغیرهای بیگانگی سیاسی-اجتماعی و بی‌عدالتی سیاسی، اقتصادی و اجتماعی بیشتر مورد توجه و دقت مدیران و مسئولان قرار گیرد. نتایج پژوهش کلاتری و هاشمی (۱۴۰۰) نشان داد که مهم‌ترین تم‌های تشکیل دهنده وضعیت کار جوانان در استان ایلام، شامل ضعف بنیه اقتصادی جوانان، ضعف نهادی و سازمانی، ضعف فرهنگ عمومی، نگرش خانوادگی نامناسب به کار و هژمونی فرهنگی مرکز-پیرامون بوده‌اند. رضایی نسب (۱۴۰۱) در پژوهشی نهاده‌یافته‌ی فرهنگ کار را یکی از زمینه‌ها و بسترهای شکل‌گیری بیکاری دانش‌آموختگان دختر دانشگاه‌های شهر ایلام دانسته است (رضایی نسب، ۱۴۰۱). در پژوهش مرادنژادی و واحدی (۱۳۹۸) روشن شد که عامل اقتصادی-سیاستی یکی از موانع راه‌اندازی کسب‌وکارهای خانگی در مناطق روستایی استان ایلام بوده است. توحیدلو و همکاران (۱۳۹۶) وجوه تمایز فرهنگ کار در ایران و خارج از ایران در نگاه شاغلین ایرانی خارج از کشور را بررسی نمودند. نتایج پژوهش نشان داد که در میان موانع موجود در برابر شکل‌گیری فرهنگ سازنده کار، بی‌عدالتی، خودگرایی، نبود بیمه‌های حمایت گر، نبود چشم‌انداز و آینده روشن کار، زمینه‌های فرهنگی و اجتماعی مانع از کار، نبود مشوق‌های علمی پیش برنده، نظم اجتماعی و نظم مستقر در سازمان‌ها پررنگ بوده است.

سؤال‌های پژوهش

- متغیرهایی تأثیرگذار بر پایین بودن فرهنگ کار کدام‌اند؟
- متغیرهای تأثیرگذار بر پایین بودن فرهنگ کار در بین جوانان استان ایلام در چند عامل قرار می‌گیرند؟
- در بین متغیرهای تأثیرگذار بر پایین بودن فرهنگ کار در بین جوانان استان ایلام، کدام مفهوم کلیدی را می‌توان شناسایی کرد؟

کاری کارکنان دارد. لی و همکاران (۲۰۲۰) در پژوهشی ابزاری برای اخلاق کاری طراحی کرده‌اند که می‌تواند برای اندازه‌گیری ارزش‌ها و نگرش‌های مرتبط با کار مردم چین استفاده شود. سرور و همکاران (۲۰۲۰) در پژوهشی نقش تعدیل‌کننده جنسیت و فرهنگ را بررسی کرده‌اند. در پژوهش آن‌ها اثر تعدیل‌کننده جنسیت توسط نتایج تأیید نشد. بایگان و همکاران (۱۴۰۱) پژوهشی با عنوان تحلیل ساختاری فرهنگ ارتباطات کاری مبتنی بر ارزش‌های اخلاقی، فرهنگ کار مشارکتی، عملکرد شغلی و سرمایه اجتماعی انجام دادند. یافته‌های پژوهش نشان داد که رابطه فرهنگ ارتباطات کاری مبتنی بر ارزش‌های اخلاقی با عملکرد شغلی و نقش میانجی سرمایه اجتماعی و رابطه فرهنگ کار مشارکتی با عملکرد شغلی و نقش میانجی سرمایه اجتماعی معنا دار می‌باشند. همچنین رابطه فرهنگ ارتباطات کاری مبتنی بر ارزش‌های اخلاقی با عملکرد شغلی، فرهنگ کار مشارکتی با عملکرد شغلی، رابطه فرهنگ کار مشارکتی با سرمایه اجتماعی و سرمایه اجتماعی با عملکرد شغلی معنادار بوده‌اند. فرزین آبه‌گاه و همکاران (۱۴۰۱) پژوهشی با عنوان فرهنگ کار در میان زنان روستایی (با مطالعه پنداشت زنان روستایی شمال شهرستان بوی‌راحمند) انجام داده‌اند. براساس نتایج این پژوهش در پنداشت زنان روستایی، کار واقعی به معنای شغل درآمدزایی است که منجر به دریافت دستمزد مستقیم خواهد شد. در این مفهوم کار خانگی و مشارکت در کارهای بیرون از خانواده برای زن مفهوم شغل درآمدزا و احساس رضایت ناشی از دریافت دستمزد و درآمد حاصل از آن را در بر نخواهد داشت و فعالیت در حوزه خدمات کوچک صنایع خانگی، احساس بهتری را در آنان پدید خواهد آورد. میرلوحی و همکاران (۱۴۰۱) در پژوهشی با عنوان مطالعه عوامل مؤثر بر فرهنگ کار: پژوهش‌های بازه زمانی ۱۳۷۶ تا ۱۳۹۹ به این نتیجه رسیده‌اند که بین سرمایه اجتماعی (عدالت، اعتماد شغلی، مشارکت گروهی و انسجام اجتماعی)، اخلاق کار اسلامی (روحیه جمعی، صداقت و شفافیت اجتماعی، روابط اجتماعی حسنه و تعلق مذهبی)، فرهنگ سازمانی (شایسته سالاری، قانون‌گرایی سازمانی، رضایت شغلی)، فرهنگ شغلی (فرهنگ کارآفرینی، انگیزه اقتصادی و فرهنگ سختکوشی) و کژکارکردی سازمانی (تعارض شغلی، بیگانگی سازمانی و بی‌تفاوتی اجتماعی) با فرهنگ کار

هدف کلی پژوهش

این پژوهش باهدف واکاوی پایین بودن فرهنگ کار در بین جوانان، با بهره‌گیری از روش آمیخته کمی و کیفی و تلاش برای تدوین یک نظریه در زمینه فرهنگ کار انجام گرفته است. انتظار می‌رود با پیشنهاد این نظریه پژوهش‌گران مرتبط با موضوع اقدام به آزمون آن در مناطق مختلف نموده و موضوع، مورد توجه پژوهش‌گران و سیاست‌گذاران حوزه فرهنگ کار و کارآفرینی قرار گیرد

اهداف خرد

- شناسایی متغیرهای تأثیرگذار بر پایین بودن فرهنگ کار در بین جوانان
- دسته‌بندی متغیرهای تأثیرگذار بر پایین بودن فرهنگ کار در بین جوانان
- شناسایی مفهوم کلیدی تأثیرگذار بر پایین بودن فرهنگ کار در بین جوانان

ادبیات نظری پژوهش

نظر به اینکه این پژوهش با هدف تلاش برای تدوین یک نظریه در زمینه فرهنگ کار انجام گرفته است، در این بخش از مقاله به نظریه‌ها و مبانی نظری موجود در زمینه فرهنگ کار اشاره می‌شود. نظریه‌های جامعه‌شناسان در حوزه فرهنگ کار، در سه گروه اثبات‌گرایی، تجربه‌گرایی و مکانیک‌گرایی هستند. در این نظریه‌ها وجود هر نوع انگیزش مستقل از عوامل بیرونی و محرک‌های خارجی را در رفتار انسانی نفی شده است. پاره‌تو^۱ با نفی هر نوع انگیزش در رفتار، مدعی است نمی‌توان رفتار آدمی را از طریق انگیزش‌ها شناخت، بلکه باید به مثابه یک ناظر، کنش‌های انسانی را برحسب منطقی یا غیرمنطقی بودن اهداف، منطقی یا غیرمنطقی بودن وسایل، بود یا نبود رابطه منطقی بین اهداف و وسایل طبقه‌بندی کرد. دورکیم^۲ نیز رفتار آدمی را مستقل از انگیزش‌های فردی و تابع وجدان جمعی و قواعد بیرونی دانسته است. مارکس نیز معتقد است رفتارهای انسان را در هر دوره تاریخی، نمی‌توان از طریق انگیزه‌ها و اندیشه‌های آن‌ها شناخت، بلکه علت رفتارها را باید در ورای انگیزه‌ها، یعنی شرایط عینی بیرون از افراد و در شکل‌بندی‌های اقتصادی، شیوه‌های تولید و شکل مالکیت ابزار و وسایل تولید تبیین کرد، از این‌رو انگیزه‌ها و افکار، تابع شرایط عینی و جبر تاریخ و به‌ویژه معیشت افراد هستند (محسنی تبریزی

و میرزایی، ۱۳۸۳). مارکس به نقش عوامل ساختاری و اجتماعی توجه دارد (کوزر، ۱۳۷۲). در مقابل مکاتب تفهیمی^۴ جامعه‌شناسی، بر این باورند که اراده و انگیزه در حیات انسانی، مبین رفتارها و کنش‌های آدمی است (محسنی تبریزی و میرزایی، ۱۳۸۳). گروهی از جامعه‌شناسان نظیر پارسونز نیز معتقدند که رفتار، کنش معنادار و هدفمند است که هم تابع انگیزه‌ها، هنجارها، باورها و ارزش‌های افراد و هم تابع شرایط عینی، ابزارها و وسایل و اهداف است (محسنی تبریزی و میرزایی، ۱۳۸۳). رفتارگرایان معتقدند، اصول اولیه‌ای که رفتار حیوان را توصیف می‌کند، محور اصلی تبیین رفتار انسانی را نیز شکل می‌دهد و برای درک رفتار انسانی ضرورتی برای مطالعه فرایندهای ذهنی وجود ندارد. از نظر رفتارگرایان، پاداش رفتاری است که به ارضای نیازهای موجود منجر می‌شود، درحالی که مجازات رفتاری است که موجود را از ارضای نیازهایش باز می‌دارد. از طرفداران این نظریه، جورج هومنز است (قاسمی، ۲۰۰۰). در نظریه کارگرد گرابی، کار یکی از نهادهای اصلی نظام اقتصادی است و در کلیه فرایندهای اجتماعی تأثیرگذار است و از سایر نهادهای اجتماعی نیز تأثیرپذیر است (Romer, 2015). از دیدگاه پارسونز هر کنش اجتماعی، با ارزش‌هایی همراه است که شرایط ساختی کنش را تشکیل می‌دهند. در نتیجه، فرد در انجام کنش اجتماعی باید دست به انتخاب ارزش‌ها بزند. پارسونز این ارزش‌ها را در قالب پنج دسته متغیر الگویی دو بخشی شامل، عاطفی در برابر بی‌طرفی عاطفی، جهت‌گیری شخصی در برابر جهت‌گیری جمعی، خاص‌گرایی در برابر عام‌گرایی و انتساب در برابر اکتساب برشمرده است (Shils, 1962 & Parsons). پارسونز نخستین بخش از هر جفت متغیر الگویی را معرف یک شخصیت ابرازی و دومین بخش را معرف یک شخصیت ابزاری می‌داند (Morgan, 1975). روانشناسی کار و رفتار سازمانی، در سال‌های اخیر مورد توجه بسیار بوده و تأثیر عوامل روان‌شناختی و انگیزش در بهبود کمیت و کیفیت کار و فرهنگ کار بسیار مورد توجه است (پرداختچی، ۲۰۰۷). فریدمن و روزنمن (۱۹۷۴) دو تیپ شخصیتی نوع A و نوع B را شناسایی کردند که هرکدام ویژگی‌های خاصی دارند و می‌توانند بر عملکرد شغلی، تأثیر بگذارند. افراد نوع A شیفتگی بیشتری به کار دارند و وقت‌شناس هستند، اما افراد نوع B شیفتگی کمتری به کار دارند و کمتر وقت‌شناس هستند (Friedman & Rosenman). بریک و مونت (۱۹۹۱)

را در حوزه‌های سیاسی - اجتماعی مورد بررسی قرار داده و معتقد است در بیگانگی سیاسی - اجتماعی فرد دچار حالتی می‌شود که احساس می‌کند بر فعالیت‌های سیاسی - اجتماعی دیگر تأثیرگذار نیست و به این باور می‌رسد که رأی او در امور سیاسی و اجتماعی موجب تغییر نمی‌شود (لون به نقل از زارع شاه‌آبادی و همکاران، ۱۳۹۷). این نوع بیگانگی شباهت زیادی با انواع آرمانی انحراف و هم‌نواپی مرتون^{۱۱} دارد و نیز با نظریه آئومی دورکیم نیز شباهت‌هایی پیدا می‌کند (جوادی یگانه و فولادیان، ۱۳۹۱). میلز^{۱۲} و مرتون نیز در تبیین مسئله بیگانگی به شکاف ذهنی و ارزشی افراد جامعه خصوصاً روشنفکران و تحصیل‌کردگان با سازمان سیاسی و کلیت جامعه اشاره می‌کنند (دایو، ۲۰۱۱). از نظر دورکیم، از بین بردن آئومی به وسیله قواعد اخلاقی، برای جوامع ضروری است. اما قواعد به‌تنهایی نمی‌توانند تمام موارد ناپهنجار که همبستگی اجتماعی را به مخاطره می‌اندازد را از میان بردارند (گرب، ۱۳۸۱). تعریف آئومی از نظر دورکیم یعنی آشفستگی، یعنی هیچ چیز سر جای خودش نیست، وضعیت افراد در جامعه قابل پیش‌بینی نیست، بعضی از افراد بدون سواد و امکانات کافی به دلایل متعدد بسیار ثروتمند و موفق می‌شوند و بسیاری دیگر با وجود علم و دانش و تلاش و پشتکار به جایی نمی‌رسند. در بسیاری از موارد حتی ساده‌ترین کارها به دشواری انجام می‌شود و این شاید بتواند یکی از علل بی‌انگیزگی افراد نسبت به کار در جامعه باشد (نهایندی و مقدم اصل به نقل از دورکیم، ۱۳۹۷). احساس عدالت و برابری نیز ارتباط تنگاتنگی با فرهنگ کار دارد. تبعیض و بی‌عدالتی سازمانی به شدت به فرهنگ کار آسیب وارد می‌کند (الهی، ۱۳۸۳). آدامز^{۱۳} با طرح نظریه برابری، معتقد است کارکنان سازمان برحسب آنچه به سازمان می‌دهند، مانند تحصیلات، تجربه، کوشش و وفاداری انتظار دارند، به میزان متناسب دریافتی‌هایی از سازمان مانند دستمزد، شهرت، روابط اجتماعی و پاداش‌های بیرونی داشته باشند. از نظر آدامز، اگر افراد براساس عدالت سازمانی برانگیخته شوند و احساس کنند دریافتی‌شان با انجام وظایفشان برابر است، کوشش بیشتری از خود نشان می‌دهند و هرگاه احساس نابرابری یا بی‌عدالتی سازمانی کنند، با واکنش‌های منفی از جمله کم‌کاری و رفتارهای ضعیف شهروندی سازمانی و در شکل شدید آن، استعفا از کار، به این نابرابری پاسخ می‌دهند (احمدی، ۱۳۹۱).

معتقدند، افراد با وجدان، به دلیل مسئولیت‌پذیری بالا و افراد ثبات‌مند عاطفی کارکرد شغلی بهتری دارند (Barrick & Mount, 1991). اسپکتور (۱۹۸۲) نشان می‌دهد، افرادی که منبع کنترل درونی دارند، در مقایسه با افرادی که منبع کنترل بیرونی دارند، بهره‌وری شغلی بالاتری دارند (Spector, 1987). هرزبرگ،^{۱۴} در قالب نظریه انگیزش بهداشت، معتقد است، انسان‌ها دارای دو دسته نیاز متفاوت هستند. نخستین دسته نیازها، عوامل بهداشت هستند که محیط انسان را توصیف می‌کنند و کارکرد اصلی آن‌ها، ممانعت از نارضایتی شغلی است و دومین دسته انگیزاننده‌ها، هستند که موجبات انگیزش افراد را برای عملکرد بهتر فراهم می‌سازند (احمدی، ۱۳۹۱). طبق نظر وایت^{۱۵} انگیزه شایستگی خود را در قالب میل به یادگیری مشاغل و رشد حرفه‌ای به بزرگسالان می‌نمایاند (هوسی و بلانچارد، ۱۳۶۹). پاتنام وجود اعتماد اجتماعی را در جامعه موجب تقویت هنجارهای همیاری و مشارکت می‌داند و معتقد است کسانی که به همشهریان خود اعتماد می‌کنند بیشتر در کارها داوطلب می‌شوند، مشارکت بیشتری در سیاست و سازمان اجتماعی دارند (پاتنام، ۱۳۸۴). از دیدگاه دورکیم، درگذر زندگی اجتماعی از دوران نخستین تا عصر سرمایه‌داری جدید، همبستگی مکانیکی که بر اساس همانندی و وجدان جمعی بود، به همبستگی ارگانیکی که بر اساس تفاوت‌ها بود تبدیل شد. در تغییر از همبستگی مکانیکی به همبستگی ارگانیکی اشکال مختلفی از تقسیم‌کار به وجود آمده است (گرب، ۱۳۸۱). از نظر دیویس و گار^{۱۶} بی‌عدالتی اجتماعی، مهم‌ترین عامل بروز نارضایتی و گسست تعهد گروهی در سطوح مختلف اجتماعی، سازمان یا کلیت نظام سیاسی و اجتماعی است. اما فایریند^{۱۷} از پیروان نظریه محرومیت نسبی، تحلیل خود را از سطح روان‌شناختی به سطح سیستمی ارتقاء داده است. از نظر او در برخی از جوامع، محرومیت نسبی که در نظریه گار یک جریان روان‌شناختی است، بیشتر جریانی سیستمی و مربوط به ساختار اجتماعی است. از نظر فایریند وجود و بروز شکاف بین توقعات و امکانات و در پی آن، محرومیت و ناکامی در برخی جوامع ناشی از ساختارهای نظام اجتماعی است. از این نظر در برخی جوامع، نارضایتی می‌تواند ساختاری تلقی شود. این دیدگاه در تحلیل فرایند بیگانگی می‌تواند به مارکس نزدیک‌تر شود (دیویس و گار به نقل از نهایندی و مقدم اصل، ۱۳۹۷). لوین^{۱۸} نیز با استفاده از نظریه سیمن^{۱۹}، بیگانگی

روش تحقیق

این پژوهش در قالب پژوهش‌های آمیخته (کیفی- کمی) و در چهار گام به انجام رسیده است. در گام نخست برای استخراج متغیرها از روش فراترکیب به روش سندلوسکی و باروسو^{۱۴} (۲۰۰۷) استفاده شد. در گام دوم با استفاده از تکنیک دلفی نسبت به تهیه ابزار گردآوری داده‌ها متناسب با شرایط منطقه و استان اقدام شد. برای این منظور، با مراجعه به سایت ادارات، دانشگاه‌ها و مراکز علمی و فناوری مراجعه به سازمان‌ها و دستگاه‌های اجرایی مرتبط با کار و اشتغال و پرس‌وجو از افراد مختلف (نمونه‌گیری گلوله برفی)، اعضای پانل دلفی (مشارکت‌کنندگان) و خبرگان حوزه کسب‌وکار و فرهنگ کار در این مطالعه شناسایی شد در گام سوم با استفاده از ابزار تهیه شده در مرحله دلفی اقدام به شناسایی و دسته‌بندی متغیرهای استخراج شده با بهره‌گیری از تکنیک تحلیل عاملی اکتشافی شد. در گام چهارم نیز اقدام به برگزاری یک گروه کانونی برای شناسایی چگونگی ارتباط متغیرها با یکدیگر و تدوین مدل تجربی شد. در مرحله کمی با بهره‌گیری از فرمول کوکران تعداد ۹۶ نفر از بین خبرگان مرتبط با فرهنگ کار و کسب‌وکار به عنوان نمونه آماری برآورد و به روش نمونه‌گیری طبقه‌ای تصادفی با انتساب متناسب مورد مطالعه قرار گرفتند. در مرحله کیفی نیز با دعوت از گروهی از خبرگان ($n = ۲۲$) با بهره‌گیری از روش دلفی مؤلفه‌ها و شاخص‌های ضعف فرهنگ کار در سه دور استخراج و تدوین شد. نمونه‌گیری در این فاز به صورت هدفمند انجام شد و در نهایت ۱۶ نفر از خبرگان شامل اعضای هیئت علمی دانشگاه، مدیران و کارشناسان مرتبط و مسلط بر این مفاهیم به عنوان مشارکت‌کننده در پژوهش انتخاب شد. در مرحله گروه کانونی نیز تعداد ۶ نفر از اعضای هیئت علمی دانشگاه به عنوان مشارکت‌کننده در پژوهش انتخاب شدند. ابزار گردآوری داده‌ها در مرحله کمی پرسشنامه محقق ساخته‌ای بود که روایی آن با استفاده از دیدگاه تعداد ۳ نفر از اعضای هیئت علمی دانشگاه ایلام و پایایی آن با استفاده از آلفای کرونباخ تأیید شد. مقدار آلفای کرونباخ به دست آمده برای هر دسته گویه در «جدول ۱» آمده است. ابزار گردآوری داده‌ها در مرحله کیفی نیز، مصاحبه بوده است.

جدول ۱. مقدار آلفای کرونباخ گویه‌های پرسشنامه.

نام پرسشنامه	دسته گویه	تعداد گویه	آلفای کرونباخ
خبرگان	ضعف فرهنگ کار	۷۲	۰/۸۳۱

یافته‌های پژوهش

بر اساس یافته‌های پژوهشی ۱۰/۴ درصد پاسخگویان با فراوانی ۱۰ نفر زن و ۸۹/۶ درصد پاسخگویان با فراوانی ۸۶ نفر مرد بوده‌اند. ۳/۱ درصد از پاسخگویان نخبه با فراوانی ۳ نفر از لحاظ تحصیلات در سطح کارشناسی، ۵۱ درصد با فراوانی ۴۹ نفر در سطح کارشناسی ارشد و مابقی (۴۵/۹) درصد با فراوانی ۴۴ نفر) در سطح دکتری از تحصیلات دانشگاهی برخوردار بوده‌اند. همچنین یافته‌ها نشان داد که میانگین سابقه کار افراد پاسخگو در این حوزه ۱۶/۳ سال، کمترین سابقه ۵ سال و بیشترین سابقه نیز ۳۷ سال بوده است. در این پژوهش به منظور شناسایی مؤلفه‌ها و شاخص‌های مربوط به ضعف فرهنگ کار، از روش هفت مرحله‌ای سندلوسکی و باروسو (۲۰۰۷) استفاده شده است. پس از جست‌وجوی گسترده، حدود ۱۶۱ عنوان پژوهش در زمینه موضوع مورد مطالعه اولیه قرار گرفتند. از نظر عنوان و چکیده ۴۴ و از نظر محتوا ۶ مقاله غربال شدند و در نهایت ۱۱۱ پژوهش برای انجام فراترکیب به دست آمدند. از متغیرهایی استخراج شده از ادبیات مربوط به فرهنگ کار، تعداد ۲۴۵ متغیر استخراج شد و در سه سطح خرد، میانی و کلان دسته‌بندی شد. که بیشترین فراوانی مربوط به متغیرهای سطح میانی (۵۰/۶ درصد و تعداد ۱۲۴ فقره) بوده و کمترین فراوانی متغیرهای استخراج شده نیز مربوط به سطح کلان (۱۶/۷ درصد و تعداد ۴۱ فقره) بوده است (جدول ۲).

جدول ۲. توزیع فراوانی متغیرهای استخراج شده از ادبیات مربوط به ضعف فرهنگ کار به تفکیک سطح.

سطح	فراوانی	درصد
خرد	۸۰	۳۲/۷
میانی	۱۲۴	۵۰/۶
کلان	۴۱	۱۶/۷
جمع	۲۴۵	۱۰۰

یافته‌های پژوهش مرادنژادی (۱۴۰۱) نشان داد که یافته‌ها نشان داد که وضعیت فرهنگ کار در بین ۷۳/۵ درصد از جوانان شاغل و ۷۴/۲ درصد از جوانان بیکار استان ایلام، در حد متوسط و کمتر از آن بوده است (مرادنژادی، ۱۴۰۱). در این پژوهش در گام دوم با استفاده از تکنیک دلفی و در سه مرحله نسبت به شناسایی متغیرهای تأثیرگذار بر پایین بودن فرهنگ کار متناسب با شرایط منطقه و استان اقدام شد. در جدول (۳) نتایج دور سوم دلفی آورده شده است.

جدول ۳. رتبه‌بندی گویه‌های مربوط به ضعف فرهنگ کار در بین جوانان استان ایلام در دور سوم دلفی

ردیف	گویه‌ها	ضریب پراکندگی	ضریب وزنی
۱	عدم توجه به شایسته‌سالاری در اداره جامعه	۰/۲۷	۱/۱۲
۲	شکاف ارزشی و ذهنی جوانان با دولت و حاکمیت	۰/۲۷	۱/۱۱
۳	حاکم بودن فرهنگ دلالی و واسطه‌گری در جامعه	۰/۲۸	۱/۰۸
۴	پایین بودن نشاط و شادی در جامعه	۰/۲۸	۱/۰۷
۵	ترجیح شغل‌های دولتی به شغل خصوصی توسط خانواده‌ها	۰/۲۹	۱/۰۷
۶	پایین بودن روحیه کار گروهی و تیمی در بین جوانان ایلام	۰/۲۹	۱/۰۷
۷	هم‌راستا نبودن آموزش‌های فنی و حرفه‌ای با نیازهای بازار کار	۰/۲۹	۱/۰۶
۸	ارزشمند نبودن کار و تلاش در بین مردم و انجام ندادن کار برای خود کار	۰/۳۰	۱/۰۶
۹	بی‌توجهی نظام آموزش و پرورش به آموزش و ترویج فرهنگ کار	۰/۳۰	۱/۰۶
۱۰	پر شدن بازار از کالا‌های خارجی و پایین آمدن انگیزه برای ورود به فعالیت‌های تولیدی	۰/۳۰	۱/۰۵
۱۱	بی‌اعتمادی دولتمردان و سیاست‌گذاران به فعالیت‌های تولیدی به دلیل درآمدهای نفتی	۰/۳۰	۱/۰۵
۱۲	باور جوانان به این که موفقیت افراد به خاطر داشتن شانس آن‌هاست نه تلاش و کار کردن	۰/۳۰	۱/۰۵
۱۳	قانع بودن جوانان ایلامی به حداقل‌های زندگی	۰/۳۱	۱/۰۵
۱۴	رکود اقتصادی و بالا بودن نرخ تورم در جامعه و از بین رفتن شغل‌های موجود	۰/۳۱	۱/۰۵
۱۵	هم‌راستا نبودن آموزش‌های دانشگاهی با نیازهای بازار کار	۰/۳۱	۱/۰۵
۱۶	پایین بودن نشاط و شادی در بین جوانان	۰/۳۱	۱/۰۵
۱۷	نارضایتی و بی‌اعتمادی جوانان ایلامی نسبت به مسئولان	۰/۳۲	۱/۰۵
۱۸	پایین بودن احساس تعلق جوانان ایلامی به جامعه و کشور خود	۰/۳۲	۱/۰۴
۱۹	وجود روحیه منفعت‌طلبی و ترجیح منافع فردی به گروهی در بین جوانان ایلامی	۰/۳۲	۱/۰۴
۲۰	پایین بودن روحیه توفیق‌طلبی و نیاز به پیشرفت در بین جوانان ایلامی	۰/۳۳	۱/۰۴
۲۱	پایین بودن رضایت از زندگی در بین جوانان ایلامی	۰/۳۳	۱/۰۴
۲۲	توزیع ناعادلانه فرصت‌های اقتصادی و شغلی در کشور	۰/۳۴	۱/۰۴
۲۳	توزیع ناعادلانه فرصت‌های شغلی در بین افراد جامعه و نبود تناسب بین توزیع فرصت‌های شغلی و توانایی‌های افراد	۰/۳۵	۱/۰۴
۲۴	حاکم بودن رابطه بازی به جای قوانین و مقررات	۰/۳۵	۱/۰۳
۲۵	پایین بودن گرایش و تعصب ملی‌گرایانه جوانان ایلامی	۰/۳۵	۱/۰۳
۲۶	عدم دسترسی جوانان به وام‌ها و تسهیلات مناسب برای آغاز یک فعالیت اقتصادی	۰/۳۵	۱/۰۳
۲۷	پایین بودن گرایش‌های مذهبی جوانان ایلامی	۰/۳۶	۱/۰۳
۲۸	اطلاعات ناکافی جوانان ایلامی از بازار کار	۰/۳۶	۱/۰۳
۲۹	نبود شفافیت در جامعه و نظام اداری و سیاسی	۰/۳۶	۱/۰۳
۳۰	پایین بودن مهارت‌های کاربردی، فنی و مهارت‌های کسب‌وکار در بین جوانان ایلامی	۰/۳۷	۱/۰۳
۳۱	وجود رانت و پارتی‌بازی در جامعه	۰/۳۸	۱/۰۳
ردیف	گویه‌ها	ضریب پراکندگی	ضریب وزنی
۳۲	پایبندی پایین جوانان ایلامی به قانون و مقررات	۰/۳۹	۱/۰۳
۳۳	بالا بودن سطح توقعات جوانان ایلامی	۰/۴۰	۱/۰۳
۳۴	وجود فساد و اختلاس در بین مسئولان و مدیران و دلسرد شدن جوانان	۰/۴۰	۱/۰۳
۳۵	نبود ارتباط منسجم بین مراکز آموزشی و بخش‌های مختلف اقتصادی	۰/۴۰	۱/۰۳
۳۶	شرایط اقلیمی و آب و هوایی استان ایلام	۰/۴۰	۱/۰۲
۳۷	عدم توجه رسانه‌های جمعی به آموزش و تبلیغ فرهنگ کار و تلاش	۰/۴۰	۱/۰۲
۳۸	ویژگی راحت‌طلبی مردم در استان ایلام	۰/۴۲	۱/۰۲
۳۹	ناهماهنگی بین حوزه‌های اقتصادی اجتماعی و فرهنگی به دلیل ناکارآمدی مدیریت‌های کلان	۰/۴۳	۱/۰۲
۴۰	اعتقاد بالای جوانان ایلامی به قضا و قدر	۰/۴۳	۱/۰۲
۴۱	وجود بازار کار و فعالیت‌های اقتصادی برای گروه‌های خاص در جامعه	۰/۴۳	۱/۰۲
۴۲	دلسرد شدن مردم از کار و تلاش به دلیل دعوای سیاسی و جناحی	۰/۴۴	۱/۰۲
۴۳	تمایل جوانان ایلامی به یک‌شبه پولدار شدن	۰/۴۵	۱/۰۲
۴۴	پایین بودن امنیت شغلی و اجتماعی در جامعه	۰/۴۷	۱/۰۱
۴۵	اقتصاد دولتی و ضعیف بودن بخش خصوصی	۰/۴۷	۱/۰۱
۴۶	سرگرم شدن مردم به فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات و شبکه‌های اجتماعی	۰/۴۷	۱/۰۱
۴۷	پایین بودن اعتماد به نفس جوانان ایلامی برای ورود به بازار کار و فعالیت‌های اقتصادی	۰/۴۷	۱/۰۱
۴۸	نبود صنایع تولیدی و خدماتی موفق در استان و تولید پایین کالا و خدمات	۰/۴۸	۱/۰۱
۴۹	پایین بودن جمعیت استان و نیاز پایین به کالا و خدمات	۰/۴۹	۱/۰۱
۵۰	جذاب نبودن فرایندهای اداری مرتبط با راه‌اندازی کسب‌وکار	۰/۵۰	۱/۰۱
۵۱	نقش کم‌رنگ رسانه‌های جمعی در معرفی جوانان موفق ایلامی در حوزه کار و تلاش	۰/۵۱	۱/۰۱
۵۲	تمایل خانواده‌ها به تحصیلات دانشگاهی فرزندان به جای فراگیری مهارت	۰/۵۱	۱/۰۱
۵۳	ترس از شکست جوانان در راه‌اندازی کسب‌وکار	۰/۵۲	۱/۰۱
۵۴	بی‌عدالتی در میزان پرداختی‌ها و مزایا و مسئولیت‌های اداری	۰/۵۲	۱/۰۱
۵۵	مشارکت داده نشدن جوانان در تصمیم‌گیری‌ها و اداره جامعه و باور جوانان ایلامی به اینکه نقش مؤثری در اداره جامعه ندارند	۰/۵۳	۱
۵۶	نارضایتی از میزان حقوق و مزایای دریافتی	۰/۵۴	۱
۵۷	پایین بودن امید به زندگی و امید به آینده در نزد جوانان ایلامی	۰/۵۶	۱
۵۸	کم‌کاری سایر همکاران در اداره	۰/۵۷	۱
۵۹	پایین بودن روحیه خلاقیت و نوآوری در بین جوانان ایلامی	۰/۵۸	۱
۶۰	تبلیغ فرهنگ راحت‌طلبی در جامعه توسط رسانه‌ها	۰/۵۸	۱

جدول ۵. مشخصات عامل‌های استخراج شده از تحلیل عاملی عوامل مؤثر بر ضعف فرهنگ کار در استان ایلام از دیدگاه خبرگان.

شماره عامل	متغیرهای مربوط به آن
عامل اول بی‌عدالتی سیاسی، اقتصادی و اجتماعی	عدم توجه به شایسته‌سالاری در اداره جامعه توزیع ناعادلانه فرصت‌های شغلی در بین افراد جامعه و نبود تناسب بین توزیع فرصت‌های شغلی و توانایی‌های افراد ناهماهنگی بین حوزه‌های اقتصادی اجتماعی و فرهنگی به دلیل ناکارآمدی مدیریت‌ها وجود بازار کار و فعالیت‌های اقتصادی برای گروه‌های خاص در جامعه حاکم بودن رابطه بازی به‌جای قوانین و مقررات نبود شفافیت در جامعه و نظام اداری و سیاسی وجود فساد و اختلاس در بین مسئولان و مدیران و دل‌سرد شدن جوانان نبود صنایع تولیدی و خدماتی موفق در استان و تولید پایین کالا و خدمات بی‌عدالتی در میزان پرداختی‌ها و مزایا و مسئولیت‌های اداری
عامل دوم بیگانگی سیاسی اجتماعی	شکاف ارزشی و ذهنی جوانان با دولت و حاکمیت دل‌سرد شدن مردم از کار و تلاش به دلیل دعوای سیاسی و جناحی نارضايتی و بی‌اعتمادی جوانان ایلامی نسبت به مسئولان مشارکت داده نشدن جوانان در تصمیم‌گیری‌ها و اداره جامعه و باور جوانان ایلامی به اینکه نقش مؤثری در اداره جامعه ندارند
عامل سوم نابسامانی بازار و اقتصاد	حاکم بودن فرهنگ دلالی و واسطه‌گری در جامعه بی‌اعتمادی دولتمردان و سیاست‌گذاران به فعالیت‌های تولیدی به دلیل درآمدهای نفتی بالا بودن نرخ تورم در جامعه و از بین رفتن شغل‌های موجود اقتصاد دولتی و ضعیف بودن بخش خصوصی چابک نبودن فرایندهای اداری مرتبط با راه‌اندازی کسب‌وکار رکود اقتصادی و عدم دسترسی جوانان به وام‌ها و تسهیلات مناسب برای آغاز یک فعالیت اقتصادی نارضايتی از میزان حقوق و مزایای دریافتی
عامل چهارم ناخشنودی اجتماعی	پایین بودن نشاط و شادی در جامعه پایین بودن رضایت از زندگی در بین مردم پایین بودن انگیزه جوانان پایین بودن امید به زندگی و امید به آینده در نزد جوانان ایلامی
عامل پنجم هنجارها و ناهنجاری‌های اجتماعی	ترجیح شغل‌های دولتی به شغل خصوصی توسط خانواده‌ها تمایل خانواده‌ها به تحصیلات دانشگاهی فرزندان به‌جای فراگیری مهارت و ایستگی فرزندان و خانواده و ترس از دور شدن از خانواده و مهاجرت ویژگی راحت‌طلبی مردم در استان ایلام تلافی کردن همه نارضايتی‌ها با کمتر کار کردن تمایل جوانان ایلامی به یک‌شنبه پولدار شدن کم‌کاری سایر همکاران در اداره
عامل ششم ویژگی‌های روان‌شناختی	پایین بودن روحیه کار گروهی و تیمی در بین جوانان ایلامی باور جوانان به این که موفقیت افراد به خاطر داشتن شانس آن‌هاست نه تلاش و کار کردن پایین بودن مهارت‌های کاربایی، فنی و مهارت‌های کسب‌وکار در بین جوانان ایلامی ترس از شکست جوانان در راه‌اندازی کسب‌وکار پایین بودن روحیه توفیق طلبی و نیاز به پیشرفت در بین جوانان ایلامی بالا بودن سطح توقعات جوانان ایلامی پایین بودن روحیه خلاقیت و نوآوری در بین جوانان ایلامی
عامل هفتم ناهم‌سویی نظام آموزش با نیاز بازار کار	هم‌راستا نبودن آموزش‌های دانشگاهی با نیازهای بازار کار نبود ارتباط منسجم بین مراکز آموزشی و بخش‌های مختلف اقتصادی هم‌راستا نبودن آموزش‌های فنی و حرفه‌ای با نیازهای بازار کار بی‌توجهی نظام آموزش و پرورش به آموزش و ترویج فرهنگ کار تبلیغ فرهنگ راحت‌طلبی در جامعه توسط رسانه‌ها

در گام سوم با استفاده از ابزار تهیه شده در مرحله دلفی اقدام به شناسایی و دسته‌بندی متغیرهای استخراج شده با بهره‌گیری از تکنیک تحلیل عاملی اکتشافی شد. در ابتدا به‌منظور اطمینان از انسجام درونی متغیرها و مناسب بودن آن‌ها برای آزمون تحلیل عاملی، از آزمون KMO^{15} و بارتلت^{۱۶} استفاده شده است. نتایج نشان داد که مقدار KMO ، $0/439$ و آماره بارتلت نیز $4417/4$ سطح معنی‌داری $0/000$ بوده است، بنابراین داده‌ها برای تحلیل عاملی مناسب‌اند. برای انجام تحلیل عاملی، مدل‌های مختلفی وجود دارد که در این پژوهش، از روش تحلیل مؤلفه‌های اصلی استفاده شد. برای تعیین تعداد عامل‌ها نیز از معیار کیسر^{۱۷} استفاده شد و عامل‌هایی که مقدار ویژه آن‌ها به‌طور قابل ملاحظه‌ای بزرگ‌تر از یک باشد انتخاب شد. مقدار ویژه برای هر عامل نشان دهنده سهم آن عامل از کل واریانس متغیرها است و هر چه مقدار ویژه بزرگ‌تر باشد، بیانگر اهمیت و تأثیر بیشتر آن عامل است. بر اساس نتایج حاصل از تحلیل عاملی مشخص شد که این هفت عامل در مجموع $77/6$ درصد دلایل ضعف فرهنگ کار در استان ایلام را تبیین می‌کنند (جدول ۴).

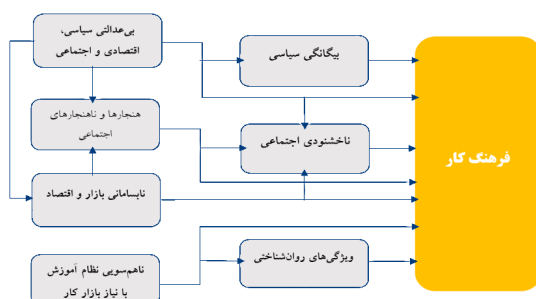
جدول ۴. مشخصات عامل‌های استخراج شده از عوامل اثرگذار بر ضعف فرهنگ کار در استان ایلام از دیدگاه خبرگان.

عامل‌ها	مقدار ویژه	درصد واریانس تبیین شده	درصد واریانس تجمعی
عامل اول	7/79	31/65	31/65
عامل دوم	5/54	14/63	46/29
عامل سوم	4/76	12/17	58/47
عامل چهارم	4/13	5/74	64/21
عامل پنجم	3/46	4/81	69/02
عامل ششم	2/38	4/69	73/72
عامل هفتم	1/79	3/88	77/60

پس از مشخص شدن عامل‌های تعیین کننده ضعف فرهنگ کار جوانان استان ایلام، با در نظر گرفتن مفهوم گویه‌های هر عامل، اقدام به نامگذاری آنها شد. در جدول (۵) عامل‌های به دست آمده و گویه‌های هر کدام از آنها آمده است. همانگونه که در جدول (۵) آمده است، عامل بی‌عدالتی سیاسی، اقتصادی و اجتماعی مهم‌ترین زمینه پایین بودن فرهنگ کار در بین جوانان بوده است. نبود شایسته‌سالاری در اداره جامعه نیز مهم‌ترین متغیر عامل بی‌عدالتی سیاسی، اقتصادی و اجتماعی بوده است.

جدول ۲. نمونه‌ای از کدگذاری داده‌های پرسش اول پژوهش.

کدگذاری گزینشی	کدگذاری باز	نمونه‌هایی از نقل قول‌ها
بیداری شایستگی	بی‌عدالتی-فرهنگ کار	"وقتی که جوانان می‌بینند که افرادی هم سن خودشان با استفاده از رانت در عرض چند سال یک زندگی مرفه را برای خودشان فراهم می‌کنند، طبیعی است که از کار و تلاش زده میشن"
	بی‌عدالتی-بیگانگی سیاسی	"اگه خوب دقت کنین می‌بینین که این همه تبعیض در جامعه در آخر منجر به این می‌شود که جوانان نسبت به سیستم بدبین بشن و کم کم با نظام زاویه پیدا کنند"
	بیگانگی سیاسی-فرهنگ کار	"انسان به هر چیزی که تعلق خاطر داشته باشد تلاش می‌کند. وقتی که جوانان دولت و سیستم را از جنس خودشان ندانند، تعلق خاطر آنها کمتر می‌شود و این موضوع خودش را در اهمال کاری نشان خواهد داد"
	بی‌عدالتی-ناخشنودی اجتماعی	"بی‌عدالتی‌های موجود سرخوردگی جوانان و مردم را به بار می‌آورد. ریشه بخش زیادی از خمودگی‌های اجتماعی به خاطر بی‌عدالتی‌هایی است که مردم می‌بینند"
	ناخشنودی اجتماعی-فرهنگ کار	"هرچه جامعه و جوانان سرزنده و شادتر باشند، کار و تلاش بیشتری زخ می‌دهد. از جامعه‌ای که نشاط ندارد، ناپستی آنچنان انتظار تلاش و کار داشت"
	بیگانگی سیاسی-ناخشنودی اجتماعی	"« وقتی که جوان احساس بیگانگی کند، امید خود را هم از دست می‌دهد. وقتی که این احساس وجود داشته باشد، تنش و عصبانیت و خودخوری هم به وجود می‌آید. »"
	بی‌عدالتی-هنجارهای اجتماعی	"وجود تبعیض در جامعه سبب می‌شود تا گاهی افراد در مقابل این تبعیض مبارزه منفی کنند. این مبارزه منفی ممکن است خودش را در کم‌کاری و از زیر کار در رفتن نشان دهد. "
	هنجارهای اجتماعی-فرهنگ کار	"اینکه فرهنگ کار در هر جامعه‌ای ریشه در خرده‌فرهنگ‌ها و هنجارهای اجتماعی دارد کاملاً روشن است. بنابراین هر هنجار اجتماعی سازگار با کار باعث بهبود فرهنگ کار می‌شود و برعکس"
	هنجارهای اجتماعی-ناخشنودی اجتماعی	"بسیاری از خلقیات انسان‌ها در هر جامعه‌ای برگرفته از عرف‌ها، آداب و رسم و هنجارهای اجتماعی است. بخش زیادی از نبود شادمانی و نشاط در جامعه ایران به خاطر همین ناهنجاری‌هایی است که در جامعه وجود دارد. "
	بی‌عدالتی-نابسامانی اقتصادی	"رانت و فساد که در نظام اقتصادی ما وجود دارد، اقتصاد کشور را به سمت فروپاشی می‌برد"
	نابسامانی اقتصادی-فرهنگ کار	"وقتی که یک جوان دانش‌آموخته دانشگاه و نخبه می‌بیند که در جامعه افرادی با دلالی در مدت زمان کوتاهی به پول و ثروت می‌رسند، او دیگه رغبتش برای کار کردن کم می‌شود"
	نابسامانی اقتصادی-هنجارهای اجتماعی	"الان دیگه رانت و فساد و دلالی که ما در اقتصاد می‌بینیم، به یک هنجار اجتماعی تبدیل شده"
	نابسامانی اقتصادی-ویژگی‌های روانشناختی	"« تورم و گرانی‌ها و اوضاع بسیار متغیر اقتصاد کشور سبب می‌شود تا جوانان انگیزه خودشان را برای پیشرفت و امیدشون را به آینده از دست بدهند»"
	نابسامانی اقتصادی-ناخشنودی اجتماعی	"بخش زیادی از آسیب‌های اجتماعی و نارضایتی‌های جوانان به خاطر مسائل اقتصادی است"
	ویژگی‌های روانشناختی-فرهنگ کار	"از یک جوان بی‌انگیزه و بی‌روحیه نباید انتظار کار داشت"



در این پژوهش در گام چهارم اقدام به برگزاری یک گروه کانونی برای شناسایی چگونگی ارتباط متغیرها با یکدیگر و رسیدن به یک مفهوم کلی که پژوهش‌گر در تلاش برای رسیدن به آن بود شد. برای این منظور با مشارکت‌کنندگان در پژوهش مصاحبه و تبادل نظر صورت گرفت. مصاحبه‌ها تا رسیدن مقوله‌ها به اشباع نظری^{۱۸} ادامه یافت. پس از تجزیه و تحلیل داده‌ها، و روشن شدن چگونگی ارتباط و تأثیر مؤلفه‌هایی که در مرحله تحلیل عاملی به دست آمده بود، مدل تجربی پژوهش تدوین شد (نمودار ۱). خلاصه یافته‌های گروه کانونی در «جدول ۶» آمده است.

نمودار ۱. الگوی پیشنهادی گروه کانونی در زمینه چگونگی ارتباط عامل‌های شناسایی شده و ضعف فرهنگ کار در استان ایلام.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

این پژوهش باهدف واکاوی پایین بودن فرهنگ کار در بین جوانان و تدوین یک نظریه در زمینه فرهنگ کار به انجام رسیده است. وضعیت فرهنگ کار در هر جامعه بازخوردی از عملکرد خرده سیستم‌های آن جامعه است. به عبارتی دیگر در شکل‌گیری فرهنگ کار و نوع نگرش به آن، همه اجزای نظام اجتماعی همانند نظام خانواده، نظام سیاسی، نظام اقتصادی، نظام آموزش و پرورش و نظام رسانه، دخالت دارند. نتایج تحلیل عاملی نشان داد که عامل اول تأثیرگذار بر پایین بودن فرهنگ کار جوانان در استان ایلام، بی‌عدالتی سیاسی، اجتماعی و اقتصادی بوده است. متغیرهای این عامل، عدم توجه به شایسته‌سالاری در اداره جامعه، توزیع ناعادلانه فرصت‌های شغلی در بین افراد جامعه و نبود تناسب بین توزیع فرصت‌های شغلی و توانایی‌های افراد، حاکم بودن رابطه بازی به جای قوانین و مقررات، ناهماهنگی بین حوزه‌های اقتصادی اجتماعی و فرهنگی به دلیل ناکارآمدی مدیریت‌ها، وجود بازار کار و فعالیت‌های اقتصادی برای گروه‌های خاص در جامعه، بی‌عدالتی در میزان پرداختی‌ها و مزایا، مسئولیت‌های اداری، نبود شفافیت در جامعه و نظام اداری و سیاسی، وجود فساد و اختلاس در بین مسئولان و مدیران و دلسرد شدن جوانان و نبود صنایع تولیدی و خدماتی موفق و تولید پایین کالا و خدمات در استان بوده است. مواردی که در عامل اول تحلیل عاملی به عنوان موارد تأثیرگذار بر پایین بودن فرهنگ کار شناسایی شده‌اند، همسو با نتایج پژوهش‌های فتح‌اله‌زاده (۱۳۸۹)، عرفانی به نقل از نه‌اوندی و مقدم اصل (۱۳۹۷)، موهّد و دیگران (۲۰۰۹)، ظهیری‌نیا و بهروزیان (۱۳۹۴)، ساروخانی و طالبیان (۱۳۸۱)، گرب (۱۳۸۱)، سام‌آرا و حسینی مطلق (۱۳۹۶)، توحیدلو و همکاران (۱۳۹۶)، رحیمی‌دهسوری (۱۳۹۳) و عربی و شیخیانی (۱۳۸۹) است. نتیجه پژوهش مرادنژادی (۱۴۰۱) نیز نشان داد که وضعیت فرهنگ کار جوانان شاغل و بیکار استان ایلام پایین‌تر از متوسط بوده است. نتایج پژوهش مرادنژادی و همکاران (۱۳۹۹) نیز نشان داد که وضعیت ارتباط نهادهای علم و فناوری با نهاد بازار در استان ایلام، مطلوب نیست. نتایج به دست آمده از این پژوهش و نیز بررسی پیشینه پژوهش‌های که در زمینه کسب و کار و تولید در استان ایلام انجام گرفته است، این نکته را برای پژوهش‌گر روشن ساخت که علت ناکامی‌های

شرایط نابرخوردار استان و پایین بودن فرهنگ کار در بین جوانان پدیده‌ای است که پژوهش‌گر آن را بیدادی شایستگی نام می‌نهد. بیدادی شایستگی یعنی نبود شایسته‌سالاری و شایسته‌گزینی در بیشتر مدیریت‌ها و مراکز تصمیم‌گیری به گونه‌ای که این روند در فرایند اداره جامعه همه‌گیر شده است. بیدادی شایستگی سبب می‌شود تا از افراد شایسته و متخصص در مراکز تصمیم‌گیری استفاده نشود و این بی‌عدالتی و بی‌نظمی، در فرهنگ، آموزش، سیاست‌گذاری، اقتصاد و اداره جامعه، نابسامانی به بار آورد. در این پژوهش، پژوهش‌گر بر این باور است که بیدادی شایستگی متغیری است که هم به طور مستقیم و هم به طور غیرمستقیم در پایین بودن فرهنگ کار تأثیرگذار است و اثر سایر متغیرها نیز معلول اثر این متغیر است. یافته‌های گروه کانونی نشان داد که بی‌عدالتی منجر به بیگانگی سیاسی، ناخشنودی اجتماعی، ناهنجاری و نابسامانی اقتصاد و بازار شده است. از طرفی دیگر هر کدام از این متغیرها در پایین بودن فرهنگ کار در بین جوانان تأثیرگذار بوده‌اند. میتوان چنین نتیجه‌گیری کرد که ریشه نبود فرهنگ کار و تلاش در بین جوانان، بی‌عدالتی و نبود شایسته‌سالاری در اداره جامعه است. پژوهشگر براین باور است که در شرایط استان ایلام نقش نظریه بیدادی شایستگی در فرهنگ کار بسیار پررنگ است. به عبارتی دیگر به نظر می‌رسد که در پایین بودن فرهنگ کار جوانان، نقش ویژگی‌های فردی چندان زیاد نیست و این بیدادی شایستگی است که سبب‌ساز پایین آمدن فرهنگ کار و تلاش در جامعه است. با توجه به اهمیت موضوع فرهنگ کار و تلاش و پویایی نیروی انسانی و با در نظر گرفتن وضعیت توسعه استان و نیاز فراوان به کار و تلاش در این استان کمتر برخوردار، لازم است که مدیران ارشد استان، نمایندگان مجلس شورای اسلامی و سایر مسئولان مرتبط با موضوع، بیدادی شایستگی را مورد توجه قرار دهند و به سادگی از کنار این موارد عبور نکنند. هرچند به نظر بهتر آن است که این موضوع مورد دقت مدیران ارشد دولت و وزارت خانه‌های مرتبط با موضوع نیز قرار گیرد. پژوهش‌گر با بررسی نظریه‌های مرتبط با حوزه فرهنگ کار، بر این باور رسیده است که طرح و تدوین نظریه بیدادی شایستگی برای توجه سایر پژوهش‌گران و صاحب‌نظران علوم اجتماعی و کارآفرینی، یک ضرورت است. به نظر می‌رسد تاکنون نیز نظریه‌ای با این عنوان و مفهوم ارائه نشده است. در نظریه

در حوزه فرهنگ کار ارائه نشده است. بنابراین برای بهبود فرهنگ کار لازم است نقش بیدادی شایستگی بیشتر مورد توجه و دقت قرار گیرد. امید است پژوهشگران داخلی و خارجی با بررسی این نظریه بیشتر به این موضوع پردازند و ایرادهای وارد بر آن را اصلاح نمایند، تا این نظریه بتواند در آینده به عنوان یکی از نظریه‌های مرتبط با حوزه فرهنگ کار، مورد استفاده پژوهشگران، اساتید و دانشجویان علوم اجتماعی، کارآفرینی و جامعه‌شناسی قرار گیرد و آن را در شرایط همسان با شرایط این پژوهش مورد آزمون قرار دهند.

دیویس و گار بر بی‌عدالتی اجتماعی اشاره شده است. و این بی‌عدالتی را به حوزه سیاسی ارتباط داده شده است. در نظریه ادراک برابری آدامز نیز بر عدالت تأکید شده است. نظریه آنومی دورکیم نیز در حوزه جامعه‌شناسی و به صورت کلی است و به ارتباط آن با فرهنگ کار اشاره نشده است. ماری لوین نیز با استفاده از نظریه سیمن، بیگانگی را در حوزه‌های سیاسی - اجتماعی مورد بررسی قرار داده و به مقوله فرهنگ کار اشاره‌ای نکرده است. در هیچ کدام از نظریه‌های مرتبط با حوزه فرهنگ کار به بیدادی شایستگی اشاره‌ای نشده است. در داخل کشور نیز نظریه مشخصی

پی‌نوشت‌ها

- | | | |
|--|----------------------------|----------------------------|
| 1. Parsons | 2. Pareto | 3. Durkheim |
| ۴. تفهم عبارتست از فهم معنای یک کردار یا یک رابطه اجتماعی و یا روشی که با آن پیچیدگی‌های درونی پدیده‌های اجتماعی را درک و فهم کنیم (شرفی، ۱۳۹۰). | 10. Seeman | 15. Kaiser-Meyer-Olkin |
| 5. Herzberg | 11. Merton | 16. Bartlett |
| 6. White | 12. Mills | 17. Kaiser |
| 7. Davies & Gurr | 13. Adams | 18. Theoretical Saturation |
| 8. Feyerabend | | |
| 9. Levin | 14. Sandelelowski & Barros | |

منابع

- احمدی، سیروس (۱۳۹۱)، بررسی فرهنگ کار و عوامل اجتماعی مؤثر بر آن، جامعه‌شناسی کاربردی (مجله پژوهشی علوم انسانی دانشگاه اصفهان)، ۲۳ (۲) (پیاپی ۴۶)، ۲۱-۴۰.
- بایگان، سید مجید؛ قلاوندی، حسن؛ حسنی، محمد (۱۴۰۱)، تحلیل ساختاری فرهنگ ارتباطات کاری مبتنی بر ارزش‌های اخلاقی، فرهنگ کار مشارکتی، عملکرد شغلی و سرمایه اجتماعی، فصلنامه مطالعات فرهنگ - ارتباطات، ۲۳ (۵۹)، ۲۹۹-۳۲۷.
- توحیدلو، س.؛ ذاکری، ع.؛ جعفری مقدم، م (۱۳۹۶)، وجوه تمایز فرهنگ کار در ایران و خارج از ایران در نگاه شاغلین ایرانی خارج از کشور، مطالعات فرهنگی و ارتباطات، ۱۳ (۴۸)، ۳۵-۵۶.
- جعفری، مصطفی؛ محمد حبیبی (تابستان ۱۳۸۱)، فرهنگ کار، مجله تدبیر، ش ۱۲۵، ص ۷۰-۷۵.
- چلبی، مسعود (۱۳۸۵)، تعهد کار، مجموعه مقالات تحلیل اجتماعی در فضای کنش، تهران: نشر نی.
- چهارباشلو، حسین (۱۳۸۸)، بررسی مقایسه‌ای مؤلفه‌های فرهنگ کار در کتب درسی دوره آموزش ابتدایی، پایان‌نامه کارشناسی/ارشد، دانشگاه مازندران.
- خوش‌نشان، محمود؛ عامری، محمدعلی؛ تیمور حسینی، سید (۱۴۰۱)، عوامل مؤثر بر ارتقای فرهنگ کاری در کارکنان پلیس راهنمایی و رانندگی، فصلنامه علمی راهور، ۱۴۰۱ (۴۰)، ۱۰۵-۱۳۶.
- دورکیم، امیل؛ باقر، پرهام (۱۳۸۰)، درباره تقسیم کار، تهران: نشر مرکز.
- رحیمی دهنسوری، جواد (۱۳۹۳)، موانع و راهکارهای ارتقای فرهنگ کار و همت در جامعه اسلامی، فصلنامه علمی، بصیرت و تربیت اسلامی، ۱۱ (۲۹)، ۵۱-۸۲.
- رضایی نسب، زهرا (۱۴۰۱)، مطالعه زمینه‌ها و بسترهای شکل‌گیری بیکاری فارغ‌التحصیلان دختر دانشگاه‌های شهر ایلام، زن در توسعه و سیاست، ۲۰ (۲)، ۳۴۱-۳۱۵.
- زارع شاه‌آبادی، ا.؛ مبارکی، م.؛ بیرانوند، ف (۱۳۹۷)، تحلیل عوامل مؤثر بر تبلی اجتماعی (مطالعه مقایسه‌ای میان

مجموعه مقالات سمینار تکامل فرهنگ کار، جلد اول، تهران: موسسه کار و تأمین اجتماعی، ۱۶۱-۱۵۱.

کلاتری، عزیز؛ هاشمی، علی (۱۴۰۰)، پدیدارشناسی وضعیت فرهنگ کار در بین جوانان استان ایلام، فصلنامه علمی فرهنگ ایلام، ۲۲ (۷۰، ۷۱)، ۲۰۵-۲۳۷.

کمربگی، خ.؛ رشیدی، م (۱۳۹۴)، مسئله‌شناسی و اولویت‌بندی آسیب‌ها و مسائل فرهنگی مورد مطالعه: استان ایلام، فصلنامه علمی فرهنگ ایلام، ۱۶ (۴۸، ۴۹)، ۱۸۶-۱۶۵.

گرب، ادوارد ج (۱۳۸۱)، نابرابری اجتماعی، ترجمه محمد سیاهپوش و احمدرضا غروی زاد، تهران: نشر معاصر، چاپ دوم.

مرادنژادی، همایون؛ واحدی، مرجان (۱۳۹۸)، واکاوی موانع راه‌اندازی کسب و کارهای خانگی در مناطق روستایی استان ایلام، فصلنامه علمی- پژوهشی تحقیقات اقتصاد کشاورزی، ۱۱ (۴۳)، ۳۰۳-۳۱۸.

مرادنژادی، همایون، شریف زاده، محمدشریف، واحدی، مرجان، مهدی زاده، حسین (۱۳۹۸)، تدوین و کاربست چارچوبی برای ارزیابی زیست بوم کسب‌وکارهای نوپای مبتنی بر فاوا در استان ایلام، فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی، ۱۲ (۳)، ۴۰۱-۴۲۰.

مرادنژادی، همایون (۱۴۰۱)، شناسایی و واکاوی عوامل مؤثر بر فرهنگ کار در بین جوانان استان ایلام، راهبرد اجتماعی فرهنگی، مقالات آماده انتشار، انتشار آنلاین.

مرادنژادی، همایون (۱۳۹۹)، تدوین سند علم و فناوری استان ایلام، گزارش طرح پژوهشی، استانداری ایلام، ۱۳۹۹. میرلوحی، سیدعلی؛ عشایری، طاها؛ جهان‌پرور، طاهره (۱۴۰۱)، مطالعه عوامل مؤثر بر فرهنگ کار: پژوهش‌های بازه زمانی ۱۳۷۶ تا ۱۳۹۹، فرهنگ در دانشگاه اسلامی، ۱۲ (۴۲)، ۱۲۹-۱۶۰.

نهادندی، م.؛ و مقدم اصل، م (۱۳۹۷)، بررسی تطبیقی عوامل مؤثر بر فرهنگ کار در ایران و چهار کشور آسیایی، فصلنامه علوم اجتماعی، ۸۱ (۱)، ۱۷۱-۲۰۹.

هوسی، پاول و بلانچارد کنت ای (۱۳۷۵)، مدیریت رفتار سازمانی، ترجمه قاسم کبیری، تهران: انتشارات جهاد دانشگاهی.

الهی، غلامرضا (۱۳۸۳)، فرهنگ کار، بهره‌وری و شبکه‌های اجتماعی، فصلنامه تعاون، شماره ۱۶۱.

کارمندان دو شهر یزد و خرم‌آباد)، بررسی مسائل اجتماعی ایران، ۹ (۲)، ۹۱-۱۱۶.

زارع شاه‌آبادی، اکبر، مبارکی، محمد، بیرانوند فاطمه (۱۳۹۷)، تحلیل عوامل مؤثر بر تبدیلی اجتماعی (مطالعه مقایسه‌ای میان کارمندان دو شهر یزد و خرم‌آباد)، نشریه بررسی مسائل اجتماعی ایران، ۹ (۲)، ۹۱-۱۱۶.

ساروخانی، باقر و طالبیان، امیر (۱۳۸۱)، وجدان کاری و عوامل اجتماعی مؤثر بر آن تحقیقی در شرکت ملی صنایع پتروشیمی ایران، جامعه‌شناسی ایران، دوره چهارم، ش ۴: ص ۱۶۲-۱۸۸.

سام‌آرام، عزت‌اله و مستجد حسینی مطلق، سید (۱۳۹۶)، تحلیل مفهومی و گونه شناختی فرهنگ کار؛ نگاهی به کارکردهای آن در نظام تعلیم و تربیت، فصلنامه راهبرد اجتماعی فرهنگی، ۱۷۷ - صص ۲۱۴، ۲۵ (۶).

سام‌آرام، ع.؛ حسینی مطلق، س (۱۳۹۶)، تحلیل مفهومی و گونه‌شناختی فرهنگ کار؛ نگاهی به کارکردهای آن در نظام تعلیم و تربیت، راهبرد اجتماعی فرهنگی، ۶ (۴)، ۲۱۴-۲۱۷۷. سبحانی‌نژاد، مهدی؛ همایی، رضا (۱۳۸۴)، میزان توجه به نگرش فرهنگ کار در کتاب‌های درسی دوره راهنمایی کشور، پژوهش‌های آموزش و یادگیری، ۳ (۲)، ۱-۲۰.

شرفی، محبوبه (۱۳۹۰)، نگرشی بر مکتب تفهیمی و کاربرد آن در تحقیقات تاریخی، مجله پژوهش‌های تاریخی ایران و اسلام، ۹ (۲).

ظهیری‌نیا، مصطفی؛ بهروزیان، بهروز (۱۳۹۴)، کاوش کیفی راهکارهای ارتقای فرهنگ کار مورد بررسی: متخصصان دانشگاه‌های بروجرد، جامعه‌شناسی اقتصادی و توسعه، ۴ (۲)، ۴۹-۷۴.

عربی، سید هادی و حمزه شیخیانی (۱۳۸۹) فرهنگ کار و نگرش‌های جوانان، اسلام و علوم اجتماعی، شماره ۴، ۱۴۳-۱۶۴.

فتح‌اله‌زاده، علی (۱۳۸۹)، فرهنگ کار، نشریه سندیکایی برق ایران (ستیزان)، شماره ۱۳ (۶۵)، ۲۱-۱.

فرزین آبدگاه، احسان، فرزانه، سارا؛ طالبی اردکانی، رها (۱۴۰۱)، فرهنگ کار در میان زنان روستایی (با مطالعه پنداشت زنان روستایی شمال شهرستان بویراحمد)، فصلنامه علمی برنامه‌ریزی منطقه‌ای، ۱۲ (۴۷)، ۳۰۵-۳۲۰.

قربانی، محسن و رضایی، علیرضا (۱۳۷۵)، کار و روان،

- Al Salman, W. (2016). 'Impact of Effective Team-work on Employee Performance'. *International Journal of Accounting & Business Management*, 4(1): 76-85.
- Amiruddin, M. S. S. Ali¹, Rahmadanih, Y Lumoidong, L Fudjaja and I. A. M. Suryadnyani (2021). The relationship between work environment and work culture with the work capacity of the employees of the oil palm processing division of PTPN XIV. IOP Conf. Series: Earth and Environmental Science. Published under licence by IOP Publishing Ltd. Publisher URL: <http://iopscience.iop.org/1755-1315/807/2/022021>
- Baron, R. A. (2000). *Behavior in organization*. New York: Allyn and Bacon INC.
- Barrick, M, R. Mount, M, K (1991) the Big Five Personality Dimensions and Job Performance, *A Meta-Analysis*, *Personality Psychology*, No 44, PP 1-27.
- Brott, P. E. (2003). *Career Resilience*, New York: Cambridge University Press.
- Clarke, Marlea. 2004. "Challenging Segmentation in South Africa's Labour Market: 'Regulated Flexibility' or Flexible Regulation?" In *Challenging the Market: The Struggle to Regulate Work and Income*, edited by L. Vosko and J. Stanford, 97-118. Montreal: McGill-Queen's University Press. [Google Scholar].
- Dana, Mitra (2010). *The Social and Economic Benefits of Public Education*, http://www.elc-pa.Org/BestInvestment_Full_Report_6. 27.
- Deyo, F. (1975). *Ethnicity and Work Culture in Thailand: A Comparison of Thai and Thai-Chinese White-Collar Workers*. *The Journal of Asian Studies*, 34(4), 995-1015.11. Pdf.
- Friedman, M. Rosenman, R, H (1974). *Type A Behavior and Your Heart*, New York, Knof.
- Ghasemi, M. (2000). *The effect of quality of working life on human resource productivity*, Master's thesis, University of Tehran. (In Persian).
- Li, J., Huang, M.-T., Hedayati-Mehdiabadi, A., Wang, Y., & Yang, X. (2020). Development and validation of work ethic instrument to measure Chinese people's work-related values and attitudes. *Human Resource Development Quarterly*, 31(1): 49-73.
- Mohd, Sahandri Gani Hamzah; Bin Sin Ishak & Abdullah Sainfuddin Kumar (2009). "Leadership in the Creation of Excellent Work Culture", *European Journal of Social Sciences*, vol.10, no.4, pp.528-538.
- Sandelowski, Margarete; Barroso, Julie, Motherhood in HIV-positive women. *Research in Nursing & Health*, 26 (2): 153-170.
- Pape, H. (2003). *Transforming the Work Culture*. *Journal of organizational Behavior*, 22(2), 125-139.
- Pardakhtchi, M. (2007). *Developing a Model for the Assessment of Quality of Work Life in Organizations*. *Iranian journal of management sciences*, 2(5), 123-151. (In Persian)
- Parsons, T. Shils, E, A (1962). *Toward a General Theory of Action*, Harvard University Press.
- Romer. M (2015). *Mathiness in the theory of Economic growth*. *American Economic Review: Papers & Proceedings* 105(5): 89-93.
- Sandelowski, M. and Barroso, J. (2007). *Toward a Meta synthesis of qualitative findings on*
- Sarwar, A., Imran, M.K., Anjum, Z.-U. And Zahid, U. (2020). "How innovative climate leads to project success: the moderating role of gender and work culture", *Innovation & Management Review*, Vol. 17 No. 4, pp. 413-430. <https://doi.org/10.1108/INMR-08-2019-0096>.
- Smith, A & Noble, C. (2004). *Training Organizational Chang*. *Journal of Development*, Vol 8(2), 94-110.
- Spector, P.E. (1982). *Behavior in Organizations as a Function of Employee's Locus of Control*, *Psychological Bulletin*, PP 482- 497.
- Torraco, R.J (2002). *Human Resource Development*, California, University of California.

فرهنگ همسرگزینی با تأکید بر روند تحول معیارهای گزینش همسر (مطالعه موردی دانشجو معلمان دانشگاه فرهنگیان پردیس خواهران فاطمه زهرا^(س))

مرضیه رونقی^۱

دریافت: ۱۴۰۱/۰۸/۰۹، پذیرش: ۱۴۰۲/۰۲/۲۴

DIO: 10.22034/RCC.2023.1971676.1039

چکیده

با توجه به اهمیت نهاد خانواده، ازدواج به عنوان امری که بنیان‌های تشکیل این نهاد را فراهم می‌سازد، اهمیتی همپای آن دارد، لذا سلامت خانواده در وهله اول در گرو سلامت ازدواج، معیارها و الگوهای حاکم بر نحوه تصمیم‌گیری در مورد این امر مهم است. پژوهش حاضر در تلاش برای یافتن معیارهایی است که دانشجو معلمان بر آن اساس زندگی خود را شکل داده یا خواهند داد. روش پژوهش به فراخور موضوع و شیوه انجام از نوع کمی، مقطعی و پیمایشی است و به لحاظ نوع تحقیق، همبستگی محسوب می‌شود. جامعه آماری ما کلیه دانشجو معلمان دانشگاه فرهنگیان پردیس فاطمه زهرا بوده‌اند که نمونه‌ای معادل ۲۴۰ نفر به شیوه نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای انتخاب شد. شیوه جمع‌آوری اطلاعات مبتنی بر پرسشنامه محقق ساخته است و تجزیه و تحلیل با بهره‌گیری از نرم‌افزار SPSS صورت گرفته است. مبانی نظری در این نوشتار مرتبط است با نظریه‌هایی از جمله روابط فردی آنجلیس، مثلث عشق استرنبرگ، مجاورت والر، نیازهای مکمل وینچ، تعادل هایدلر و تبادل اجتماعی هومنز. نتایج حاصله از تحقیق نشان می‌دهد که معیارهای فرهنگی-اجتماعی، تحصیلات، ملاک‌های ظاهری در بین پاسخگویان شهری و روستایی و نیز دانشجویان سال اول و سال چهارم تفاوت معناداری دارند به این معنا که توجه به این ملاک‌ها در بین دانشجویانی که در محیط‌های شهری بزرگ شده‌اند با اهمیت‌تر از دانشجو معلمان روستایی است و نیز میزان اهمیتی که دانشجویان سال چهارم به این ملاک‌ها ابراز داشته‌اند بیشتر از دانشجو معلمان سال اولی بوده است و حال آن‌که ملاک مذهب برای همه افراد مورد بررسی مهم بوده و تفاوتی را نشان نمی‌دهد.

واژگان کلیدی: معیارهای گزینش همسر، روابط فردی، مثلث عشق، نیازهای مکمل، تبادل اجتماعی.

۱. استادیار و عضو هیئت علمی پردیس حضرت زهرا(س) دانشگاه فرهنگیان، اصفهان، ایران.
Email: marzi.r65@gmail.com

مقدمه

ازدواج و تشکیل زندگی به عنوان بخشی از مراحل رشد روانی انسان محسوب می‌شود. چرا که ازدواج همراه است با رفتار اجتماعی و رفع نیازهای عاطفی در کنار سایر نیازها منجر به رشد و پیشرفت آدمی می‌شود. این امر زمانی حاصل می‌شود که افرادی با تناسب فرهنگی و آداب و رسوم، مذهبی و اعتقادی، علایق و حتی گرایش‌های علمی و پژوهشی با یکدیگر خانواده تشکیل دهند، زیرا در کنار رشد و تعالی و لذا زندگی مشترک، وجود محدودیت‌ها، مسئولیت‌ها و مشکلات غیر قابل انکار است لذا انتخاب همسر امری بسیار حائز اهمیت است و همه ابعاد زندگی را تحت تأثیر قرار می‌دهد. و اگر این انتخاب، انتخاب درست و با معیارهای صحیح باشد به کاهش طلاق و افزایش گرایش جوانان به ازدواج منجر می‌شود. و هم از این روست که خداوند تبارک و تعالی در آیات متعدد در قرآن کریم از جمله در سوره روم می‌فرماید همسری از جنس خودتان بایران آفرید تا در کنار آنان آرامش یابید و میان شما و همسرانتان علاقه شدید و رحمت قرار داد (روم: ۲۱) به عبارتی همانگونه که یاد خداوند مایه آرامش دل و روح است همسر مایه آرامش جسم و روان است (قرآنی، ج ۷: ۱۸۸) و نیز پیامبر (ص) می‌فرماید انکحوا الاکفاء به این معنا که با افراد هم‌شان خود ازدواج کنید چرا که موجبات پایداری خانواده، بیشتر فراهم می‌می‌کند. حال باید این کلید واژه اساسی تحت عنوان "کفو" را مورد تحلیل قرار داد و آن را در زمینه‌های اجتماعی مختلف جستجو کرد و نشانگرهای این مؤلفه مهم را یافت. بنابراین می‌توان این ادعا را پذیرفت که در واقع زندگی خانوادگی مانند شرکتی است که هرچه سهم دو شریک در آن بیشتر باشد، قدرت و پایداری آن شرکت بیشتر خواهد بود (قربان زاده، ۱۳۹۳: ۱۷۰). بررسی پیرامون مباحث خانواده و معیارهای حاکم بر شیوه همسرگزینی موضوع بسیار با اهمیتی است، چرا که هر نوع تغییری در جامعه و نظام اجتماعی ایرانی یا به واسطه خانواده محقق می‌شود و یا این که جهت‌گیری آن معطوف به خانواده بوده است (آزاد ارمکی، ۱۳۸۶: ۳)

از سویی همانگونه که عنوان شد این مبحث مهم می‌تواند از دیدگاه‌ها و در زمینه‌های مختلف مورد بررسی قرار گیرد، ولی با توجه به سن دانشجویان معلمان که یا در شرف ازدواج هستند یا به تازگی ازدواج کرده‌اند، و با توجه به

الگو بودن معلمان در زندگی آینده‌سازان و نیز اهمیت شغل معلمی که یکی از مهم‌ترین اقشار در انتقال نظام ارزش‌ها در جامعه محسوب می‌شوند، بررسی این معیارها برای ازدواج از دیدگاه دانشجویان دانشگاه فرهنگیان فاطمه زهرا (س) اصفهان صورت گرفته است.

بیان مسئله

به تبع اهمیت نهاد خانواده، ازدواج به عنوان امری که بنیان‌های تشکیل این نهاد را فراهم می‌سازد، اهمیتی همانند آن داراست. پایداری و دوام و سلامت خانواده مدیون درستی امر ازدواج معیارها و چگونگی تصمیم‌گیری و انتخاب‌هاست که در این راستا نظام باورها و ارزش‌ها نقشی اساسی دارند. چرا که ازدواج هرچند به نیازهای طبیعی و زیستی انسان مرتبط است ولی تحت تأثیر مستقیم ساختار هنجارها، نگرش‌ها و ارزش‌های اجتماعی است. در فرایند مدرنیسم، که موجب تجدید ساختار جوامع از طریق صنعتی شدن، شهرنشینی، افزایش آموزش، گسترش رسانه‌های گروهی و... می‌شود افراد به سمت مادیگرایی و انزواطلبی پیش می‌روند. همزمان با این تحولات، نوعی انطباق‌پذیری در الگوهای حاکم بر ازدواج و خانواده با شرایط جدید صورت می‌گیرد (حسینی، ۱۳۸۶: ۲۲).

در مجموع اگر بخواهیم در مورد ملاک‌های مؤثر در گزینش همسر و ازدواج یک دسته‌بندی داشته باشیم، می‌توان به سه گروه از این مؤلفه‌ها اشاره کرد:

الف. خصوصیات فرهنگی و اجتماعی و تحصیلات

ب. وضع مالی و ویژگی‌های ظاهری

ج. خصوصیات مذهبی

در باب ازدواج، متناسب با تحولات روانی، تحولات سیاسی، اجتماعی و تاریخی ملاک‌هایی مطرح شده و هر کدام مسائلی را عنوان نموده‌اند، که انتخاب تحت آن شرایط صورت می‌گیرد، چنانچه روانشناسان از بین ایده تصادفی بودن یا ایده هم‌تاسازی، دومی را بها می‌دهند. به این معنا که ازدواج بیش از آن‌که به شکلی تصادفی اتفاق بیفتد براساس شباهت فیزیکی، هوش، تحصیلات، طبقه اجتماعی، وضعیت اقتصادی، مسایل مذهبی و ابعاد نگرشی زوجین است. در این میان ارزش‌ها، سنت‌ها ایدئولوژی‌ها معیار اساسی درست و غلط بودن رفتارها هستند (حاجیلو و همکاران، ۱۴۰۱: ۵۴)

۵. بهداشت و سلامت روان: که در آن ازدواج به عنوان نظامی با بهترین شکل برقراری ارتباط در راستای دستیابی افراد به رفع نیازهای عاطفی و هیجانی و اجتماعی آن‌ها عمل می‌کند.

۶. افزایش سخاوت و نوع دوستی: ازدواج زمینه بروز و ظهور سخاوتمندی و نوع دوستی را برای مردان فراهم می‌سازد و زنان نیز پس از ازدواج مسئولیت‌پذیرتر از قبل، خود را موظف به مراقبت و نگهداری از همسر و فرزندان می‌دانند و روحیه عطوفت و مهربانی خود را به منصفه ظهور برسانند.

۷. تقویت زنانگی و مردانگی: ازدواج در مردان باعث تقویت نقش پدری و تأمین معاش و حمایت از فرزندان می‌شود ازدواج همچنین باعث بالا رفتن صبر و تحمل زنانه و تقویت بسیاری از ویژگی‌های زنانه در زنان می‌شود.

۸. سلامت جسمی: ازدواج باعث کاهش مرگ و میر و افزایش شادی می‌شود.

ب. سطح اجتماعی

تأیید اخلاقی: ازدواج باعث کسب شأن اجتماعی و اخلاقی در همه جوامع به خصوص جوامع مذهبی می‌شود.

پیشرفت تحصیلی ازدواج: تأهل نقش کلیدی و رابطه مستقیمی با پیشرفت‌های تحصیلی دارد.

افزایش حمایت اجتماعی: افراد متأهل پیوندهای بیشتری با خویشاوندان و همسایگان و پیوند کمتری با دوستان و همکاران دارند و این گسترش رابطه باعث کسب حمایت بیشتر اجتماعی می‌شود.

افزایش سرمایه اجتماعی: ازدواج باعث آشنایی فرد با افراد بیشتری می‌شود و این آشنایی‌ها باعث توسعه اطلاعات و سرمایه‌های اجتماعی می‌شود

موفقیت اقتصادی: ازدواج باعث می‌شود فرد برای کسب معاش تلاش بیشتری کند و این تلاش باعث کسب موفقیت بیشتری برای او می‌شود

تحقیقات پیشین

در باب ازدواج و معیارهای همسرگزینی پژوهش‌های متعددی انجام گرفته که بعضاً نتایج مشابه یا متفاوتی به دنبال داشته‌اند که به برخی از آن‌ها اشاره می‌شود:

میری و همکاران (۱۳۹۸) در پژوهشی تحت عنوان طراحی الگوی معیارهای همسرگزینی در جامعه ایران، که به روش فرا ترکیب در نمونه‌ای با ۴۵ مقاله از بین ۱۲۲

از سویی فرضیه مکمل بودن زوجین را نیز اولین بار روبرت وینچ^۱ (۱۹۵۸) مطرح نمود که تمایل افراد را در گزینش همسری نشان می‌دهد که بتواند نیازهایشان را برآورده کند و تمایلاتشان را تکمیل سازد. به بیان دیگر طرفداران این اندیشه عقیده دارند آنچه افراد را به یکدیگر وصل می‌کند نه همسانی و شباهت آنان است بلکه ناهمسانی و تکمیل کنندگی است که آن‌ها را به عنوان افرادی مکمل در یک رابطه پایدار کنار هم نگه می‌دارد. لذا فرض اصلی نظریه نیازهای مکمل این است که در بین افراد یک مجموعه آن‌هایی که الگوی نیازهایشان ارضای متقابل را فراهم می‌سازد به طرف هم جذب می‌شوند. و در این انتخاب افراد همسرانی را برمی‌گزینند که بیشترین کامرواسازی نیازها را برایشان داشته باشند و حداکثر کامرواسازی زمانی است که افراد مکمل هم باشند نه مشابه همدیگر (برگرفته از ساروخانی، ۱۳۹۳: ۸۳).

ادبیات تحقیق

ازدواج عملی است که پیوند بین دو جنس مخالف را بر پایه روابط پایای جنسی، موجب می‌شود. و نیز مستلزم انعقاد قرارداد اجتماعی است که مشروعیت روابط جسمانی را موجب شود (ساروخانی، ۱۳۹۳: ۲۵) مطابق این تعریف:

— ازدواج بین همجنس‌خواهان مورد نظر نیست.

— روابط موقت بین زنان و مردان در دایره بحث ازدواج جا ندارد.

— روابط بین زن و مرد تابعی از قراردادهای اجتماعی است که خود تحت تأثیر قوانین، هنجارها و ارزش‌های آن جامعه است.

آثار و ابعاد ازدواج را می‌توان در سطح فردی و سطح اجتماعی نیز مورد بررسی قرار داد:

الف. سطح فردی

۱. تکمیل: رشد و کمال از پیامدهای ازدواج است و زن و مرد یکدیگر را تکمیل می‌کنند

۲. تسکین: زن و مرد مایه آرامش هم می‌شوند.

۳. احساس شادکامی: افراد متأهل بیشتر احساس شادی می‌کنند.

۴. فرزندآوری: از ثمرات اصلی ازدواج وجود فرزند و بقای نسل است.

مبانی نظری

در زمینه ازدواج و معیارهای مؤثر بر انتخاب همسر نظریه‌های متعددی مطرح شده است: نظریه روابط فردی باربارا آنجلیس^۲، مثلث عشق در نظریه رابرت استرنبرگ^۳، نظریه مجاورت والر^۴، نظریه نیازهای مکمل وینچ^۵، نظریه تعادل فریتز هایدلر^۶، نظریه تبادل اجتماعی جورج هومنز^۷ و سایر نظریات در این باب بسیارند.

آنجلیس معتقد است افرادی را که به عنوان همسر انتخاب می‌کنید نه از روی تصادف است و نه بدشانشی بلکه به جهت برنامه ریزی احساسی شماست و این برنامه ریزی مجموعه‌ای از تصمیمات و باورهایی است که در دوران کودکی در مورد خود، دیگران و دنیای اطرافتان به طور عموم داشته‌اید. نظریه پردازان این دیدگاه معتقدند که ارتباطات کنونی ما با دیگران براساس انتظاراتی است که در اثر تجارب گذشته ما شکل گرفته است، و در ارتباطمان با افراد جدید خاطرات فرد زنده می‌شوند و ارزیابی طرح‌واره‌ای او شروع به کار می‌کند به خصوص اگر این خاطرات و طرح‌واره‌ها مربوط به افراد مهم زندگی باشند و براین اساس فرد به دنبال شریک زندگی است که بتواند دوباره آن تجارب هیجانی اولیه را برایش زنده کند و برای همین است که پسر به دنبال شخصی مثل مادرش و دختر به دنبال شخصی مثل پدرش است. (برگرفته از آنجلیس، ۱۳۸۴) (البته می‌توان استنباط کرد و شاید برعکس اگر این تجارب برایش جالب نباشند). رابرت استرنبرگ در نظریه مثلث عشق در نظریه که دارای سه وجه تعهد، صمیمیت و شهوت است نیز بیانگر چند وجهی بودن زندگی و عناصر دخیل در شکل‌گیری یک رابطه می‌باشند، کسی که ویژگی‌های یک فرد متعهد و وفادار، صمیمت با هم‌دلی بالا را داشته باشد می‌تواند روابط پایدار و خوبی را با طرف مقابل برقرار کند و در رابطه منتهی به ازدواج وجود روابط جنسی به قوام و تداوم این رابطه می‌افزاید.

هنری بیکنس نیز تقریباً با چنین رویکردی مفاهیمی مشابه را بکار می‌برد وی از زیر سیستم‌ها سخن می‌گوید. زیر سیستم عمومی (شامل نژاد و قومیت، طبق اجتماعی، ارزش‌های فرهنگی و زمینه‌های مذهبی)، زیر سیستم مرکزی (شامل ارزش‌ها و اهداف شخصی فرد) و زیر سیستم تناسبات ناهشیار بین زوجین. بنابر نظر وی چنانچه ترکیبی از زیر سیستم را داشته باشیم برای ثبات نسبی و رضایت‌مندی

مقاله انجام شده، براساس فراوانی و تکرار موارد نتیجه‌گیری نمودند که نجابت و پاکدامنی، اخلاق، تحصیلات، ایمان و اعتقادات، ظاهر فرد، درآمد کافی، تناسب فرهنگی خانواده، سن، تعهد و فرزندآوری دارای اهمیت ویژه می‌باشند و با ادغام این ویژگی‌ها به مؤلفه‌هایی دست یافته‌اند که عبارتند از: معیارهای دینی، خانوادگی، اقتصادی، جسمی و جنسی، اجتماعی - فرهنگی، فردی، روانی و اخلاقی.

فولادیان و همکاران (۱۳۹۷) در پژوهشی با هدف مقایسه همسرگزینی در گروه‌های مختلف اجتماعی در جامعه معاصر ایران با روش پیمایش بین نمونه ۵۰۰۰ نفری با تکنیک نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای انجام داده‌اند نتایج حاصله از این تحقیق نشان داده است که به ترتیب ویژگی‌های شخصیتی، سپس عاطفی و پس از آن ویژگی‌های مذهبی دارای بیشترین اهمیت در ایران معاصر است. و در بین گروه‌های مختلف اجتماعی زنان و مردان تفاوت معناداری را نشان می‌دهند.

حسینی بهشتیان (۱۳۹۵) در تحقیقی با عنوان مقایسه ملاک‌های انتخاب همسر در ازدواج اول و دوم دریافت توجه به ملاک‌های ظاهر و خوش تیپی، تحصیلات، اقتصاد و رضایت خانواده در اولین و دومین ازدواج تفاوت معناداری را نشان نمی‌دهد ولی در مؤلفه‌های فرهنگی و قومیتی، مذهبی، روانشناختی سطح خانوادگی و نیز علایق مشترک در دو ازدواج اول و دوم تفاوت معناداری هست به‌گونه‌ای که ملاک عشق هرچند در بین زنان برای بار اول و دوم تفاوت دارد ولی در مردان تفاوتی ملاحظه نشده است.

جبرائیلی و همکاران (۱۳۹۲) در تحقیق با موضوع تفاوت ملاک‌های انتخاب همسر بین دو جنس، دریافت بین پسران و دختران در بیشتر معیارها و ملاک‌های همسرگزینی تفاوت معنادار وجود دارد و پسران بیشتر به ملاک‌های مربوط به زیبایی و ظواهر توجه دارند درحالی‌که دختران به توانایی مالی و وجود ویژگی‌هایی که مردان را قابل اتکا می‌کند توجه دارند. طبق نتایج این پژوهش البته میزان اهمیت این ملاک‌ها طی سال‌های اخیر نسبت به اوایل دهه شصت تغییر کرده‌است و آینده مالی برای دختران از اهمیت بیشتری برخوردار شده است.

چارچوب نظری

طبق نظریه همسان همسری عموماً افراد مایلند از نظر سطح تحصیلات با همسرانشان نزدیک باشند. از سویی چون سطح تحصیلات مشابه همسانی نوع تفکر و باورها و ارزش‌ها را به دنبال دارد لذا طبق نظر هایدلر افراد به نوعی به تعادل در روابط می‌رسند.

از نظر پیامبر اسلام (ص)، در امر ازدواج هم کفو بودن بسیار مهم است. لذا سفارش می‌شود که با افرادی پیوند برقرار کنید که به لحاظ روحیه اجتماع، خلق و خو و صفات روانی مثل هم باشید وگرنه در زندگی زناشویی دچار اختلاف می‌شوند. همچنان که براساس نظر بیکس با در کنار هم قرار گرفتن زیر سیستم عمومی که شامل نژاد و قومیت، طبق اجتماعی، ارزش‌های فرهنگی و زمینه‌های مذهبی می‌شود و زیر سیستم زیر سیستم من مرکزی که شامل ارزش‌ها و اهداف شخصی فرد است روابط نسبتاً پایدار و رضایت‌مندی در رابطه زناشویی حاصل می‌شود.

مطابق نظریه مبادله جورج هومنز در امر ازدواج افراد معیارهایی را مدنظر قرار می‌دهند که منفعت مادی و روانی و احساسی کسب نمایند. در همین راستا استیرلین می‌گوید تصمیم فرد برای ازدواج بستگی به انتظارات اقتصادی وی دارد. (کنعانی، ۱۳۸۵) و نیز بکر معتقد بود در امر ازدواج دستیابی به حداکثر مطلوبیت برای طرفین مطرح و به منظور همین مطلوبیت دست به پیوند زناشویی می‌زنند. براین اساس معیارهایی که بعد مادی را منعکس می‌کنند در انتخاب همسر جایگاه مهمی دارند.

علاوه بر اهمیت معیارها در امر همسرگزینی به نظر می‌رسد با رشد عقلانی افراد از سویی و کسب موقعیت اقتصادی آنان از سوی دیگر، سطح انتظارات آن‌ها در مورد ویژگی‌های همسر آینده نیز تغییر کند.

مطابق نظر بیکس زیر سیستم ویژگی‌های عمومی که شامل نژاد و قومیت، طبق اجتماعی، ارزش‌های فرهنگی و زمینه‌های مذهبی می‌شود می‌تواند در امر ازدواج و گزینش همسر مؤثر واقع شود.

بررسی و سنجش سئوالات تحقیق

به منظور سنجش متغیرهای (متغیر مستقل) مربوط به سئوالاتی که طرح شد مؤلفه‌های هر کدام در «جدول ۲» نمایش داده شده‌اند.

رابطه زناشویی پیش آگهی خوبی است.

نظریه تعادل هایدلر در روانشناسی انگیزه بیان می‌کند انگیزه انسجام شناختی را به عنوان انگیزه‌ای برای تعادل روانشناختی مفهوم‌سازی می‌کند. در واقع هایدلر معتقد است هراسانی قویاً نیازمند دستیابی به یک تعادل روانی است و در این راستا می‌خواهد باورها، نگرش‌ها و ارزش‌های او با دیگری که قرار است با او در ارتباط باشد، سازگار و منطبق گردند، به عبارت آن‌ها سعی می‌کنند با دیگران از نظر رفتاری در وضعیت تعادل قرار داشته باشند. بنابراین در باب ازدواج نیز افراد در کنار همسری که احساسات و نگرش‌ها و نظام ارزشی مشابهی دارند احساس آرامش بیشتری می‌کنند و کمتر به جدال می‌پردازند.

جورج هومنز نیز از جمله افرادی بود که بر رابطه مبتنی بر منفعت تأکید داشت چنانچه طبق قضیه ارزش: هر چه نتیجه یک کنش برای شخص با ارزش‌تر باشد احتمال بیشتری دارد که همان کنش را دوباره انجام دهد. (ریترز، ۱۳۷۴: ۴۲۹) همچنین وقتی فرد در رابطه با دیگری منفعتی به او می‌رساند منتظر دریافت پاداشی متقابل از وی است. براین اساس در مورد ازدواج بیت دو نفر حتماً نفعی از این رابطه دریافت می‌شود و در واقع جوانی و ثروت مورد مبادله قرار گرفته است، هرچند ممکن است پیوند بین یک دختر جوان با پیرمرد ثروتمند غیرعادلانه به نظر بیاید ولی در این رابطه نیز چون ملاک انتخاب همسر برای آن شخص دستیابی به رفاه مادی و ثروت است رابطه‌ای سودمند تلقی می‌شود. و نیز ریچارد استیرلین^۸ می‌گوید تصمیم فرد برای ازدواج بستگی به انتظارات اقتصادی وی دارد. (کنعانی، ۱۳۸۵) و بکر معتقد است ازدواج نیز همانند رفتارهای اقتصادی انسان یک مدل حداکثرساز مطلوبیت محسوب می‌شود و انسان وقتی ازدواج می‌کند که در این رابطه مطلوبیتی بیشتر از ازدواج نکردن حاصل می‌کند.

جدول ۱. خلاصه مبانی نظری.

ردیف	نظریه پرداز	نظریه
۱	آنجلیس	نظریه روابط فردی
۲	استرنبرگ	مثلث عشق
۳	بیکس	زیر سیستم‌ها
۴	وینچ	نظریه نیازهای مکمل
۵	هایدلر	نظریه تعادل
۶	هومنز	نظریه تبادل اجتماعی

جدول ۲. سئوالات مربوط به فرضیه‌های تحقیق.

شماره سؤال تحقیق	مؤلفه‌های سنجش متغیر مستقل هر فرضیه
۱	- اهمیت داشتن تحصیلات عالی - ترجیح داشتن همسری با تحصیلاتی بالاتر از شما
۲	- احترام به زن و خانواده و داشتن روابط با آنان - اعتقاد به برابری بهره مندی از امکان ادامه تحصیل برای زن و مرد - همشهری بودن همسر - علاقه به ارزش‌های ایرانی و ملی - علاقه به مطالعه و کسب دانش و انجام کارهای تحقیقی
۳ و ۴	نوع شغل، میزان درآمد، نوع وسیله نقلیه، داشتن خانه شخصی و مستقل، داشتن استقلال مالی.
۵	میزان اعتقاد همسر به اصول دین و انجام واجبات مثل نماز و روزه و اعتقاد به پرداخت خمس، رفتن به مسجد، مشارکت در امور خیریه، رعایت حجاب خود و اهمیت آن برای همسر
۶	مانند قد، چاقی و لاغری، رنگ چشم، مو داشتن یا تاسی، داشتن نقص عضو

مورد متغیر وابسته مقایسه می‌کنیم. (دواس ۱۳۹۳ ص: ۴۹)
لذا این پژوهش از نوع پیمایشی و تحقیق مقطعی محسوب می‌شود و به لحاظ نوع تحقیق، همبستگی محسوب می‌شود. برای گردآوری داده‌ها که در آن از گروه‌های مختلفی خواسته می‌شود به تعدادی پرسش‌های معین که برای همه افراد مورد بررسی یکسان می‌باشند، پاسخ دهند. در واقع تحقیق پیمایشی عام‌ترین نوع تحقیقات اجتماعی است.

در این جا چون هدف بررسی روند تغییر نگرش دانشجویان در طول سال‌های تحصیل دانشگاهی است و از سویی زمان طولانی چهار سال تحصیل برای انجام این پژوهش امکان نداشت با روش مقطعی عمل کرده‌ایم، لذا گروهی از دانشجویان سال اول و گروهی از دانشجویان سال چهارم انتخاب شده‌اند و معیارهای همسرگزینی از نظر آنان مورد بررسی قرار گرفته‌اند و سعی شده است تا گروه‌ها به صورت همتا انتخاب شوند (از نظر روستایی بودن، سطح معدل و میزان سواد والدین آن‌ها که می‌تواند بر نوع معیارهای فرزندان‌شان مؤثر باشد).

ابزار جمع‌آوری اطلاعات

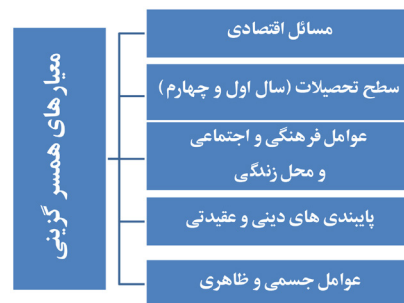
به منظور انجام تحقیق مبتنی بر پیمایش از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شده است که در آن تعدادی از پرسش‌ها در راستای سنجش متغیری خاص می‌باشند.

به منظور سنجش پایایی پرسشنامه نیز براساس آلفای کرونباخ عدد بالای ۰/۷ نشانگر دقت خوب پرسشنامه است.

- جامعه آماری: در این تحقیق جامعه آماری به جمعیت همه دانشجویان سال اول و گروهی از دانشجویان سال چهارم انتخاب شده‌اند و معیارهای همسرگزینی از نظر آنان مورد بررسی قرار گرفته‌اند و سعی شده است تا گروه‌ها به صورت همتا انتخاب شوند (از نظر روستایی بودن، سطح معدل و میزان سواد والدین آن‌ها که می‌تواند بر نوع معیارهای فرزندان‌شان مؤثر باشد).

هستند که در دانشگاه فرهنگیان پردیس فاطمه زهرا (س) اصفهان پذیرفته شده‌اند و ثبت نام نموده‌اند و هم اکنون مشغول تحصیل در رشته پذیرفته شده می‌باشند که مجموعاً ۱۰۰۰ دانشجو معلم خانم می‌باشند.

- نمونه‌گیری و تعیین حجم نمونه: در این پژوهش با توجه به این که دانشجویان در رشته‌های مختلفی مشغول تحصیل



نمودار ۱. مدل نظری تحقیق.

روش تحقیق

در این پژوهش روش تحقیق از نوع مقطعی است، که در این رویکرد اندازه‌هایی حداقل از دو گروه از افراد در یک مقطع زمانی جمع‌آوری می‌کنیم و میزان تفاوت دو گروه را در

رابطه وجود دارد.

۷. بین سنوات تحصیلی دانشجویان و میزان اهمیت دادن آنان به ملاک تحصیلات در همسر گزینی رابطه وجود دارد.
۸. بین سنوات تحصیلی دانشجویان و میزان اهمیت دادن آنان به ملاک اعتقادات مذهبی در همسر گزینی رابطه وجود دارد.

یافته‌های تحقیق

به منظور جمع‌بندی ویژگی‌های جامعه نمونه از درصد فراوانی، فراوانی تجمعی و میانگین از آمار توصیفی استفاده شده است همچنین برای پی بردن به همبستگی بین متغیرهای مورد بررسی با توجه به نوع متغیرها از همبستگی پیرسون یا اسپیرمن بهره برده‌ایم.

آمار توصیفی

- جامعه نمونه بر حسب سن پاسخگویان:

جدول ۳. سن پاسخگویان.

سنین پاسخگویان	Frequency	Percent	Cumulative Percent
Valid	۱۹	۷.۱۶	۷.۱۶
	۲۰	۶۴	۷.۲۶
	۲۱	۴۸	۰.۲۰
	۲۲	۳۲	۳.۱۳
	۲۳	۳۲	۳.۱۳
Total	۲۴	۲۴	۰.۱۰
	۲۴۰	۰.۱۰۰	

بر حسب جدول فوق بیش از ۶۳ درصد از پاسخگویان زیر سن ۲۱ سال هستند و حداکثر سن ۲۴ سال است.
- توزیع پاسخگویان بر حسب مجرد و تأهل:

جدول ۴. وضعیت تأهل پاسخگویان.

	وضعیت تأهل	Frequency	Percent
Valid	مجرد	۱۱۲	۷.۴۶
	متأهل	۱۲۸	۳.۵۳
Total		۲۴۰	۰.۱۰۰

می‌باشند و از نظر شرایط اسکان خوابگاهی و غیر خوابگاهی می‌باشند همچنین از نظر وضع تأهل متفاوت هستند از شیوه نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای استفاده شده است.
اما در مورد این که این نمونه چه تعداد باید باشند بستگی به حجم، میزان پراکندگی و میزان دقت دارد، در این پژوهش نیز با بهره‌گیری از فرمول کوکران حجم نمونه مورد قبول با دقت بالا (۹۵٪) اطمینان تعیین شد که معادل ۲۴۰ نفر محاسبه شده است. از سویی واحد تحلیل در این تحقیق فرد و مقطع تحصیلی است.

متغیرهای مستقل و وابسته در تحقیق

متغیرهای مستقل

- الف. محل زندگی پاسخگویان (شهر یا روستا)
- ب. سنوات تحصیل پاسخگویان (سال اول دانشگاه یا سال چهارم دانشگاه) که متناسب با آن از تجربیات بیشتر و کمتری از محیط دانشگاه دریافت کرده باشند.
- متغیر وابسته: ملاک‌های اقتصادی، فرهنگی-اجتماعی، تحصیلی، عقیدتی و ظاهری و جسمانی در همسرگزینی

فرضیه‌های پژوهش

برا اساس آنچه گفته شد هشت فرضیه اساسی مطرح می‌شود:

۱. بین شهری و روستایی بودن دانشجویان و میزان اهمیت دادن آنان به ملاک اقتصادی در همسر گزینی رابطه وجود دارد.
۲. بین شهری و روستایی بودن دانشجویان و میزان اهمیت دادن آنان به ملاک فرهنگی و اجتماعی در همسر گزینی رابطه وجود دارد.
۳. بین شهری و روستایی بودن دانشجویان و میزان اهمیت دادن آنان به ملاک تحصیلات در همسر گزینی رابطه وجود دارد.
۴. بین شهری و روستایی بودن دانشجویان و میزان اهمیت دادن آنان به ملاک اعتقادات مذهبی در همسر گزینی رابطه وجود دارد.
۵. بین سنوات تحصیلی دانشجویان و میزان اهمیت دادن آنان به ملاک ملاک توان اقتصادی در همسر گزینی رابطه وجود دارد.
۶. بین سنوات تحصیلی دانشجویان و میزان اهمیت دادن آنان به ملاک ملاک فرهنگی و اجتماعی در همسر گزینی

تلقی کرده‌اند. در عین حال اهمیت رفاه اقتصادی برایشان مسئله قابل تأملی بوده و هیچکدام اهمیت آن را خیلی کم عنوان ننموده‌اند چنانچه ۶/۷ درصد گزینه کم، ۲۳/۳ درصد متوسط، ۴۶/۷ درصد زیاد و ۲۳/۳ درصد از آنان بسیار زیاد را برای اهمیت رفاه اقتصادی برگزیده‌اند.

همانگونه که از جدول فوق می‌توان استنباط نمود بیش از ۵۳ درصد از پاسخگویان برای موقعیت اجتماعی را ملاکی مهم دانسته‌اند و بیش از ۲۳ درصد اعلام کرده‌اند که مایلند همسر آینده بتواند در جمع به خوبی سخن بگوید و ارتباط اجتماعی با دیگران برقرار کند.

۳۶/۷ درصد ملاک داشتن تحصیلات عالی و نیز ۱۶/۷ درصد تمایل به ادامه تحصیل را مطرح نموده‌اند و ۳۰ درصد از آنان مایل به ازدواج با مردی بوده‌اند که تحصیلاتی بالاتر از خودشان داشته باشد به عبارت دیگر در امر تحصیلات زنان فرادست همسر می‌باشند.

مطابق جدول فوق ۵۰ درصد از دانشجویان به میزان خیلی زیاد تمایل داشتند که همسرانشان به اعتقادات دینی پایبند باشند و اگر گزینه زیاد و خیلی زیاد تجمیع گردند بیش از ۶۳ درصد به اهمیت پای‌بندی‌های مذهبی همسر آینده اذعان داشته‌اند و نیز به همین میزان (۶۳ درصد) توسل و اعتقاد به ائمه اطهار^(ع) در رهایی از مشکلات برایشان به عنوان یک مؤلفه اساسی است و این نشان دهنده جایگاه مؤثر مذهب در خانواده است. هرچند انجام مستحبات را به عنوان شرط همسرگزینی (۲۳/۳ درصد) خیلی مهم نمی‌دانسته‌اند. با توجه به درد فراوانی حاصل از پاسخ‌های مربوط به اهمیت ملاک ظاهری (خوش تیپ بودن و خوش لباس بودن و...) مشخص شد که بیش از ۸۶ درصد از پاسخگویان در سطح متوسط و بالاتر را بیان نموده‌اند و این مسئله در کنار سایر ملاک‌ها دارای اهمیت بسیار زیادی است.

پاسخ به سؤالات و آزمون فرضیه‌های پژوهشی

به منظور بررسی سؤالات اساسی تحقیق و آزمون فرضیه‌های مطرح شده که به رابطه بین متغیرهای مستقل و وابسته می‌پردازد از آماره همبستگی پیرسون اسپیرمن متناسب با نوع متغیرهای اسمی و فاصله‌ای و t دو گروه مستقل بهره برده‌ایم. فرضیه اول: بین شهری و روستایی بودن دانشجویان و میزان اهمیت دادن آنان به ملاک اقتصادی در همسرگزینی رابطه وجود دارد.

با توجه به درصدهای به دست آمده از پاسخ‌ها چنین برداشت می‌شود که ۴۶/۷ درصد از دانشجویان جوان مجردند و بقیه آن‌ها ۵۳/۳ درصد از آن‌ها متاهلند.

- توزیع پاسخگویان بر حسب محل زندگی (شهر یا روستا):

جدول ۵. توزیع پاسخگویان بر حسب محل زندگی.

	محل زندگی	Frequency	Percent
Valid	شهر	۱۴۴	۶۰
	روستا	۹۶	۴۰
Total		۲۴۰	۱۰۰

طبق نتایج منعکس شده در جدول فوق ۶۰ درصد از دانشجویان محل زندگی و منطقه‌ای که بزرگ شده‌اند و خانواده‌هایشان در آنجا زندگی می‌کنند در شهر و ۴۰ درصد ساکن روستا می‌باشند.

بررسی اهمیت ملاک‌ها از نظر پاسخگویان

بر مبنای نظر پاسخگویان میزان اهمیت هریک از ملاک‌های مورد بررسی در جدول زیر به‌طور خلاصه آمده است:

جدول ۶. بررسی اهمیت ملاک‌ها از نظر پاسخگویان.

ویژگی‌های ظاهری	اعتقادات مذهبی	موقعیت اجتماعی	توان اقتصادی	اهمیت ملاک
۶/۷	۰/۰	۶/۷	۶/۷	خیلی کم
۶/۷	۳/۳	۱۳/۳	۱۶/۷	کم
۲۳/۳	۳۳/۳	۲۰/۰	۳۶/۷	متوسط
۳۳/۳	۱۳/۳	۶/۷	۱۶/۷	زیاد
۳۰/۰	۵۰/۰	۵۳/۳	۲۳/۳	خیلی زیاد
۱۰۰/۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع درصد

در تشخیص میزان اهمیت ملاک اقتصادی و توان مالی برای گزینش همسر، پاسخگویان پاسخ‌های متفاوتی ارائه نموده‌اند، پاسخگویان در پاسخ به سؤالی که مربوط به اهمیت داشتن توان مالی در همسرگزینی بود عمدتاً (بیش از ۳۶ درصد آنان) اهمیت این ملاک را تا حد متوسط مهم دانسته‌اند و البته بیش از ۲۳ درصد نیز آن را خیلی مهم

فرضیه سوم: بین شهری و روستایی بودن دانشجویان و میزان اهمیت دادن آنان به ملاک تحصیلات در همسر گزینی رابطه وجود دارد.

جدول ۹. رابطه بین محل زندگی و اهمیت سطح تحصیلات.

		Value	Approximate Significance
Nominal by Nominal	Phi Correlation	056/0	042/0
	Cramer's V	056/0	042/0
N of Valid Cases		240	

با توجه به نتایج حاصله از جدول فوق چون میزان $\text{sig} = 0/042$ و از مقدار $0/05$ کمتر است پس بین دو متغیر محل زندگی و مؤلفه‌های مربوط به سطح تحصیلات همسر و خانواده وی و نیز ادامه تحصیل به عنوان یکی از ویژگی‌های همسر برای دانشجویان معلمان خانم رابطه مثبت وجود دارد هر چند نسبت به دو ملاک قبلی شدت این رابطه ضعیف‌تر است. این همبستگی به این معناست که دانشجویان که در روستاها بزرگ شده‌اند اهمیت کمتری برای ویژگی‌های سطح تحصیلات قائلند ولی دانشجویانی که در محیط‌های شهری رشد نموده‌اند اهمیت بیشتری به این ملاک می‌دهند. فرضیه چهارم: بین شهری و روستایی بودن دانشجویان و میزان اهمیت دادن آنان به ملاک اعتقادات مذهبی در همسر گزینی رابطه وجود دارد.

جدول ۱۰. رابطه بین محل زندگی و اهمیت اعتقادات مذهبی.

		Value	Approximate Significance
Nominal by Nominal	Phi Correlation	033/0	07/0
	Cramer's V	033/0	07/0
N of Valid Cases		240	

با توجه به نتایج حاصله از جدول فوق چون میزان $\text{sig} = 0/07$ و از مقدار $0/05$ بیشتر است پس بین دو متغیر محل زندگی و مؤلفه‌های مربوط به اعتقادات مذهبی همسر به عنوان یکی از ویژگی‌های همسر برای دانشجویان معلمان خانم رابطه وجود ندارد و به این معناست که دانشجویانی که در

جدول ۷. رابطه بین محل زندگی و اهمیت توان اقتصادی.

		Value	Approximate Significance
Nominal by Nominal	Phi Correlation	073/0	028/0
	Cramer's V	073/0	028/0
N of Valid Cases		240	

از آنجایی که متغیر محل زندگی متغیری اسمی است (روستا و شهر) و گویه‌های مرتبط با ملاک تان اقتصادی رتبه‌ای هستند لذا از آماره همبستگی فی استفاده شده است همچنین کرامر نیز معمولاً عددی مشابه است که یکی از آن‌ها تحلیل می‌شود. براین اساس چون میزان $\text{sig} = 0/028$ و از مقدار $0/05$ کمتر است پس بین دو متغیر محل زندگی و انتظارات توان اقتصادی به عنوان یکی از ویژگی‌های همسر برای خانم‌ها رابطه مثبت وجود دارد به این معنا که دانشجویان در مناطق روستایی بزرگ شده‌اند اهمیت کمتری برای مسایل اقتصادی قائلند ولی در شهرها افراد اهمیت بیشتری به این ملاک می‌دهند. فرضیه دوم: بین شهری و روستایی بودن دانشجویان و میزان اهمیت دادن آنان به ملاک فرهنگی و اجتماعی در همسر گزینی رابطه وجود دارد.

جدول شماره ۸ - رابطه بین محل زندگی و اهمیت ملاک فرهنگی-اجتماعی

		Value	Approximate Significance
Nominal by Nominal	Phi Correlation	068/0	036/0
	Cramer's V	068/0	036/0
N of Valid Cases		240	

بر اساس نتایج حاصله از جدول فوق چون میزان $\text{sig} = 0/036$ و از مقدار $0/05$ کمتر است پس بین دو متغیر محل زندگی و مؤلفه‌های فرهنگی و اجتماعی به عنوان یکی از ویژگی‌های همسر برای دانشجویان معلمان خانم رابطه مثبت وجود دارد به این معنا که دانشجویان روستایی اهمیت کمتری برای ویژگی‌های فرهنگی و اجتماعی قائلند ولی دانشجویانی که در شهرها رشد کرده‌اند نوع توقعشان از همسر آینده متفاوت است و اهمیت بیشتری به این ملاک مبذول داشته‌اند.

مثبت وجود دارد به این معنا که دانشجویانی که ترم‌های پایین‌تر هستند اهمیت کمتری برای ویژگی‌های فرهنگی و اجتماعی قائلند ولی دانشجویانی که در ترم‌های بالاترند نوع توقعشان از همسر آینده متفاوت است و اهمیت بیشتری به این ملاک مبذول داشته‌اند و خوش برخورد بودن، خوش تیپ بودن، توانمندی در برقراری ارتباطات اجتماعی و موقعیت اجتماعی وی از اهمیت بالاتری برخوردار است. فرضیه هفتم: که بین سنوات تحصیلی دانشجویان و میزان اهمیت دادن آنان به ملاک تحصیلات در امر همسرگزینی رابطه وجود دارد.

جدول ۱۳. رابطه سنوات و مؤلفه‌های ملاک تحصیلات.

		سنوات
تحصیلات	Spearman Correlation	48/0
	Sig. (2-tailed)	001/0
	N	240

مطابق «جدول ۱۳» چون میزان $\text{sig} = 0/001$ از مقدار $0/05$ کمتر است پس بین دو متغیر سنوات تحصیلی و مؤلفه‌های مرتبط با امر تحصیلات به عنوان یکی از ویژگی‌های همسر برای دانشجویان معلمان خانم رابطه مثبت وجود دارد به این معنا که دانشجویانی که ترم‌های پایین‌تر هستند اهمیت کمتری برای این ویژگی‌های قائل‌اند ولی دانشجویانی که در ترم‌های بالاتر هستند نوع انتظارشان متفاوت است و اهمیت بیشتری برای این ملاک مبذول داشته‌اند. شاید این بالا رفتن سطح توقع ناشی از این مسئله باشد که خود به دستیابی به مدرک لیسانس نزدیک می‌بینند و چون زنان در امر تحصیل فرادست همسر هستند پس انتظار دارند همسر آینده آنان در سطوح بالاتری از تحصیلات باشند و یا تمایل به ادامه تحصیل داشته باشند. ترم‌ان^۹ معتقد است هنگامی نیکبختی زنان کامل‌تر خواهد شد که شوهر تقریباً پنج سال بیشتر از آنان تحصیل کرده باشد. به هر حال یک موقعیت تحصیلی همسان یا دست کم هم‌سنگ و معادل خواهد توانست به ایجاد توافق میان زن و شوهر کمک کند. چه همگونی تحصیلی خود مظهر و مبین تناسب جهان‌بینی است و نیز بسیاری از موارد تناسب اجتماعی و سنی از آن برمی‌آید (ساروخانی، ۱۳۹۳: ۷۲).

فرضیه هشتم: بین سنوات تحصیلی دانشجویان و میزان

شهرها بوده‌اند فقط اندکی کمتر از روستاییان برای ویژگی‌های سطح تحصیلات اهمیت قائلند و این به زمینه‌های مذهبی در جامعه ایران برمی‌گردد اعم از شهری و روستایی. فرضیه پنجم: بین سنوات تحصیلی دانشجویان بر میزان اهمیت دادن آنان و ملاک توان اقتصادی در همسرگزینی رابطه وجود دارد.

جدول ۱۱. رابطه سنوات و توان اقتصادی.

		سنوات
اقتصاد	Spearman Correlation	45/0
	Sig. (2-tailed)	033/0
	N	240

از آنجایی که متغیر سنوات تحصیلی متغیری فاصله‌ای است (ترم ۱، ۲، ۳، ۴) و گویه‌های مرتبط با میزان اهمیت ملاک توان اقتصادی رتبه‌ای هستند لذا از آماره همبستگی اسپیرمن استفاده شده است. براین اساس چون میزان $\text{sig} = 0/033$ از مقدار $0/05$ کمتر است پس بین دو متغیر سنوات تحصیلی و انتظارات توان اقتصادی به عنوان یکی از ویژگی‌های همسر برای خانم‌ها رابطه مثبت وجود دارد به این معنا که دانشجویان در ترم‌های پایین‌تر اهمیت کمتری برای مسایل اقتصادی قائلند ولی در ترم‌های بالاتر افراد اهمیت بیشتری به این ملاک می‌دهند. فرضیه ششم: بین سنوات تحصیلی دانشجویان بر میزان اهمیت دادن آنان و مؤلفه‌های ملاک فرهنگی و اجتماعی در همسرگزینی رابطه وجود دارد.

جدول ۱۲. رابطه سنوات و مؤلفه‌های ملاک فرهنگی و اجتماعی.

		سنوات
فرهنگی- اجتماعی	Spearman Correlation	45/0
	Sig. (2-tailed)	001/0
	N	240

بر اساس نتایج حاصله از جدول فوق چون میزان $\text{sig} = 0/001$ از مقدار $0/05$ کمتر است پس بین دو متغیر سنوات تحصیلی و مؤلفه‌های فرهنگی و اجتماعی به عنوان یکی از ویژگی‌های همسر برای دانشجویان معلمان خانم رابطه

کفو بودن زوجین و ازدواج با همتایان و نظریه همسان همسری اعتقاد دارد و پاسخ‌های پاسخگویان نیز مؤید همین امر است. آنجلیس معتقد بود ارتباطات کنونی ما با دیگران براساس انتظاراتی است که در اثر تجارب گذشته ما شکل گرفته است، و براین اساس فرد به دنبال شریک زندگی است که بتواند دوباره آن تجارب هیجانی اولیه را برایش زنده کند پس انتقال تجربه‌هایی متناسب با سبک زندگی ایرانی و اسلامی باید کوشید.

استرنبرگ نیز معتقد بود یک رابطه پایدار باید مثلی از تعهد، صمیمیت و شهوت باشد تا به دوام و استحکام آن امید داشت چنانچه پاسخگویان برای ملاک‌هایی که در راستای تعهد عاطفی و ارتباطات صمیمانه اجتماعی و ویژگی‌های ظاهری اهمیت قائل بودند. همچنین در نظریه هنری بیکس نیز به اهمیت زیر سیستم‌ها عمومی (شامل نژاد و قومیت، طبق اجتماعی، ارزش‌های فرهنگی و زمینه‌های مذهبی) و نقش این ویژگی‌ها در دوام زندگی اشاره داشت.

از سویی از آنجایی که حمایت اجتماعی به عنوان یکی از اهداف اساسی برقراری رابطه اجتماعی با دیگران محسوب می‌شود، و او را از تنهایی و افسردگی در امان نگه می‌دارد. لذا رابطه با دیگران موجب کسب حمایت‌های احساسی و عاطفی را برای افراد فراهم می‌سازد (برگرفته از رونقی، ۱۴۰۱: ۴۹). براین اساس افراد در کنار همسری که احساسات و نگرش‌ها و نظام ارزشی مشابهی دارند نه تنها این حمایت اجتماعی را کسب می‌کند بلکه احساس آرامش بیشتری دارند و کمتر به جدال می‌پردازند لذا آنچنان که هایدلر در نظریه تعادل عنوان می‌کند باید به دنبال فردی بود که با داشتن این اشتراکات به تعادل و انسجام شناختی دست یافت و پاسخگویان در بیان این ویژگی‌ها و تأکید بر مشابهت عقاید مذهبی و ارزشی این نکته را تأیید کرده‌اند. علاوه بر این آنچنان که هومنز و استرلین و بکر نیز گفته‌اند تصمیم فرد برای ازدواج بستگی به انتظارات اقتصادی وی دارد و با اهمیتی که پاسخگویان در مورد توان مالی همسر آینده بیان کرده‌اند این مورد نیز تأیید می‌شود.

پیشنهادهای کاربردی و پژوهشی

— برای جلوگیری از انتخاب‌های نادرست جوانان در امر ازدواج معیارها و ملاک‌های صحیح برای آن‌ها دوره‌های آموزشی برگزار شود.

— تدوین برنامه‌ها و فیلم‌هایی در راستای انتقال و آموزش ملاک‌هایی که متناسب با شرایط اجتماعی، مذهبی و

اهمیت دادن آنان به ملاک اعتقادات مذهبی در همسرگزینی رابطه وجود دارد.

جدول ۱۴. رابطه سنوآت و مؤلفه‌های ملاک اعتقادات مذهبی

سنوآت		
مذهب	Spearman Correlation	31/0
	Sig. (2-tailed)	72/0
	N	240

مطابق جدول فوق چون میزان $\text{sig} = 0/72$ و از مقدار $0/05$ بیشتر است پس بین دو متغیر سنوآت تحصیلی و مؤلفه‌های مرتبط با مسائل اعتقادات مذهبی و توسل به ائمه در بین دانشجویان ترم‌های پایین‌تر و دانشجویانی که در ترم‌های بالاتر هستند تفاوت معناداری وجود ندارد و همانگونه که در جدول شماره ۹ ملاحظه شد درصد بسیار زیادی از دانشجویان داشتن اعتقادات دینی را امری مهم دانسته‌اند.

جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

این پژوهش درصد یافتن میزان اهمیت ملاک‌های مختلف اعتقادی، اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی و ظاهری در امر ازدواج و انتخاب همسر در بین دانشجو معلمان دانشگاه فرهنگیان است درعین حال به روند تحول این ملاک‌ها در طول تحصیل نیز پرداخته است. به این منظور مقایسه‌ای بین دیدگاه‌های دانشجویان سال اول و سال چهارم را در مورد ملاک‌های خصوصیات فرهنگی و اجتماعی و تحصیلات، وضع مالی، ویژگی‌های ظاهری و خصوصیات مذهبی همسر آینده مورد بررسی قرار داده است.

چنانچه از یافته‌های تحقیق برمی‌آید بین ملاک‌های فرهنگی و اجتماعی و تحصیلات، وضع مالی، ویژگی‌های ظاهری بین دانشجویان ترم‌های پایین‌تر و بالاتر و نیز دانشجویانی که در محیط روستا و شهر رشد کرده‌اند، تفاوت معناداری وجود دارد ولی در مورد مؤلفه‌هایی که ملاک عقاید مذهبی را می‌سبند تفاوتی مشاهده نشده است و اکثر قریب به اتفاق دانشجویان اهمیت قابل ملاحظه‌ای برای مسائل مذهبی ابراز داشته‌اند لذا فرضیه‌های یک تا هفت تأیید و فرضیه هشتم رد شده است.

با توجه به آنچه در مبانی نظری نیز مطرح شد اسلام به هم

فرهنگی جامعه ایران است انتقال یابد.

— عاملان مذهبی به‌ویژه روحانیون باید نقش پررنگ‌تر و برجسته‌تری را در این زمینه از طریق رسانه‌ها و مراکز آموزشی بر عهده بگیرند.

مناسب است در زمینه‌های زیر تحقیقاتی صورت پذیرد:

— اجرای تحقیقاتی در سطح ملی در باب این موضوع، تا با یک نیاز سنجی و کسب اطلاعات لازم از نوع نگرش و بینش

جوانان جامعه بتوان برای آنان برنامه‌ریزی کرد.

— پیشنهاد می‌شود که در تحقیقات جداگانه‌ای، عوامل مذهبی، اقتصادی و فرهنگی افراد در این زمینه مورد بررسی قرار گیرد.

— پیشنهاد می‌شود محققان در پژوهش‌هایی با همین موضوع در کلیه دانشگاه‌ها و جوامع شهری و روستایی تحقیقاتی انجام دهند.

پی‌نوشت‌ها

1. Winch. R
2. B. D. Anjelis (1994)
3. R. Sternberg (1988)

4. W. Waller (1951)
5. R. F. Winch (1955-1958)
6. F. Heider

7. G. Homans (1950)
8. Easterlin, R. (2003)
9. L. M. Terman (1939)

منابع

قرآن کریم.

آزاد ارمکی، تقی (۱۳۸۶)، *جامعه‌شناسی خانواده ایرانی*، تهران: انتشارات سمت.

— آنجلیس، باربارا (۱۳۸۴)، *اعتماد به نفس (دستیابی به آن و زندگی با آن)*، ترجمه هادی ابراهیمی، تهران: نواندیش.

— جبرائیلی، هاشم، زاده محمدی، علی، محمود، حیدر (۱۳۹۲)، *تفاوت ملاک‌های انتخاب همسر بین دو جنس، نشریه خانواده‌پژوهی*، سال ۱۳۹۲، دوره ۹، شماره ۳۴، ۱۷۱-۱۵۵.

حاجیلو، جلیل، شاکر دولق، علی، خادمی، علی (۱۴۰۱)، *ارائه مدل فرهنگ اخلاقی براساس تجارب معنوی و صفات شخصیتی با تعدیلگری عدالت ادارک شده (مورد مطالعه: دانشگاه پیام نور آذربایجان غربی)*، فصلنامه رهپویه ارتباطات و فرهنگ، دوره اول، شماره چهارم، تابستان ۱۴۰۱، ص ۵۳-۶۶.

— حسینی بهشتیان، سیدمحمد (۱۳۹۵)، *بررسی مقایسه‌ای ملاک‌های ازدواج (اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، ظاهری و دموگرافیک) زوج‌های در شرف ازدواج دوم با ملاک‌های آن‌ها در ازدواج اول*، فصلنامه جامعه‌پژوهی فرهنگی، سال هفتم تابستان ۱۳۹۵، شماره ۲، (پیاپی ۲۰).

— حسینی، حسن (۱۳۸۶)، *جامعه‌شناسی نظام گسیختگی خانواده و طلاق*، تهران: سلمان.

دوآس، دی.ای (۱۳۹۳)، *پیمایش در تحقیقات اجتماعی*، چاپ شانزدهم، ترجمه هوشنگ نایی، تهران نشرنی.

رونقی، مرضیه (۱۴۰۱)، *بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر ارتباطات کاربران متأهل در خانواده*، فصلنامه رهپویه ارتباطات و فرهنگ، دوره اول، شماره چهارم، تابستان ۱۴۰۱، ص ۳۷-۵۱.

ریترز، جورج (۱۳۷۴)، *نظریه‌های جامعه‌شناسی در دوران معاصر*، ترجمه محسن ثلاثی، تهران: انتشارات علمی. ساروخانی، باقر (۱۳۹۳)، *مقدمه‌ای بر جامعه‌شناسی خانواده*، چاپ بیست و یکم، تهران: سروش.

فولادیان، مجید، هاشمی، سیدضیاء، تیموری، محمود (۱۳۹۷)، *تحلیل مقایسه‌ای معیارهای همسرگزینی در میان گروه‌های مختلف اجتماعی در جامعه معاصر ایران*، مجله پژوهش‌های جامعه‌شناسی معاصر، پاییز و زمستان ۱۳۹۷، شماره ۱۳، ص ۹۱-۱۲۲.

قربان زاده، محمدرضا (۱۳۹۳)، *فقط عروس و دامادها بخوانند*، قم: آریاز.

قزاقی، محسن (۱۳۸۳)، *تفسیر نور*، چاپ یازدهم، تهران: مرکز فرهنگی درس‌هایی از قرآن.

— کنعانی، محمد امین (۱۳۸۵)، *پیوند سنت و نوسازی در افزایش سن ازدواج: نمونه ایرانیان ترکمن*، نشریه نامه/انجمن جمعیت‌شناسی ایران، دوره ۱، شماره ۱، ص ۱۰۴-۱۲۶.

میری، سمیه، نیازی، محسن، فرهادیان، علی (۱۳۹۸)، *طراحی الگوی معیارهای همسرگزینی در جامعه ایران*، مجله فرهنگی تربیتی زنان و خانواده، پاییز ۱۳۹۸، شماره ۴۸، ص ۱۴۴-۱۲۱.

نقش مصرف رسانه‌ای و پایگاه اقتصادی- اجتماعی در نگرش کارکنان ادارات به میزان شیوع فرهنگ فساد اداری^۱

اصغر میرفردی^۲، سید عبدالمهدی حسینی^۳

دریافت: ۱۴۰۲/۰۲/۳۱، پذیرش: ۱۴۰۲/۰۵/۲۶

DIO: 10.22034/RCC.2023.2002833.1065

چکیده

فساد مسئله‌ای است که پرداختن به آن از بعد نظری، تجربی و سیاسی دشوار است. هدف این پژوهش تبیین نگرش کارکنان ادارات شهر یاسوج نسبت به میزان شیوع فساد اداری بود. نوع پژوهش کاربردی و روش آن پیمایشی بود. حجم نمونه بر پایه جدول لین، ۴۰۰ نفر برآورد شد که با روش نمونه‌گیری به صورت تصادفی سیستماتیک از نوع طبقه‌ای چند مرحله‌ای انتخاب شدند. ابزار گردآوری داده‌ها، پرسشنامه ساختمند پژوهشگر ساخته بود که از روایی صوری و ضریب آلفای کرونباخ برای ارزیابی روایی و پایایی آن استفاده شد. نتایج پژوهش نشان داد که متغیرهای درآمد، پایگاه اقتصادی اجتماعی و سن رابطه معکوس و معناداری با نگرش نسبت به میزان فساد اداری دارند، ولی نگرش کارکنان زن و مرد درباره میزان فساد اداری تفاوت معناداری نداشت. نگرش نسبت به میزان فساد اداری با توجه به میزان استفاده از رادیو، روزنامه و ماهواره تفاوت معناداری نداشت، اما با توجه به میزان استفاده از برنامه‌های تلویزیون داخلی و اینترنت تفاوت معناداری وجود داشت. افرادی که کمتر از اینترنت استفاده می‌کردند و همچنین افرادی که بیشتر از تلویزیون داخلی استفاده می‌کردند، شیوع فساد اداری را بیشتر ارزیابی کردند. تحلیل رگرسیون چند متغیره نشان داد که پایگاه اقتصادی اجتماعی، ۱۸/۷ درصد از میزان واریانس متغیر وابسته را تبیین نمود. نتیجه نهایی این که پایگاه اقتصادی اجتماعی و برخی رسانه‌های جمعی (تلویزیون و اینترنت) در نگرش نسبت به میزان شیوع فساد اداری نقش دارند و طبقات پایین در مقایسه با طبقات بالا دغدغه بیشتری نسبت به فساد در جامعه دارند. شیوع میزان فساد به نهادهای شدن آن و میزان مداری بیشتر با آن منجر می‌شود به گونه‌ای که چهره فرهنگی قابل تحملی از آن در جامعه نشان داده می‌شود.

واژگان کلیدی: پایگاه اقتصادی اجتماعی؛ رسانه، فرهنگ فساد، فساد اداری، ایران.

۱. مقاله برگرفته از پایان نامه کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی سید عبدالمهدی حسینی به راهنمایی اصغر میرفردی است.

۲. دانشیار جامعه‌شناسی و عضو هیأت علمی دانشگاه شیراز. (نویسنده مسئول). Email: Amirfardi@shirazu.ac.ir.

۳. دانش‌آموخته کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی از دانشگاه پیام نور تهران؛ واحد رباط کریم (پرنده). Email: Email: sa.hossini63@gmail.com

مقدمه و بیان مسئله

یکی از آسیب‌های که می‌تواند در روند فعالیت و مأموریت ساختار اداری یک جامعه خلل وارد سازد، فساد اداری است. این پدیده زیان‌هایی را برای جوامع و توسعه آنها در پی دارد. از دیرباز، نمونه‌هایی از فساد وجود داشته است به گونه‌ای که در نوشتارهای تاریخی بدان اشاره شده است. تحولاتی که در سده‌های گذشته رخ داده و زمینه مشارکت مردم در عرصه‌های سیاسی و اجتماعی را فراهم کرد، دولت‌ها را نسبت به فعالیت‌ها و اقدامات‌شان مسئول و پاسخگو نموده است. فساد اداری پیشینه زیادی به اندازه تاریخ شکل‌گیری دولت‌ها دارد (زاهدی و همکاران، ۱۳۸۸). برداشت‌های گوناگونی از فساد اداری وجود دارد. به باور العطاس^۱، فساد، برتری دادن منافع خصوصی به منافع عمومی است که دربردارنده نقض هنجاری وظیفه است. این مسئله همراه با اختفا، خیانت، فریب و بی‌اعتنایی شدید به پیامدهای آن برای عموم جامعه است (العطاس، ۱۳۹۵: ۵). تانزی^۲ (۱۹۹۸) فساد اداری را مربوط به موقعیتی می‌داند که یک کارمند اداری در حوزه کاری خود تحت تأثیر منافع شخصی، روابط و علائق خانوادگی و دوستی‌های اجتماعی قرار گرفته باشد. فساد اداری، سدی بازدارنده فراروی تحولات سازنده جوامع است. در این زمینه، حضرت علی (ع) در نامه بیستم نهج البلاغه به «زیادبن ابیه» جانشین فرماندار بصره هشدار می‌دهد که در برابر هرگونه فساد خواهد ایستاد و خیانت‌کنندگان به بیت‌المال را به سخت‌ترین شکل مجازات خواهد نمود (نهج البلاغه، سید رضی، ۱۳۷۹).

نگرش، آمادگی فکری و احساسی است که بوسیله تجربه زیسته فرد شکل می‌گیرد و کنش‌ها و واکنش‌های وی نسبت به محیط پیرامونی را تحت تأثیر قرار می‌دهد. ابعاد نگرش شامل جزء شناختی نگرش که عبارت است از شیوه‌هایی که فرد موضوع، یا وضعیتی را ادراک می‌کند، جزء احساسی نگرش همان عواطف و احساسات فرد نسبت به موضوع است و بعد رفتاری نگرش نیز گرایش‌ها، قصد و آمادگی رفتاری درباره موضوع نگرش است (میرفردی، ۱۳۹۷). با توجه به این که نگرش در بروز رفتار فسادگونه نقش دارد، ارزیابی نگرش افراد نسبت به آن سودمند است (حسینی هاشم‌زاده و حبیبی، ۱۳۹۱). در کشورهای جهان سوم، به دلیل نهادینه شدن ضوابط و معیارهای فرهنگ شهروندی، هنجارگریزی در اندازه زیادی وجود دارد (میرفردی و فرجی،

۱۳۹۵). بخشی از این هنجارگریزی به شکل فساد اداری، بروز پیدا می‌کند.

فرهنگ و فساد

با گسترش فساد اداری، این پدیده از وضعیت نابهنجار و کمیاب به وضعیت عادی و پرشمار تغییر پیدا می‌کند و جامعه با پدیده عمومی شدن و فرهنگی شدن امر فساد روبرو می‌شود. در اینجا برای پرداختن به فرهنگ فساد، ضرورت دارد، مفهوم فرهنگ، عناصر و کارکردهای آن مرور گردند. برداشت‌های گوناگونی توسط مردم‌شناسان و جامعه‌شناسان از فرهنگ ارائه شده است.

فرهنگ، مفهومی گسترده است که همه الگوهایی که در جامعه آموخته می‌شوند، در آن پویایی پیدا می‌کنند و از رهگذر نمادها منتقل می‌شوند، را دربرمی‌گیرد. به باور وایت^۳، فرهنگ فرایندی نمادی، انباشت‌پذیر، مستمر و پیشرو است. فرهنگ، امری پویا است که از رهگذر تطور فرهنگی، یک فرهنگ یا عنصری از آن از صورتی ساده‌تر، ناپیوسته‌تر، به صورتی پیوسته‌تر و پیچیده‌تر تحول می‌یابد (ساروخانی، ۱۳۷۰: ۱۶۱-۱۵۹). از نظر تایلر^۴، فرهنگ شامل باورها، هنرها، اخلاق، عادات و هر توانائی است که انسان به عنوان عضو جامعه به دست می‌آورد. این فرهنگ که بر همانندی‌های بشری در جهان تأکید دارد، تا مدت زمانی طولانی، پایه مطالعات فرهنگی و اجتماعی درباره فرهنگ بود ولی به تدریج، دیدگاه‌های گوناگون، برداشت‌های ویژه‌ای از فرهنگ را ارائه دادند. بر اساس چنین رویکردی، ذهن انسان در همه زمان‌ها و مکان‌ها دارای پایه‌های یکسان بود و تاریخ بشر نیز مجموعه به هم پیوسته‌ای در نظر گرفته می‌شد که قابلیت تبیین آن در چارچوب یک نظریه کلی وجود دارد. دید تایلر به فرهنگ، کلی است و در مقابل، اندیشمندانی چون روث بندیکت^۵، بر این باورند که هر جامعه، فرهنگ و الگوهای فرهنگی ویژه خود را دارد (ساروخانی، ۱۳۷۰: ۱۶۶-۱۶۵). برداشت‌های گوناگونی درباره پیوستاری یا ناپیوستاری فرهنگ وجود دارد، برخی همچون سامنر^۶، فرهنگ را متشکل از عناصر به هم پیوسته می‌دانند. برخی چون روث بندیکت، بر این باورند که یکپارچگی فرهنگی در الگوهای فرهنگی موجود در هر سرزمینی تجلی می‌یابد. برخی نیز یکپارچگی فرهنگی را فرایندی می‌دانند که عناصر تازه در درون آن جذب می‌شوند

آموزش دادن که از رهگذر فرهنگ انجام می‌شود، از وجوه تمایز انسان از دیگر موجودات زنده است. از نظر کارکردی، فرهنگ مادی ابزار مورد نیاز انسان را تأمین می‌سازد و فرهنگ غیرمادی، سبک و سلوک و جهت‌گیری شناختی و رفتاری انسان را تعیین می‌کند. مفهوم و حدود و ثغور ارزش‌ها و ضد ارزش‌ها، هنجارها و نابهنجارها و بایسته‌های رفتاری توسط نظام فرهنگی یک جامعه تعریف و نهادینه می‌شود. فساد توسط فرهنگ به عنوان یک پدیده نابهنجار شناسانده می‌شود و در صورت پر شمار شدن میزان فساد، جهت‌گیری ارزشی نسبت به آن، به عنوان یک عنصر فرهنگی، تغییر می‌کند و فساد در نظام فرهنگی به سان یک رفتار معمولی شناخته می‌شود. بدین گونه، فرهنگ فساد در جامعه رواج می‌یابد و فساد با تغییر چهره در نظام فرهنگی به عنوان امری عادی جلوه پیدا می‌کند. در چنین وضعیتی، گسترش فساد حساسیت‌برانگیز نیست و به سان رفتار مجرمانه نشان داده نمی‌شود. با چنین تغییر ارزشی درباره رفتارهای فسادگونه، فرهنگ فساد جایگزین فرهنگ عاری از فساد می‌شود و مردم با نمودهای فساد در جامعه خو می‌کنند و حتی گاهی ممکن است فساد که تبدیل به رویه مرسوم شده است را به سایر رفتارهایی که زیان‌های نابهنگام برای آنها دارد، ترجیح دهند. اولسون (۱۳۸۸) در این زمینه روایتی از چین در دهه ۱۹۲۰ را ارائه می‌کند که مردم، فرماندهان ارتش چین که مالیات‌های سنگینی را به شکل سازمان‌یافته و با اجبار از آنها می‌گرفتند را به راهزنان ترجیح می‌دادند. اولسون استقرار فرماندهان، نظم در مالیات ستانی که برای مردم رویه‌ای پیش‌بینی‌پذیر شده بود و منفعت مشترک ارتشی‌ها و مردم تولیدکننده از فضای پایدار و امن فعالیت را دلایل ترجیح مدارا با فساد ارتشی‌ها در مقایسه با غارت راهزنان می‌داند و چنین وضعیتی را به عنوان «موهبت نخست دست نامرئی» می‌نامد. اولسون نشان می‌دهد که دو پنداشت از سوی مردم تحت ستم و فرماندهان ارتشی، منجر به عادی شدن فساد اداری سازمان‌یافته شد: باور مردم مبنی بر اینکه اگر ارتشی‌ها مالیات زیاد می‌گیرند، در مقابل، امنیت آنها را در برابر راهزنان حفظ می‌کنند؛ دوم، باور فرماندهان مبنی بر اینکه حفظ امنیت مردم منجر به افزایش تولید می‌شود که به تناسب آن، سهم خودشان نیز افزایش می‌یابد. وی نتیجه می‌گیرد که اولین دسته از حاکمان، کسانی بودند که در ازاء امنیت، منافع یکسویه و زیادی از مردم بدست می‌آوردند و

(ساروخانی، ۱۳۷۰: ۱۶۳-۱۶۲). برخلاف افرادی چون اسوالد^۶ و وایت که نگاه خاص و تخصصی به فرهنگ داشته و آن را جدا از دیگر حوزه‌های اجتماعی می‌دیدند، اندیشمندانی چون بیدنی بر این باور بودند که امر فرهنگی از امر اجتماعی جدا نیست (ساروخانی، ۱۳۷۰: ۱۷۱). به بیان دیگر، فرهنگ و ایستارهای فرهنگی در جامعه تحول می‌یابند و هر رفتار و نظام اجتماعی، پیوستارهای فرهنگی و خرده فرهنگ ویژه خود را دارد. انسانها از رهگذر فرهنگ‌پذیری و تجربه زیسته در جامعه، با فرهنگ و آداب و رسوم جامعه خود خو می‌کنند و آنها را فراگرفته و درونی می‌سازند. به باور ویلیامز (به نقل از ادگار و سجویک، ۱۳۸۹: ۱۷۸) فرهنگ به عنوان «سبک کلی زندگی» و «شیوه تفسیر تمام تجارب مشترک» انسان‌ها است.

فرهنگ امری پویا است و عناصر فرهنگی، به‌ویژه ارزش‌های اجتماعی و فرهنگی در گذر زمان دچار دگردیسی می‌شوند. همه عناصر فرهنگی به یک اندازه و با شتابی یکسان، تغییر نمی‌کنند. عناصر مادی، زودتر و عناصر اجتماعی و انسانی دیرتر تغییر پیدا می‌کنند (ساروخانی، ۱۳۷۰: ۱۶۴). فساد به عنوان یک رفتار ناپسند، در صورت گسترده شدن، با مدارای فرهنگی روبرو می‌شود و از حالت رفتاری ضد فرهنگی به رفتاری قابل مدارا تغییر چهره می‌دهد. تازمانی که در نظام فرهنگی جامعه، فساد اداری به سان رفتاری هنجارستیز و ضد ارزش پنداشته شود، قابلیت پیشگیری و کنترل فساد آسان است. پژوهش ربیعی و آصف (۱۳۹۱) نشانگر رابطه معناداری بین شاخص‌های فرهنگ و پایین آمدن فساد اداری است. به بیان دیگر، به همان تناسب که فساد یک هنجارگریزی و عدول از ارزش‌های فرهنگی است، نظام فرهنگی جامعه نیز نقش مهمی در پیشگیری از فساد اداری دارد.

فرهنگ در یک دسته‌بندی کلی به دو دسته فرهنگ مادی (واقعیتی عینی) و غیرمادی (واقعیتی که انسانها با آن زندگی می‌کنند) (بیرو، ۱۳۷۰). تقسیم می‌شود. فرهنگ مادی، همان تمدن است و فرهنگ غیرمادی نیز افکار، اندیشه‌ها، ایستارها، ادبیات، دستاوردهای غیرملموس و مبانی علمی و معرفتی است. برای بیان کارکردهای فرهنگ، می‌توان به تفاوت بنیادین انسان و حیوان اشاره نمود. انسان با داشتن فرهنگ و توانایی فرهنگ‌سازی و داشتن زندگی فرهنگی، زندگی متفاوتی از دیگر موجودات زنده دارد. فراگرفتن و

دولت‌ها است. فساد احزاب سیاسی، زدوبندهای سیاسی، فساد در بخش‌های واردات، مزایده‌ها، مناقصه‌ها، خریدهای کلان خارجی و داخلی و پروژه‌های عمرانی از این دسته‌اند. ب- سطح دوم، بیشتر در میان کارمندان رده پائین شکل می‌گیرد. رشوه‌های عمومی و کارسازی‌های غیرقانونی از این دسته‌اند (افضلی، ۱۳۹۱: ۲۴۲). العطاس (۱۳۹۵) سه گونه اصلی فساد اداری را رشوه‌خواری، خویشاوندسالاری و اخاذی دانسته است. در مجموع، رشوه، اختلاس، تصرف غیرقانونی، اعمال نفوذ، پورسانت، تدلیس و رانت‌جویی از گونه‌های اصلی فساد اداری‌اند.

از دیرباز، گونه‌های فساد در ساختار حاکمان وجود داشته است. نمونه‌هایی از چنین فسادهایی در تاریخ ایران با نام‌هایی چون پیشکش، مداخل و سیورسات رواج داشته‌اند. پیشکش توسط وزیران و بزرگان قوم، مداخل توسط مردم عادی و سیورسات توسط لشکریان به حاکمان پرداخت می‌شد (راوندی، ۱۳۷۱: ۱۶۹). شاخص درک از فساد^۹، که هر ساله توسط سازمان شفافیت بین‌الملل^{۱۰} منتشر می‌شود، وضعیت سلامت اداری را در بین کشورهای جهان نشان می‌دهد. بر پایه این شاخص در سال ۲۰۲۲، از بین ۱۸۰ کشور جهان، ایران با نمره ۲۵ رتبه ۱۵۵ را دارا بود، در حالی که امارات متحده عربی با نمره ۶۷ رتبه ۲۷ سلامت اداری را داشت (سازمان شفافیت بین‌الملل، ۲۰۲۳).

شیوع فساد اداری، به گونه‌ای افکار عمومی و رسانه‌های ارتباطی را درگیر میزان، ریشه و پیامدهای آن می‌سازد. رسانه‌ها به گونه‌های مختلف تحت تأثیر اخبار و گزارش‌های فساد اداری قرار می‌گیرند و کاربران به تناسب بازتاب گزارش‌های فساد اداری در رسانه‌ها، از کمیت و ابعاد آن آگاهی یافته و نگرش‌شان درباره فساد تا اندازه‌ای می‌تواند ناشی از مصرف رسانه‌ها باشد.

شیوه بازتاب فسادها در رسانه‌ها، در رواداری یا رویارویی افکار عمومی نسبت به فساد اداری نقش دارد. عمومی شدن فساد و شکل‌گیری فرهنگ فساد در جامعه، به جهت‌گیری رسانه‌ها درباره فساد، میزان پیگیری و آگاهی‌بخشی آنها درباره فساد و پیامدهای آن و استفاده مردم از رسانه‌ها وابسته است.

جامعه متشکل از افراد با پایگاه‌های اجتماعی متفاوتی است که متناسب با جایگاه طبقاتی‌شان، از سبک زندگی و مصرف فرهنگی همچون مصرف رسانه‌ای ویژه‌ای

نظام‌های توتالیتر آغازین با همین رویه فسادگونه قدرت و قوام گرفتند (اولسون، ۱۳۸۸: ۱۳۹). این روایت، نمونه‌ای از نهادینه شدن رویه نابهنجار و غیرمشروع یا همان فساد در مواجهه با منافع عمومی است که فرهنگ فساد را در اجتماعات انسانی رواج می‌دهد.

ویندسور^{۱۱} (۲۰۰۴)، فساد اداری را از منظر فرهنگی و اجتماعی مورد توجه تحلیل قرار داده است. وی فساد را به سان یک بیماری فرهنگی و پیامد ناتوانی و شکست اضافی جامعه در نهادینه‌سازی هنجارهای اجتماعی و فرهنگی می‌داند. عادی شدن فساد به گونه‌ای که این پدیده نابهنجار در جامعه رواج یابد، باعث می‌شود با مدارا به آن نگرسته شود، آن را تبدیل به یک خرده فرهنگ مغایر با ارزشهای پسندیده می‌سازد که به تدریج بخش‌های گوناگون جامعه را در بر می‌گیرد. امر فرهنگی یک امر مطلوب مبتنی بر ارزش‌های پسندیده است. با این وجود، فراگیر شدن مسئله و انحراف از هنجارها، همچون فساد اداری، به تدریج آن را تبدیل به یک موضوع مورد مدارا در نظام فرهنگی و اجتماعی می‌سازد، اگرچه از نظر قانونی ناهنجار قلمداد شود. در زمینه خرده فرهنگ فساد، موازین رسمی و رفتارهای ناهنجار شایع شده در جامعه در تعارض با یکدیگرند، با این وجود، شیوع رفتارهای فساد گونه، به تدریج زمینه مدارای غیر رسمی را افزایش می‌دهد و از قبح ارزشی فساد در نزد افکار عمومی می‌کاهد، به گونه‌ای که بخشی از افراد جامعه ممکن است برای دستیابی به موقعیت‌های برتر اقتصادی و یا پیشبرد اهداف اداری‌شان از رویه‌های فسادآمیز استفاده کنند. چنین وضعیتی، نوع نگاه فرهنگی مردم به فساد را تحت تأثیر قرار می‌دهد.

فرهنگ از نگاه ساختاری به معنای نظامی از الگوهای عادی شده است که با یکدیگر همبسته‌اند و از نظر هنجاری شامل قاعده و روش زندگی یک اجتماع یا جامعه است (نقل شده در ربیعی و آصف، ۱۳۹۱). ارزش‌ها و الگوهای فرهنگی و به‌ویژه نوع نگاه به رفتارهای بهنجار و نابهنجار از رهگذر عوامل جامعه‌پذیری به‌ویژه رسانه‌های جمعی در جامعه ترویج می‌شوند و واکنش‌های عمومی به فساد نیز در رسانه‌ها بازتاب پیدا می‌کنند.

فساد اداری از نظر سطح ارتکاب، دو دسته است: الف- سطح نخست دربرگیرنده مفاسدی است که بیشتر مرتبط با نخبگان سیاسی همچون کارمندان عالی‌رتبه و مقامات ارشد

کارکنان ادارات نسبت به میزان فساد اداری در شهر یاسوج پرداخته است و هدف اصلی پاسخ به این پرسش‌ها است که کارکنان ادارات شهر یاسوج چه نگرشی در مورد میزان فساد اداری دارند؟ و این نگرش چه ارتباطی با مصرف رسانه‌ای و پایگاه اقتصادی - اجتماعی پاسخگویان دارد؟ پیشگیری از گسترش فساد نیازمند بررسی علمی ابعاد آن است و به همین منظور چنین مطالعاتی که به بررسی فساد از منظر اجتماعی بپردازد، از اهمیت و ضرورت زیادی برخوردار است.

پیشینه تحقیق

خداداد حسینی و فرهادی نژاد (۱۳۸۰) در بررسی خود پیرامون فساد اداری دریافتند که مجموعه‌ای از ویژگی‌ها همچون شرایط فرهنگی، سازمانی، اقتصادی، فردی و قانونی در پدیدار شدن فساد اداری نقش دارند. بهبود قوانین، ترمیم وضعیت حقوقی کارکنان و پرهیز از نگاه سیاسی به فرایند خصوصی‌سازی در کنترل و کاهش فساد اداری اثرگذارند. مطالعه سازمان بازرسی کل کشور (۱۳۸۶) نشان می‌دهد که مشکلات مدیریتی، آموزشی، نظارتی، اقتصادی، و وجود روحیه خودگرایی مهم‌ترین زمینه‌های فساد اداری در ایران است. حسینی هاشم‌زاده و حبیبی (۱۳۹۱) دریافتند که بین زنان و مردان کارمند در زمینه درک فساد تفاوتی وجود ندارد، با این وجود، زنان کمتر از مردان درگیر رفتارهای فسادگونه شده‌اند ولی اثر فساد بر سلامت اداری را بیش از مردان ارزیابی می‌کنند.

گیوریان (۱۳۹۰) در مقاله‌ای نشان داد که رسانه‌ها می‌توانند با پیگیری روند کار ادارات و فسادهای احتمالی در سه مقوله شفافیت، سرعت و مستقل بودن در خبر و گزارشاتشان در کاهش دامنه فساد اداری اثرگذار باشند. صالحی (۱۳۹۹) در پژوهشی نشان داد که نوع عملکرد نظام اداری می‌تواند باعث تداوم و یا اضمحلال آن نظام باشد. دلپسند و همکاران (۱۳۹۹) پرداخت‌های غیر رسمی، را به عنوان یکی از عوامل نقش‌آفرین در شکل‌گیری فساد اداری در بیمارستان‌ها معرفی کرده‌اند.

فرخ سرشت (۱۳۸۳) نشان داد که وضعیت اقتصادی کارمندان دولت و جامعه، نبود اصلاح و تغییر قوانین مالیاتی، زیاده‌روی در اجرای قوانین و محدود نمودن بخش خصوصی، پاسخگو نبودن بخش دولتی، رابطه نزدیک مراجعه کنندگان و کارمندان، روابط نسبی و سببی کارمندان

برخورد دارند. چنین تفاوت‌هایی می‌تواند ارزیابی آنها از ساختارهای اقتصادی و اجتماعی را تحت تأثیر قرار دهد (میرفردی، ۱۴۰۱). باورهای فرهنگی درباره سازمان‌ها در قالب میزان اعتماد و یا ارزیابی از عملکرد آنها در افکار عمومی تجسم می‌یابد. با توجه به اینکه اعتماد به سازمان‌ها (میرفردی، ۲۰۱۱)، و ارزیابی مردم از کیفیت کار سازمانها، بر مشارکت اجتماعی و سیاسی آنها تأثیرگذار است (میرفردی، کریمی و عیسائی خوش، ۱۳۹۹)، شناخت نگرش آنها درباره میزان سلامت اداری اهمیت دارد.

ارزیابی و نگرش شهروندان یک جامعه درباره میزان فساد اداری می‌تواند بر میزان اعتماد اجتماعی آنها و سرمایه اجتماعی جامعه اثرگذار باشد؛ این دو متغیر نیز بر انسجام و هویت ملی اثرگذار است (میرفردی و ولی‌نژاد، ۱۳۹۷). با وجود مطالعات گوناگونی که پیرامون فساد اداری انجام شده است (برای نمونه تانزی، ۱۹۹۸؛ پیلائی^۱، ۲۰۰۴؛ ترپسمان^۲، ۲۰۰۴؛ جیورجان^۳، ۲۰۱۱؛ خداداد حسینی و فرهادی نژاد، ۱۳۸۰؛ حسینی هاشم‌زاده و حبیبی، ۱۳۹۱؛ گیوریان، ۱۳۹۰ و سائو و سوئه^۴، ۲۰۲۲)، نگرش مردم به چنین مسئله‌ای کمتر مورد توجه پژوهشگران بوده است.

شهر یاسوج، به عنوان شهری در حال گذار از بافت سنتی به بافت نوین شهری و اداری، پس از انقلاب با گسترش بخش خدمات اداری روبرو بوده است. در شهر یاسوج آماری در مورد میزان واقعی فساد اداری وجود ندارد، اما گزارش‌های رسمی در سال‌های گذشته نشانگر مواردی از فساد اداری در ادارات این شهر است. بر اساس مشاهدات میدانی و تجربیات زیستی نگارندگان، مسئله فساد اداری در شهر یاسوج همانند دیگر مناطق کشور رو به افزایش است، به گونه‌ای که بخشی از کارهای اداری بر حسب خاص‌گرایی که نشانه‌ای از فساد اداری است، انجام می‌شود. گزارش‌های گوناگون رسانه‌ها نشانگر نموده‌هایی از مسئله فساد اداری در جامعه است. گسترش رفتارهای فسادگونه و غیرقانونی در ادارات افزون بر اینکه اعتقادات و باورهای دینی و فرهنگی مردم را ضعیف کرده، چهره نامطلوبی از ادارات و دستگاههای اجرایی به نمایش می‌گذارد، و منجر به عادی شدن امر فساد در جامعه خواهد شد. در این زمینه، شناخت نگرش کارکنان ادارات در مورد وضعیت فساد اداری در شهر یاسوج، می‌تواند سیمای این پدیده را بهتر نمایان سازد. در این راستا، این پژوهش به بررسی نگرش

با مراجعین و دخالت دولت در امور اقتصادی از زمینه‌های فساد اداری‌اند. حقیقتیان و همکاران (۱۳۹۱) در بررسی عوامل اجتماعی و فساد اداری دریافتند که میانگین بالای فساد اداری در سازمان‌های مورد مطالعه از میانگین نظری بالاتر است، اما میزان فساد اداری در بین سازمان‌ها متفاوت نیست. میزان فساد اداری کارمندان برحسب تحصیلات و وضعیت تأهل آنها تفاوت دارد، اما بین میزان فساد اداری و سابقه شغلی رابطه معناداری وجود ندارد.

رفیع پور (۱۳۸۸) در کتاب سرطان اجتماعی فساد، با اشاره به اهمیت شرایط داخلی و زیرساخت‌های مناسب برای فساد اداری، علل اجتماعی و اقتصادی را نیز تشریح نمود. براساس یافته‌ها، نیمی از مخاطبان رای قاضی را فصل الخطاب نمی‌دانند و عقیده دارند که با استفاده از روش‌های دیگر می‌توان نتیجه قضاوت را تغییر داد. که در این زمینه تنها ۲۰ درصد پاسخگویان معتقد بودند که در صورت ظلم یک سرمایه‌دار به مستضعف، شخص ضعیف می‌تواند حقش را استیفا کند. زاهدی و همکاران (۱۳۸۸) دریافتند که عواملی چون کیفیت زندگی کاری، فردی، درون سازمانی، برون سازمانی و فرهنگی در کاهش یا جلوگیری از فساد کارمندان شاغل در نظام اداری مؤثر است. ناصری و حسینی (۱۳۸۹) در بررسی فساد ورزشی در فضای رسانه‌ای یک دهه کشور با اشاره به نقش بسیار حیاتی رسانه‌ها دریافتند که در سال ۱۳۸۶ هیچ گونه خبری از فعالیت‌های مفسدانه بخاطر سیاست‌های حاکم در رسانه‌ها نبود اما به مرور حساسیت‌های رسانه‌ای نسبت به فساد، افزایش یافت که نقطه اوج آن در سال ۱۳۹۴ بوده است. در این راستا از منظر ارتباطات، بخشی از مبارزه با فساد را می‌توان به رسانه‌ها محول کرد.

بر پایه نتیجه بررسی پیلای (۲۰۰۴) در افریقای جنوبی تاریخ اجتماعی، سنت‌های دیوانسالارانه و وضعیت توسعه سیاسی عوامل اثرگذار در میزان فساد اداری این کشور است. پژوهش لدرمن و همکاران^{۱۵} (۲۰۰۵) درباره گروهی از کشورها نشانگر وجود رابطه معنادار بین دوره زمانی پایداری مردم‌سالاری و میزان فساد در کشورهای مورد بررسی است. تریزمن^{۱۶} (۲۰۰۵) نشان داد که میزان فساد در کشورهای تحت استعمار انگلیس که دارای مذهب پروتستان هستند و درآمد سرانه و تولید ناخالص بالا و همچنین نظام حقوقی عرفی دارند، بالا است.

در پژوهشی که در سال ۲۰۰۵ توسط بانک جهانی^{۱۷} (۲۰۰۵) صورت گرفت، نقش بازدارنده فساد برای توسعه کسب و کار در همه مناطق جهان به جز کشورهای نوصنتی شده شرق آسیا بیش از مالیات دولتی است. مطالعه لینو و همکاران^{۱۸} (۲۰۲۲) در برزیل نشان داد که فساد درجه اول و دوم نقش حیاتی در حفظ وضعیت موجود در دادگاه‌های محاسباتی دارد. بیشتر حساب‌برسان رسمی در سراسر کشور، که از کمک هزینه (یعنی پرداخت اضافی) و یا حتی از رشوه بهره نمی‌برند، تمایلی به پیوستن به شبکه فساد ندارند و حتی نسبت به آن واکنش نشان می‌دهند. مطالعه وو و همکاران^{۱۹} (۲۰۲۳) نشان داد که نظریه‌پردازی در مورد فساد در سطح هر کشور مؤثرترین روش برای شناخت اثرات فساد بر اقدامات کلی فعالیت اقتصادی است. برونتی و ویدر^{۲۰} (۲۰۰۳) نیز انعکاس اخبار در رسانه‌ها را متأثر از قوانین و مقررات، تأثیر عوامل سیاسی - اقتصادی و اقدامات گروه‌های فشار بر محتوای رسانه می‌دانند.

پژوهش‌های مختلفی پیرامون مسئله فساد اداری در داخل و خارج از کشور انجام شده است. تمامی پژوهش‌های داخل کشور، متمرکز بر روی رفتار فساد آمیز بوده است. در خارج از کشور نیز پژوهش‌های گسترده‌ای در مورد این مسئله اجتماعی صورت گرفته است. در بیشتر پژوهش‌های خارج از کشور به ضعف خود سازمان‌ها به عنوان عامل گسترش فساد توجه شده است. در مجموع، در پژوهش‌های پیشین به ابعاد فرهنگی فساد به‌ویژه موضوع نگرش نسبت به میزان فساد اداری و نقش رسانه‌ها در این نگرش توجه زیادی نشده است. در این پژوهش سعی بر آن بوده است که با توجه به کاستی فعالیت‌های پژوهشی در این زمینه؛ وضعیت نگاه فرهنگی و نگرشی درباره فساد اداری مورد سنجش قرار گیرد.

چارچوب نظری

ارزیابی و تبیین جایگاه فساد در جامعه و برداشت فرهنگی مردم درباره آن، نیازمند استفاده از دیدگاه‌های مرتبط با جرائم و آسیب‌های اجتماعی، جایگاه منزلتی و همچنین عدالت و برابری است. به طور کلی در چارچوب نظری مورد استفاده در این از نظرات ساترلند، جانستون، مرتون و آدامز استفاده شد. از نظرات ساترلند و جانستون برای تبیین پایگاه اقتصادی اجتماعی استفاده شد، ساترلند در جرایم یقه‌سفیدان معتقد

داشته، از نظریه برابری منتج شده‌اند. بر اساس بعضی از پژوهش‌ها، گاهی ادراک نابرابری و تبعیض به نوعی رفتار انحرافی مانند دزدی و خرابکاری می‌انجامد. در واقع، افراد در برابر احساس و ادراک بی‌عدالتی، به روش‌های گوناگون واکنش نشان می‌دهند. بخش قابل توجهی از این واکنش‌ها، برای سازمان زیانبار است. اگر سازمان در برقراری عدالت موفق باشد، ادراک از نابرابری و تبعیض ترمیم خواهد شد و گرایش اشخاص برای انتقام در برابر بی‌عدالتی از بین می‌رود. این نظریه، یک مدل انگیزشی است که تلاش افراد را برای بدست آوردن عدالت و انصاف در مبادله‌های اجتماعی و روابط بده و بستانی تشریح می‌کند. در نظریه آدامز متغیر درآمد و ارزیابی از منصفانه بودن آن نقش مهمی در ادراک از عدالت دارد. به نظر می‌رسد کسانی که از درآمد بالایی در سازمان برخوردارند، گرایش کمتری به فساد اداری در آنها پیدا می‌شود (رضائیان، ۱۳۸۴). بوخولز تأثیرگذاری رسانه‌های جمعی بر سازمان‌ها، به‌ویژه سازمان‌های بخش عمومی را با استعاره «تنگ ماهی» مصداق‌سازی می‌کند. مراد از تنگ ماهی، شفاف‌سازی، مرئی کردن و نمایش صحیح و مناسب رفتارهای سازمانی است. مطبوعات و رسانه‌ها بدون آنکه هزینه‌ای برای حاکمیت داشته باشند به نظارت و تجسس و نظارت بر رفتار سازمانهای دولتی و بخش عمومی می‌پردازند و در امر بازرسی به طور غیرمستقیم به حکومت و دولت کمک می‌کنند. افزایش آگاهی عمومی از طریق توجه رسانه‌ها به مسئله فساد به معنای افزایش سطح فساد نیست، بلکه افزایش آگاهی مردم به سازمان‌های دولتی و بخش عمومی می‌تواند در مبارزه با فساد به دولت کمک کند. بنابراین، اگر رسانه‌ها از آزادی و حمایت قانونی لازم برخوردار باشند، به نحو مؤثرتری این کار را در جامعه ایفا خواهند کرد. رسانه‌های جمعی شامل کلیه مراکز اطلاع رسانی به عموم مردم مانند: صدا و سیما، روزنامه‌ها، مجلات اطلاع رسانی و سایت‌های اینترنتی هستند (گیوریان، ۱۳۹۰).

از این نظریه‌ها می‌توان برای تبیین فرضیه‌های پژوهش بهره‌گرفت، بدین شکل که با بهره‌گیری از دیدگاه ساترلند و جانستون نسبت به طرح و بررسی فرضیه رابطه بین پایگاه اقتصادی - اجتماعی و از دیدگاه آدامز برای طرح و بررسی فرضیه تفاوت معناداری نگرش زنان و مردان نسبت به میزان فساد در جامعه بهره گرفت. افزون بر این، متغیر درآمد،

است که پرداختن به فعالیت‌های غیرقانونی نه تنها مختص طبقه فقیر جامعه نیست، بلکه از افراد طبقه متوسط و بالا یا دارای موقعیت حرفه‌ای مرتکب جرایمی می‌شوند که به مراتب فراگیرتر از طبقات پایین است. هرچند جرایم یقه‌سفیدان توسط مقامات خیلی بیشتر با دیده اغماض نگریسته می‌شود تا جرایم قشرهای محروم‌تر و مستضعف جامعه، اما هزینه این جرایم بسیار زیاد است و نگرش‌های قضایی نسبت به جرایم یقه‌سفیدان و مقامات رسمی و دارای موقعیت بالا متفاوت است (صبوری، ۱۳۸۰). جانستون در تحلیل پایگاه نابرابر قدرت و ثروت اعلام می‌دارد در دوران رفاه اقتصادی، رونق وضعیت اقتصادی طبقات میانی و بالا و بروز فاصله طبقاتی در جامعه، طبقات پایین از رهگذر برخی اقدام‌های غیرقانونی درصدد رفع و جبران بخشی از شرایط بد اقتصادی خود برمی‌آید. این مسئله همواره مطرح است که توزیع نابرابر ثروت و قدرت در داخل جامعه تا چه حد ناشی از تنش بین کاربرد شفاف و منصفانه قواعد بازی و روابط پشت صحنه است. این روابط و اعمال نفوذها که با هدف تأمین منافع صاحبان ثروت و قدرت صورت می‌گیرد، علت اصلی پیدایش نابرابری و فساد است (هریسی‌نژاد، ۱۳۹۰). طبقات بالا به دلیل موقعیتی که دارند، از فرصت‌های مطلوبی برخوردارند و طبقات محروم به دلیل نابرخورداری از این فرصت‌ها، ممکن است دست به اقدامات غیرقانونی بزنند. به طور کلی، وقتی کارمند در یک سازمان نمی‌تواند به هدف‌های اقتصادی خودش دست پیدا کند، ممکن است تلاش کند از روش‌های غیرقانونی به آمل و آرزوهایش جامه عمل بپوشاند. مرتون استدلال می‌کند که کارمندان در سازمان و در پی آن، سازمانها در نظام اجتماعی، تحت فشار ساخت اجتماعی قرار دارند. او معتقد است رفتار گروه‌های منحرف حاصل روش‌های رایج خاص فرهنگی و عدم دسترسی گروه‌ها به راه‌های نهادی شده برای رسیدن به هدف‌ها است (حقیقتیان و همکاران، ۱۳۹۱). از نظریه برابری آدامز^{۲۱} برای تبیین جنسیت و درآمد استفاده شد. توجه او به متغیر جنسیت، در تشریح نگرش‌ها و رفتار کارکنان نسبت به فساد اداری کاربردپذیر است. وی معتقد است که زنان به دلیل اینکه تجربه فساد کمتری نسبت به مردان دارند، زمینه فساد در آنها کمتر است. بیشتر پژوهش‌های عدالت سازمانی که بر شیوه توزیع پرداخت‌ها و یا مشوق‌های مرتبط با کار تمرکز

پرسشگران درباره تعدادی از کارشناسان و کارکنان ادارات تکمیل شد.

تعریف نظری و عملیاتی مفاهیم اصلی

پایگاه اقتصادی اجتماعی: جایگاهی است که فرد در نظام قشربندی اجتماعی دارد. برای سنجش این متغیر به شکل تلفیقی از شاخص‌هایی چون درآمد، منزلت شغلی و سطح تحصیلات استفاده شد.

نگرش نسبت به میزان فساد اداری: خود مفهوم نگرش، نظامی بادوام شامل عناصر شناختی، احساسی و رفتاری است. فساد اداری نشانگر پیوند غیرقانونی مردم و نهادهای دولتی است که زمینه‌ساز استفاده غیرقانونی از موقعیت اداری می‌شود (یزدان‌پناه و همکاران، ۱۳۹۲). نگرش به فساد با بهره‌گیری پرسشنامه پژوهشگر ساخته سنجیده شد. پرسش‌ها در قالب مقیاس ترتیبی و طیف پنج گزینه‌ای لیکرت پیرامون گونه‌های مختلف سوء استفاده از موقعیت اداری و میزان شدت آنها در جامعه مورد مطالعه از نگاه پاسخگویان بود. اعتبار پرسش نامه به شیوه اعتبار صوری^{۲۲} و با مراجعه به اعضای هیئت علمی دانشگاه مورد ارزیابی قرار گرفت. پایایی ابزار سنجش نیز با بهره‌گیری از ضریب آلفای کرونباخ^{۲۳} ارزیابی شد. نتیجه ارزیابی پایایی متغیر وابسته در «جدول ۱» آمده است.

جدول ۱. ارزیابی پایایی متغیر وابسته.

متغیر	تعداد گویه	تعداد پاسخگو	ضریب آلفای کرونباخ
نگرش نسبت به میزان فساد اداری	۱۵	۴۰	۰/۹۰

استفاده از رسانه‌های جمعی: منظور از رسانه‌های جمعی در این پژوهش، رادیو، تلویزیون، اینترنت، روزنامه و ماهواره است که میزان استفاده از آنها در شبانه‌روز بر حسب ساعت سنجیده شد. با بهره‌گیری از نرم‌افزار SPSS برای تجزیه و تحلیل داده‌ها، دو نوع آمار توصیفی و استنباطی از جمله آزمون t مستقل، آزمون آنوا، آزمون پیرسون و رگرسیون چند متغیره در تجزیه و تحلیل یافته‌ها بکار گرفته شد.

ضمن اینکه در متغیر پایگاه اقتصادی و اجتماعی بکار گرفته شده و سنجیده شد، با توجه به نقش محرک‌های اقتصادی و مالی در مورد فساد به صورت جداگانه نیز مورد بررسی قرار گرفته است. با توجه به نظریه آدامز، متغیر جنسیت که با تجربه اجتماعی جنسیتی شهروندان مرتبط است، در پیوند با متغیر وابسته مورد تحلیل قرار گرفت. متغیر سن نیز به دلیل دربرداشتن تجربه اجتماعی درباره فساد مورد تحلیل قرار گرفت. همچنین از دیدگاه بوخولز برای تبیین رابطه بین استفاده از رسانه‌های جمعی و نگرش کارکنان ادارات نسبت به میزان فساد در جامعه استفاده شد.

فرضیه‌ها

۱. بین درآمد و نگرش کارکنان ادارات شهر یاسوج نسبت به میزان فساد اداری رابطه وجود دارد.
۲. بین نگرش کارکنان ادارات شهر یاسوج نسبت به میزان فساد اداری و پایگاه اقتصادی اجتماعی آنها رابطه وجود دارد.
۳. بین سن و نگرش کارکنان ادارات شهر یاسوج نسبت به میزان فساد اداری رابطه وجود دارد.
۴. بین نگرش کارکنان زن و مرد ادارات شهر یاسوج نسبت به میزان فساد اداری تفاوت وجود دارد.
۵. بین میزان استفاده از رسانه‌های جمعی و نگرش کارکنان ادارات شهر یاسوج نسبت به میزان فساد اداری رابطه وجود دارد.

روش‌شناسی

این پژوهش کاربردی و مقطعی است و با روش پیمایشی انجام شد و داده‌ها بوسیله پرسشنامه محقق ساخته گردآوری شد. جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه کارکنان ادارات شهر یاسوج بود. دوره زمانی برای گردآوری داده‌ها در مورد جامعه آماری نزدیک دو ماه بود. برای برآورد حجم نمونه از جدول لین (۱۹۷۶) استفاده شد. براساس جدول لین با میزان همگنی (۵۰-۵۰) سطح معناداری ۹۵ درصد و حجم نمونه حجم کلیه کارکنان ادارات، ۳۸۱ مورد محاسبه که برای افزایش دقت و اعتبار به ۴۰۰ مورد ارتقاء یافت. از روش نمونه‌گیری به صورت تصادفی سیستماتیک از نوع طبقه‌ای چند مرحله‌ای استفاده شد، بدین شکل چند اداره انتخاب و پرسشنامه‌ها از طریق پرسش و پاسخ حضوری

یافته‌ها

نمره نگرش پاسخگویان، به میزان فساد اداری به طور میانگین نزدیک به سطح متوسط بود، کارکنان رده‌های پایین اداری و اقتصادی، میزان فساد را بیشتر از کارکنان رده‌های بالا ارزیابی کردند. به منظور تعیین رابطه بین متغیرهای مستقل درآمد، پایگاه اقتصادی-اجتماعی و سن با متغیر وابسته نگرش کارکنان ادارات نسبت به میزان فساد اداری از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شد.

نتایج این آزمون نشان داد که دو متغیر درآمد و نگرش به میزان فساد اداری در سطح ۹۹ درصد دارای رابطه منفی و معناداری هستند ($r = -0/383$ و $p = 0/001$). همچنین همبستگی این دو متغیر در سطح متوسط است. بنابراین این فرضیه رابطه معنادار میان درآمد و نگرش کارکنان ادارات نسبت به میزان فساد اداری مورد تأیید قرار می‌گیرد. این نتایج بیانگر این است که با افزایش میزان درآمد، نمره نگرش نسبت به میزان فساد اداری کاهش می‌یابد و یک رابطه معکوس بین دو متغیر وجود دارد (جدول ۲).

جدول ۲. ضریب همبستگی رابطه بین درآمد و نگرش کارکنان نسبت به میزان فساد اداری؛ مأخذ: یافته‌های پژوهش.

متغیر مستقل	ضریب همبستگی پیرسون (r)	سطح معنی‌داری (p)	توصیف همبستگی
درآمد	-0/383**	0/001	متوسط
پایگاه اقتصادی اجتماعی	-0/507**	0/001	بالا
سن	-0/281**	0/000	پایین
** معناداری در سطح ۹۹ درصد * معناداری در سطح ۹۵ درصد، ns: عدم معناداری			

نگرش کارکنان نسبت به میزان فساد اداری کاهش می‌یابد و یک رابطه معکوس بین دو متغیر وجود دارد (جدول ۲). رابطه دو متغیر سن و نگرش به میزان فساد اداری در سطح ۹۹ درصد منفی و معنادار است ($r = -0/281$ و $p = 0/000$). همبستگی این دو متغیر در سطح پایین بود. بنابراین فرضیه رابطه معنادار بین سن و نگرش کارکنان ادارات نسبت به میزان فساد اداری تأیید شد. این نتایج بیانگر این است که با افزایش نمره سن، نمره نگرش کارکنان نسبت به میزان فساد اداری کاهش می‌یابد و یک رابطه معکوس بین دو متغیر وجود دارد (جدول ۲). جهت بررسی تفاوت نگرش کارکنان ادارات نسبت به میزان فساد اداری بین زنان و مردان از آزمون t مستقل استفاده شد.

نتایج آزمون تی مستقل، نشان داد سطح معناداری بیشتر از ۰/۰۵ است، بنابراین کارکنان زن و مرد در ادارات در شهر یاسوج تفاوت معناداری از لحاظ نگرش نسبت به میزان فساد اداری ندارند (جدول ۳).

جدول ۳. مقایسه نگرش کارکنان زن و مرد نسبت به میزان فساد اداری؛ مأخذ: یافته‌های پژوهش.

متغیر مستقل	مرد (n=222)	زنان (n=135)	آماره t	معناداری
	میانگین	انحراف میانگین	میانگین	انحراف میانگین
جنسیت	38/39	15/78	38/02	14/69

نتایج تحلیل واریانس یکطرفه نشان داد بین نگرش کارکنان ادارات نسبت به میزان فساد اداری در شهر یاسوج با توجه به میزان استفاده از رادیو تفاوت معنی‌داری وجود ندارد (جدول ۴).

جدول ۴. مقایسه نگرش کارکنان نسبت به فساد اداری با توجه به میزان استفاده از برنامه رادیو؛ مأخذ: یافته‌های پژوهش.

میزان استفاده	فراوانی	میانگین	انحراف معیار	F	سطح معنی‌داری
اصلاً	۱۱۱	38/59	2/74	0/007	0/994
کمتر از ۱ ساعت	44	36/86	6/45		
۱-۳ ساعت	6	39	6/69		
بیشتر از ۳ ساعت	-	-	-		

نتایج این آزمون نشان داد که رابطه پایگاه اقتصادی اجتماعی و متغیر وابسته در سطح ۹۹ درصد منفی و معنادار است ($r = -0/507$ و $p = 0/001$). همبستگی این دو متغیر در سطح بالا است. بنابراین فرضیه رابطه معنادار بین پایگاه اقتصادی اجتماعی و نگرش کارکنان ادارات نسبت به میزان فساد اداری مورد تأیید قرار می‌گیرد. این نتایج بیانگر این است که با افزایش نمره پایگاه اقتصادی و اجتماعی، نمره

و افرادی که بیش از سه ساعت از اینترنت استفاده می‌کنند، میزان فساد اداری را کمتر از دیگر پاسخگویان ارزیابی کرده‌اند (جدول ۷).

جدول ۷. مقایسه نگرش کارکنان نسبت به فساد اداری با توجه به میزان استفاده از اینترنت؛ مأخذ: یافته‌های پژوهش.

میزان استفاده	فراوانی	میانگین	انحراف معیار	F	سطح معنی‌داری
اصلاً	۴۹	۴۳	۳/۱۸	۲/۸۶۱	۰/۰۳۹
کمتر از ۱ ساعت	۴۲	۳۶/۸۱	۳/۰۵۶		
۱-۳ ساعت	۴۹	۳۷/۷۳	۳/۸		
بیشتر از ۳ ساعت	۲۴	۳۲/۶۲	۳/۸۷		

نتایج تحلیل واریانس یکسویه تفاوت معنی‌داری در نگرش کارکنان به فساد اداری با توجه به میزان استفاده از ماهواره وجود ندارد (جدول ۸).

جدول ۸. مقایسه نگرش کارکنان نسبت به فساد اداری با توجه به میزان استفاده از برنامه ماهواره؛ مأخذ: یافته‌های پژوهش.

میزان استفاده	فراوانی	میانگین	انحراف معیار	F	سطح معنی‌داری
اصلاً	۱۲۳	۳۷/۲۷ a	۳/۷۴	۲/۱۴۸	۰/۰۹۶
کمتر از ۱ ساعت	۱۹	۳۷/۶۳ a	۵/۳۴		
۱-۳ ساعت	۱۴	۴۴/۷۸ a	۴/۲۸		
بیشتر از ۳ ساعت	۷	۴۸/۷۱ a	۵/۹		

مقدار F محاسبه شده در سطح ۹۹ درصد ($\text{sig} = ۰/۰۰۰$) و نشان‌دهنده معنی‌دار بودن مدل رگرسیون است. ($F = ۶۰/۴۰۱$) مقادیر منفی ضریب رگرسیونی در این معادله نشان می‌دهد که با افزایش میزان متغیر مستقل پایگاه اقتصادی - اجتماعی نمره متغیر وابسته (نگرش به میزان فساد اداری) کاهش می‌یابد. متغیر پیش‌بین ۱۸/۷ درصد از میزان نوسان‌های متغیر ملاک (نگرش به میزان فساد اداری) را پیش‌بینی می‌کند (جدول ۹). این یافته نشانگر اهمیت پایگاه اقتصادی - اجتماعی در نگرش به فساد و ارزیابی میزان آن در جامعه است.

نتایج تحلیل واریانس یکطرفه نشان دهنده این است که تفاوت معنی‌داری در نگرش کارکنان ادارات نسبت به میزان فساد اداری با توجه به میزان استفاده از روزنامه وجود ندارد (جدول ۵).

جدول ۵. مقایسه نگرش کارکنان نسبت به فساد اداری با توجه به میزان استفاده از روزنامه؛ مأخذ: یافته‌های پژوهش.

میزان استفاده	فراوانی	میانگین	انحراف معیار	F	سطح معنی‌داری
اصلاً	۱۰۳	۳۹/۹۷	۲/۵۶	۲/۲۳۷	۰/۱۱۰
کمتر از ۱ ساعت	۵۴	۳۴/۸۹	۶/۳۹		
۱-۳ ساعت	۶	۴۲/۸	۶/۵۶		
بیشتر از ۳ ساعت	-	-	-		

نتایج آنالیز واریانس یکسویه نشان داد که میزان نگرش به فساد اداری در بین کارکنان ادارات در شهر یاسوج با توجه به میزان استفاده از تلویزیون در سطح ۹۵ درصد تفاوت معناداری دارد. با توجه به نتایج بدست آمده از مقایسه میانگین توکی می‌توان گفت این تفاوت به گونه‌ای است که گروهی که بیش از سه ساعت از تلویزیون استفاده می‌کنند، میزان فساد اداری را بیشتر ارزیابی کرده‌اند (جدول ۶).

جدول ۶. مقایسه نگرش کارکنان نسبت به فساد اداری با توجه به میزان استفاده از برنامه تلویزیون؛ مأخذ: یافته‌های پژوهش.

میزان استفاده	فراوانی	میانگین	انحراف معیار	F	سطح معنی‌داری
اصلاً	-	-	-	۳/۶۴۴	۰/۰۲۸
کمتر از ۱ ساعت	۳۴	۳۷/۸۸	۳/۰۶		
۱-۳ ساعت	۸۷	۳۵/۸۳	۲/۸		
بیشتر از ۳ ساعت	۴۴	۴۳/۳۶	۳/۴۵		

نتایج تحلیل واریانس یکسویه نشان داد که نگرش به میزان فساد اداری در بین کارکنان ادارات در شهر یاسوج با توجه به میزان استفاده از اینترنت در سطح ۹۵ دارای تفاوت معنی‌داری است. این تفاوت به گونه‌ای است که کسانی که اصلاً از اینترنت استفاده نمی‌کنند، میزان فساد اداری را بیشتر

همبستگی معکوس و معناداری در سطح بالا با نگرش به میزان فساد اداری داشت. اگرچه کارمندان، بیشتر در سطح طبقاتی نزدیک به هم قرار دارند، سنجدین جداگانه درآمد، نشانگر نقش وضعیت اقتصادی در ارزیابی از وضعیت فساد در جامعه است.

نتایج پژوهش نشان دهنده آن است که رابطه بین پایگاه اقتصادی اجتماعی ادارات نسبت به میزان فساد اداری در شهر یاسوج در سطح ۹۹ درصد معنادار بوده و این همبستگی در سطح بالا ارزیابی شد به گونه‌ای که افراد با پایگاه اقتصادی اجتماعی بالا، میزان فساد اداری را کم ارزیابی می‌کنند و برعکس، افراد طبقات پایین، میزان فساد را بالا ارزیابی می‌کنند. یافته‌های این فرضیه با نتایج پژوهش‌های خداداد حسینی و فرهادی نژاد (۱۳۸۰) هم خوانی دارد. نتایج بررسی رابطه متغیر پایگاه اقتصادی اجتماعی و نگرش به میزان فساد اداری یا نظرات ساترلند، جانستون (صوری، ۱۳۸۰) و آتومی مرتون (حقیقتیان و همکاران، ۱۳۹۱) همراستاست. این نتیجه نشان‌دهنده آن است که دغدغه کارکنان طبقات پایین‌تر نسبت به میزان فساد بیش از طبقات بالا است. رابطه معکوس و معنادار - با همبستگی در سطح متوسط و معناداری ۹۹ درصد- بین درآمد و نگرش به میزان فساد اداری نیز نشانگر این است که افراد با درآمد کم میزان فساد در جامعه را بیشتر از افراد با درآمد بالا، ارزیابی نموده‌اند. با توجه به اینکه درآمد یکی از عناصر پایگاه اقتصادی- اجتماعی است، این یافته با نتایج پژوهش‌های خداداد حسینی و فرهادی نژاد (۱۳۸۰) و همچنین با نظر آدامز درباره نقش درآمد همخوانی دارد. به بیان دیگر، افراد با درآمد بالاتر میزان فساد در جامعه را کمتر از افراد با درآمد پایین ارزیابی می‌کنند.

نتایج نشان داد رابطه منفی و معناداری در سطح ۹۹ درصد بین سن پاسخگویان و نگرش نسبت به میزان فساد اداری وجود دارد. بنابراین این فرضیه مبنی بر رابطه معنادار بین سن و نگرش کارکنان ادارات شهر یاسوج به میزان فساد اداری تأیید می‌شود. افراد با سنین بالاتر، میزان فساد در ادارات را کم و افراد با سنین پایین، آن را زیاد ارزیابی می‌کنند. در این زمینه می‌توان به آرمان‌های عدالت‌جویی جوانان از یک سو، و پیگیری و کسب اطلاعات از طریق رسانه‌های جمعی جدید توسط آنان، از سوی دیگر، اشاره نمود که دغدغه آنها را در مورد سلامت اداری در جامعه

جدول ۹. نتایج تحلیل رگرسیون چندگانه تبیین نگرش به میزان فساد اداری؛ مأخذ: یافته‌های پژوهش.

Model	متغیر	B	Beta	t	p
گام اول	عدد ثابت	۹۵/۵۹	-	۱۴/۴۲۸	۰/۰۰۰
	پایگاه اقتصادی- اجتماعی	-۶/۶۳۴	-۰/۴۳۶	-۷/۷۷۲	۰/۰۰۰
F= 401/60; Sig= 000/0; R= 436/0; R ² = 190/0; R ² Adjust= 187/0					

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

فساد پدیده‌ای است که هم متاثر از عناصر ساختاری جامعه است و هم ابعاد و بخش‌های گوناگون جوامع به‌ویژه جهت‌گیری فرهنگی و ارزشی آنها را دستخوش دگرگونی می‌سازد. بررسی فساد اداری بدون توجه به زمینه‌ها و پیامدهای فرهنگی آن، امکان‌پذیر نیست. این مطالعه بر آن بود تا جنبه‌های فرهنگی به‌ویژه ایستار جامعه مورد مطالعه درباره فساد را مورد مطالعه قرار دهد. نتایج پژوهش نشان داد که رسانه‌های گوناگون تأثیر متفاوتی بر نگرش پاسخگویان درباره میزان فساد اداری در جامعه دارند، به گونه‌ای که بین نگرش پاسخگویان به میزان فساد اداری در جامعه با توجه به میزان استفاده از رسانه‌هایی چون رادیو، روزنامه و ماهواره تفاوت معناداری وجود نداشت. با این وجود، بین نگرش به میزان فساد اداری با توجه به رسانه‌هایی چون تلویزیون و ماهواره تفاوت معناداری در سطح ۹۵ درصد وجود داشت. تأثیر این دو رسانه بر نگرش به میزان فساد، متفاوت بود، به گونه‌ای که استفاده بیشتر از برنامه تلویزیون داخلی منجر به ارزیابی بالای میزان فساد اداری و استفاده بیشتر از برنامه تلویزیون‌های ماهواره‌ای، منجر به ارزیابی پایین میزان فساد اداری در جامعه می‌شود. چنین تفاوتی، نمی‌تواند ناشی از محتوای رسانه‌های یاد شده باشد، زیرا رسانه‌های بیگانه بیش از رسانه‌های داخلی به گزارش‌های فساد در جامعه می‌پردازند. این تفاوت می‌تواند مرتبط به پایگاه اقتصادی- اجتماعی کاربران و یا نوع نگاه‌شان به نظام سیاسی باشد. نوع نگاه به نظام سیاسی در این پژوهش ارزیابی نشد ولی پایگاه اقتصادی- اجتماعی

افزایش می‌دهد. علاوه بر این، جوانان به عنوان شهروندانی که نیازهای گوناگونی را فراروی خود دارند و متناسب با مطالعات و نگاه تطبیقی خود به جامعه و شرایط جهانی؛ مطالبات بیشتری از نظام اجتماعی و مدیریتی جامعه دارند؛ نسبت به مسئله اجتماعی فساد اداری دغدغه بیشتری دارند. یافته‌ها نشان داد که نگرش نسبت به میزان فساد اداری در پاسخگویان زن و مرد تفاوت معناداری با یکدیگر ندارند. بنابراین این فرضیه مورد تأیید قرار نمی‌گیرد. این نتیجه با نتایج حسینی هاشم‌زاده و حبیبی (۱۳۹۱) همخوانی دارد. این نتیجه نشان می‌دهد که، از یک سو، زنان در جامعه ایران و حتی در شهر نیمه‌سنتی چون یاسوج، همگام با مردان موضوعات اجتماعی را در سطح کلان مورد توجه قرار داده و نسبت به آنها، هرچند ذهنی، واکنش نشان می‌دهند و از سوی دیگر، دغدغه و دل‌نگرانی نسبت به فساد اداری در جامعه فراتر از مرزبندی جنسیتی است به گونه‌ای که تفاوت معناداری بین زنان و مردان در مورد میزان فساد وجود ندارد. با وجودی که زنان کمتر از مردان در جریان رخدادهای کلان اداری و اجتماعی هستند، نبود تفاوت معناداری بین نگرش زنان و مردان در مورد میزان فساد در جامعه نشان‌دهنده نوعی باور جمعی در مورد سطح معینی از فساد در جامعه است. با توجه به نتایج این پژوهش، می‌توان استدلال نمود کارکنان با درآمد کم و با پایگاه اقتصادی اجتماعی پایین که همان افراد کمتر برخوردار از مزایای اقتصادی و اجتماعی‌اند، میزان فساد را در جامعه در حد معناداری بیشتر از افراد مربوط به طبقات اقتصادی و اجتماعی بالا و با درآمد بالا ارزیابی می‌کنند.

یافته‌های این پژوهش نشان داد که کاربران برنامه‌های تلویزیون داخلی، افراد جواتر، افراد با درآمد کمتر و پایگاه اقتصادی-اجتماعی پایین، میزان شیوع فساد اداری در جامعه را بالاتر از افراد با سنین بالاتر، افراد دارای پایگاه اقتصادی-اجتماعی بالا، افراد با درآمد بالاتر و کاربران برنامه‌های ماهواره‌ای ارزیابی نمودند. مروری بر این ویژگی‌ها نشان می‌دهد که تجربه زیسته افراد در جامعه-متغیر سن- و شرایط اقتصادی و اجتماعی آنها نقش مهمی در نوع ارزیابی‌شان از میزان فساد در جامعه دارد. شیوع فساد در جامعه، نوع نگاه و برداشت شهروندان درباره آن را نسبت به برداشتی که در گذشته درباره آن وجود داشت، تغییر می‌دهد و از نظر فرهنگی، ادراک فساد با مدارای بیشتری همراه

می‌شود. حساسیت‌های اجتماعی و فرهنگی نسبت به فساد فروکش می‌کند. در شرایطی که فساد اداری در جامعه افزایش یابد، می‌توان افراد جامعه را در دو دسته موقعیتی نسبت به آن قرار داد: نخست، افرادی که با گسترش فساد، به دلیل ادراک پیامدهای آن و شرایط نامساعد اقتصادی و اجتماعی، خود را بازنده تحولات نامساعد اقتصادی و اجتماعی ناشی از فساد می‌دانند. این گروه، با تعمیق فساد، بیش از گذشته خود را قربانی پیامدهای فساد و نابرابری اقتصادی می‌دانند. احساس محرومیت نسبی در این دسته بالا است. گروه دوم، افرادی است که از جایگاه شغلی و اقتصادی-اجتماعی مطلوبی برخوردارند و موقعیت آنها موجب می‌شود، کمتر از پیامدهای فساد تأثیر بپذیرند. بنابراین، میزان فساد را کمتر از دسته نخست ارزیابی می‌کنند. در واقع، با شیوع فساد اداری، حساسیت اجتماعی و فرهنگی نسبت به فساد بین طبقات پایین و جواترها و احساس عادی‌پنداری بین طبقات بالا و مسن‌ترها قابل مشاهده است. طبقات متوسط و بالا هم اخبار و گزارش‌های فساد را دریافت می‌کنند، اما موقعیت اقتصادی-اجتماعی آنها، برداشت دیگری را درباره فساد برای آنان شکل می‌دهد. در مناطق کمتر برخوردار همچون یاسوج، مشکلات اقتصادی و احساس محرومیت نسبی، ادراک از فساد اداری را تحت تأثیر قرار داده و حساسیت به فساد بیش از مناطق برخوردار در ذهن مردم شکل می‌گیرد، این ادراک و حساسیت به نوعی احساس آثومی و بی‌اعتمادی نهادین و حتی تعمیم یافته منجر می‌شود.

وجود تفاوت بین نگرش درباره میزان فساد اداری در جامعه با توجه به میزان استفاده از برخی رسانه‌ها و پایگاه اقتصادی و اجتماعی، نشانگر گونه‌ای همراستایی بین استفاده از رسانه‌های داخلی و طبقات پایین اقتصادی-اجتماعی، از یک سو، و استفاده از رسانه‌های خارجی و طبقات متوسط و بالای اقتصادی-اجتماعی، از سوی دیگر، در ارزیابی از میزان فساد اداری است. به بیان دیگر، طبقات پایین که بیشتر از رسانه‌های داخلی استفاده می‌کنند، میزان فساد اداری را زیاد ارزیابی می‌کنند، در مقابل، طبقات بالا که بیش از دیگر طبقات از رسانه‌های خارجی استفاده می‌کنند، میزان شیوع فساد اداری را کمتر از پاسخگویان طبقات پایین ارزیابی می‌کنند. این تفاوت دیدگاه، بیش از آنکه ناشی از رسانه باشد، مرتبط با پایگاه اقتصادی-اجتماعی افراد و تجربه زیسته آنها است. باقی ماندن متغیر پایگاه اقتصادی-اجتماعی

نگرش پاسخگویان از میزان فساد اداری با وضعیت واقعی فساد همخوانی داشته باشد؛ این وضعیت و نگرش موجود نسبت به آن؛ یک مطالبه اجتماعی را برای کاهش فساد ترسیم می‌کند. ضرورت دارد اقدامات بنیادینی درباره ابعاد گوناگون فساد اداری و عوامل تأثیرگذار بر آن انجام شود. در این راستا و با توجه به نتایج پژوهش:

۱. کارآمدترین سازوکار برای کاهش میزان فساد اداری، جلوگیری از تبدیل شدن آن به خرده‌فرهنگ اداری قابل مدارا است. مدارا و تاب‌آوری در برابر فساد اداری، پدیده خوشایندی نیست و ممکن است به فراهم‌سازی زمینه گسترش آن بینجامد. در این راستا، اقدامات نهادین قانونی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی برای کاهش دامنه فساد اداری ضرورت دارد. پیشنهاد می‌شود در گام نخست زمینه فساد را با تدابیر قانونی و شفاف‌سازی عملکردهای اداری کاهش داد و با سازوکارها و تسهیلات قانونی و قضایی هزینه فساد اداری را افزایش داد. همچنین، ترویج فرهنگ اداری سالم با الگوسازی از کار اداری و کارکنان اداری سالم و بدور از فساد می‌تواند به شیوه ایجابی به ترغیب کارکنان ادارات و نهادهای دولتی، عمومی و خصوصی برای داشتن فرهنگ سازمانی سالم یاری رساند. در این زمینه، هم رسانه‌ها به سان نمایندگان واقعی افکار عمومی جامعه و هم نهادهای نظارتی و قانونی می‌توانند به گونه هماهنگ سازوکارهای فرهنگی و اجرایی - قانونی را برای زدودن فرهنگ فساد اداری بکار بندند.

۲. پیشنهاد می‌شود ابعاد گوناگون فساد اداری از جمله خلاهای قانونی و نظارتی که زمینه‌ساز فساد در جامعه می‌شوند؛ مورد ارزیابی و پژوهش علمی قرار گیرند.

۳. با توجه به اینکه رابطه معناداری بین نگرش کارکنان نسبت به میزان فساد اداری و پایگاه اقتصادی اجتماعی آنها وجود دارد، ضرورت دارد نسبت به زمینه‌سنجی شکل‌گیری فساد از دیدگاه طبقات گوناگون و به‌ویژه افراد کارشناس و مطلع به امور اجتماعی و سازمانی اقدام شود.

۴. با توجه به اینکه شیوع و گسترش فساد اداری در جامعه زمینه سلب اعتماد مردم نسبت به نهادهای عمومی و دولتی را فراهم می‌کند، تهیه و تدوین سازوکارهای فرهنگی و اجتماعی از جمله برنامه‌های تئور افکار عمومی در مورد پیامدهای زیانبار فساد اداری ضروری هستند.

۵. شناسایی و ریشه‌کنی زمینه‌های فساد اولویت اصلی

در معادله رگرسیونی نشانگر اهمیت آن برای تبیین نگرش به میزان فساد اداری در جامعه است.. میزان برخورداری از فرصت‌ها و امکانات زندگی، می‌تواند ادراک‌های متفاوتی از وضعیت و میزان فساد اداری در جامعه را پدید بیاورد. با وجود، تفاوتها بین طبقات گوناگون درباره میزان فساد اداری، گسترش فساد در جامعه، منجر به عمومی شدن و افزایش مدارا نسبت به آن می‌شود. چنین پدیده‌ای، از نظر فرهنگی، جهت‌گیری ارزشی شهروندان درباره فساد را تغییر می‌دهد. چنین تغییری می‌تواند سلامت اجتماعی را تهدید کند و حساسیت و مسئولیت‌پذیری شهروندان در قبال فساد را کاهش دهد، به گونه‌ای که فساد دیگر پدیده‌ای ضد فرهنگی و مجرمانه دیده نمی‌شود، بلکه همجوار با رفتارهای دیگری که قابل مداراست، شناخته می‌شود. بنابراین، فساد اگرچه در حوزه اقتصادی و اجتماعی انجام می‌شود، زمینه و پیامد آن بیشتر با نظام فرهنگی پیوند دارد. در جدول زیر، نتیجه تحلیلی این بحث ارائه شده است:

جدول ۱۰. نتایج تحلیل فرایند عادی و فرهنگی شدن فساد.

سطوح تحلیلی	پایگاه اقتصادی و اجتماعی پایین	پایگاه اقتصادی و اجتماعی بالا
ارزیابی از میزان فساد	بالا	پایین
برداشت فرهنگی از رفتارهای فسادگونه	امری مجرمانه و غیرقابل مدارا	امری عادی و قابل مدارا
پیامد فرهنگی گسترش فساد	بی‌اعتمادی و احساس آنومی	ترغیب به پذیرش و انگ زدایی از فساد

گسترش فساد، منجر به پیدا شدن بستر و جایگاه نگرشی مداراگونه در نظام فرهنگی به آن می‌شود. چنین وضعیتی زمینه فرهنگی شدن فساد را، که به لحاظ ماهوی ضد فرهنگی است، فراهم می‌سازد. یافته‌های این پژوهش، نشان داد که عادی شدن فساد در جامعه تا حدی همجوار با نگاه طبقات بالای اقتصادی - اجتماعی به میزان فساد است. با توجه به اینکه جامعه آماری مورد مطالعه شامل کارکنان ادارات و نهادها بوده‌اند که مسئول اجرای قوانین در ادارات و نهادها هستند؛ انتظار می‌رود نظرات مطرح شده در مورد میزان فساد اداری تا حد زیادی منطبق بر وضعیت فساد اداری در ادارات و نهادها باشد. در صورتی که برداشت و

فرایند فسادستیزی است.

۶. آزاد بودن رسانه‌ها در چارچوب قانون و حمایت قانونی لازم از آنها برای ایفا کردن نقش مورد انتظار در آگاهی بخشی به مخاطبین در زمینه‌های سلامت اداری و اجتماعی یک ضرورت انکارناپذیر است.

است. با این وجود، برخورد قاطع نهادهای قانونی با مفسدین اداری و اقتصادی، گام مهمی در راستای تقویت باورها و جهت‌گیری‌های کارکنان قانون‌مدار به منظور دوری از رفتارهای هنجارشکنانه در سازمان‌ها و ادارات است. برخورد با مفسدان اقتصادی و اداری سوای جهت‌گیری سیاسی آنها یک مطالبه عمومی و نشانگر قانون‌مداری در

پی‌نوشت‌ها

- | | | | |
|-------------------|---------------------------------|---------------------|----------------------|
| 1. Al-Attas. | 7. Swald | 13. Giorian. | 19. Wu et al. |
| 2. Tanzi. | 8. Windsor, D. | 14. Tsao & Hsueh | 20. Brunetti & Weder |
| 3. White. | 9. Corruption Perception Index. | 15. Lederman et al. | 21. Adams. |
| 4. Tylor. | 10. Transparency International | 16. Treisman | 22. Face validity |
| 5. Ruth Benedict. | 11. Pillay. | 17. World Bank | 23. Cronbach |
| 6. Sumner. | 12. Treisman. | 18. Lino et al. | |

منابع

- اداری، جامعه‌شناسی کاربردی، سال بیست و سوم، شماره چهارم، ۱۲۵-۱۴۲.
- خداداد حسینی، سیدحمید؛ فرهادی نژاد، محسن (۱۳۸۰)، بررسی فساد اداری و روش‌های کنترل آن، مدرس، دوره ۵، شماره ۱، ۳۷-۵۳.
- دلپسند، کوروش، قنبری، افسانه، و فدائی لاسکی، سهیل (۱۳۹۹)، پیشگیری از فساد اداری در نظام سلامت، پژوهش‌های حقوقی میان‌رشته‌ای، دوره ۱، شماره ۲، ۲۳-۳۴.
- راوندی، مرتضی (۱۳۷۱)، تاریخ اجتماعی ایران، جلد ششم، تهران: انتشارات نگاه.
- ربیعی، علی و آصف، هاجر (۱۳۹۱)، نقش فرهنگ سازمانی در پیشگیری از بروز فساد اداری، مدیریت دولتی، ۴ (۱۰)، ۴۵-۵۸.
- رضائیان، علی (۱۳۸۴)، انتظار عدالت در سازمان، تهران: انتشارات سمت.
- رفیع پور، فرامرز (۱۳۸۸)، سرطان اجتماعی فساد، تهران: شرکت سهامی انتشار.
- زاهدی، شمس السادات؛ محمدنبی، سپنا و شهبازی، مهدی (۱۳۸۸)، بررسی عوامل مؤثر بر کاهش فساد اداری، مدیریت فرهنگ سازمانی، سال هفتم، شماره بیستم، ۲۹-۵۵.
- ادگار، اندرو و سچ‌ویک، پیت (۱۳۸۹)، متفکران برجسته نظریه فرهنگی، ترجمه مسعود خیرخواه، تهران: آگه.
- افضلی، عبدالرحمن (۱۳۹۱)، فساد اداری و تأثیر آن بر توسعه: علل، پیامدها و راهکارهای برون‌رفت، مجله حقوقی بین‌المللی، سال بیست و هشتم، شماره چهل و پنجم، ۲۳۵-۲۶۴.
- العطاس، سیدحسین (۱۳۹۵)، مسئله فساد، ترجمه وحیده صادقی، تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
- اولسون، مانکور (۱۳۸۸)، استبداد، مردم‌سالاری و توسعه، در دولت، فساد و فرصت‌های اجتماعی، استیوارت هال، رابرت کاکس، نوام چامسکی، ایمانوئل والرستین، مانکور اولسون، داگلاس نورث و... (صفحات ۱۳۵ تا ۱۶۲)، ترجمه حسین راغفر، تهران: نقش و نگار.
- بیرو، آلن (۱۳۷۰)، فرهنگ علوم اجتماعی، ترجمه باقر ساروخانی، تهران: نشر کیهان.
- حسینی هاشم‌زاده، داود و حبیبی، لیلیا (۱۳۹۱)، مقایسه ادراکات، تجربیات و نگرش‌های کارکنان زن و مرد نسبت به فساد اداری، فصلنامه مطالعات رفتار سازمانی - انجمن علمی مدیریت رفتار سازمانی، سال نخست، شماره سوم، ۱۰۱-۱۱۹.
- حقیقتیان، منصور؛ کریمی زاده، سمیه و نظری، جواد (۱۳۹۱)، بررسی برخی عوامل اجتماعی مؤثر بر فساد

محیط شهری، سال دوم، شماره پیاپی هفتم، ۹۵-۱۱۹.
میرفردی، اصغر؛ کریمی، ماندانا؛ عیسائی خوش، کورش
(۱۳۹۹)، مطالعه نقش ارزیابی از احزاب و تشکلهای
سیاسی در مشارکت ساکنان شهر شیراز در انتخابات،
دوفصلنامه علمی دانش سیاسی، سال شانزدهم، شماره دوم
(پیاپی ۳۲)، ۶۴۹-۶۷۰.

میرفردی، اصغر و فرجی، فروغ (۱۳۹۵)، بررسی میزان
گرایش به قانون‌گریزی و رابطه آن با میزان مشارکت
اجتماعی و میزان کنترل اجتماعی در شهر یاسوج، فصلنامه
جامعه‌شناسی کاربردی، دوره ۲۷، شماره ۲، ۹۳-۱۱۰.

میرفردی، اصغر و ولی‌نژاد، عبدالله (۱۳۹۷)، تحلیل
جامعه‌شناختی-راهبردی ارتباط بین هویت ملی و سرمایه
اجتماعی دانشجویان دانشگاه یاسوج، فصلنامه مدیریت
سرمایه اجتماعی، دوره ۵، شماره ۱، ۶۷-۹۰.

ناصری، علی و حسینی، زهره (۱۳۸۹)، بازنمایی فساد
ورزشی در فضای رسانه‌ای ایران در طول ده سال گذشته
۱۳۸۶-۱۳۹۶، مدیریت ورزشی، دوره ۱۱، شماره ۳، ۶۱۱-۶۳۱.

هریسی‌نژاد، کمال‌الدین (۱۳۹۰)، مجموعه مقالات
آسیب‌های اجتماعی ایران، تهران: انتشارات آگه.

یزدان‌پناه، لیلا؛ حسن دوست فرخانی، هادی؛ بوستانی،
داریوش و رضایی، امید (۱۳۹۲)، بررسی رابطه نگرش به
فساد اداری و دینداری، فصلنامه مطالعات جامعه‌شناختی
جوانان، سال چهارم، شماره دهم، ۱۳۷-۱۶۰.

ساروخانی، باقر (۱۳۷۰)، دایرةالمعارف علوم اجتماعی،
تهران: انتشارات کیهان.

سید رضی، محمد (۱۳۷۹)، نهج‌البلاغه حضرت علی (ع)،
ترجمه محمد دشتی، قم، انتشارات دارالعلم.

صالحی، مصطفی (۱۳۹۹)، عوامل بروز فساد اداری از
دیدگاه اسلام، قانون‌یار، دوره ۴، شماره ۱۴، ۱۱۱-۱۳۱.

صبوری، منوچهر (۱۳۸۰)، بوروکراسی مدرن/ایران، تهران:
چاپ اول، انتشارات سخن.

عظیمی، حسین؛ عطاfer، علی و شائمی برزکی، علی
(۱۳۸۹)، بررسی عوامل مدیریتی و سازمانی مؤثر بر فساد
اداری و مالی، اندیشه مدیریت راهبردی، سال چهارم، شماره
دوم، ۱۲۹-۱۴۷.

فرخ سرشت، بهزاد (۱۳۸۳)، بررسی عوامل مؤثر بر بروز
فساد اداری به منظور آرایه الگویی جهت کاهش اثرات آن در
روند توسعه جمهوری اسلامی ایران، دانش مدیریت، شماره
۶۶، ۶۵-۸۴.

فهادی‌نژاد، محسن ولگزیان، محمد (۱۳۹۰)، پیمایش
طولی در زمینه علل فساد اداری و روش‌های کنترل آن، چشم
انداز مدیریت دولتی، شماره ۸، ۴۵-۶۰.

گیوریان، حسن (۱۳۹۰)، نقش رسانه‌های جمعی در کنترل
فساد اداری، مدیریت و اخلاق سازمانی، فصلنامه مطالعات
رسانه‌ای، سال هفتم، شماره ۱۷، ۱۳۳-۱۴۰.

میرفردی، اصغر (۱۴۰۱)، تحلیلی بر اعتماد به جریان‌های
سیاسی در محیط‌های شهری با تأکید بر توسعه پایدار
شهرها: مورد مطالعه؛ کلانشهر شیراز، برنامه‌ریزی و توسعه

Afzali, A. (2012). Official Corruption and Its Effect
on Development: Causes and Solutions, *International Law Review*, 28(45), 235. (Text in Persian).

Al-Attas, S. H. (2016). *The Problem of Corruption*,
Translated by Vahideh Sadeghi, Tehran: Research
Center for Culture, Art, and Communications pub-
lications. (Original work published 1986). (Text in
Persian).

Azimi, H., Atafar, A., & Shaemi Barzeki, A. (2011),
"Study of managerial and organizational factors
affecting administrative and financial corruption",
Strategic Management Thought, 4(2), 129-147.
(Text in Persian).

Biro, A. (1991). *Social Sciences Dictionary*. Trans-
lated. Saroukhani, B. Tehran: Keyhan Publications.
(Text in Persian).

Brunetti A, Weder B. (2003). "A free press is bad
news for corruption" *Journal of Public Econom-*
ics, 87 (7-8), 1801-1824.

Delpasand, K., Ghanbari, A., & Fadaei Lasaki, S.
(2020). "Preventing in the health system", *Journal
of Interdisciplinary Legal Researches*, 1(2), 23-34.
(Text in Persian).

Edgar, A., & Sedgwick, P. (Eds.). (2010/2002). *Cul-
tural theory: The key thinkers*. London: Routledge.
Translated by Masoud Kheyrikhah. 2010. Tehran:
Agah Publishing House. (Text in Persian).

Farhadinejad, M., & Legzian, M. (2011), "Longitu-
dinal survey on the causes of administrative cor-
ruption and its control methods", *Journal of Public
Administration Perspective*, 2(8), 45-60. (Text in
Persian).

- Farrokh Sarasht, B., (2013), "Investigation of Islamic factors on the occurrence of administrative corruption in order to determine the extent of its reduction in the development process of the Republic of Iran", *Management Knowledge*, No. 66, 65-84. (Text in Persian).
- Giorian, H. (2011), "The Study of Effect Media on Corruption Control Media Studies", *Management and Organizational Ethics*, 7(17), 133-140. (Text in Persian).
- Haghighatian, M., Karimizadeh, S., & Nazari, J. (2013), "Investigation of some social factors on administrative corruption", *Applied Sociology*, 23(4), 125-142. (Text in Persian).
- Harisinejad, K. (2011), *Collection of articles on Iran's social harms*, Tehran, Age Publications. (Text in Persian).
- Hosseini Hashemzadeh, D., & Habibi, L. (2012), "Comparison of the attitudes of male and female employees towards the level of corruption", *Organizational Behavior Studies Quarterly*, 1(3), 101-119. (Text in Persian).
- Johnston, M. (2001). The definitions debate: Old conflicts in new guises. In *The Political Economy of Corruption* (pp. 23-44). Routledge.
- Kaufmann, D. (1997) "Corruption: The Facts", *Foreign Policy*, 107, 114-131.
- Khodadad Hosseini, S., & Farhadi, N. M. (2001). "A study of administrative corruption and its control methods", *Modarres Human Sciences*, 5 (1), 37-54. (Text in Persian).
- Lederman, D., Norman L., & R. R. Soares (2005). "Accountability and Corruption: Political Institutions Matter." *Economics and Politics*, 17(1), 1-35.
- Lin, N. (1976). *Foundations of Social Research*. New York: MC-Graw Hill.
- Lino, A. F., de Azevedo, R. R., de Aquino, A. C. B., & Steccolini, I. (2022). "Fighting or supporting corruption? The role of public sector audit organizations in Brazil". *Critical Perspectives on Accounting*, 83, 102-384.
- Merton, R. K. (1968). *"Social Theory and Social Structure"*, New York, Free Press.
- Mirfardi, A. & Faraji, F. (2016). A Study of Tendency toward Law-Breaking and its Relationship to Social Participation and Social Control in Yasouj, *Journal of Applied Sociology the University of Isfahan*, 27(2), 93-110. (Text in Persian).
- Mirfardi, A. (2011). Trust and its relationship to demographic factors. *Journal of Social Sciences*, 7(2), 168-174.
- Mirfardi, A. (2019). Environmental Attitude and Its Relation to Religiousness in Noorabad Mamasani. *Environmental Education and Sustainable Development*, 7(2), 91-102.
- Mirfardi, A. (2022). The Trust in Political Parties in the Urban Environment: The Case of Shiraz Metropolis, *Journal of Urban environment planning and development*, 2(7), 95-119.
- Mirfardi, A., & Valinezhad, A. (2018). Socio-Strategic Analysis of the Relationship between National Identity and Social Capital of Students in Yasouj University. *Social Capital Management*, 5(1), 67-90. (Text in Persian).
- Mirfardi, A., Karimi, M., & Esaei Khosh, K. (2020). The investigation of the role of evaluation of political parties and organizations in participation of Shiraz Residents in the elections. *Bi-Quarterly Political Knowledge*, 16(2), 649-670.
- Naseri, A. & Hassani, Z. (2011). The Representation of Sports Corruption in Iran's Media Space during the Last 10 Years 2007-2017", *Sport Management*, 11) 3(, 611-631. (Text in Persian).
- Olson, M. (1993). Dictatorship, democracy, and development. *American political science review*, 87(3), 567-576.
- Pillay, S. (2004) "Corruption – the challenge to Good governance: a South African perspective", *International Journal of Public Sector Management*, 17 (7), 586-605.
- Rabiee, A., & Assef, H. (2012). The Role of Organizational Culture in Preventing Administrative Corruption. *Journal of Public Administration*, 4(10), 45-58. (Text in Persian).
- Rafipour, F., (2010), *social cancer infected*, Tehran, publishing company. (Text in Persian).
- Ravandi, M. (1992). *Social History of Iran*, Vol. 6, Tehran: Negah Publications. (Text in Persian).
- Rezaian, A. (2005), *Anticipatory and Organizational Justice*, Tehran, Samt Publications. (Text in Persian).
- Robinson, M. (Ed), (2004) *Corruption and Development: An Introduction*, Routledge, London: Rutledge.
- Sabouri, M. (2001), *Iran's Modern Bureaucracy*, Tehran, first edition, Sokhon Publishing House. (Text in Persian).
- Salehi, M. (2020), "Factors of administrative corruption from the perspective of Islam", *Journal of Civil & Legal Sciences Ghanonyar*, 4(14), 111-131.

(Text in Persian).

Sarukhani, Baqer (1991), *Encyclopedia of Social Sciences*, Tehran, Kayhan Publishing House. (Text in Persian).

Seyed Razi, M. (2000), *Nahj al-Balagha of Hazrat Ali (AS)* translated by Muhammad Dashti, Qom, Darul elm Publications. (Text in Persian).

Sutherland, Edwin H. (1949). *Principles of Criminology*. Chicago: Lippincott. Dryden Press.

Tanzi, V. (1998). Corruption around the world: Causes, consequences, scope, and cures. *Staff papers*, 45(4), 559-594.

Transparency International (2023). *Corruption Perception Index 2022 Report*. Transparency International.

Treisman, D. (2004). "What have we learned about the causes of corruption from ten years of cross-national empirical research?" *Annual Review of Political Science*, 10(1), 211-244.

Tsao, Y. C., & Hsueh, S. J. (2022). Can the Country's Perception of Corruption Change? Evidence of Corruption Perception Index. *Public Integrity*, 1-13.

Windsor, D. (2001). The future of corporate social

responsibility. *The international journal of organizational analysis*, 9(3), 225-256.

Windsor, D. (2004). Global corporate social responsibility: International regimes and the constellation of corruption, poverty, and violence. *International corporate responsibility: Exploring the issues*, 43-67.

World Bank (2005). *Worldwide Governance Indicators 2007: country data Report for Iran, 1996-2006*. www.worldbank.org/wbi/governance.

Wu, T., Delios, A., Chen, Z., & Wang, X. (2023). "Rethinking corruption in international business: An empirical review". *Journal of World Business*, 58(2), 101-410.

Yazdanpanah, L., Hassan Dost Farkhani, H., Bostani, D., & Rezaei, O. (2013), "A Study on The Attitude of Embezzlement and Religiosity", *Quarterly Journal of Sociological Studies of Youth*, 4(10), 160-137. (Text in Persian).

Zahedi, Sh., Mohammad Nabi, S., & Shahbazi, M. (2010). "Studying of factors affecting reduce administrative corruption" (Case study in Tehran Municipality). *Organizational Culture Management*, 7(20), 29-55. (Text in Persian).