

پژوهش‌های جامعه‌شناسی معاصر ۲۰



شاپای چاپی: ۶۳۵-۲۴۷۶؛ شاپای الکترونیکی: ۵۶۴۳-۲۴۷۶

|| دوفصلنامه علمی پژوهش‌های جامعه‌شناسی معاصر ||

|| سال ۱۱ || شماره ۲۰ || بهار و تابستان ۱۴۰۱ ||

- ۹-۳۵ انسان آزمایشگاهی و مخدوش‌سازی خانواده ژنتیکی با تأکید بر نگاه چالشی فوکویاما به فن‌آوری زیستی مدرن
زینب هاشمی خواه، سیدعلیرضا افشانی
- ۳۷-۶۶ عوامل مؤثر بر بیکاری دانش‌آموختگان دانشگاه‌های آزاد اسلامی غرب استان مازندران
فلورا راداکبری، منوچهر پهلوان، علی اصغر عباسی اسفجیر
- ۶۷-۹۸ سنجش تأثیر خانواده و رسانه بر گرایش به خرافات در مردم مشهد (بررسی تأثیر جامعه‌پذیری خانواده و ...
محبوبه برند، حامد بخشی، مهدی کرمانی، مسعود ایمانیان
- ۹۹-۱۴۰ تبیین جامعه‌شناختی عوامل مؤثر بر شکل‌گیری فرهنگ فساد (مورد مطالعه: شهروندان نجف‌آبادی)
سید صمد بهشتی، محمد نوریان نجف‌آبادی
- ۱۴۱-۱۷۲ بررسی جامعه‌شناختی خاص‌گرایی فرهنگی در بین شهروندان همدانی و ارائه مدل نظری
علی حجازی‌فر، منصور حقیقتیان، اصغر محمدی
- ۱۷۳-۱۹۵ مک‌دونالدیزه شدن و نظام سلامت: مطالعه تأثیر اصول چهارگانه مک‌دونالدیزه شدن بر نظام سلامت
سعید سلطانی‌بهرام
- ۱۹۷-۲۲۴ مطالعه نسلی تغییرات ارزشی در ایران (تحلیل ثانویه داده‌های موج ۴ و ۷ پیمایش ارزش‌های جهانی)
حامد شبیری
- ۲۲۵-۲۶۰ فراتحلیل عوامل جامعه‌شناختی مؤثر بر گرایش به جراحی زیبایی در ایران
معصومه طالبی دلیر، علی یعقوبی چوبری
- ۲۶۱-۲۸۴ بررسی جامعه‌شناختی رضایت شغلی به عنوان عامل توسعه‌سازمانی
کوروش غلامی کوتناپی، فاطمه ساجدی
- ۲۸۵-۳۲۱ مطالعه زندگی روزمره دلارفروشان در سبزه‌میدان تهران: مقاومت از نوع زندگی روزمره اقتصادی در سبزه‌میدان
حمید عبداللهیان، احمد کهربائی
- ۳۲۳-۳۵۸ پدیدارشناسی هویت مردانه در مراکز زیبایی: از برساخت هویت تا هژمونی مُدواره
مهناز فرهمند، فاطمه دانافر
- ۳۵۹-۳۹۳ مطالعه عوامل مؤثر گرایش به خرافات در بین شهروندان: فراتحلیل پژوهش‌های بازه زمانی ۱۳۸۸ الی ۱۳۹۷
طاها عشایری، اصغر وثوقی اصل، طاهره جهان‌پرور، زهرا حسن‌زاده



بِسْمِ تَعَالَى
گواهی رتبه علمی



جمهوری اسلامی ایران
وزارت علوم، تحقیقات و فناوری
سازمان پژوهش و فناوری
کمیسیون نشریات علمی

نشریه

پژوهش های جامعه شناسی معاصر

با صاحب امتیازی دانشگاه بوعلی سینا بر اساس آیین نامه
نشریات علمی مصوب ۱۳۹۸/۰۲/۰۹ در ارزیابی سال
۱۳۹۹، موفق به کسب رتبه ب شده است.

بی تردید تلاش دست اندرکاران آن نشریه سهم بسزایی در
گسترش مرزهای دانش و ارتقای کیفی و کمی جایگاه علمی
کشور خواهد داشت.

محسن شریفی
مدیرکل دفتر سیاستگذاری و برنامه ریزی
امور پژوهشی و دبیر کمیسیون نشریات
علمی

رتبه علمی

ب

پژوهشی سلامت گواهی اثر ۲
JOURNALS.MSRT.IR



سازمان پژوهش‌های اقتصادی ایران
سامانه یکپارچه مدیریت
اطلاعات پژوهشی و فناوری
MAPFA.MSRT.IR

پژوهش‌های جامعه‌شناسی معاصر



دانشگاه بوعلی سینا

Contemporary Sociological Research

دوفصلنامه علمی

پژوهش‌های جامعه‌شناسی معاصر

شاپای چاپی: ۶۳۰۵-۲۴۷۶

شاپای الکترونیکی: ۵۶۴۳-۲۴۷۶

رتبه علمی نشریه در وزارت علوم (سال ۱۳۹۹): ب

ضریب تأثیری نشریه (Impact Factor) در ISC (سال ۱۳۹۷): **Q1 - 0.480**

نشریه دارای درجه علمی از کمیسیون بررسی اعتبار نشریات علمی

وزارت علوم، تحقیقات و فناوری

براساس رأی جلسه مورخ ۱۳۹۲/۰۷/۱۵ به شماره ۳/۱۸/۱۰۹۰۳۰



دو فصلنامه علمی پژوهش‌های جامعه‌شناسی معاصر

سال ۱۱، شماره ۲، بهار و تابستان ۱۴۰۱

رتبه نشریه در وزارت علوم (سال ۱۳۹۹): ب

ضریب تأثیری نشریه (Impact Factor) در ISC (سال ۱۳۹۷): Q1

صاحب امتیاز: دانشگاه بوعلی سینا

مدیر مسئول: علی محمد قدسی

سردبیر: اسداله نقدی

ویراستار انگلیسی: آذر سردمدی جو

مدیر داخلی و کارشناس: خلیل‌الله بیگ محمدی

طراح لوگو: حمیدرضا چترچهر

هیأت تحریریه (به ترتیب حروف الفبا)

مصطفی ازکیا (استاد گروه جامعه‌شناسی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران، تهران، ایران)

حسین ایمانی جاجرمی (دانشیار گروه آموزشی برنامه‌ریزی و توسعه اجتماعی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران، تهران، ایران)

اسماعیل بلالی (دانشیار گروه علوم اجتماعی، دانشکده علوم اقتصادی و اجتماعی، دانشگاه بوعلی سینا، همدان، ایران)

حسین بنی فاطمه (استاد گروه علوم اجتماعی، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران)

علی حسین حسین زاده (استاد گروه علوم اجتماعی، دانشکده اقتصاد و علوم اجتماعی، دانشگاه شهید چمران، اهواز، ایران)

رامپور صدرنبوی (استاد گروه علوم اجتماعی، دانشکده ادبیات و انسانی، دانشگاه فردوسی، مشهد، ایران)

مهدی طالب (استاد گروه توسعه روستایی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران، تهران، ایران)

محمد عباس زاده (استاد گروه علوم اجتماعی، دانشکده حقوق و علوم اجتماعی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران)

محمد باقر علیزاده اقدم (استاد گروه علوم اجتماعی، دانشکده حقوق و علوم اجتماعی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران)

امید قادرزاده (دانشیار گروه جامعه‌شناسی، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه کردستان، سنندج، ایران)

وحید قاسمی (استاد گروه علوم اجتماعی، دانشکده ادبیات و انسانی، دانشگاه اصفهان، ایران)

علی محمد قدسی (دانشیار گروه علوم اجتماعی، دانشکده علوم اقتصادی و اجتماعی، دانشگاه بوعلی سینا، همدان، ایران)

اسداله نقدی (استاد گروه علوم اجتماعی، دانشکده علوم اقتصادی و اجتماعی، دانشگاه بوعلی سینا، همدان، ایران)

آدرس نشریه: همدان، چهارباغ شهید احمدی روشن، دانشگاه بوعلی سینا، ساختمان مرکزی،

معاونت پژوهشی، دفتر نشریات علمی دانشگاه

تلفن: ۰۸۱-۳۸۳۸۰۶۹۸

پست الکترونیکی نشریه: csr@basu.ac.ir

وبسایت: <http://csr.basu.ac.ir>

راهنمای نگارش و ارسال مقاله

۱- محتوای شکلی مقاله

- مقاله‌های ارسالی نباید بیش از ۲۰ صفحه A۴ باشد.
- مقاله تایپ شده با قلم B Mitra ۱۳ برنامه Word ۲۰۱۰ و مطابق با معیارهای مندرج در این راهنما ارسال شود.

۲- ساختار علمی مقاله

- ساختار مقاله به صورت زیر تنظیم شود:
- مقدمه: شامل تعریف موضوع طرح مسأله و بیان اهداف.
- بررسی پیشینه: موضوع و چارچوب نظری و طرح پرسش‌ها/ یا فرضیات تحقیق.
- روش‌شناسی تحقیق: روش تحقیق متغیرهای مورد بررسی و فنون گردآوری و تحلیل داده‌ها.
- ارائه یافته‌ها، تجزیه و تحلیل و تفسیر آن‌ها.
- جمع‌بندی و نتیجه‌گیری.
- یادداشت‌ها و پیوست‌ها (در صورت لزوم).
- فهرست منابع فارسی و انگلیسی به روش APA.
- خلاصه‌ای از سوابق و علایق آموزشی و پژوهشی نویسنده/ نام دانشگاه یا مؤسسه وابسته/ نشانی الکترونیکی.
- چکیده انگلیسی همراه با کلیدواژه‌ها در پایان مقاله.

۲- شیوه ارجاع و استناد

- ارجاع در متن مقاله
- پس از مطلب اقتباس شده، مستقیم یا غیرمستقیم: (نام خانوادگی صاحب اثر، سال انتشار: شماره صفحه یا صفحات).
- در صورتی که اثر مورد استفاده به زبان فارسی ترجمه شده باشد، تاریخ انتشار اثر ترجمه شده و در غیر این صورت تاریخ انتشار متن به زبان اصلی ذکر شود.
- ارجاع در پایان مقاله (کتابنامه)
- فهرست منابع مورد استفاده در پایان مقاله به ترتیب الفبایی حرف اول نام خانوادگی نویسنده یا صاحب اثر به شرح زیر تنظیم گردد.

- کتاب

تألیف: نام خانوادگی نویسنده یا صاحب اثر، نام (سال انتشار). عنوان کتاب، محل انتشار: مؤسسه انتشاراتی.

ترجمه: نام خانوادگی نویسنده یا صاحب اثر، نام (سال انتشار). عنوان کتاب، نام مترجم، محل انتشار: مؤسس انتشاراتی (متن ترجمه شده).

- مجلات

نام خانوادگی نویسنده، نام (سال انتشار). «عنوان مقاله»، عنوان مجله، دوره، شماره، شماره صفحات مقاله.

مجموعه مقالات: نام خانوادگی تدوین‌کننده مجموعه، نام (سال انتشار مجموعه). «عنوان مقاله»، عنوان کتاب مجموعه مقالات، محل انتشار: مؤسسه انتشاراتی، شماره صفحات مقاله.

- منابع اینترنتی

نام خانوادگی نویسنده، نام (تاریخ انتشار اثر در سایت مربوط)، عنوان اثر، نشانی سایت اینترنتی، (تاریخ مراجعه کاربر به سایت مربوط).

۴- شرایط پذیرش مقالات

- دریافت، بررسی و پذیرش مقاله فقط از طریق سامانه نشریه به آدرس: csr.basu.ac.ir امکان پذیر می باشد.

- مقاله متناسب با سیاست‌های نشریه پژوهش‌های جامعه‌شناسی معاصر باشد.

- مقاله ارسالی برای نشریات داخلی یا خارجی فرستاده نشده باشد.

- مقالات رسیده توسط داوران مجله که به وسیله هیأت تحریریه معین می‌شوند، مورد ارزیابی قرار گرفته و پذیرش نهایی منوط به موافقت هیأت تحریریه نشریه پژوهش‌های جامعه‌شناسی معاصر است.

- پس از دریافت و بررسی، نتیجه داوری و ارزیابی مقاله، از طریق سامانه به اطلاع نویسنده/ نویسندگان محترم خواهد رسید.

- هیأت تحریریه مجله در ویرایش ادبی مقاله (بدون تغییر محتوایی) آزاد است.

- مقاله‌های ارسالی برگشت داده نمی‌شود.

- نشریه از پذیرش و چاپ مقالات نویسندگان و محققان دارای سابقه سرقت علمی در کلیه نشریات داخلی و خارجی و هم‌چنین از پذیرش مقالاتی که براساس معیارهای ذکر شده تنظیم نشده باشد، معذور است.

فهرست مقالات

- انسان آزمایشگاهی و مخدوش‌سازی خانواده ژنتیکی با تأکید بر نگاه چالشی فوکویاما به فن‌آوری زیستی مدرن
زینب هاشمی‌خواه، سیدعلیرضا افشانی
۹-۳۵
- عوامل مؤثر بر بیکاری دانش‌آموختگان دانشگاه‌های آزاد اسلامی غرب استان مازندران
فلورا رادا کبری، منوچهر پهلوان، علی اصغر عباسی اسفجیر
۳۷-۶۶
- سنجش تأثیر خانواده و رسانه بر گرایش به خرافات در مردم مشهد (بررسی تأثیر جامعه‌پذیری خانواده و محتوای
مصرف رسانه بر مردم شهر مشهد)
محبوبه برند، حامد بخشی، مهدی کرمانی، مسعود ایمانیان
۶۷-۹۸
- تبیین جامعه‌شناختی عوامل مؤثر بر شکل‌گیری فرهنگ فساد (مورد مطالعه: شهروندان نجف‌آبادی)
سید صمد بهشتی، محمد نوریان نجف‌آبادی
۹۹-۱۴۰
- بررسی جامعه‌شناختی خاص‌گرایی فرهنگی در بین شهروندان همدانی و ارائه مدل نظری
علی حجازی فر، منصور حقیقتیان، اصغر محمدی
۱۴۱-۱۷۲
- مک‌دونالدیزه شدن و نظام سلامت: مطالعه تأثیر اصول چهارگانه مک‌دونالدیزه شدن بر نظام سلامت
سعید سلطانی بهرام
۱۷۳-۱۹۵
- مطالعه نسلی تغییرات ارزشی در ایران (تحلیل ثانویه داده‌های موج ۴ و ۷ پیمایش ارزش‌های جهانی)
حامد شیرینی
۱۹۷-۲۲۴
- فراتحلیل عوامل جامعه‌شناختی مؤثر بر گرایش به جراحی زیبایی در ایران
معصومه طالبی دلیر، علی یعقوبی چوپری
۲۲۵-۲۶۰
- بررسی جامعه‌شناختی رضایت شغلی به عنوان عامل توسعه سازمانی
کوروش غلامی کوتنایی، فاطمه ساجدی
۲۶۱-۲۸۴
- مطالعه زندگی روزمره دلارفرشان در سبزه‌میدان تهران؛ مقاومت از نوع زندگی روزمره اقتصادی در سبزه‌میدان
حمید عبداللهیان، احمد کهریائی
۲۸۵-۳۲۱
- پدیدارشناسی هویت مردانه در مراکز زیبایی؛ از برساخت هویت تا هژمونی مُدواره
مهناز فرهمند، فاطمه دانافر
۳۲۳-۳۵۸
- مطالعه عوامل مؤثر گرایش به خرافات در بین شهروندان: فراتحلیل پژوهش‌های بازه زمانی ۱۳۸۸ الی ۱۳۹۷
طاها عشایری، اصغر وثوقی اصل، طاهره جهان‌پرور، زهرا حسن‌زاده
۳۵۹-۳۹۳

- اسماعیل بلالی (دانشیار دانشگاه بوعلی سینا)
حسین بنی فاطمه (استاد دانشگاه تبریز)
علی حسین حسین زاده (دانشیار دانشگاه شهید چمران اهواز)
رامپور صدرنبوی (دانشیار دانشگاه فردوسی مشهد)
محمد باقر علیزاده اقدم (استاد دانشگاه تبریز)
امید قادرزاده (دانشیار دانشگاه کردستان)
محمد عباس زاده (استاد دانشگاه تبریز)
مهدی طالب (استاد دانشگاه تهران)
وحید قاسمی (استاد دانشگاه اصفهان)
علی محمد قدسی (دانشیار دانشگاه بوعلی سینا)
اسداله نقدی (دانشیار دانشگاه بوعلی سینا)

Lab Made Human and Genetic Family Distortion: Fukuyama's Challenging View on Modern Biotechnology

Hashemikhah, Z.^I, Afshani, S. A.^{II}

<https://dx.doi.org/10.22084/CSR.2022.24488.1981>

Received: 2021/06/26; Accepted: 2022/01/15

Type of Article: **Research**

Pp: 9-35

Abstract

Infertility is one of the issues human societies have always coped with from past to today, and as the human societies have advanced and industrialized, the risks of infertility have grown, too. Solutions have been proposed for this issue through new biological technologies, however, the same solutions have also created challenges that ignoring them could lead to horrible social and moral disasters. The depth of the issue revealed through the views of the great scholar, Fukuyama, is a critical warning for the future of human nature. Fukuyama has actually evaluated these challenges basically beyond what we know as human society and directed at human nature; however, the truth is that such technological solutions will create social and cultural holes in any society before their ever-growing byproducts reveal themselves throughout the world. In the current research, we have reviewed and evaluated the issue based on Fukuyama's views and theories but with a local look at the matter. This research suggests that according to Iran's cultural, social, and ethical backgrounds, the lack of observation in exchanges, including technological ones, and also non-transparency in Iran's law system, applying such technological solutions in Iran have created new emerging challenges and demands the special attention of researchers and professional experts in social and behavioral sciences more than ever.

Keywords: Family, Infertility, Biological Technologies, Risk, Human Nature.

I. Ph.D. Student in Sociology, Department of Sociology, Faculty of Social Sciences, Yazd University, Yazd, Iran.

II. Professor, Department of Sociology, Faculty of Social Sciences, Yazd University, Yazd, Iran, (Corresponding Author). **Email:** afshanalireza@yazd.ac.ir

Citations: Hashemikhah, Z. & Afshani, S., (2022). "Lab Made Human and Genetic Family Distortion: Fukuyama's Challenging View on Modern Biotechnology". *Two Quarterly Journal of Contemporary Sociological Research*, 11(20): 9-35. doi: 10.22084/csr.2022.24488.1981

Homepage of this Article: https://csr.basu.ac.ir/article_4622.html?lang=en

1. Introduction

Among all institutions, organizations and social facilities, the family has a special role and importance (Adib et al., 2020). This institution has functions including regulating sexual relations with the aim of replacing or substituting members of the society and the continuation of different generations through natural reproduction (but because of infertility problems, one of the modern human phenomena is childbearing or in a clearer expression, the possibility of having a child through laboratory processes or third-party assistance. Therefore, secondary helpers like surrogacy, embryo donation and gamete donation have entered the field (Shahriari, 2007: 385).

Advancement of assisted reproduction technologies in various fields of religion, ethics, law and psychology and sociology and the most importantly, human ontology, as caused questions and problems which in many cases remains unanswered and requires extensive studies. Problems that Fukuyama, a contemporary thinker and philosopher have also paid attention to it with keenness and deep thinking and warns them from the ontological, social and political point of view. In a way he believes that the knowledge of new biology can transform human capabilities and tendencies in such a way that it creates new human and social challenges.

2. Materials and Methods

Considering the importance of the matter, and especially considering the cultural and religious structure in our society, this paper focuses on Fukuyama's point of view with a pathological perspective will analyze the dangers of exploiting such technologies. Also focusing on the main topic, as the sociological attitude requires the newly emerging phenomena in the society to be explained and interpreted, it is necessary with a deep look into the mentioned reality, these newly emerging families with pen of social thinkers to be defined and read.

3. Data

One of the challenging cases of this topic, focused on the resulting child, the adoptive family and wider than that, is the kinship to that is formed around such families. The complexity and amazingness of this issue is the time that related to donor relatives: a new type of dependency and kinship will be created which yet has never seen before in society and the human generation. For example, when the donor has a mother, sister, brother or any relationship with the recipient couple after the birth of the resulting child, two_ way

lineage will be achieved for the child and the couple, in this case with a kind of double kinship, new forms of consanguinity will occur. The strange issue is when the donors are of different ethnicities or even nationalities. In this case we will face families of different ethnicities or different nationalities. On the other hand, there is the issue of confidentiality of donors that in the future, the path of marriage of children resulting from such conceptions may be difficult. There are also other problems such as the legal identity of these children. In Iran law, information about the embryo donor family must remain confidential. Some also emphasize that the child's genetic past should not be completely destroyed due to the possibility that the child's need requires the use of transplanted organs in certain cases because this information will help the medical team a lot. Even more important than that, some people believe that it is the right of a child and every human being to know their identity and past and ignoring the origin of the child's development and the confidentiality of the donor's information causes the loss of this right. Also, another issue is the commodification of this matter. According to the researchers, currently in Iran, the donation of embryos, gametes, as well as commercial and humanitarian surrogate mother is free, but the usual method is commercial type and yet the commercial and humanitarian moral margins have not been fully clarified (Ganjalkhani et al, 2014).

4. Discussion

Fukuyama concern is the impact of copying of humans and children designed or customized by parents using biological technology, especially with use of future genetic engineering on society and in general the entire human family. He is worried that in the future, rich parents by giving the basic elements of their sperm to experts in genetic manipulations want and able to order their future children with characteristics such as high intelligence, beautiful appearance, tall stature, hair and eye color.

According to her, if proper supervision and control regulations are not in place, in the future we will have new class societies or a real aristocratic class with excellent genetic traits that can be passed on to the next generations through inheritance. A class that has acquired its aristocracy and privileges through its genes. Fukuyama warns about the emergence of superhuman that medical science and medical engineering may create in the future. From this point of view, he analyzes these issues with a deep question. Will genetics science and modern medicine create a new and superior social class that

will dominate the rest of the world and thinkers will justify it? It can be said that genetic technologies and assisted reproduction challenge the ancient dichotomy between nature and culture. by bypassing cultural practices and norms, they confuse the obvious issues of natural resources and they will demand a new definition of the concept of father, mother, family and at the macro level, kinship system.

5. Conclusion

In the last decade, there has been a dramatic increase in the number of babies born as a result of gamete donation in world level. In Iran and Lebanon, the issuance of ayatollah Khamenei fatwa opened the way for the donation of gametes, embryos and surrogate. Therefore, this executive letter was also approved and communicated in 2013 and infertile couples for using these methods do not face with legal restrictions. But in fact, its various medical, religious, social, cultural and legal issues have not been clearly resolved.

In fact, assisted reproductive methods are also expanding in Iran that is associated with many problems. in a way, in addition to the deep and rooted challenges that Fukuyama shows with a simple view of human society in its terrible range, these issues should be analyzed with a more subtle view. Issues that can even have different appearances according to different societies, cultures and religions. Therefore, although the phenomenon of reproduction using modern technology and third_ party assisting methods is relatively new issue in our society. But by increasing rate of infertility among the couples, even if a small percentage of them use such methods, with the population of a country like Iran, we will face a significant number of births. Therefore, it should be noted that entering this process must be done with vigilance and evaluation of all aspects and even, if possible, it should be done regardless of the intentions, interests or political biases and traders in the economic arena.

انسان آزمایشگاهی و مخدوش‌سازی خانواده ژنتیکی با تأکید بر نگاه چالشی فوکویاما به فن‌آوری زیستی مدرن

زینب هاشمی خواه^۱، سیدعلیرضا افشانی^{II}

شناسه دیجیتال (DOI): <https://dx.doi.org/10.22084/CSR.2022.24488.1981>

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۴/۰۵، تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۱۰/۲۵

نوع مقاله: پژوهشی

صص: ۹-۳۵

چکیده

ناباروری، یکی از مشکلاتی است که در جامعه انسانی از گذشته تا به امروز وجود داشته؛ اما همراه با پیشرفت جامعه و صنعتی شدن مخاطره‌های آن نیز افزون گردیده است. این معضل به وسیله فن‌آوری زیستی جدید، راه‌حلی‌هایی به ارمغان آورده است، اما به موازات آن چالش‌هایی ایجاد کرده که نادیده گرفتن و گذر از آن قادر است فجایع اجتماعی و اخلاقی خوف‌ناکی ببار آورد. مسائلی که ژرفای آن از قلم اندیشمندی چون «فوکویاما» نهی بر آینده سرشت انسانی است. فوکویاما چنین چالش‌هایی را ورای جوامع به شکل ریشه‌ای، معطوف به هویت انسانی ارزیابی می‌کند، اما واقعیت آن است که چنین فن‌آوری‌هایی، بیش از آن‌که معضلات انفجارگونه آن در عرصه جهانی نمایان شود؛ در هر جامعه، حفره‌های فرهنگی و اجتماعی متعددی ایجاد خواهد کرد. در پژوهش حاضر، ضمن تکیه بر دیدگاه فوکویاما و بحث و بررسی نظریه او، با نگاهی بومی، مسأله بازبینی و حل‌جی شده است. مباحث گویای آن است که با توجه به بسترهای فرهنگی، اجتماعی و اعتقادی و هم‌چنین فقدان نظارت در عرصه تبادل و نیز عدم شفافیت در زمینه حقوقی، به‌کارگیری این فن‌آوری در ایران با چالش‌های نوظهوری مواجه گردیده است که ضرورت توجه ویژه محققین و صاحب‌نظران علوم اجتماعی و رفتاری را دو چندان می‌سازد.

کلیدواژگان: خانواده، ناباروری، فن‌آوری زیستی، مخاطره، سرشت انسانی.

I. دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی، گروه جامعه‌شناسی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه یزد، یزد، ایران.

II. استاد، گروه جامعه‌شناسی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه یزد، یزد، ایران (نویسنده مسئول).

Email: afshanalireza@yazd.ac.ir

ارجاع به مقاله: هاشمی خواه، زینب & افشانی، سیدعلیرضا. (۱۴۰۱). «انسان آزمایشگاهی و مخدوش‌سازی خانواده ژنتیکی با تأکید بر نگاه چالشی فوکویاما به فن‌آوری زیستی مدرن». پژوهش‌های جامعه‌شناسی معاصر، ۱۱(۲۰): ۹-۳۵. doi: 10.22084/CSR.2022.24488.1981

صفحه اصلی مقاله در سامانه نشریه: https://csr.basu.ac.ir/article_4622.html

۱. مقدمه

در بین تمامی نهادها، سازمان‌ها و تأسیسات اجتماعی، خانواده نقش و اهمیتی خاص و بسزا دارد. تمامی آنان که در باب سازمان جامعه اندیشیده‌اند، بر خانواده و خویشاوندی و اهمیتی حیاتی آن برای جامعه تأکید ورزیده‌اند، و آن را یک نهاد اجتماعی ضروری برای فرد و زندگی اجتماعی محسوب کرده‌اند (ادیب و همکاران، ۱۳۹۹). این نهاد دارای کارکردهایی است که از جمله آن تنظیم روابط جنسی با هدف نشانیدن یا جانشین کردن اعضای جامعه و استمرار نسل‌های مختلف از طریق زاد و ولد طبیعی است (کوئن، ۱۳۸۳: ۱۳۱). اما به دلیل مشکلات ناباروری، یکی از پدیده‌های نوین جامعه بشری فرزندآوری و یا با بیانی روشن‌تر، امکان صاحب فرزند شدن از طریق فرآیندهای آزمایشگاهی و یا کمک‌کننده شخص ثالث می‌باشد. برخی از این فن‌آوری‌ها با لقاح مصنوعی خود زوجین، در فرآیندهای آزمایشگاهی بارور شده و جهت باروری آن‌ها قابل استفاده می‌گردد. اما برخی دیگر نیازمند کمک از سوی شخص ثالث می‌باشد؛ از این رو، کمک‌کننده‌های ثانویه‌ای چون: رحم اجاره‌ای (مادر جایگزین)، اهدای جنین و اهدای گامت (تخمک و اسپرم) وارد میدان می‌شوند (شهریاری، ۱۳۸۶: ۳۸۵). بحث درخصوص این کمک‌کننده‌ها به شرح ذیل است:

الف) لقاح مصنوعی با اسپرم و تخمک زوجین و رحم جانشین

ب) لقاح مصنوعی با اسپرم و تخمک زوجین بیگانه و رحم جانشین

ج) لقاح مصنوعی با اسپرم و تخمک زوجین بیگانه

د) لقاح مصنوعی با تخمک بیگانه و اسپرم زوجه

ه) لقاح مصنوعی با اسپرم بیگانه و تخمک زوجه (روشن، ۱۳۸۶).

موارد ذکر شده در مجموع، راهکارهایی است که فن‌آوری‌های جدید در فضای آزمایشگاه، مشکل باروری خانواده‌هایی که تمایل به فرزندآوری داشته، اما موانع پزشکی سد راه آن‌هاست را حل خواهد کرد.

پیشرفت فن‌آوری‌های کمک‌باروری، در عرصه‌های مختلف مذهبی، اخلاقی، حقوقی، روان‌شناسی و جامعه‌شناس (Van den Akker, 1998)، و از همه مهم‌تر، هستی‌شناختی خود انسان باعث بروز پرسش‌ها و مشکلاتی شده است که در موارد بسیاری همچنان بی‌جواب مانده و مستلزم مطالعات گسترده‌ای است. مشکلاتی که «فوکویاما» اندیشمند و فیلسوف معاصر نیز با تیزبینی و ژرف‌اندیشی به آن‌ها توجه کرده و از منظری هستی‌شناختی، اجتماعی و سیاسی، آن‌ها را گوشزد می‌کند؛ به نوعی او معتقد است دانش زیست‌شناسی جدید می‌تواند قابلیت‌ها و گرایش‌های انسان را به گونه‌ای متحول سازد که چالش‌های انسانی و اجتماعی جدیدی به وجود آورد. نظر

به اهمیت موضوع و به ویژه با توجه با ساختار فرهنگی دینی در جامعه ما، این نوشتار به تحلیل دیدگاه فوکویاما در این زمینه پرداخته است.

۲. چشم‌انداز فوکویاما بر چالش‌های فن‌آوری زیستی

به واقع روش‌های کمک‌باروری در ایران در حال گسترش است، اما همچنان مسائل بسیاری را به همراه دارد. مسائلی که اگر نادیده گرفته شود اصل موضوع را خدشه‌دار می‌سازد و دیر یا زود، تبعات اخلاقی ماجرا دیده خواهد شد.

رویکرد فوکویاما بر اکتشافات نوین و یا به عبارت بهتر انقلاب‌های علمی تکنولوژیکی و ژنتیکی، مستدل بر ایجاد تحول زندگی اجتماعی و تاریخی انسان است؛ آن‌گونه که قادر است در سرشت و طبیعت بشر تأثیر گذارد. ماهیت و سرشت جدید از نظر فوکویاما، محصول پیشرفت‌های حیرت‌انگیز و نوینی است که در علم زیست‌شناسی، پزشکی و مهندسی ژنتیک صورت گرفته است. از نظر ایشان، این پیشرفت‌ها می‌تواند ماهیت و سرشت انسان را تغییر داده و آینده‌ای را رقم زند که موجودی «فرا انسانی» در دل آن قرار گیرد. فوکویاما با بررسی‌های دقیق و موشکافانه در دانش زیستی و دانش ژنتیکی جدید امکان از میان بردن بسیاری از ویژگی‌های طبیعی انسان که محصول خصوصیات بیولوژیکی اوست با جایگزین کردن خصوصیات نوین و متعالی را مورد توجه قرار می‌دهد. از نظر او، دانش‌های پیشرفته می‌تواند به پیدایش انسانی نوین منجر شود و این انسان قادر است از مسیری تازه، دوباره تاریخ را به راه بیندازد (فوکویاما، ۱۳۸۴: ۱۳). در اندیشه فوکویاما، حاصل پیشرفت‌های کنونی و آینده در زمینه علوم دارویی و زیستی و به خصوص در زمینه ژنتیک و اثرگذاری پیشرفته بر زندگی نسل‌های آتی، در آینده انسان دیگر آن انسانی که اکنون هست نخواهد بود، بلکه با گذر او (یا با پشت سر گذاشتن) مرحله کنونی انسانیت، خود دیگر وارد مرحله جدیدی از تاریخ حیات خود شده است؛ مرحله‌ای که در آن بسیاری از شباهت‌های انسان کنونی را از دست داده است (فوکویاما، ۱۳۸۴: ۲۰).

بُعد تجاری حاصل از این پیشرفت‌های تکنولوژی و زیستی، از جمله مواردی است که فوکویاما بدان اشاره دارد. به نوعی، یکی از مهم‌ترین این موارد، مسائل مالی است. این عرصه، جولانگاه دست‌های پنهان صنعتگران و دانشمندان علوم طبیعی و رابط‌های خردتری شده است که در میدان حضور یافته‌اند. همین‌طور طبقات اجتماعی بالای جامعه که می‌توانند آزادانه چنین فن‌آوری‌هایی را منفعت طلبانه در راستای بازتولید جایگاه طبقاتی خود به مصادره درآورند. از این جهت، سوءاستفاده از این فن‌آوری می‌تواند شکل‌گیری دلالی در این عرصه را رواج دهد. دلالی که کالای تبدالی آن انسان

و به نوعی خرید و فروش آن در عصر مدرن می‌باشد. مبادله‌ای که نرخ آن با توجه به عواملیای مختلفی چون: زیبایی ظاهر (بالأخص توجه به رنگ چشم در ایران)، وضعیت جسمانی (به عنوان مثال: ورزشکار بودن) و موقعیت خانوادگی اهداکنندگان و هم‌چنین رابط‌ها و واسطه‌های طرفین متغیر می‌شود.

اما مسأله دیگری که در ارتباط با چنین فن‌آوری‌هایی در کمین جامعه بشری است، زوج‌ها و خانواده‌هایی است که توانایی لازم برای بارورشدن داشته باشند، اما به جهت عدم تحمل زحمات و یا صدمات ظاهری ناشی از بارداری از آن سر باز زنند و سراغ چنین روش‌هایی روند. در چنین شرایطی تقاضای کاذب برای استفاده روش‌های کمک‌باروری می‌تواند ضرورت و جنبه‌های درمانی آن را تحت‌الشعاع قرار داده، افراد سودجو و منفعت طلب را چه در جایگاه اهداکننده و دریافت‌کننده و چه در نقش رابط وارد میدان سازد. حتی از منظری دیگر، چه بسا استفاده از افراد فقیر و آسیب‌پذیر جامعه به منزله اهداکنندگان و خدمات‌رسان‌های این عرصه چالش‌هایی با جنس خود ایجاد کند و اصل موضوع را به حاشیه‌های مسأله‌سازکشانند. اما عجیب‌تر و چالش‌برانگیزتر زمانی می‌تواند باشد که خانواده‌هایی به جهت بهره‌مندی فرزند آینده از ژن‌هایی با ویژگی‌های ظاهری و هوشی ممتاز، خواهان ورود به این عرصه را داشته باشند و در یک مبادله ژنتیکی مشخصات و ویژگی‌های فرزند یا فرزندان آینده خود را تعیین کنند و به نوعی فرزند آینده خود را سفارش دهند (!). مسأله‌ای که فوکویاما با ژرف‌اندیشی تمام، آن را گوشزد کرده و به چالش کشانده است.

دغدغه فوکویاما تأثیر نسخه‌برداری از انسان و کودکان طراحی شده یا سفارشی دلخواه والدین با استفاده از فناوری زیستی، به‌ویژه با بهره‌گیری از مهندسی ژنتیک آینده بر جامعه و به‌طورکلی بر کل خانواده بشری است. او نگران این است که در آینده، پدر و مادرهای ثروتمندی بخواهند و بتوانند با دادن عناصر اولیه نطفه خود به آزمایشگاه‌های خبره در دستکاری‌های ژنتیکی، فرزندان آینده خویش را آن‌گونه که دارای ویژگی‌هایی مانند: هوش زیاد، ظاهر زیبا، قامت بلند و رنگ مو و چشم دلخواه باشد سفارش دهند. او نگران است که اگر مقررات نظارت و کنترل مناسبی در کار نباشد؛ در آینده، جوامع طبقاتی جدیدی یا طبقه اشرافی حقیقی دارای صفات ژنتیکی عالی قابل انتقال به نسل‌های بعد از راه توارث داشته باشیم. طبقه‌ای که اشرافیت و امتیازات خویش را دیگر از طریق ژن‌های خود به دست آورده باشد (و مانند اشرافیت ساختگی قدرتمند قدیم جایگاه بلند خود را خود به خود به خویش نداده باشد). فوکویاما در مورد پیدایش ابر انسان‌هایی که علم پزشکی و مهندسی پزشکی ممکن است در آینده به وجود بیاورند نیز هشدار می‌دهد؛ هر چند نتیجه طبیعی سخن او این است که

یک طبقه برتر اجتماعی در آینده وجود خواهد داشت، اما این نتیجه‌گیری صرفاً برای توجیه نیست. او هشدارهایی می‌دهد و چالش‌های را مطرح می‌کند که از هم‌اکنون می‌توان تدابیری برای آن اندیشید (فوکویاما، ۱۳۸۴: ۱۵). از این منظر، ایشان با طرح سؤالی عمیق این قضایا را مورد واکاوی قرار می‌دهد؛ آیا علم ژنتیک و پزشکی نوین یک طبقه اجتماعی جدید و برتر را پدید خواهد آورد که بقیه جهان را تحت سلطه خود گیرد و اندیشمندانی نیز توجیه‌گر آن باشند؟

۲-۱. تمثیل دو ناآرام شهر فوکویاما

فوکویاما از دو کتاب «جورج اورول» (Orwell, 1949)، با عنوان «۱۹۸۴» و کتاب «آلدوس هاکسلی» (Huxley, 1932)، با عنوان جهان دلیر نو، یاد می‌کند که به زعم او امکان حدوث وقایع ترسناک در آینده را نوید می‌دهد. به گفته فوکویاما این دو کتاب به مراتب پیش‌گوتر از آن بودند که در زمان انتشار آن تصور می‌شد؛ زیرا تمرکز آن‌ها بر روی دو فناوری خاص متفاوت بود. دو فناوری که در آینده پدید می‌آمدند و زندگی دو نسل بعد را نشان می‌دادند. داستان ۱۹۸۴ م. درباره چیزی است که ما امروز «فناوری اطلاعات» می‌نامیم و این داستان عامل اصلی موفقیت یک امپراتوری عظیم مستبد برپا شده در قاره اقیانوسیه، وسیله‌ای به نام پرده دورنما به بزرگی سطح یک دیوار است. پرده‌ای که می‌تواند به گونه‌ای هم‌زمان تصاویر را به یکایک خانه‌ها ارسال و یا از آن‌ها برای یک «برادر بزرگ» دریافت دارد. پرده دورنما قادر می‌سازد تمرکز دامنه‌داری بر روی زندگی اجتماعی مردم تحت نظارت خود داشته باشند. آن‌سان که حکومت می‌تواند از طریق یک شبکه سیم‌کشی شده عظیم با دریافت گزارش هر سخن و کاری امکان هرگونه گفتار و رفتار خصوصی را از میان بردارد (فوکویاما، ۱۳۸۴: ۲۰). اما فوکویاما در ادامه اشاره دارد که موضوع کتاب جهان دلیر نو در جهت مغایر و درباره انقلابی است که انتظار وقوع آن در فناوری زیستی^۱، می‌رفته است. به کار بردن «روش بوکانوفسکی» یعنی پرورش نطفه در رحم، بلکه آن‌گونه که امروز می‌گوییم در لوله آزمایش، تجویز داروهای شادی‌آوری به نام «سوما»^۲، نصب الکتروود در بدن برای اتصال آن به وسایل احساسات برانگیزی به نام «فیلیز»^۳، دستکاری در رفتار از راه تکرار مداوم کاری لذت‌بخش و اگر این میسر نیفتد با تزریق هورمون‌های مصنوعی گوناگون و چیزهای دیگری که به گفته فوکویاما همه به کتاب، فضایی عجیب و ترسناک می‌دهند.

ایشان در ادامه توضیح می‌دهد که با در نظر گرفتن گذشت حداقل نیم قرن از زمان انتشار این دو کتاب می‌بینیم، درحالی‌که پیش‌بینی‌های آن‌ها درباره تحولات صنعتی به گونه حیرت‌آوری درست از آب درآمده است؛ پیش‌بینی‌های کتاب ۱۹۸۴ م. درباره

تحولات سیاسی به‌کلی نادرست بوده است. آن سال که «پیترهابر»، برهان می‌آورد ظهور رایانه‌های شخصی متصل به شبکه ارتباط جهانی (اینترنت)، در واقع تحقق یابی وجود «پرده دورنما»ی اورول بود. اما این وسیله به جای تبدیل شدن به ابزار تمرکز قدرت، موجب پیدایش حالتی برعکس آن، یعنی دسترسی آزادانه مردم به اطلاعات و عدم تمرکز قدرت سیاسی شد. این بار به جای این که «برادر بزرگ» ناظر و مواظب کارهای آحاد مردم باشد، کاربران رایانه‌های شخصی و اینترنت، یعنی مردم، ناظر بر اعمال «برادر بزرگ» شدند. آن سان که دیگر حاکمان در همه جا مجبور به اطلاع‌رسانی زیادتر درباره کارهای خود گردیدند (Huber, 1994). اما به گفته فوکویاما حدود صحت پیش‌بینی‌های ناآرام شهر دیگر (جهان دلیر نو)، هنوز مانده است که معلوم شود. بسیاری از فناوری‌هایی که «هاکسلی» پیش‌بینی ظهور آن‌ها را کرده بود، اکنون دیگر همه در افق دید هستند. اما این انقلابی تازه و تنها در مرحله آغازین خود است. ایشان اشاره دارد، اکنون روزانه اطلاعات زیادی درباره پیشرفت‌های میانبر در زمینه فناوری زیست‌پزشکی و درباره پایان یافتن کار تکمیل نقشه ساختار ژنی انسان، به‌همین‌وار به‌سوی ما سرازیر می‌شوند که این‌ها همه رساننده اخبار ناخوشایندی درباره بروز تغییراتی جدی‌تر در آینده هستند (فوکویاما، ۱۳۸۴: ۲۹).

فوکویاما از دو کتاب اشاره شده، کتاب جهان دلیر نو را همواره ظریف‌تر و چالش‌انگیزتر می‌داند. در این جهان وجود عامل شر چندان آشکار نیست؛ زیرا در آن، کسی آزاری نمی‌بیند و در واقع جهانی است که در آن هر کس به هر چیزی که می‌خواهد می‌رسد، آن سان که یکی از شخصیت‌های داستان درمی‌یابد «مهارکنندگان مردم، دریافته‌اند که اعمال زور فایده‌ای ندارد» و مردم برای این‌که در جامعه‌ای مطیع و منظم زندگی کنند باید به جای وادار شدن زوری، به کل با فریب و اغوا به آن متمایل گردند. در این جهان بیماری‌ها و برخوردهای بین جوامع دیگر، همه محو و لغو شده‌اند. در آن، هیچ‌گونه حالت افسردگی، دیوانگی، احساس تنهایی یا فشار عصبی وجود ندارد. در آن دیگر هیچ‌کس دین را جدی نمی‌گیرد، هیچ‌کس نمی‌خواند، اما هیچ‌کس هم (به جز جان وحشی، بازیگر اصلی داستان) دلش برای این چیزها تنگ نمی‌شود؛ زیرا همه شاد و تندرستند! (فوکویاما، ۱۳۸۴: ۳۰).

به اذعان فوکویاما از زمان انتشار این کتاب، شاید میلیون‌ها انشاء و مقاله در پاسخ به این پرسش «که کجای این گونه زندگی غلط است؟» نوشته شده است و پاسخ داده شده، چیزی شبیه این بوده است: مردم جهان دلیر نو ممکن است شاد و تندرست باشند، اما آن‌ها دیگر موجودات انسانی (به معنای واقعی سخن) نیستند؛ آن‌ها دیگر تقلایی، آرزویی، عشق‌ورزی، احساس دردی، اختیار‌گزینش رفتار اخلاقی یا کارهای دیگری که

ما به طور سنتی آن‌ها را از ویژگی‌های سرشت انسانی خود می‌دانیم، نمی‌کنند. آن‌ها دیگر ویژگی‌هایی که به ما کرامت و عزت انسانی مان را می‌بخشید ندارند. در واقع، دیگر چیزی از نژاد یا تیره انسان باقی نمانده است؛ زیرا «کنترل‌کنندگان» جامعه با دستکاری در فرآیند زاد و ولد، مردم را به صورت گروه‌های آلفا، بتا، اپسیلن و گاما درآورده‌اند؛ گروه‌هایی که فاصله‌شان با یکدیگر به اندازه فاصله انسان کنونی و حیوان است. جهان آن‌ها عمیقاً، تا حد تجسم‌ناپذیری غیرطبیعی شده است؛ زیرا که سرشت انسان تغییر کرده است. به گفته «لئون کاس»، کارشناس جنبه‌های اخلاقی پژوهش در علوم زیستی: «برخلاف انسان‌هایی که به علت بیماری یا در نتیجه بردگی، منزلت خود را از دست می‌دهند، مردم ساخته شده بر طبق دستور پخت کتاب جهان دلیر نو، درمانده و بدبخت نیستند. آن‌ها نمی‌دانند که از مرتبه انسانی خود ساقط شده‌اند و بدتر از آن، اگر هم می‌دانستند اعتنایی به موضوع نمی‌کردند. در واقع آن‌ها بردگان شاد و دلخوش به برده‌بودن خویش هستند» (Kass, 2008).

۲-۲. ذات انسانی در مواجهه با فن‌آوری زیستی

فوکویاما معتقد است چنین پاسخ‌هایی، موضوع را در حد کافی عمیق بررسی نمی‌کند؛ زیرا در این صورت انسان می‌تواند بپرسد: «در تعریف سنتی هاکسلی از انسان بودن، چه چیز انسان بودن تا این اندازه مهم است؟» و در ادامه می‌گوید: هر چه باشد نژاد انسان امروز ثمره فرآیند تکاملی است که میلیون‌ها سال ادامه داشته است، فرآیندی که با قدری بخت مساعد تا یک آینده دور نیز ادامه خواهد داشت. ویژگی انسانی ثابت، جز توانایی کلی برای انتخاب آن‌چه می‌خواهیم بشویم وجود ندارد. توانایی ایجاد تغییر و تعدیل در خود، در جهت بودن آن‌چه می‌خواهیم باشیم؛ بنابراین به کسی چه مربوط است که به ما بگوید انسان و برخوردار بودن از جایگاهی بالا به معنای چسبیدن به فرشته عواطف است، عواطفی که جز ثمره تصادفی و حتی تاریخ تکامل ما نیستند؟ چیزی به نام خانواده بیولوژیکی و به نام «سرشت نرمال انسان» وجود ندارد و اگر وجود داشته باشد چرا باید این چیز راهنمای ما در تمیز حق از ناحق و عدل از ظلم باشد؟ هاکسلی در واقع به ما می‌گوید به تحمل درد خود، به افسردگی و احساس تنهایی، و یا به رنج بردن خود از بیماری‌های مهلک ادامه دهیم، چه این‌ها نشانه‌های انسان بودن ما هستند؛ کارهایی هستند که موجودات انسانی به مثابه نوعی موجود زنده همه در بخش اعظم دوره وجود خود کرده‌اند (فوکویاما، ۱۳۸۴: ۳۱).

در اینجا فوکویاما سؤالی را طرح می‌کند و خود نیز از منظر هاکسلی به آن پاسخ می‌گوید: «ما به جای متصل کردن این ویژگی‌ها به خود و گفتن این‌که این چیزها

پایه کرامت انسان را تشکیل می‌دهند، چرا به مثابه مخلوقاتی قادر به ایجاد تعدیل در خود، خیلی ساده نیابیم خود را تغییر دهیم؟ به نظر هاکسلی یک منبع شناخت مفهوم انسان بودن، دین است (Huxley, 1998). در جهان دلیر نو، دین ملغی شده است و مسیحیت چیزی جز یک خاطره دور نیست؛ بنابراین سنن دین مسیح، انسان مانند سیما یا تصویری از خود خداوند آفریده شده است و خاستگاه کرامت ویژه او نیز همین است؛ بنابراین، استفاده از فناوری زیستی با هدف آن چه نویسنده مسیحی دیگری به نام «سی اس لوئیس»^۴، «ملغی ساختن انسان» نامیده است، تخطی از خواست و اراده خداوند است (فوکویاما، ۱۳۸۴: ۳۱).

در ادامه فوکویاما اذعان دارد: «اما من فکر نمی‌کنم که از خواندن دقیق نوشته‌های هاکسلی یا لوئیس این نتیجه حاصل شود که هر دو نویسنده دین را تنها زمینه یا وسیله پی‌بردن به مفهوم انسان بودن می‌دانند. هر دوی آن‌ها این نظر را در میان می‌نهند که طبیعت و به ویژه سرشت انسان، نقش ویژه‌ای در شناساندن آن چه درست و نادرست، عادلانه و غیرعادلانه، و مهم و غیرمهم است، به ما دارد؛ بنابراین داوری نهایی ما درباره این که «چه چیزی در جهان دلیر نو»^۵ هاکسلی غلط است، بستگی به این پیدا می‌کند که از دیدگاه ما سرشت انسان، به مثابه یک منبع شناخت ارزش‌ها، تا چه اندازه مهم باشد» (فوکویاما، ۱۳۸۴: ۳۲). ایشان هدف این مباحث را برهان آوردن به سود درستی نظر هاکسلی اذعان می‌کند. به سود این نظر که مهم‌ترین خطر فناوری زیستی معاصر، تغییر یافتن سرشت انسانی ما و حرکت کردن ما به سمت یک مرحله تاریخی «پسا انسانی» است.

فوکویاما اشاره می‌کند که این مهم است، زیرا سرشت انسان چیزی است موجود و مفهومی با معنا که در حیات و تجربه ما به مثابه گونه‌ای موجود زنده، پیوستگی پایداری را به وجود آورده است. سرشت ما مشترکاً با دین، معرف بنیادی‌ترین ارزش‌های ماست. البته او اشاره دارد که ممکن است ما سرانجام مانند کتاب ۱۹۸۴م. پیامدهای فناوری زیستی را با شگفتی، کاملاً خوش‌خیم بیابیم و دریابیم که بیهوده بر سر آن خواب را بر خود حرام کرده‌ایم و این امکان نیز وجود دارد که این فناوری در پایان بسیار کم قدرت‌تر از آن چه امروز به نظر می‌آید از کار درآید، یا افراد در استفاده از آن مراقبت زیادتری به خرج دهند؛ اما به گفته او، این فناوری در قیاس با بسیاری از فناوری‌های دیگر فواید آشکاری را با آسیب‌هایی ظریف و ناپیدا در هم می‌آمیزد (فوکویاما، ۱۳۸۴: ۳۲). به زعم فوکویاما، سلاح‌ها و انرژی هسته‌ای از آغاز خطرناک دانسته شدند و در نتیجه مشمول مقررات سخت و محدودکننده‌ای گردیدند. مقابله با این گونه خطرات به علت آشکار بودن آن‌ها بسیار آسان است. اگر ما احتمال کشته شدن خود به دست

دستگاهی که خالق آن خود هستیم بدهیم حتماً اقدام لازم برای حفاظت از خود را خواهیم کرد؛ ما از لحاظ کنترل دستگاه‌های ساخت خود، تاکنون رکوردی قابل قبول و منطقی داشته‌ایم. ممکن است فناوری زیستی در آینده محصولاتی نظیر انواع ویروس (و یا برای مثال: غذاهای تعدیل ژنتیکی شده قادر به ایجاد واکنش‌های سمی در بدن) را به بار آورد که مانند موارد فوق تهدید یا خطری برای (سلامت) انسان باشد. این خطرات مانند خطرات سلاح هسته‌ای و نانوتکنولوژی به آسانی قابل دفع هستند؛ زیرا خطر را که شناسایی کردیم در صدد یافتن راه‌های مقابله با آن نیز بر خواهیم آمد، اما به گفته فوکویاما نمونه‌های بارز این تهدیدات و خطرات فناوری زیستی، خطراتی هستند که به گفته فوکویاما، هاکسلی خوب شناسایی کرده است: «فناوری پزشکی در بسیاری از موارد با ما تعامل شیطانی کرده است عمری درازتر اما با مغزی کم ظرفیت‌تر، رهایی از افسردگی اما همراه با رهایی از خلاقیت یا روحیه لازم، و درمان‌هایی که مرز میان دستاوردهای شخصی ما و آن چه را به مدد مواد شیمیایی مختلف موجود در مغز خود به دست آورده‌ایم، تار و نامشخص کرده‌اند» (Huxley, 1932).

۲-۳. آینده انسانی و سناریوهای محتمل فوکویاما

فوکویاما معتقد است در ارتباط با فن‌آوری زیستی، جامعه انسانی با سه سناریو مواجه است که به زعم او هر کدام در یکی دو نسل آینده امکان وقوع مشخص دارند: نخستین این‌ها، به انواع دارو مربوط می‌شود. روان‌شناسان در پی پیشرفت حاصل در فارماکولوژی اعصاب، کشف کردند که شخصیت انسان بیش از آن چه قبلاً تصور می‌شد شکل‌پذیر است. هم‌اکنون موردی مطرح است که به داروهای خاص روان‌درمانی مربوط می‌شود. داروهایی که بر ویژگی‌های شخصیتی مانند خودباوری و توانایی در تمرکز فکر اثر می‌گذارد. به گفته فوکویاما این داروها عوارض جانبی نامطلوب زیادی نیز دارد که باعث می‌شوند در مواردی که ضرورت درمان حتمی نباشد از تجویز آن‌ها خودداری شود، اما در آینده معلومات ژنتیکی حاصل، شرکت‌های دارویی را قادر به ساختن داروهایی خواهد کرد که درست سازگار با ویژگی‌های ژنتیکی یکایک بیماران باشد و عوارض جانبی ناخواسته آن‌ها به حداقل ممکن کاهش یافته باشد. افراد بی‌احساس به لاک خود فرو رفته، خواهند توانست بار دیگر جوشان و خروشان و درون‌نگرها برون‌نگر شوند. آن‌ها می‌توانند در چهارشنبه یک شخصیت و در پایان هفته شخصیت دیگری داشته باشند. دیگر هیچ‌کس عذری برای افسرده و ناشاد بودن نخواهد داشت. حتی افراد معمولاً شاد نیز می‌توانند بدون نگرانی از اعتیاد یا دچار خلأ روحی و یا در درازمدت دچار آسیب مغزی شدن، شادتر باشند (فوکویاما، ۱۳۸۴: ۳۳).

در سناریوی دوم، فوکویاما توصیف می‌کند که پیشرفت‌های حاصل از پژوهش در سلول‌های ساقه‌ای، دانشمندان را عملاً قادر خواهد ساخت هر بافتی از بدن را بازتولید کنند، آن‌سان که در نتیجه این‌کار، میانگین عمر انسان به خوبی به بالای صدسال برده شود. او در مثالی توضیح می‌دهد که افراد اگر به یک جگر یا قلب نو نیاز پیدا کنند، می‌توانند به سادگی آن را برای خود در جایی خالی از قفسه سینه یک خوک یا یک گاو پرورش دهند. فرآیند آسیب‌دیدگی مغز در اثر بیماری آلزایمر و سکتته را نیز می‌توان وارونه (یا برگشت) داد. به گفته او تنها مسأله باقی مانده این است که جنبه‌های ظریف و یا نه‌چندان ظریفی از فرآیند پیری هستند که مشکلات ناشی از آن‌ها را هنوز فناوری زیستی به‌گونه‌ای کامل حل نکرده است؛ مردم با یا به سن گذاشتن دچار جمود فکری و ذهنی می‌شوند و به‌گونه‌ای فزاینده دیدگاه‌های ثابت و تغییرناپذیر پیدا می‌کنند (فوکویاما، ۱۳۸۴: ۳۴).

و اما در سناریوی سوم فوکویاما، ثروتمندان به گونه منظم، جنین فرزندان آینده خود را در آزمایشگاه‌ها پیش از منتقل شدن به رحم مادر برای دلخواه کردن صفات آن‌ها تحت معاینه دقیق قرار می‌دهند؛ آن‌سان که دیگر با دیدن سیمای یک فرد جوان می‌توان به گونه فزاینده‌ای زمینه پرورش یا موقعیت اجتماعی و میزان هوش او را حدس زد. به گفته او، در آن زمان شخصی که واجد صفات دلخواه اجتماعی نیست مایل است پدر و مادر خود را برای انتخاب ژنتیکی بدی که کرده‌اند ملامت کند. در آن زمان دیگر زن‌های انسان برای پژوهش و تولید فرآورده‌های طبی جدید به حیوانات و حتی به گیاهان نیز انتقال داده شده‌اند. ژن‌های حیوانات معینی نیز با هدف افزایش توانایی بدنی و مقاومت برخی از جنین‌ها در برابر امراضی خاص، به ژن‌های آن‌ها افزوده شده‌اند. به گفته او، گرچه توانایی آن را دارند، جرأت ساختن موجودی از ترکیب دو ماده نطفه مختلف را (موجودی نیمش انسانی، نیمش میمون) هنوز پیدا نکرده‌اند. دیگر این‌که افراد جوان با دیدن هم‌درسانی با عملکرد هوشی بسیار پایین‌تر از خود به آن‌ها بدگمان شده، آنان را از لحاظ ژنتیکی انسان‌هایی کامل نمی‌یابند (و واقع امر هم این است که آن‌ها کامل نیستند)، (فوکویاما، ۱۳۸۴: ۳۵).

در ادامه، فوکویاما به «توماس جفرسون»^۵ اشاره می‌کند که در سال آخر زندگی خود نوشت «گسترش همه جانبه نور حکمت، این چشمان هر بیننده‌ای را بر روی این حقیقت باز کرده است که انبوه آدمیان به لطف خداوند زمین بر پشت زاده نشده‌اند و گروه کوچک چکمه و مهمیز پای برخوردار از امتیازی که بتواند از آن‌ها سواری مشروع بکشد، خلق نگردیده است». به زعم فوکویاما برابری حقوق افراد گنجانیده شده در اعلامیه استقلال آمریکا، مبتنی بر برابری طبیعی به اثبات تجربه رسیده خود انسان‌ها است. ما به مثابه افرادی مجزا از لحاظ فرهنگی تفاوت‌های زیادی با یکدیگر داریم، اما

همه در ویژگی انسان بودن خویش شریک هستیم و این ویژگی مشترک است که به ما فرصت می‌دهد با برقراری ارتباط با یکدیگر، با هم‌نوعان خود در نقاط مختلف سیاره خویش وارد روابط اخلاقی شویم؛ اما پرسش نهایی که فناوری زیستی به میان می‌آورد این است که: در آن زمان که ما دیگر مردمی زین بر پشت و گروهی چکمه و مهمیز پا را خلق کرده‌ایم، سرنوشت حقوقی ما چه خواهد شد؟

۳- ترکیب تحلیل‌ها

نگرانی‌ها دربارهٔ مخاطره، برجسته‌ترین ویژگی جامعهٔ معاصر است. نگرانی‌هایی که به گفتهٔ «بک» و همکاران (Beck et al., 1992)، نمی‌توانند با شیوه‌های سنتی فروکش کنند. یکی از پدیده‌های جامعهٔ مخاطره‌آمیز، شکل‌گیری الگوهای سلامت و بیماری با سازوکار پزشکی و با پزشکی شدن^۷، جامعه است. نتیجهٔ این فرآیند، انگاره یا پذیرش اجتماعی عمومی شکل پزشکی شدهٔ مسألهٔ اجتماعی یا تجربه‌ای انسانی است (Conrad, 1992)؛ از طرفی پزشکی‌سازی زایمان به‌طور گسترده، مستند شده است و زایمان به مثابه محل مخاطرهٔ قابل‌توجهی دیده می‌شود که در بهترین حالت در بیمارستان مورد رسیدگی قرار می‌گیرد (اسکمبلر و هیگز، ۱۳۶۷: ۲۷۲). باید گفت باروری با پدیدهٔ پزشکی نوین و فن‌آوری زیستی و بیولوژیک منبعت از آن یکی از مخاطره‌های بحث‌برانگیز جامعهٔ مدرن است. تناقض مسألهٔ اینجاست، دانشی که گمان می‌رفت دنیایی بهتر ایجاد کند، در کنار مزایای خود، بحران‌هایی را پیشکش آورده که نه تنها پا فراتر از مخاطرهٔ فردی گذاشته، بلکه مخاطره‌ای بشری و نسلی را در بطن خود دارد و هر بُعدی از آن می‌تواند ایجاد هراس و ناامنی در جامعه سازد. بحران‌هایی که پیش‌بینی آن‌ها از زبان اندیشمندی چون فوکویاما، به صدا در آوردن زنگ خطری است تا لبهٔ تیغ چنین فن‌آوری‌هایی از نظر پنهان نماند.

اما علاوه بر چالش‌های عمیق و ریشه‌ای که فوکویاما با نگاهی بسیط جامعهٔ انسانی را در تیررس دهشتناک آن نشان می‌دهد، می‌بایست با نگاهی خردتر مسائل آن واکاوی شود. مسائلی که حتی می‌تواند با توجه به جوامع و فرهنگ‌ها و مذاهب مختلف نمود متفاوتی داشته باشد؛ از جملهٔ این مسائل، چالش معطوف به فرزند حاصله، خانوادهٔ پذیرنده و گسترده‌تر از آن، خویشاوندی که در حول چنین خانواده‌هایی شکل می‌گیرد می‌باشد؛ به‌عنوان مثال، یکی از بارزترین این موارد، هویت قانونی و حقوقی فرزندان حاصله است. آن‌گونه که اگر فرزند، حاصل تلقیح مصنوعی یک گامت بیگانه باشد و یا به‌صورت جنین اهدایی، انفصال ژنتیکی از زوجین (خانواده) پرورش‌دهندهٔ خود داشته باشد، هویت قانونی و حقوقی ناروشنی خواهد داشت.

بحث بی‌نام بودن یا محرمانگی، که جزو بحث برانگیزترین مسائل این حیطه است، در تمامی مکاتب حقوقی و اخلاقی مطرح می‌باشد. پنهان کردن ارتباط ژنتیک کودک با والدین، از جمله موضوعاتی است که به لحاظ اخلاقی، فقهی، حقوقی، جامعه‌شناسی و روان‌شناختی قابل بحث و بررسی است. امروزه قانون رسمی بیشتر کشورهای جهان، از جمله فرانسه، دانمارک و اسپانیا، مبتنی بر استفاده از روش اهدای ناشناخته است. در آمریکا نیز هرچند تا سال ۱۹۹۸ م. قانونی رسمی در این زمینه وجود نداشت، دستورالعملی برای اهدای گامت وجود داشت که ناشناخته بودن اهداکننده را توصیه می‌کرد (علوی قزوینی، ۱۳۹۷). در مقابل برخی از کشورها تمایل به استفاده از روش اهدای شناخته شده جنین دارند؛ سوئد اولین کشوری بود که استفاده از این روش را توصیه کرد. از سال ۱۹۸۴ م. نیز براساس قوانین این کشور، فرزندان حاصل از اهدای گامت می‌توانستند بعد از رسیدن به ۱۸ سالگی جهت دریافت اطلاعات راجع به منشأ ژنتیکی و شناخت والدین بیولوژیکی به پرونده‌های بیمارستانی خود مراجعه کنند (علوی قزوینی، ۱۳۹۷). هم‌چنین در آوریل ۲۰۰۵ م. برای اولین بار قانونی در بریتانیا وضع شد که به گمنامی اهداءکننده گامت و جنین پایان داد. پس از آن، کشورهایی مثل: اتریش، نروژ، هلند و نیوزیلند نیز قوانین مشابهی وضع کردند و به مورد اجرا گذاشتند (برهانی، ۱۳۸۸).

باید گفت در دهه گذشته افزایش چشمگیری در تعداد نوزادان متولد شده در نتیجه اهدای گامت در سطح جهان رخ داده است (Eitan-Schiller & Seidman, 2009)؛ به طوری که طبق گزارش باستر از کلینیک باروری ملی آمریکا ۴۷۲۳۲ تولد به دنبال اهدای تخمک و جنین بین سال‌های ۱۹۹۴ تا ۲۰۰۶ م. روی داده است (Buster, 2008). بر طبق گزارش مرکز کنترل بیماری و پیشگیری در ایالات متحده آمریکا، سالانه نزدیک به ۱۳۰۰۰ تلاش برای حاملگی با استفاده از تخمک‌های اهدایی صورت می‌گیرد (Stevens & Hayes, 2011). در کشورهای توسعه یافته در پذیرش آن‌ها تفاوت وجود دارد و در بسیاری از کشورها به‌کارگیری این روش‌ها مجاز نمی‌باشند (Baykal, 2008)؛ به‌عنوان مثال، در کشورهای چین و دانمارک فقط استفاده از تخمک‌های اضافی زنان تحت عمل IVF مجاز است (Purewal, 2009). در ایران و لبنان صدور فتوای «آیت‌الله خامنه‌ای» راه را برای اهدای گامت و جنین و رحم جایگزین گشود که در مفاد آن، استفاده از روش‌های اهدایی به‌عنوان حافظ پیمان زناشویی توصیف شده است (جعفری و همکاران، ۱۳۹۴)؛ از این رو، قانون اهدای جنین در ایران در سال ۱۳۸۲ در مجلس شورای اسلامی تصویب و آیین‌نامه اجرایی آن نیز در سال ۱۳۸۳ تصویب و ابلاغ شد و زوجین نابارور با محدودیت قانونی برای استفاده از این روش‌ها روبه‌رو نمی‌باشند؛

اما محدودیت‌های مختلف پزشکی، اعتقادی، فرهنگی و قانونی در به‌کارگیری فن‌آوری لقاح خارج رحمی در باروری شخص ثالث در ایران موجب شده است که این اقدامات درمانی به‌طور علنی و با شفافیت تمام صورت نگیرد^۸. در واقع ایران تنها کشور اسلامی است که بستر قانونی انتقال رویان برای باروری با دخالت شخص ثالث را فراهم کرده است؛ اما تفاوت‌های بنیادین مبانی حقوق ایران با حقوق کشورهای غربی که زادگاه این نهاد حقوقی هستند، موجب شده است ماهیت، آثار و احکام این نهاد در ایران متفاوت با دیگر نظام‌های حقوقی جهان باشد و ضرورت دارد قانون‌گذار تردیدها در خصوص پنهان یا آشکار بودن اهدا را از میان بردارد (آقایی بجستانی، ۱۳۹۷). در قانون فعلی ایران، اطلاعات مربوط به خانواده اهداکننده جنین باید محرمانه بماند. برخی نیز با احتمال به این‌که نیاز کودک به استفاده از اعضا پیوندی در موارد خاص ایجاب می‌کند، تأکید دارند نباید گذشته ژنتیکی کودک به‌طور کامل نابود شود و اذعان دارند این اطلاعات به تیم پزشکی پیوند، کمک زیادی خواهد کرد. حتی بسیار مهم‌تر از آن، عده‌ای معتقدند این حق کودک و هر انسانی است که از هویت و گذشته خود اطلاع داشته باشد و نادیده گرفتن منشأ تکوین کودک و محرمانه ماندن اطلاعات شخص اهداکننده باعث تضییع این حق می‌گردد (علوی قزوینی، ۱۳۹۷).

معطوف به چالش دیگر باید گفت، هر چند پدیده تولید مثل با استفاده از فن‌آوری نوین و روش‌های کمک‌کننده شخص ثالث به نسبت امری تازه و جدید در جامعه ما می‌باشد، اما با بالا رفتن میزان نازایی در میان زوجین، حتی اگر درصد کمی از آن‌ها از چنین روش‌هایی استفاده کنند با جمعیت کشوری هم‌چون ایران، با میزان قابل توجهی از موالید مواجه خواهیم شد که اتصال ژنتیکی روشنی با خانواده‌های پرورش‌دهنده خود نخواهند داشت؛ به عبارتی در مواردی که گامت توسط شخص ثالث به زن یا شوهر اهدا شود یکی از طرفین والد زیستی طفل نیست. در مورد اهداء جنین نیز، جنین به زوج دیگری تعلق دارد و در اصل حامل، مادر جایگزین خواهد بود. طبیعتاً چنین مواردی بر چشم‌انداز خانواده تأثیر خواهد گذاشت. این مسائل باز هم بسته به این‌که اهداکننده بیگانه باشد یا از اقوام و نزدیکان، مشکلات خاص خود را ایجاب می‌کند؛ به عنوان مثال، دغدغه اصل و تبار و ویژگی‌های شخصی و روحی اهداکننده بیگانه (بالأخص در ایران با توجه به عقاید مذهبی و عرفی) یکی از دل‌نگرانی‌های دریافت‌کنندگان محسوب می‌شود و یا زمانی که اهداکننده از اقوام و آشنایان باشد، ترس و واهمه از وابستگی و کشش روحی اهداکننده به فرزند متولد شده و یا شباهت‌های ظاهری بین اهداکننده و فرزند حاصله و یا حتی زایل شدن محرمانگی اصل موضوع، فی‌الجملة تهدیدهایی است برای خانواده پرورش‌دهنده فرزند.

اما مسأله زمانی پیچیده و بهت‌انگیز خواهد شد که در ارتباط با اهداکنندگان اقوام و نزدیکان نوع جدیدی از وابستگی و خویشاوندی رخ خواهد داد که تاکنون در جامعه و نسل بشری، شاهد مثالی نداشته است؛ با فرض مثال، زمانی که اهداکننده مادر، خواهر، برادر و یا هر نسبتی با زوجین دریافت‌کننده داشته باشند بعد از متولد شدن فرزند حاصله، نسب دوسویه برای فرزند و زوجین شکل خواهد گرفت که در این صورت به بیانی با نوعی خویشاوندی مضاعف، صور جدیدی از هم‌تباری، مسیرهای سنتی خویشاوندی را در می‌نوردد و بر ساختار سنتی آن تحمیل می‌گردد؛ و یا مسأله محرمانگی اهداکنندگان است، که در آینده ممکن است مسیر ازدواج کودکان حاصله از چنین لقاح‌هایی را با مشکل مواجه سازد. و یا باز هم مسأله‌ای عجیب زمانی است که اهداکنندگان از قومیت و یا حتی ملیت‌هایی^۱ جداگانه باشند؛ که در این صورت با خانواده‌هایی از قومیت‌های متفاوت یا ملیت‌های متنوع روبه‌رو خواهیم بود (!).^۲ به بیانی می‌توان گفت این فن‌آوری‌های ژنتیکی و تولید مثل کمکی، دوگانگی دیرینه بین طبیعت و فرهنگ را به چالش می‌کشاند. آن‌سان که با دور زدن روبه‌ها و هنجارهای فرهنگی، مباحث آشکار قوانین طبیعی را مغشوش می‌سازند و خواهان تعریف جدیدی از مفهوم پدر، مادر، خانواده و در سطح کلان نظام خویشاوندی خواهند شد. در کل، چالش‌های عمیقی که فوکویاما تشریح ساخته و هم‌چنین موارد اشاره شده، مسائلی هستند که معطوف به فرد، خانواده و خویشاوندی در مسیر بهره‌گیری از این پدیده نوین پزشکی امکان ظهور و بروز آن‌ها می‌رود. هم‌چنین در کنار این موارد، مسائل مالی و روابط و بازار دلالی که در این میدان می‌تواند شکل گیرد و بستر چانه‌زنی‌ها در تبادلات انسانی (!) را شبیه‌سازی کند، روی دیگر این بحران خواهد بود؛ فی‌الجمله، موارد اشاره شده و مسائلی که احتمالاً تاکنون پنهان مانده‌اند، می‌توانند در جامعه و آینده بشریت چالش‌هایی به بار آورد که بسی بحث و تأمل را با نگاهی بسیط و ژرف‌بینی تمام می‌طلبند.

۴- نتیجه‌گیری

همان‌طور که در مباحث آمده است، فوکویاما چشم‌اندازی معطوف به فن‌آوری‌های زیست‌پزشکی از آینده بشریت به نمایش گذاشته است. البته در پیش‌بینی‌های ایشان، تبادلات ژنتیکی چنان زمینه‌های مهیج و سودآوری را در عرصه نسخه‌برداری از انسان می‌تواند به ارمغان آورد که حتی برای خانواده‌هایی که دچار مسائل ناباروری نمی‌باشند ترغیب‌کننده است و محتمل است آنان نیز به جهت ایجاد تمایز و کسب امتیازات اجتماعی، تمایل به پرورش کودکانی داشته باشند که از ژنی متعالی‌تر کسب شود. اما از این منظر شاید بتوان گفت این نگرش می‌تواند با ذات انسانی مغایرت داشته باشد؛

چراکه معمولاً افراد بیش از آن‌که تمایل به ایجاد نسلی قوی ولو به واسطه کم از دیگران داشته باشند، خواهان امتداد نسل خود و تلاش در جهت حفظ و نگهبانی آن هستند؛ به عبارت دیگر، حفظ بقا که یکی از راه‌های آن در مسیر تولیدمثل صورت می‌گیرد و حتی یکی از مهم‌ترین نیازهایی است که بشر را به سمت تولیدمثل و فرزندآوری سوق می‌دهد، در سرشت انسانی نهفته است و نادیده گرفتن این میل انسانی و انقطاع خودخواسته نسلی - هرچند با نگرش ارتقاء ژنی - چندان واقع‌بینانه به نظر نمی‌رسد. لازم به ذکر است حتی وارد ساختن چنین نگرش انتقادی به این بُعد از پیش‌بینی فوکویاما، نباید ما را از هشدارهای زیرکانه او در ارتباط با دیگر مواردی که به جهت مسائل ناباروری، استفاده از چنین روش‌های نوین زیست‌پزشکی را ترویج می‌دهد، غافل کند. آمارها حکایت از آن دارند که ۶۰ تا ۱۶۸ میلیون نفر در سراسر دنیا، تحت تأثیر پدیده جهانی ناباروری قرار می‌گیرند و عمده افراد مبتلا، در کشورهای درحال توسعه زندگی می‌کنند (لنکرانی، ۱۳۹۵). «دیرکوند مقدم» و همکاران (۱۳۹۲)، با ارزیابی مقالات متعدد، میانگین میزان شیوع ناباروری در ایران را ۱۳/۲٪ اعلام کردند که در تفاسیل، فراوانی کلی ناباروری اولیه ۵/۲٪ و ناباروری ثانویه ۳/۲٪ گزارش شده است. این ارقام به ما می‌گویند اگر درمان تمامی و یا حتی بخشی از این ناباروری‌ها با استفاده از کمک‌کننده‌های ثانویه صورت گیرد، می‌توان برخی از پیش‌بینی‌های فوکویاما مبنی بر صدمات چنین فن‌آوری‌های نوین پزشکی، بر جامعه ایران را نیز جدی انگاشت.

اما همان‌طور که فوکویاما مسأله را به خوبی بازگو کرده و بدان پرداخته است، در ادامه مباحث خود، سؤالی بدین‌گونه طرح کرده است: ما در قبال فناوری زیستی که موارد زیادی را با خطرات جسمانی و آشکار یا روحی ظریف و ناپیدا در هم می‌آمیزد چه باید کنیم؟ ایشان در مقام پاسخ‌گو نیز، به راه‌حل آن توجه دارد و اشاره می‌کند: پاسخ روشن است باید با استفاده از قدرت حکومت و تصویب مقرراتی، آن را قانونمند کنیم؛ و اگر این از توانایی حکومتی به تنهایی خارج بود باید کار را بر پایه و مبانی بین‌المللی صورت دهیم و اکنون نیازمند یک اندیشه جدی درباره نحوه ایجاد نهادهای ویژه این کار هستیم. نهادهایی که قادر به تمیز کاربردهای خوب و بد این فناوری از یکدیگر باشند و بتوانند مقررات را به گونه مؤثری هم در سطح یکایک کشورها و هم در عرصه بین‌المللی به اجرا درآورند. اما او اذعان دارد، این پاسخ روشن برای بسیاری از شرکت‌کنندگان در مباحثات جاری درباره فناوری زیستی روشن نیست. مجادله آن‌ها درباره جنبه‌های اخلاقی کارهایی مانند نسخه‌برداری از انسان، تا آن حد انتزاعی و ذهنی شده که آن‌ها را به دو اردوگاه، یکی خواهان روا یا مجاز دانستن هرگونه کار و پژوهش و دیگری خواهان تحریم زمینه‌های آزمایشی و پژوهشی وسیع، تقسیم کرده

است. به گفته فوکویاما بحث دامنه‌دارتر، البته بحث مهم‌تری است، اما وقایع چنان تند در گذر هستند که ما به زودی نیاز به راهنمایی‌های عملی درباره نحوه هدایت تحولات آینده خواهیم داشت. هدایتی که سبب شود انسان به جای این فناوری، ارباب یا آقای آن باشد. چون بعید است که تمام ما، هر بررسی و پژوهشی را مجاز بدانیم یا پژوهش در حوزه‌های وسیع و قویاً نویدبخشی را حرام بدانیم؛ لذا ضرورت دارد در پی یافتن زمینه فعالیت بین این دو حالت باشیم (فوکویاما، ۱۳۸۴: ۳۶).

فوکویاما تأکید می‌کند با توجه به نواقصی که همواره در کار قانونمند کردن پیش می‌آید، وظیفه ایجاد نهادهای واضح و مجری مقررات را نباید سبک پنداشت. افراط در وضع مقررات کنترل، افراد بسیاری را دشمن‌گریزی هرگونه دخالت دولت کرده است، تا آنجا که این برآیند از وضع مقررات نظارت، در آینده می‌تواند از موانع اصلی قرار گرفتن فناوری زیستی تحت نظارت سیاسی باشد. یکی از مشکلات بزرگ وضع مقررات برای فناوری زیستی این است که اگر ممانعت از پیشرفت این فن‌آوری کار مطلوبی نیز باشد این کار به نظر مشترک همه غیرممکن است. اگر هر کشوری به تنهایی نسخه‌برداری از انسان یا مهندسی ژنتیک یا روش‌های دیگر اقدام به این کار را تحریم کند، اشخاص مایل به فعالیت در این راه خیلی ساده به حوزه قضایی مطلوب‌تری که در آن این گونه فعالیت‌ها مجاز باشد، خواهند رفت. به گفته ایشان، کشورهایی که با تحمیل قیود اخلاقی برای جوامع علمی خود، در این راه لنگان‌لنگان حرکت کنند از این لحاظ به علت رقابت جهانی موجود و جهانی شدن پژوهش در علوم زیست‌پزشکی قطعاً لطمه خواهند دید. اما این فکر نیز که متوقف یا مهارکردن پیشرفت‌های حاصل در مهندسی ژنتیک غیرممکن است، به دلایلی نادرست است. پی‌ریزی نهادها به گونه‌ای که در راه پژوهش‌های مثبت حداقل مانع را ایجاد کنند و در عین حال دارای قدرت اجرایی مؤثری هم باشد چالش بزرگ و مهمی است (فوکویاما، ۱۳۸۴: ۳۷).

فوکویاما اشاره دارد که بسیاری از مباحثات جاری درباره مسائل فناوری زیستی مانند استنساخ (نسخه‌برداری)، ساختن سلول‌های متخصص از سلول‌های ساقه‌ای و مهندسی اجزاء درونی سلول‌های نطفه‌ای، دو قطبی شده است؛ در یک قطب یا سمت جوامع علمی قرار دارند و در قطب دیگر افراد معتقد به دین. به اعتقاد فوکویاما این باعث می‌شود بسیاری از مردم ایرادات وارد به برخی از پیشرفت‌های حاصل فن‌آوری زیستی را منحصرناً ناشی از باورهای دینی بدانند. این دو قطبی شدن را فوکویاما نادرست و محل نزاع بین محققان و خشک‌اندیشان دینی قلمداد می‌کند. در ادامه، فوکویاما جهت رعایت احتیاط در استفاده از این فن‌آوری، از «مدل ارسطویی» استفاده می‌کند. «ارسطو» برهان می‌آورد که برداشت‌های انسان از درست و نادرست (یا از حق و ناحق)،

یعنی آن‌چه ما امروز «حقوق بشر» می‌نامیم درنهایت مبتنی بر سرشت خود وی هستند. معنی سخن این است که ما بدون دانستن نحوهٔ تلفیق امیال طبیعی، اهداف، صفات و رفتارها در یکدیگر برای ساخته شدن کل انسان نمی‌توانیم پی به اهداف غایی او ببریم. یا دربارهٔ چیزهایی مانند درست و نادرست، خوب و بد، عادلانه و غیرعادلانه به داوری بشینیم. ارسطو معتقد بود که کلمهٔ «خوب» برای رسانیدن معنای چیزهای دلخواه مردم ابداع شده است. وی دیدگاهی پیچیده و ظریف دربارهٔ گوناگونی و عظمت اهداف طبیعی غایی انسان دارد. هدف فلسفهٔ او متمایز کردن چیزهای طبیعی از قراردادی، و دادن ترتیبی عقلایی به ویژگی‌های خوب انسان است؛ از این رو، با توجه به نظر فوکویاما می‌توان در بستر اندیشمندانهٔ ارسطویی در نوع و میزان بهره‌گیری از این فن‌آوری‌ها به ذات و سرشت و نیاز وجودی انسان (فوکویاما، ۱۳۸۴: ۳۷).

اما علاوه بر مباحث ارزشمند و عمیقی که فوکویاما بدان اشاره دارد، برخی بر این تأکید دارند که توجه به: فرهنگ، مفاهیم، ارزش‌ها، باورهای عرفی، دینی، حقوقی و اخلاقی یک جامعه نیز در استفاده از این فن‌آوری‌ها باید مدنظر قرار گیرد (Geertz, 2008). در واقع از منظری دیگر این مهم، مذاقه‌ای می‌طلبد که هر تکنولوژی و فن‌آوری که از قلمرو علم می‌گذرد و در مقام کاربرد، قدم به عرصهٔ اجتماع می‌گذارد می‌بایست بر فرهنگ، عقاید و ارزش‌های هر جامعه‌ای ممزوج گردد. در واقع نقش کارکردگرایانهٔ هر فن‌آوری، از جمله فن‌آوری زیستی مورد بحث، موکداً می‌بایست در بطن هر جامعه و فرهنگ درون آن و منحصراً با ارزش‌ها و قواعد آن جامعه انطباق یابد. این روند نیز کمکی است تا دستان سودجوی صنعتگران حریص و برخی از دست‌اندرکاران پژوهش در دانش طبیعی نیز که نگاهی صرفاً فیزیکی به مسأله دارند و می‌رود تا یکه‌تازی این عرصه را داشته باشند، کوتاه گردد.

یکی از مسائل فرهنگی در این زمینه «استیگمای»^{۱۱} ناباروری است. این فشار اجتماعی را جامعه بسته به فرهنگ حاکم خلق می‌کند و می‌پروراند و چون طوق پولادین بر گردن قربانیانی می‌اندازد که از هنجارهای غالب تعریف شده تجاوز کرده‌اند (قانع‌عزآبادی و همکاران، ۱۳۹۴). در تعریف اجتماعی اگرچه باروری تحت عنوان «قدرت و توان فرزندآوری» بیان می‌شود، اما ناباروری تعریف جهانی مشخصی ندارد و در فرهنگ‌های مختلف، تعبیر مختلفی از آن می‌شود. در بعضی از فرهنگ‌ها ناباروری به معنی «ناتوانی برای داشتن تعداد بچه‌هایی که فرهنگ آن جامعه به زوجین دیکته می‌کند» و در مناطق دیگر به معنی «نداشتن فرزند پسر» می‌باشد (Evens, 2004). عقیدهٔ سنتی دیرپایی، که «میشل فوکو»^{۱۲}، متفکر بزرگ پست مدرن به سود آن براهینی قوی ارائه کرده است، وجود دارد که می‌گوید: آن‌چه جامعه آسیب یا بیماری می‌داند،

درواقع پدیده‌های ساخته دست خود آن است که در آن تخطی از چیزی که یک «نرم» یا رسم دانسته می‌شود، به صورت یک عیب جلوه داده می‌شود (Rosen, 1967). به بیانی می‌توان گفت در برخی جوامع، اهمیت فرزندآوری به قدری است که فقدان آن همراه با تحمل احساسات منفی چون: پیش داوری، تحقیر و انواع تبعیض‌هایی که از سوی جامعه بر زوجین تحمیل می‌گردد، می‌باشد؛ آن‌طور که حواشی اجتماعی آن، برای زوجین دردناک‌تر از نقایص جسمانی فردی است. این درحالی است که در عین حال، درمان این مشکل با استفاده از روش‌های کمک‌باروری (بالأخص کمک‌کننده شخص ثالث) قبح اجتماعی بسیار سنگینی دارد و به عنوان یک انگ اجتماعی تلقی شده که شأن زوجین نابارور را مورد آماج حملات خود قرار می‌دهد. در چنین فضای متناقضی است که می‌طلبید موضوع به لحاظ اجتماعی تعدیل گردد و بار ننگ چنین مسائلی برای افراد و خانواده‌های ذی‌حق که به نوعی درگیر ماجرا هستند، برداشته شود. لازم به ذکر است که با گسترش فن‌آوری‌های زیستی و روش‌های جدید کمک‌باروری، فرهنگ مواجهه با آن نیز شکل گیرد. هم‌چنین انتظار می‌رود حول موضوع مربوطه، مباحث جدیدی در حوزه علوم انسانی، به‌ویژه خانواده و خویشاوندی، ورود کند تا با توجه به مفاهیم و ساختارهای فرهنگی، حقوقی، عرفی و خویشاوندی، علاوه بر نگاهی بسیط از منظر بیرونی و ورای جامعه، بانگاهی بومی این پدیده نو پزشکی، مشاهده و تحلیل گردد.

اما یکی از جدل‌آمیزترین مباحث اخلاقی در این حیطة، بحث خرید و فروش است. به گفته محققین، درحال حاضر در ایران، اهدای گامت، جنین و هم‌چنین مادر جایگزین تجاری و انسان‌دوستانه، آزاد است؛ اما روش رایج، نوع تجاری است و هنوز حاشیه‌های اخلاقی تجاری و انسان‌دوستانه کاملاً روشن نشده است (گنجعلی‌خانی و همکاران، ۱۳۹۳) و امکان غلبه بعد تجاری در این مبادلات می‌رود. مخالفان روابط مالی و انگیزه‌های تجاری معتقدند جنبه‌های اخلاقی ارتباط میان والدین و فرزندان، چه برای دریافت‌کنندگان و چه اهداکنندگان با قراردادهای مالی و اهدای پول، آسیب می‌بیند. این گروه، رفتارها و انگیزه‌های تجاری در این نوع درمان را با برده‌داری و تن‌فروشی مقایسه کرده‌اند (Reilly, 2007). این مسیر باید به‌گونه‌ای تنظیم شود که گامت یا جنین اهدایی به عنوان کالا محسوب نگردد، بلکه شأن و کرامت انسانی آن کاملاً حفظ شود؛ به عبارت دیگر، همان‌طور که «عباسی» در پژوهش خود تأکید دارد، رابطه بین گیرنده و دهنده باید طوری تعیین شود که بُعد انسانی و ایثارگر آن پررنگ‌تر باشد (عباسی و رضایی، ۱۳۹۱). در این مسأله می‌توان با حذف رابطه مالی بین پزشک و بیمار و ارجاع آن به بیمه‌های درمانی دست دلالان و سوداگرایان این عرصه را قطع

کرد. تشکیل بانک جنین نیز در چارچوب قوانینی دقیق که حقوق والدین و کودک در آن به درستی لحاظ شده باشد، می‌تواند گام مهمی در راستای هدایت صحیح این مهم گردد.

در مجموع باید توجه داشت که علم ژنتیک و پیشرفت آن در دنیای امروز از سرعت بسیار بالایی برخوردار است. نادیده گرفتن و پس زدن آن، عقب افتادن از جرگه علوم و تحقیقات بشری و مزایای منشعب از آن است؛ همان طور که به کارگیری کورکورانه و بی‌توجه به ملاحظات فرهنگی و اجتماعی، رفتن به اعماق دنیایی ناشناخته و کشیده شدن و شتاب گرفتن در مسیری نامشخص است. ورود به این وادی حتی الامکان باید فارغ از غرض‌ورزی‌ها، منافع یا جانب‌داری‌های سیاسی^{۱۳} و سوداگرایان عرصه اقتصاد صورت گیرد. استفاده از این تکنولوژی و این فن‌آوری نوین پزشکی، می‌بایست با نظارت دولتمردان، با حضور متخصصان حیطة سلامت و با هدایت عالمان فرهنگی و اخلاقی و اندیشمندان اجتماعی همراه گردد. هم‌چنین با توجه و تأکیدی که از بطن این فن‌آوری زیستی، تغییرات بنیادی در نهاد خانواده بر ساخت می‌شود. لازم به ذکر است که جامعه‌شناسان و پژوهشگران اجتماعی نمی‌توانند و نباید در مقام نظاره‌گر، آرام و خموش از کنار چنین تحول ساختاری در بنیاد خانواده گذر کنند؛ لذا همان طور که نگرش جامعه‌شناختی، ملزم می‌سازد پدیده‌های نوظهور در جامعه، تبیین و تفسیر شود ضمن توجه به مفهوم تکوینی و وراثتی نهاد خانواده و نظام خویشاوندی، نیاز است با نگاهی عمیق به درون واقعیت ذکر شده این خانواده‌های نوظهور با قلم اندیشمندان اجتماعی، تعریف و بازخوانی گردند.

پی‌نوشت

1. Biotechnligy
2. Soma
3. Feelies
4. C S. Lewis
۵. سومین رئیس جمهور آمریکا از ۱۸۰۱ تا ۱۸۰۹ م. و تهیه‌کننده اعلامیه استقلال آمریکا از مستعمره امپراتوری بریتانیا.
6. Medicalization
7. Risk Society
۸. مبتنی بر شرایط محدود کننده که اشاره شد، به کارگیری روش‌های مذکور در مراکز درمانی ایران، علنی نمی‌باشد و از این رو آمار دقیق به کارگیری آن‌ها در دسترس محقق قرار نگرفت.
۹. با توجه به ایجاد بانک جنین و اسپرم و انتقال آن به اقصی نقاط جهان.
۱۰. البته با توجه به مباحث اسلامی این مسأله در ایران دور از واقع می‌باشد.
11. Stigma
12. Michel Foucault
۱۳. به عنوان نمونه، سیاست‌گذاری در عرصه ازدیاد جمعیت می‌تواند سیاسی کردن و جنبه حمایت‌گرایانه از چنین فن‌آوری‌هایی بدون توجه به مسائل حواشی آن، داشته باشد.

کتابنامه

- ادیب، آدینه؛ ساروخانی، باقر؛ و وثوقی، منصور، (۱۳۹۹). «تبیین جامعه‌شناختی رضایت از زندگی براساس تعارض در ایفای نقش‌های چندگانه و پیامدهای آن در بین زنان متأهل شهرداری تهران». پژوهش‌های جامعه‌شناسی معاصر، ۹ (۱۶): ۶۰-۳۷.
- اسکمبلر، گراهام؛ و هیگگز، پل، (۱۳۶۶)، مدرنیته، پزشکی و سلامت. ترجمه مهسا علاء، تهران: نشر فرهامه.
- آقایی بچستانی، مریم؛ و تاجفر، فریده، (۱۳۹۷). «جستاری در میانی فقهی مشروعیت تشکیل بانک جنین و تأثیر آن بر تحکیم خانواده، فصلنامه فقه و حقوق خانواده». نشریه ندای صادق، ۲۳ (۶۸): ۹۷-۱۲۳.
- باقری لنکرانی، نرگس، (۱۳۹۵). «نگرش زوجین نابارور به اهدای اسپرم: نقش باورهای مذهبی». فصلنامه خانواده‌پژوهی، (۱۲) ۴۶: ۲۳۶-۲۱۵.
- برهانی، نسیم؛ فریفته، فتانه؛ و عباسی، محمود، (۱۳۸۸). «اصل بی‌نام بودن و محرمانگی در اهدای گامت و جنین؛ چالش هزاره سوم». فصلنامه اخلاق پزشکی، ۳ (۸): ۱۷۵-۱۸۷.
- جعفری، حمیده؛ لطیف‌نژاد رودسری، رباب؛ تقی‌پور، علی؛ خادم، نیره؛ و ابراهیم‌زاده، سعید، (۱۳۹۴). «مقایسه آگاهی و نگرش زوجین نابارور گیرنده و غیرگیرنده نسبت به روش‌های اهدای کمک باروری در مرکز ناباروری مشهد». مجله دانشگاه علوم پزشکی تربت حیدریه، ۳ (۲): ۲۵-۱۶.
- دیکوند مقدم، اشرف؛ دل‌پیشه، علی؛ و سایه‌میری، کوروش، (۱۳۹۲). «بررسی میزان ناباروری در ایران به روش مرور سیستماتیک». مجله زنان، مامائی و نازایی ایران، ۱۶ (۸۱): ۷-۱.
- روشن، محمد، (۱۳۸۶). «بررسی حقوقی اهدای گامت و جنین». فصلنامه پایش، ۶ (۴): ۴۰۷-۴۱۴.
- شهریاری، حمید، (۱۳۸۶). «اهدای گامت از منظر اخلاق اسلامی». فصلنامه پایش، ۶ (۴): ۳۸۵-۳۹۸.
- عباسی، محمود؛ و رضایی، راحله، (۱۳۹۱). «مطالعه تطبیقی اهدای جنین از منظر فقه و حقوق پزشکی». فصلنامه حقوق پزشکی، ۶ (۲۱): ۳۳-۱۱.
- علوی قزوینی، سیدعلی، (۱۳۹۷). «محرمانگی در اسناد هویتی کودکان آزمایشگاهی». مجله مطالعات فقهی حقوقی زن و خانواده، ۱ (۲): ۷-۲۸.
- فوکویاما، فرانسیس، (۱۳۸۴). آینده پسانسانی ما. ترجمه حبیب‌الله فقیهی‌نژاد. تهران: مؤسسه انتشاراتی ایران.

- قانع عزآبادی، فرزانه؛ قاسمی، وحید؛ و کیانپور، مسعود، (۱۳۹۴). «نگرش اجتماعی به مجرد دختران ۳۰ سال و بالاتر (مورد مطالعه: شهر یزد)». پژوهش‌های جامعه‌شناسی معاصر، ۴ (۷): ۹۹-۱۲۷.
- کوئن، بروس، (۱۳۸۳). درآمدی به جامعه‌شناسی. ترجمه محسن ثلاثی، چاپ نوزدهم، تهران: نشر توتیا.
- گنجعلی‌خانی، مریم‌السادات؛ آرامش، کیارش؛ و بابائی، محمد، (۱۳۹۳). «روش کمک‌باروری مادر جایگزین در ایران: تجاری یا انسان دوستانه؟». مجله دانشگاه علوم پزشکی بابل، ۱۶ (۸): ۱۸-۱۳.

- Abbasi, M. & Rezaei, R., (2012), "Comparative Study of Embryo Donation from Viewpoint of Medical Ethics and Medical Law". *Medical Law*, 6(21): 11-33.

- Adib, A.; Saroukhani, B. & Vosough, M., (2020). "Sociological specification of life satisfaction on the bases of multiple role-playing conflict and its individual- social consequences among married women of Tehran municipality". *Contemporary Sociological Research*, 9(16): 37-60.

- Aghaei-Bajestani, M. & Tajfar, F., (2018). "Research on the jurisprudential foundations of the legitimacy of the establishment of the Jenin Bank and its effect on family consolidation, Family Jurisprudence and Law Quarterly". *Nedai Sadegh Journal*, 23(68): 97-123.

- Alavi Qazvini, S. A., (2018). "Confidentiality in the identity documents of laboratory children". *Journal of Jurisprudential Studies on Women and Family Law*, 1(2): 7-28.

- Bagheri, L. N., (2016). "Attitude of infertile couples towards sperm donation: the role of religious beliefs". *Family Studies Quarterly*, 12(46): 215-236.

- Baykal, B.; Korkmaz, C.; Ceyhan, S. T.; Goktolga, U. & Baser, I., (2008). "Opinions of infertile Turkish women on gamete donation and gestational surrogacy". *Fertility and sterility*, 89(4): 817-822.

- Beck, U.; Lash, S. & Wynne, B., (1992). *Risk society: Towards a new modernity* (Vol. 17). Sage.

- Burhani, N.; Farifete, F. & Abbasi, M., (2009). "The Principle of Anonymity (Confidentiality) in Embryo and Gamete Donation, 3rd Millennium Dilemma". *Medical Ethics Quarterly*, 3(8): 175-187.
- Buster, J. E., (2008). "The first live birth donation". *Sexuality, reproduction & menopause*, 6(4): 22-28.
- Coen, B., (2004). *An Introduction to Sociology*. Translated by: Mohsen Talasi, 19th edition, Tehran: Totia Publishing.
- Conrad, P., (1992). "Medicalization and social control". *Annual review of Sociology*, 18 (1): 209-232
- Deirkundamghaddam, A.; Del Pisheh, A. & Sayeh-Miri, K., (2013). "The Prevalence of Infertility in Iran, A Systematic Review". *Iranian Journal of Women, Obstetrics and Infertility*, 16(81): 1-7.
- Eitan-Schiller, Y. & Seidman, D. S., (2009). "Sperm or oocyte donation: the dynamics of making the decision regarding the method and timing of disclosure of information to the sibling". *Harefuah*, 148(4): 251-5.
- Evens, E. M., (2004). "A global perspective on infertility: an under recognized public health issue". *University Center North Carolina at Chapel Hill*, 18: 1-40.
- Fukuyama, F., (2005). *Our Posthuman Future*, translated by: Habibullah Faqih-Najad. Tehran: Iran Publishing Institute.
- Ganjalikhani, M. S.; Aramesh, K. & Babaei, M., (2014). "Surrogate Motherhood as an Assisted Reproductive Technique in Iran: Commercial or Altruistic?". *Journal of Babol University of Medical Sciences*, 16(8): 13-18.
- Geertz, C., (2008). *Local knowledge: Further essays in interpretive anthropology*. Basic books.
- Huber, P., (1994). "Orwell's Revenge: The 1984". *Palimpsest*: 222-228.
- Huxley, A., (1998). *Brave New World (1932)*. London: Vintage.
- Jafari, H.; Latif Nejadroudsari, R.; Taghipour, A.; Khadem, N. & Ebrahimzadeh, S., (2015). "Comparison of Knowledge and Attitude Towards Reproductive Donation Procedures Between Recipient and Non-Recipient Infertile Couples at Mashhad Infertility Center". *Journal of Torbat Heydariyeh University of Medical Sciences*, 3(2): 16-25.

- Kass, L. R., (2008). *Toward a more natural science*. Simon and Schuster.
- Orwell, G., (1949). *The Orwell reader: Fiction, essays, and reportage*. Houghton Mifflin Harcourt.
- Purewal, S. & van den Akker, O. B., (2009). "Systematic review of oocyte donation: investigating attitudes, motivations and experiences". *Human Reproduction Update*, 15(5): 499-515.
- Qane Ezzabadi, F.; Ghasemi, V. & Kianpour, M., (2015). "Social Attitudes towards the Singlehood of Girls over 30 years Old (The case of Yazd City)". *Contemporary Sociological Researches*, 4(7): 99-127.
- Reilly, D. R., (2007). "Surrogate pregnancy: a guide for Canadian prenatal health care providers". *Cmaj*, 176 (4): 483-485
- Rosen, G., (1967). *Michel Foucault: Madness and Civilization*. A History of Insanity in the Age of Reason. New York: Pantheon Books (95).
- Roshan, M., (2007). "Embryo and Gamete Donation: A Legal Analysis". *Paish Quarterly*, 6(4): 407-414.
- Scambler, G. & Higgs, P., (1987). *Modernity, Medicine and Health*. Translated by: Mehssa Alaa, Tehran: Farhameh Publishing.
- Shahriari, H., (2007). "Gamete Donation from an Islamic Ethics Point of View". *Paish Quarterly*, 6(4): 385-398.
- Stevens, J. B. & Hayes, C., (2010). "Perceptions regarding oocyte donation in a group of female college students". *MCN: The American Journal of Maternal/Child Nursing*, 35(1): 40-46.
- Van den Akker, O. B., (1998). "Functions and responsibilities of organizations dealing with surrogate motherhood in the UK". *Human fertility*, 1 (1): 10-13.

Factors Affecting the Unemployment of Graduates Western Islamic Azad Universities of Mazandaran Province

Rad-Akbari, F.^I, Pahlavan, M.^{II}, Abbasi-Esfjir, A. A.^{III}

<https://dx.doi.org/10.22084/CSR.2022.23568.2046>

Received: 2022/01/01; Accepted: 2022/05/15

Type of Article: **Research**

Pp: 37-66

Abstract

Unemployment is one of the major socio-economic problems that can have irreparable economic and social consequences and is one of the main reasons for economic and social problems. Meanwhile, the unemployment of young people and especially university graduates is of double importance due to the economic and social costs that have been incurred for their education. In this article, the factors affecting the unemployment of the graduates of Islamic Azad Universities in the west of Mazandaran province have been investigated. For this purpose, a survey method and a researcher-made questionnaire tool were used to collect information. The statistical population of the current research consists of all university graduates of humanities fields in the western universities of Mazandaran province in the years 2018-2019. 352 of them participated in this study by cluster sampling method. According to the descriptive findings, 69.3% were employed and 30.7% were unemployed. 24% of the respondents were self-employed. 19.3% of all employees were working in the government sector and 16.7% were working in the non-government sector, 30.7% were unemployed and 11.3% were studying in higher education. The results of this research showed that unemployment was observed in women, single people, people with lower education and at younger ages. In addition, the results indicate the direct and significant impact of social factors (population growth, social inequality and expansion of urbanization) and economic factors (high inflation rate, inability of graduates to invest, lack of skill training and low level of demand for graduates). It has been on the unemployment of graduates. Therefore, in order to control the unemployment of university graduates, it is necessary to develop a comprehensive plan with the cooperation of the Ministry of Science and implement it with the cooperation of various institutions.

Keywords: Graduate Unemployment, Islamic Azad Universities, Social Factors, Economic Factors, Individual Characteristics.

I. PhD Student in Sociology, Department of Social Sciences, Babol Branch, Islamic Azad University, Babol, Iran.

II. Assistant Professor, Department of Social Sciences, Babol Branch, Islamic Azad University, Babol, Iran, (Corresponding Author). **Email:** mpahlavan@baboliau.ac.ir

III. Associate Professor, Department of Social Sciences, Babol Branch, Islamic Azad University, Babol, Iran.

Citations: Rad-Akbari, F.; Pahlavan, M. & Abassi Esfajir, A., (2022). "Factors Affecting the Unemployment of Graduates Western Islamic Azad Universities of Mazandaran Province". *Two Quarterly Journal of Contemporary Sociological Research*, 11(20): 37-66. doi: 10.22084/csr.2022.23568.2046

Homepage of this Article: https://csr.basu.ac.ir/article_4621.html?lang=en

1. Introduction

Unemployment, in its traditional sense, is related to the problem of the workforce, unemployed people are known as a group of people who are looking for work, in recent years, many researchers have pointed out the shortcomings of this definition, which does not include hidden unemployment. They have paid attention. From the economic point of view, any activity that is carried out with the intention of production and is rewarded is called work, although from the point of view of sociologists, the concept of stability is included in the meaning of work, then it is possible that an activity that from an economic point of view is called work. It is considered that sociologists do not consider it a work due to the wrong consequences (such as the feeling of worthlessness in the individual, poverty and hardship and family problems, ets). of course the individual decision and will to remain unemployed, except in The cases where a person accepts unemployment to change job, the unemployment of university graduates is one of the most important issues in developing countries. (Raitzadeh Faramarez, 2013). Since in every society, heavy expenses are paid for the training of people in order to get them a job and also to meet the needs of the labor market, the unemployment of graduates will leave harmful effects on the society. The unemployment of the graduates is a waste of the huge human capital of the country, and since the economic competition is more dependent on trained and specialized human resources than ever before, the unemployment of the university graduates means a loss of capital. It is material, scientific and cultural that should be investigated as a social issue. Due to its consequences in economic and social anomalies, the problem of unemployment is annoying for all members of the country's population.

- **Materials and Methods:** Descriptive research using a survey method and a researcher-made questionnaire tool to collect information, the statistical population of the research is graduates of humanities majors from the western Azad universities of Mazandaran province in the years 2009 to 2019, distributed in the western cities of the province. : Nowshahr: 4020 people; Chalus: 7500 people; Tenkabon: 8251 people and Ramsar: 2463 people.

3. Theoretical definition of variables

- **Unemployment:** Unemployment is an involuntary and long interruption of

work so that it is not possible to find a new job and there is no job opportunity for a part of the workforce that is willing to work with unemployment as one of the signs of the current wage (Naimi Omran et al. 2018).

- **Economical:** How economic factors interact and how different economies work. A wide range of factors (inflation and costs, investment and production based on demand and supply of goods, labor markets where the demand and supply of various types of labor are made)

- **Social:** A set of factors that are the main constituents of societies from the dimensions of physical expansion (such as the expansion of cities), cultural (the totality of customs and traditions...) the level of health (physical and mental and health status), education

3. Operational definition of variables

To measure the validity of the questions from face validity, to measure the validity of the pre-test method and the reliability of the research. Cronbach's alpha coefficient for economic is 0.758 and for social is 0.769.

4. Data

- 59% of respondents are male and 41% are female
- 18.3 percent less than 25 years old, 23.3 percent 26 to 30 years old, 28.4 percent 31 to 35 years old, 16.7 percent 36 to 40 years old, 13.3 percent more than 41 years old
- 71% single, 29% married
- 40% bachelor's degree, 42.3% master's degree, 17.4% doctorate.
- 24% self-employed, 19.3% government sector, 16.7% non-government sector. 30.7 percent are job seekers, 11.3 percent are studying at a higher level of education. 69.3 percent employed, 30.7 percent unemployed.

58.6 percent of men and 43.7 percent of working women. This difference is statistically significant in the 99% confidence interval of 1% probability of error.

5. Conclusion

Considering the attitudes and factors affecting the unemployment of university graduates, the authorities of organizations should be used to plan and implement a comprehensive plan in the field of employment to solve this

problem. The Ministry of Science should cooperate with the relevant bodies.

The imbalance between labor supply and demand due to the policy of increasing the capacity of universities, which was implemented with the policy of reducing unemployment pressure, caused unemployed graduates to enter the labor market with a delay. The increase in labor supply on the one hand, the slight growth in labor demand on the other hand caused the unemployment of graduates to increase.

About 70% of the surveyed sample were employed, but the number of unemployed people is also a question to be considered. It is necessary for higher education to review the admission of humanities students. The student acceptance capacity should be determined according to the country's need for experts in each field. One of the most important things for having a dynamic economy is the balance between the supply of specialized labor and the demand of the labor market. It is useful to create a balance between the measures of higher education and the labor market.

It is suggested that the government, as the responsible person, implements extensive measures to reduce unemployment. The current programs are more limited to economic factors than management factors, including the provision of facilities, which do not create a desirable result due to the superstructure of the solution and the one-dimensional nature of the program; In addition to recognizing the factors that aggravate unemployment, programs should be set up and implemented in various administrative areas. The first step is to provide the possibility of the participation of the main actors (private sector, government...) and create trust in them.

Acknowledgments

I hereby acknowledge and thank the efforts of the precious professors, Dr. Manouchehr Pahlavan and Dr. Ali Asghar Abbasi Esfjir.

عوامل مؤثر بر بیکاری دانش‌آموختگان دانشگاه‌های آزاد اسلامی غرب استان مازندران

فلورا راداکبری^I، منوچهر پهلوان^{II}، علی اصغر عباسی اسفنجیر^{III}

شناسه دیجیتال (DOI): <https://dx.doi.org/10.22084/CSR.2022.23568.2046>

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱۰/۱۱، تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۲/۲۵

نوع مقاله: پژوهشی

صص: ۳۷-۶۶

چکیده

بیکاری یکی از مشکلات بزرگ اقتصادی-اجتماعی است که می‌تواند پیامدهای اقتصادی و اجتماعی جبران‌ناپذیری به همراه داشته باشد و از جمله دلایل اصلی بروز مشکلات اقتصادی-اجتماعی است. در این میان بیکاری قشر جوان و به خصوص فارغ‌التحصیلان دانشگاه‌ها به دلیل هزینه‌های اقتصادی و اجتماعی که برای آموزش آن‌ها انجام شده است، اهمیتی مضاعف دارد. در این پژوهش عوامل مؤثر بر بیکاری دانش‌آموختگان دانشگاه‌های آزاد اسلامی غرب استان مازندران مورد بررسی قرار گرفته است. بدین منظور از روش پیمایش و ابزار پرسشنامه محقق ساخته برای جمع‌آوری اطلاعات استفاده شده است. جامعه آماری تحقیق را کلیه فارغ‌التحصیلان دانشگاهی رشته‌های علوم انسانی دانشگاه‌های غرب استان مازندران تشکیل می‌دهند که ۳۵۲ نفر از آن‌ها به روش نمونه‌گیری خوشه‌ای در این مطالعه شرکت کردند. نتایج تحقیق نشان‌داد بیکاری در زنان، افراد مجرد، افراد دارای تحصیلات پایین‌تر و در سنین پایین‌تر به میزان بیشتری مشاهده شده است. علاوه بر این نتایج حاکی از تأثیر مستقیم و معنادار عوامل اجتماعی (افزایش جمعیت، نابرابری اجتماعی و گسترش شهرنشینی) و عوامل اقتصادی (بالا بودن نرخ تورم، ناتوانی فارغ‌التحصیلان در سرمایه‌گذاری، عدم مهارت آموزی و پایین بودن سطح تقاضای فارغ‌التحصیلان) بر بیکاری فارغ‌التحصیلان بوده است؛ لذا برای کنترل بیکاری فارغ‌التحصیلان لازم است طرح جامعی با همکاری وزارت علوم تدوین و با همکاری دستگاه‌های مختلف اجرایی گردد.

کلیدواژگان: بیکاری دانش‌آموختگان، دانشگاه‌های آزاد اسلامی غرب استان مازندران، عوامل اجتماعی، عوامل اقتصادی، ویژگی‌های فردی.

I. دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی، گروه علوم اجتماعی، واحد بابل، دانشگاه آزاد اسلامی، بابل، ایران.

II. استادیار، گروه علوم اجتماعی، واحد بابل، دانشگاه آزاد اسلامی، بابل، ایران (نویسنده مسئول).

Email: mpahlavan@baboliu.ac.ir

III. دانشیار، گروه علوم اجتماعی، واحد بابل، دانشگاه آزاد اسلامی، بابل، ایران.

۱. مقدمه

مفهوم بیکاری به معنای سنتی آن، با مسأله نیروی کار ارتباط دارد و افراد بیکار به عنوان گروهی از افراد شناخته می‌شوند که در جستجوی کار می‌باشند، ولی در سال‌های اخیر بسیاری از محققان به نقایص و کمبودها این تعریف که بیکاری پنهان را شامل نمی‌شود، توجه نموده‌اند. از نظر اقتصادی نیز هر فعالیتی که به قصد تولید انجام شود و پاداش داشته باشد، «کار» نامیده می‌شود؛ هرچند از دیدگاه جامعه‌شناسان، مفهوم ثبات در معنی کار لحاظ می‌شود، سپس ممکن است فعالیتی که از دیدگاه اقتصادی، کار به شمار می‌رود جامعه‌شناسان به دلیل پیامدهای نادرست (نظیر احساس بی‌ارزشی در فرد، فقر و تنگ‌دستی و مشکلات خانوادگی، بزهکاری و آلودگی به اعتیاد، عقب‌ماندگی کشور از نظر اقتصادی و...) و بی‌ثباتی آن را کار ندانند؛ بنابراین پذیرفته‌ترین مفهوم بیکاری عبارت است از: مجموع تمام افرادی که شاغل نیستند، اعم از کسانی که در جریان دستیابی به شغل جدیدند یا آنان که قادر به یافتن شغل با دستمزدهای متعارف و واقعی نیستند (رعیت‌زاده، ۱۳۹۳: ۱۵۳). البته تصمیم و اراده فردی به بیکار ماندن، جز در مواردی که فرد برای تغییر شغل، بیکاری را می‌پذیرد، بیکاری فارغ‌التحصیلان دانشگاه‌ها، یکی از مهم‌ترین مسائل کشورهای در حال توسعه می‌باشد. از آنجا که در هر جامعه هزینه‌های سنگینی را برای آموزش افراد به منظور دستیابی آن‌ها به شغل و هم‌چنین پاسخ‌گویی به نیازهای بازار کار پرداخت می‌شود، بیکاری فارغ‌التحصیلان اثرات زیانباری بر جامعه برجای خواهد گذاشت. بیکاری فارغ‌التحصیلان، به هدر رفتن سرمایه عظیم انسانی کشور است و از آنجا که اکنون رقابت اقتصادی، بیش از پیش به نیروی انسانی آموزش دیده و متخصص وابسته است، با این اوصاف بیکاری فارغ‌التحصیلان دانشگاه‌ها، به معنی از دست رفتن سرمایه‌های مادی، علمی و فرهنگی است که باید به عنوان یک مسأله اجتماعی، مورد تحقیق قرار گیرد.

۲. مبانی نظری

آموزش عالی در دو دهه اخیر گسترش سریعی یافته است. افزایش ظرفیت‌های آموزش عالی از طریق ایجاد دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی در کلیه استان‌های کشور و از طریق ایجاد دانشگاه آزاد اسلامی موجبات افزایش قابل ملاحظه عرضه فارغ‌التحصیلان دانشگاه‌ها شده و عدم هماهنگی بین فرصت‌های شغلی موجود در بخش‌های مختلف اقتصاد و به عبارتی کمبود تقاضا، بروز پدیده بیکاری فارغ‌التحصیلان دانشگاهی را فراهم کرده است.

طبق آخرین آمار مرکز آمار ایران، تا پاییز سال ۱۳۹۹، نرخ بیکاری جمعیت جوان

جامعه، یعنی سنین ۱۸ تا ۳۵ سال، در کل کشور ۱۶٫۵٪ بوده است که اگر به تفکیک جنسیت در نظر گرفته شود، ۲۸٫۷٪ متعلق به زنان، و ۱۳٫۶٪ متعلق به مردان است (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۹).

مطابق تحقیقات سازمان تجاری‌سازی فناوری و اشتغال دانش‌آموختگان جهاد دانشگاهی که در سال ۱۳۹۹ اجرا شد از مجموع بیش از ۷۶۸ هزار نفر بیکار فارغ‌التحصیل دانشگاهی، ۳۶۳ هزار و ۷۴۰ نفر مرد و ۴۰۴ هزار و ۳۱۱ نفر زن است که بالاترین تعداد مردان بیکار در رشته مهندسی، ساخت و تولید با ۱۷۸ هزار و ۴۶۱ نفر است و بیشترین تعداد زنان بیکار نیز با ۱۳۴ هزار و ۷۹۱ نفر در رشته علوم اجتماعی، بازرگانی و حقوق تحصیل کرده‌اند. در مجموعاً ۱۰۰ هزار و ۹۱۲ نفر مرد و زن در رشته‌های علوم انسانی و هنر و ۷۶ هزار و ۱۹۱ نفر نیز در علوم، ریاضی و کامپیوتر بیکار هستند. ۳۸ هزار و ۴۳۸ نفر در رشته‌های کشاورزی و دامپزشکی، ۲۵ هزار و ۹۹۷ نفر در رشته‌های بهداشت و رفاه (بهبیستی) و ۱۷ هزار و ۴۰۷ نفر در رشته خدمات بیکار هستند (سازمان تجاری‌سازی فناوری و اشتغال دانش‌آموختگان، ۱۳۹۹).

آمار نرخ بیکاری فارغ‌التحصیلان نشانگر مشکلات ساختاری در بازار کار کشور و نامتناسب بودن سامانه برنامه‌ریزی در نظام آموزش عالی با نیازهای بازار کار را به اثبات می‌رساند.

درواقع بیکاری به عنوان یک پدیده مخرب اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی مطرح بوده و رفع آن همواره از جمله دغدغه‌های اساسی برنامه‌ریزان بوده است (شامحمدی باغچه، ۱۳۹۵).

اگرچه مسأله بیکاری با توجه به تبعات آن در ناهنجاری‌های اقتصادی-اجتماعی و فرهنگی برای کلیه آحاد جمعیت کشور آزاردهنده و برای اقتصاد کشور بازدارنده است؛ با این حال بیکاری فارغ‌التحصیلان دانشگاه‌ها از حساسیت و اهمیت بیشتری برخوردار است. این اهمیت به دلیل سرمایه‌گذاری انجام شده برای تربیت نیروی انسانی ماهر در کشور و بلااستفاده ماندن آن در فعالیت‌های اقتصادی و وارد کردن خسارت به اقتصاد ملی از یک سو، فراهم نبودن زمینه برای محول کردن نقش‌های اجتماعی به افراد فرهیخته برای نیل به اهداف توسعه کشور از سوی دیگر و در عین حال امکان بروز اعتراض و عکس‌العمل در جامعه به سبب باسوادی و آگاهی بیشتر است (مطیری، ۱۳۹۳).

امروزه با پیشرفت علم و تکنولوژی و تغییرات جمعیتی از جمله افزایش جمعیت تحصیل کرده، مسأله اشتغال به یک مسأله کاملاً تخصصی تبدیل شده و نظام‌های سیاسی اجتماعی و اقتصادی را با چالش‌های جدید و جدی روبه‌رو ساخته است.

به طوری که در اکثر کشورهای در حال توسعه و از جمله ایران این مسأله به صورت یک معضل بزرگ و اساسی درآمده است. این در حالی است که داشتن فرصت‌های شغلی مناسب نیازمند اقتصادی پویا و کارآمد، زیرساخت‌های مناسب، سیستم آموزشی کارآمد، اشاعه فرهنگ کار و ... می‌باشد. ضمن آن که نمی‌توان از عواملی هم‌چون مسائل بین‌المللی، جریان‌های سیاسی، اعتقادات و مسائل فرهنگی بر روی آن چشم‌پوشی نمود؛ هم‌چنین نمی‌توان مسأله اشتغال را تنها به دولت، محصور و محدود نمود؛ بلکه حل معضل بیکاری نیازمند عزم ملی در ابعاد مختلف می‌باشد.

در این تحقیق عوامل مؤثر بر بیکاری دانش‌آموختگان دانشگاهی در غرب مازندران مورد بررسی قرار گرفته است؛ لذا تحقیق حاضر به دنبال پاسخ به این سؤال اساسی است: مهم‌ترین عوامل مؤثر بر بیکاری دانش‌آموختگان دانشگاه‌های آزاد اسلامی غرب استان مازندران کدامند؟

این پرسش وقتی اهمیت بیشتری می‌یابد که در یابیم استان مازندران دارای قابلیت‌ها و ظرفیت‌های مختلف اقتصادی، طبیعی و اجتماعی است که به نظر یا مسکوت مانده‌اند و یا به درستی و در مسیر مناسب مورد استفاده قرار نگرفته است. آنچه ضرورت انجام این پژوهش در غرب استان مازندران را نشان می‌دهد عبارتست از: افزایش رشد جمعیت و افزایش تعداد فارغ‌التحصیلان دانشگاهی در مقایسه با استان‌های همسایه و در عین حال بیشترین نرخ بیکاری فارغ‌التحصیلان دانشگاهی و به تبع آن اشتغال فارغ‌التحصیلان به مشاغل کاذب و یا مهاجرت به استان‌های دیگر و خارج از کشور که این امر در صورت ادامه وضعیت موجود، موجب کاهش گرایش به تولید علم و تکنولوژی در بین نخبگان و تحصیل‌کردگان خواهد شد و انواع ناملازمات اجتماعی ناهنجاری و بزهکاری با شدت بیشتری گسترش خواهد یافت.

با این اوصاف، هدف اصلی پژوهش حاضر با توجه به شرایط توصیف شده؛ شناسایی علل و عوامل خاصی است که موجب تشدید بیکاری شده و دستیابی به الگویی جامع از عوامل کلیدی اثرگذار بر بیکاری و عدم توسعه اشتغال این استان است. آشکارا با حصول به این هدف، متعاقب آن ارائه راهکارهای متناسب برای کاهش بیکاری و توسعه اشتغال در استان نیز در دسترس خواهد بود.

از آنجایی که پژوهش‌های زیادی در رابطه با وضعیت اشتغال و بیکاری فارغ‌التحصیلان، به‌ویژه رشته‌های علوم انسانی حوزه جامعه‌شناسی انجام نگرفته است؛ در نتیجه تحقیق فوق می‌تواند منبع خوبی برای پژوهشگران این حوزه باشد. در پژوهش پیش‌رو، ابتدا مبانی نظری تحقیق با تأکید بر عوامل مؤثر بر بیکاری مورد بحث قرار می‌گیرد. در ادامه، پیشینه تحقیقات با تمرکز بر پژوهش داخلی مشابه

با قلمرو موضوعی و مکانی تحقیق حاضر مرور می‌گردد؛ سپس روش تحقیق و گام‌های برداشته شده در حصول به هدف تحقیق مطرح می‌گردد و در نهایت، یافته‌های پژوهش بحث و نتیجه‌گیری می‌شود.

۳. ادبیات نظری و پیشینه پژوهش

«بیکاری» وضعیتی است که در آن بخشی از نیروی کار جامعه درحالی که توان و میل انجام کار را داشته باشند و در سن قانونی کار نیز باشند، نتوانند شغلی پیدا کنند (آقابخشی و میبدی، ۱۳۹۲: ۱۴۱).

«بیکار» در اقتصاد به فردی گفته می‌شود که بین سنین ۱۵ تا ۶۵ سال و جویای کار باشد، ولی شغل یا منبع درآمدی پیدا نکند؛ هم‌چنین از منظر آمار ایران، فردی بالای ۱۰ سال که در هفته قبل از آمارگیری فاقد کار باشد؛ هم‌چنین افرادی که به دلیل آغاز به‌کار در هفته آینده، یا انتظار بازگشت به شغل قبلی جویای کار نیستند بیکار محسوب می‌شوند (نیلی، ۱۳۸۶: ۱۱۱).

منظور از بیکاری، نداشتن کار و پیشه است و بیکار کسی است که پیشه معین و مشخصی ندارد و از دیدگاه اجتماعی شخص بیکار بسیار آسیب‌پذیر بوده و برای رفع نیازمندی‌های خود ممکن است ناگزیر شود دست به هر کار غیرقانونی بزند و به اجتماع گزند رساند (آشفته تهرانی، ۱۳۸۹: ۱۵۱).

تقسیمات مختلفی درباره بیکاری انجام گرفته است؛ در یک دسته‌بندی بیکاری به شکل‌های اصطکاکی (مدت زمان بین دو اشتغال در هنگام تغییر شغل)، بیکاری ادواری (ناشی از رکود اقتصادی) و بیکاری ساختاری (ناشی از ساختارهای اقتصادی و اجتماعی تفکیک می‌گردد) (بختیاری و یحیی‌آبادی، ۱۳۸۱: ۶۰-۶۱).

در برخی از متون به بیکاری ادواری از بیکاری فصلی (کاهش تقاضا برای کاری در فصل مشخصی) و بیکاری پنهان (فعالیت در مشاغل کاذب و غیرمولد) و بیکاری اختیاری نیز تأکید شده است (مؤسسه کار و تأمین اجتماعی، ۱۳۷۲: ۸۸).

در بحث عوامل تأثیرگذار بر بیکاری و دیدگاه‌ها و نظریه‌های مرتبط در این حوزه طیفی از عوامل و نظریه‌ها مطرح می‌باشند؛ لذا عوامل و علل مؤثر بر بیکاری به‌طور ویژه مورد توجه جامعه‌شناسان، اقتصاددانان و پژوهشگران رشته‌های مختلف قرار گرفته است.

از دیدگاه «کوپتس»^۱ (۲۰۰۶) عوامل مؤثر بر بیکاری در دو دسته عوامل فردی و محیطی قابل دسته‌بندی است. از دیدگاه وی، متغیرهایی مانند: جنسیت، سن، وضعیت تأهل، سطح آموزش، مهارت و سابقه شغلی از ویژگی‌های فردی است و در

مقابل نرخ بیکاری منطقه‌ای، عدم ثبات اقتصادی، بیمه‌های بیکاری، تحرک نیروی کار از شاخص‌های ویژگی‌های محیطی است (محمدی فر و الماسی فرد، ۱۳۹۹: ۱۲۱). در این میان، روان‌شناسان برای هر چیز از جمله بیکاری، ریشه روان‌شناختی آن را مطالعه می‌کنند و به فرد در برابر جامعه اهمیت بیشتری می‌دهند، ولی جامع‌شناسان به جامعه و روح جمعی اهمیت بیشتری می‌دهند و کل‌گرا، جمع‌گرا یا جامعه‌گرا محسوب می‌شوند؛ از جمله «دورکیم» نخستین فردی است که به بحث تقسیم کار اجتماعی توجه کرد و معتقد است در جوامع جدید کار به تعداد بی‌شماری از مشاغل مختلف تقسیم می‌شود که افراد در آن تخصص دارند (تودارو، ۱۳۶۶: ۳۴).

«ماکس وبر» را می‌توان از نخستین جامعه‌شناسانی دانست که ویژگی‌های فرهنگی و اجتماعی را عامل اشتغال معرفی کرده است؛ وی معتقد بود که فرهنگ تأثیر مهمی بر نگرش‌ها و رفتارهای اقتصادی افراد دارد (رازقی نصرآباد و همکاران، ۱۴۰۰: ۵۳). از نظر «پارسونز» بیکاری نتیجه عدم تناسب ویژگی‌های شخصیتی افراد با الزامات نظم نوین اجتماعی است؛ هرچند که متغیرهای دیگری چون تأثیر فضای خانوادگی، پیشرفت تحصیلی و آگاهی اجتماعی از جمله عوامل مؤثر است (محمدی و همکاران، ۱۳۹۷).

در ادبیات اقتصادی و از نگاه مبانی نظری، تئوری‌های متفاوتی برای تبیین تأثیر هر یک از عوامل فوق بر بیکاری وجود دارد؛ به عنوان مثال، تأثیر جنسیت بر دوره بیکاری را می‌توان براساس تئوری نئوکلاسیک‌ها، تئوری بازار کار دوگانه و تئوری جنسیتی تفسیر نمود. تئوری نئوکلاسیک‌ها بیان می‌نمایند که در مقایسه با مردان، طول دوره بیکاری برای زنان، به دلیل آن‌که بازار کار نخست نیروی کار با بهره‌وری بالاتر را جذب می‌نماید، بیشتر است؛ از این رو، در شرایطی که سطح آموزش، به عنوان عاملی مؤثر بر بهره‌وری، در زنان نسبت به مردان پایین‌تر است، زنان دوره بیکاری طولانی‌تری را نسبت به مردان تجربه می‌نمایند. این موضوع، خصوصاً زمانی که بازار کار از انعطاف‌پذیری لازم برخوردار نباشد، موضوعیتی مضاعف خواهد داشت (فیض‌پور، ۱۳۸۹).

هم‌چنین تأثیر وضعیت تأهل بر بیکاری با توجه به تئوری‌های جنسیتی قابل توجیه است؛ چرا که تئوری‌های جنسیتی، خصوصاً با فرهنگ ایرانی، وظایف اصلی زنان را عمدتاً تربیت و پرورش فرزندان دانسته، و این درحالی است که در این فرهنگ، تأمین درآمد موردنیاز خانوار بر عهده مردان گذاشته شده است و از این رو، انتظار می‌رود تحمیل چنین وظیفه‌ای بر مردان، باعث کاهش بیکاری برای این گروه گردد (فیض‌پور، ۱۳۸۶).

به دلیل اهمیت موضوع اشتغال و بیکاری، پژوهش در این حوزه دارای سابقه نسبتاً

طولانی است. در مطالعاتی که مورد توجه پژوهشگران تحقیق حاضر بوده است، با وجود تفاوت در دیدگاه‌ها، دلایل و راهکارها، موضوع افزایش اشتغال و کاهش بیکاری و لذا دستیابی به منافع حاصل از آن به طور گسترده مورد توجه قرار است. بررسی تحقیقات قبلی تأیید می‌کند که موضوع بیکاری به عنوان یک چالش کلیدی مورد توجه محققان حوزه‌های مختلف اقتصاد، مدیریت، جامعه‌شناسی، روان‌شناسی و نظایر آن قرار گرفته است. در ادامه برخی از مطالعات مرتبط با حوزه بیکاری با تأکید بر شباهت و نزدیکی قلمرو موضوعی و مکانی این تحقیقات با پژوهش حاضر، ارائه شده است.

- «عیسی‌زاده» و همکاران (۱۴۰۰) در تحقیقی با عنوان «بررسی عوامل مؤثر بر طول مدت بیکاری کارجویان در ایران» عوامل مؤثر بر طول مدت بیکاری کارجویان در ایران را برای دو گروه مردان و زنان با استفاده از داده‌های طرح آمارگیری نیروی کار در سال ۱۳۹۷ با روش‌های ناپارامتریک، نیمه پارامتریک و پارامتریک، بررسی کردند. نتایج نشان می‌دهد که احتمال اشتغال برای مردان متأهل، هم‌چنین زنان متأهل، به ترتیب بیشتر از مردان و زنان بدون همسر است. مردان شهری نسبت به مردان روستایی دوره بیکاری طولانی‌تری داشته‌اند؛ در حالی که احتمال اشتغال برای زنان ساکن در مناطق شهری بیشتر از زنان ساکن در مناطق روستایی بوده است. احتمال یافتن شغل برای مردان بیکار ۲۶ تا ۳۰ سال و نیز مردان بالای ۳۰ سال نسبت به بقیه، کمتر بوده است. به طور مشابه احتمال اشتغال برای زنان بیکار در گروه‌های سنی ۲۶ تا ۳۰ سال و بالای ۳۰ سال نسبت به سایر زنان کمتر بوده است. احتمال رسیدن به یک شغل برای زنان با سابقه، بیشتر از سه برابر زنان فاقد سابقه شغل بوده است. در هر دو گروه، افراد با سطح تحصیلات پیش‌دانشگاهی، دیپلم و زیردیپلم در مقایسه با افراد با سطوح تحصیلی بالاتر، از طول مدت بیکاری کمتری برخوردار بوده‌اند؛ علاوه بر این با افزایش نرخ بیکاری، طول مدت بیکاری مردان و زنان افزایش می‌یابد.

- «محمدی‌فر» و «الماسی‌فرد» (۱۳۹۹) در تحقیقی با عنوان «تبیین پیشران‌های اجتماعی و اقتصادی تعمیق پدیده بیکاری در کرمانشاه» که با استفاده از روش کیفی اجرا شد به این نتیجه رسیدند که مجموعه عواملی به صورت چندبعدی، چندمتغیره و پیچیده موجب بروز و تشدید بیکاری در استان کرمانشاه شده‌اند؛ از جمله این عوامل می‌توان به متغیرهای فرهنگی و اجتماعی، سیاسی-اداری، متغیرهای مدیریتی، عوامل سطح بنگاه و عوامل اقتصادی اشاره کرد که در طیفی از تأثیرگذاری مستقل یا درهم‌تنیده ایفای نقش می‌کنند. آن چه حائز اهمیت است لزوم بازنگری و تغییر جدی در حوزه متغیرهای سیاسی اداری در ایفای نقش دولت برای کنترل بیکاری در این استان است؛ چراکه نتایج مطالعه نشان داده است که از یک سو حوزه سیاسی-اداری در ایفای نقش

ذاتی خود در زمینه مورد مطالعه، دچار ناکارآمدی بوده و ناخواسته خود نقش تسهیل‌گر برای تعمیق بیکاری را ایفا می‌کند و از سوی دیگر، این حوزه توان و مسئولیت هدایت، سیاست‌گذاری و اثرگذاری بر متغیرهای مختلف تأثیرگذار بر اشتغال را داراست.

- «سلطانی» و همکاران (۱۳۹۸) در پژوهشی رابطه رگرسیونی خطی چندمتغیره بین عوامل مهم تأثیرگذار بر نرخ بیکاری را توسعه دادند. داده‌های فصلی مربوط به سال‌های ۱۳۹۴-۱۳۸۴ هستند که از منابع موثق اطلاعات اقتصادی کشوری تهیه شده‌اند. متغیرهای مستقل: خالص دارایی‌های خارجی سیستم بانکی (میلیارد ریال)، خالص بدهی بخش دولتی به سیستم بانکی (میلیارد ریال)، نقدینگی برحسب اجزای تشکیل‌دهنده آن (میلیارد ریال)، نرخ دلار (ریال)، نرخ مشارکت اقتصادی، متوسط نرخ تورم، متوسط نرخ سود سپرده یک‌ساله بانک‌های دولتی، جمعیتی جویای کار (۱۵-۶۵) هستند. نتایج حاکی از آن است که نرخ بیکاری و متوسط نرخ تورم و نرخ مشارکت اقتصادی رابطه منفی و معناداری دارند؛ درحالی‌که خالص بدهی بخش دولتی به سیستم بانکی و نرخ بیکاری، رابطه مثبت و معناداری داشته‌اند. بیشترین تأثیرات منفی در نرخ بیکاری را نرخ مشارکت اقتصادی و بیشترین تأثیر مثبت در نرخ بیکاری را خالص بدهی بخش دولتی به سیستم بانکی دارد.

- «پرندین» و «باغفلکی» (۱۳۹۷) در مقاله‌ای با عنوان «بررسی عوامل مؤثر بر بیکاری دانش‌آموختگان دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرمانشاه» به دنبال تعیین عوامل مؤثر بر بیکاری دانش‌آموختگان از ابعاد آموزشی، فرهنگی-اجتماعی و مدیریتی بوده‌اند. جامعه آماری پژوهش حاضر، شامل کلیه فارغ‌التحصیلان دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرمانشاه، در طی سال‌های ۱۳۸۹ الی ۱۳۹۲ می‌باشد. با استفاده از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای، تعداد ۱۵۰ نفر به عنوان نمونه انتخاب شده، سپس برای جمع‌آوری اطلاعات مورد نیاز، از افراد گروه نمونه خواسته شد، به پرسشنامه محقق ساخته پاسخ دهند. نتایج حاصل از اجرای این پژوهش، گویای این واقعیت است که عوامل آموزشی، مدیریتی، فرهنگی و اجتماعی در بیکاری فارغ‌التحصیلان داشته است. براساس یافته‌های این تحقیق، پیشنهاد می‌شود، در به‌کار گماردن افراد، رابطه‌ها در نظر گرفته نشود و رشته‌ها و آموزش‌های دانشگاهی با نیاز بازار کار متناسب گردد.

- «شاه‌آبادی» و همکاران (۱۳۹۵) تأثیر نهادها را بر نرخ بیکاری مورد بررسی قرار دادند. هدف این مطالعه بررسی تأثیر شاخص نهادی حکمرانی بر نرخ بیکاری در کشورهای منتخب عضو جنبش عدم تعهد، طی دوره ۲۰۱۲-۱۹۹۶م. است. نتایج مطالعه مبنی بر تأثیر منفی و بی‌معنای شاخص نهادی حکمرانی بر نرخ بیکاری، گویای ناهماهنگی سیاست‌های کلان اقتصادی با راهبردهای بهبود شاخص نهادی

و کاهش نرخ بیکاری و کیفیت نامناسب کیفیت قوانین و مقررات و وجود فساد و اثربخشی پایین دولت در اقتصاد در کشورهای مورد مطالعه است. پس سیاست‌گذاران و مسئولان اقتصادی در کشورهای مورد مطالعه باید تمهیدات لازم را درخصوص بهبود شاخص نهادی حکمرانی و به‌کارگیری هدفمند نیروی کار به‌کار گمارند؛ هم‌چنین، تأثیر متغیرهای تولید ناخالص داخلی و آزادی اقتصادی بر نرخ بیکاری کشورهای مورد مطالعه منفی و معنادار است. متغیرهای هزینه‌های جبران خدمات نیروی کار و وفور منابع طبیعی نیز بر نرخ بیکاری به ترتیب اثرات مثبت و منفی، اما بی‌معنی دارند.

- «مهاجرانی» و «صنعت‌خواه» (۱۳۹۰) در مقاله‌ای با عنوان «بررسی عوامل اقتصادی-اجتماعی مؤثر بر روند بیکاری در ایران» تلاش کردند با استفاده از رویکردی تلفیقی در حوزه اقتصادی، جامعه‌شناختی و جمعیت‌شناختی، روند، ابعاد و علت‌های عمده بیکاری را در کشور، مورد بررسی قرار دهند. نتایج تحقیق نشانگر آن است که بین عرضه و تقاضای نیروی کار در کشور هماهنگی دیده نمی‌شود؛ هم‌چنین، بیکاری در ایران، از میان انواع گوناگون بیکاری در جهان -بیکاری اصطلاحی، ساختاری و نقصان تقاضا- از نوع بیکاری در نقصان در تقاضا است. بیکاری در ایران دلایل گوناگونی دارد که از مهم‌ترین آن‌ها دلایل اقتصادی، جمعیتی و جامعه‌شناختی است. از دلایل جمعیتی-جامعه‌شناختی می‌توان به اندازه و ترکیب جمعیت (شمار، ترکیب سنی و جنسی) جمعیت که خود متأثر از باروری و مرگ و میر و مهاجرت است نام برد؛ و دیگر، مشارکت در نیروی کار که بستگی به سن ورود به بازار کار و میزان مشارکت زنان در نیروی کار دارد، نام برد. از دلایل اقتصادی مؤثر بر بیکاری در ایران، بنا به رویکرد تحقیق باید از ساختار نامتناسب تولید، افزایش حجم نقدینگی در کشور نام برد که نمایانگر مدارهای توسعه نیافتگی در اقتصاد ایران است. سهم اشتغال نیز در بخش‌های مختلف اقتصادی ناشی از آن است که بخش خدمات در کشور با بالاترین میزان اشتغال دارای کمترین بازده است.

- مطالعه «خرفی»^۲ (۲۰۱۵) با عنوان «تعیین عوامل مؤثر بر بیکاری در مصر» نشان می‌دهد احتمال بیکاری بلندمدت به‌طور قابل‌توجهی در میان زنان بیشتر از مردان است. متأهل بودن، دوره بیکاری زنان و مردان را افزایش می‌دهد که محقق دلیل آن را دریافت حمایت از سوی همسر و فرزندان می‌داند. جوانان ۲۰-۲۴ ساله، در مقایسه با افراد کم سن و سال‌تر، سریع‌تر شغل پیدا می‌کنند؛ به علاوه، اثر تحصیلات پدر بر دوره بیکاری نیز تخمین زده شده است که نتایج نشان می‌دهد افرادی که پدران‌شان در کارهایی که به مهارت نیاز ندارد مشغول هستند در مقایسه با آن‌هایی که پدران‌شان در مشاغل نیمه حرفه‌ای یقه‌آبی کار می‌کنند، دوره بیکاری طولانی‌تری را تجربه می‌کنند.

اما در مقابل، مشاغل تخصصی و حرفه‌ای پدران، تأثیری روی دوره بیکاری پسرانشان نداشته است.

- «گالکتی» و همکاران^۳ در سال ۲۰۱۵م. تحقیقی را با عنوان بهره‌وری و بیکاری: یک پنل داده‌های مقیاس به مقیاس برای کشورهای گروه هشت (G8) انجام داده‌اند. براساس نتایج تحقیق ضعف بهره‌وری نیروی کار یکی از عوامل کلیدی بیکاری محسوب شده و لذا رشد بهره‌وری در بلندمدت موجب اشتغال خواهد شد.

- «داناچیکا» و «مازیلسکو»^۴ (۲۰۱۴) با استفاده از دو مجموعه داده به تحلیل دوره بیکاری بلندمدت در دو کشور رومانی و مجارستان پرداختند. نتایج نشان داد که پایین بودن سن، احتمال ترک بیکاری را افزایش داده، اما با افزایش سن، احتمال اشتغال و مشارکت در برنامه‌های فعال بازار کار کاهش می‌یابد. داشتن تحصیلات بالاتر و سابقه کار نیز احتمال اشتغال را افزایش می‌دهد. طبق نتایج در کشور رومانی مردان بیکاری که در مناطق روستایی زندگی می‌کنند موقعیت مناسبی در بازار کار نداشته و احتمال خروج آن‌ها از بیکاری ۱۱/۷٪ کمتر از مردانی است که در مناطق شهری زندگی می‌کنند.

- «اورانگب» و «آصف»^۵ (۲۰۱۳) به بررسی عوامل اقتصادی تعیین‌کننده بیکاری هند، چین و پاکستان در سال‌های ۱۹۸۰ تا ۲۰۰۹م. پرداخته‌اند. در مدل رگرسیون خطی آن‌ها بیکاری کل تابعی از GDP، نرخ رشد ارز، تورم و رشد سالانه جمعیت است.

- «امه»^۶ (۲۰۱۲) به بررسی مشکل بیکاری جوانان در نیجریه پرداخته است؛ وی بیان داشته است که ۷۰٪ از جمعیت ۱۵۰ میلیونی نیجریه را جوانان تشکیل می‌دهند، ۷۱٪ جوانان نیجریه بیکارند و اکثریت آن‌ها فارغ‌التحصیلان جوان بالای ۲۰ سال هستند. از آنجایی که نیجریه با جمعیت فراوان، به خصوص نیروی کار جوان مواجه است؛ لذا شاه‌کلید حل مشکل بیکاری در این کشور، توسعه سرمایه انسانی است که در نیجریه تحت عنوان -توسعه جوانان- شناخته می‌شود. نکته مورد تأکید نویسنده این مقاله آن است که مقارن با برنامه توسعه جوانان، دیگر عوامل نظیر بودجه و حکمرانی خوب نیز باید مورد توجه قرار گیرد و حصول اطمینان از حکمرانی خوب و مدیریت صحیح منابع طبیعی از کانال بهبود شاخص نهادی حکمرانی این امر را تضمین می‌نماید که توسعه برنامه‌های راهبردی جهت جذب و به‌کارگیری نیروی جوان منجر به کاهش بیکاری می‌گردد؛ به عبارت دیگر، مکمل توسعه برنامه‌های راهبردی جهت جذب و به‌کارگیری نیروی جوان، وجود حکمرانی خوب است که می‌تواند مشکل بیکاری را رفع نماید. امه، سرانجام توصیه‌هایی را در این زمینه ارائه می‌نماید که عبارتند از: کاهش گسترده شاخص فساد سیاسی، مدیریت صحیح منابع طبیعی از کانال بهبود شاخص‌های نهادی، توسعه برنامه‌های راهبردی جهت جذب و به‌کارگیری نیروی

جوان همراه با توسعه مهارت‌های کسب و کار آفرینی. براساس مطالعات انجام‌یافته در ایران و کشورهای دیگر می‌توان دریافت که از یک طرف، عواملی مانند: افزایش جمعیت تحصیل‌کرده و کاهش تقاضای بازار کار، شرکت در انجمن‌ها و اتحادیه‌های کارگری، عدم مهارت، عدم تجربه شغلی، مهاجرت و... در بیکاری مؤثر است، ولی آن‌چه که اهمیت پژوهش عوامل تأثیرگذار بر بیکاری را چند برابر می‌کند این است که با وجود تحقیقات فراوانی که در این باره در جوامع گوناگون انجام یافته تأثیر بعضی از متغیرها، از جمله میزان تحصیلات، داشتن مهارت و تجربه کافی نمایان می‌شود اما تنها راه اطمینان از نحوه اثرگذاری آن‌ها، انجام پژوهش‌های تجربی برای هر جامعه، لازم به نظر می‌رسد.

از این رو، تشخیص عوامل مؤثر بر بیکاری یکی از راه‌هایی است که می‌تواند مورد تأمل بیشتری قرار گیرد. شناخت عوامل مؤثر بر بیکاری به سیاست‌گذاران و مدیران کشور کمک می‌کند تا برای برطرف کردن آن بکوشند؛ و نیز آمار و اطلاعات دقیقی در اختیار سازمان‌ها و نهادهای ذیربط قرار خواهد داد که توجه بیشتر به آن عوامل می‌تواند در رسیدن به اهداف اجتماعی، اقتصادی مورد نظر مؤثر واقع گردد. مجموعه این عوامل می‌تواند باعث پویایی بازار کار کشور و در نتیجه کاهش نرخ بیکاری شود.

با توجه به این مباحث تئوریک فرضیات زیر قابل طرح است.

- به نظر می‌رسد بین ویژگی‌های فردی (جنس، سن، وضعیت تأهل، سطح آموزش و مهارت شغلی، سابقه کار) و بیکاری فارغ‌التحصیلان دانشگاه‌های غرب استان مازندران رابطه وجود دارد.
- به نظر می‌رسد بین عوامل اجتماعی (افزایش جمعیت، نابرابری اجتماعی و گسترش شهرنشینی) و بیکاری فارغ‌التحصیلان دانشگاه‌های غرب استان مازندران رابطه وجود دارد.
- به نظر می‌رسد بین عوامل اقتصادی (بالا بودن نرخ تورم، ناتوانی فارغ‌التحصیلان در سرمایه‌گذاری، عدم مهارت آموزی و پایین بودن سطح تقاضای فارغ‌التحصیلان) و بیکاری فارغ‌التحصیلان دانشگاه‌های غرب استان مازندران رابطه وجود دارد.

۴. روش‌شناسی

تحقیق حاضر از نوع تحقیق توصیفی-تبیینی است که در آن از روش پیمایش و ابزار پرسشنامه محقق ساخته برای گردآوری اطلاعات استفاده شده است. جامعه آماری این پژوهش کلیه فارغ‌التحصیلان کارشناسی، کارشناسی ارشد و دکتری رشته‌های علوم انسانی دانشگاه‌های آزاد اسلامی غرب استان مازندران است که در طول سال‌های

۱۳۸۹ تا ۱۳۹۹ فارغ‌التحصیل شده‌اند و توزیع آن‌ها در شهرهای مختلف غرب استان بدین شرح است؛ نوشهر: ۴۰٪ نفر؛ چالوس: ۷۵۰۰ نفر؛ تنکابن: ۸۲۵۱ نفر؛ و رامسر: ۲۴۶۳ نفر.

براساس جدول «کرجسی» و «مورگان»، حجم نمونه ۳۵۲ نفر برآورد شد. پرسشنامه‌ها با استفاده از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای تصادفی توزیع شد. تعریف نظری متغیرها و مفاهیم اصلی به شرح زیر است.

- **بیکاری:** اصولاً بیکاری عبارتست از وقفه غیر ارادی و طولانی کار، به طوری که یافتن شغل تازه امکان‌پذیر نباشد و برای بخشی از نیروی کار که حاضر است با بیکاری یکی از نشانه‌های دستمزد جاری مشغول به کار شود فرصت شغلی موجود نباشد (نعیمی و همکاران، ۱۳۸۹).

- **عوامل اقتصادی:** مفاهیم اقتصادی که در کل به تحلیل تولید، توزیع و مصرف کالاها و خدمات می‌پردازد، کانون توجه دانش اقتصاد بر این است که عوامل اقتصادی چگونه رفتار و تعامل می‌کنند و اقتصادهای مختلف چگونه کار می‌کنند و طیف گسترده‌ای از عوامل (تورم و گرانی، سرمایه‌گذاری و تولید بر مبنای تقاضا و عرضه کالا، بازارهای کار و اشتغال که تقاضا و عرضه انواع نیروی کار در آن صورت می‌پذیرد) را دربر می‌گیرد.

- **عوامل اجتماعی:** یعنی شرایطی که افراد در آن به دنیا آمده، رشد، زندگی و کار می‌کنند و سیستم‌هایی که برای مبارزه با بیماری‌ها ایجاد شده‌اند (این سیستم‌ها در مقابل توسط گروهی از عوامل گسترده‌تر، یعنی اقتصاد، سیاست‌گذاری‌های اجتماعی و سیاست شکل می‌گیرند). عوامل اجتماعی طیف گسترده‌ای از عوامل که شکل‌دهنده اصلی جوامع از ابعاد گستردگی فیزیکی (مثل: گسترش شهرها)، فرهنگی (مجموع آداب و رسوم و...، اخلاقیات (میزان اعتیاد به انواع رفتارها، مواد، و انواع بزهکار و...) میزان سلامت (سلامت جسمی و روحی و جایگاه بهداشت در کل و میانگین عمر انسان‌ها)، تحصیلات (میزان مدارک دانشگاهی اخذ شده و میزان توانمندی علمی و فنی اعضای جوامع) را شامل می‌شود. تعریف عملیاتی متغیرها در جدول ۱ ارائه شده است.

برای سنجش اعتبار سؤالات از اعتبار صوری استفاده شده، به طوری که سؤالات در نظر گرفته شده برای سنجش مفاهیم اصلی تحقیق به تعدادی از کارشناسان و متخصصان برای داوری داده شد. نتایج ارزیابی متخصصان برخی از سؤالات حذف و سؤالات دارای اعتبار کافی به عنوان سؤالات پرسشنامه انتخاب و ساخت داده شد. هم‌چنین مرور تحقیقات تجربی صورت‌گرفته در ارتباط با موضوع نیز برای تعیین اعتبار ابزار تحقیق استفاده شده است.

جدول ۱. متغیرها، شاخص‌ها و مقیاس سنجش آن‌ها

| مقیاس سنجش | شاخص‌ها (معرف‌ها) | متغیرها |
|------------|--|----------------|
| رتبه‌ای | سن | ویژگی‌های فردی |
| | سطح تحصیلات | |
| | سابقه کار | |
| | جنسیت | |
| | وضعیت تاهل | |
| اسمی | | |
| رتبه‌ای | افزایش جمعیت، | عوامل اجتماعی |
| | نابرابری اجتماعی | |
| | گسترش شهرنشینی | |
| رتبه‌ای | بالا بودن نرخ تورم | عوامل اقتصادی |
| | ناتوانی فارغ‌التحصیلان در سرمایه‌گذاری | |
| | عدم مهارت آموزی | |
| | پایین بودن سطح تقاضای فارغ‌التحصیلان | |

برای سنجش روایی تحقیق از روش پیش‌آزمون استفاده شد و پایایی تحقیق از طریق ضریب آلفای کرونباخ برای عوامل اقتصادی ۰/۷۵۸ و برای عوامل اجتماعی ۰/۷۶۹ به دست آمده است.

روایی پرسش‌نامه نیز با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ در جدول ۲ ارائه شده است.

نتایج این آزمون حاکی از آن است که سؤالات پرسش‌نامه برای سنجش متغیرهای مورد نظر مناسب است و از روایی لازم برخوردار است.

جدول ۲. ضرایب آلفای کرونباخ نهایی مقیاس‌ها

| متغیرها | ابعاد | تعداد گویه | آلفای کرونباخ در مطالعه نهایی |
|---------|--|------------|-------------------------------|
| شخصی | افزایش جمعیت | ۵ | ۰/۷۰۱ |
| | نابرابری اجتماعی | ۴ | ۰/۸۱۱ |
| | گسترش شهرنشینی | ۲ | ۰/۷۸۰ |
| اقتصادی | بالا بودن نرخ تورم | ۳ | ۰/۸۱۵ |
| | ناتوانی فارغ‌التحصیلان در سرمایه‌گذاری | ۳ | ۰/۶۸۲ |
| | عدم مهارت آموزی | ۳ | ۰/۷۵۰ |
| | پایین بودن سطح تقاضای فارغ‌التحصیلان | ۲ | ۰/۷۰۲ |

۵. یافته‌های پژوهش**۵-۱. یافته‌های توصیفی**

- ۵۹٪ از پاسخ‌گویان مرد و ۴۱٪ زن بودند.
 - ۱۸/۳٪ از پاسخ‌گویان کمتر از ۲۵ سال، ۲۳/۳٪ تا ۲۶ سال، ۳٪ تا ۳۱ سال، ۲۸/۴٪ تا ۳۵ سال، ۱۶/۷٪ تا ۳۶ سال، ۴٪ تا ۱۳/۳٪ بیشتر از ۴۱ سال سن داشتند.
 - ۷۱٪ از پاسخ‌گویان، مجرد و ۲۹٪ متأهل بودند.
 - ۴٪ از پاسخ‌گویان دارای مدرک کارشناسی، ۴۲/۳٪ کارشناسی ارشد و ۱۷/۴٪ دکتر بوده‌اند.
 - ۲۴٪ از پاسخ‌گویان خوداشتغالی داشتند، ۱۹/۳٪ در بخش دولتی و ۱۶/۷٪ در بخش غیردولتی شاغل بودند. ۳۰/۷٪ بیکار جویای کار و ۱۱/۳٪ در مقطع تحصیلی بالاتر مشغول به تحصیل بوده‌اند. بر این اساس می‌توان ادعا کرد ۶۹/۳٪ از پاسخ‌گویان شاغل و ۳۰/۷٪ بیکار بوده‌اند.

۵-۲. عوامل مؤثر بر بیکاری

ویژگی‌های فردی (جنسیت): جدول ۳، نشان داد ۵۸/۶٪ از مردان و ۴۳/۷٪ از زنان شاغل بوده‌اند. این تفاوت در فاصله اطمینان ۹۹٪ و ۱٪ احتمال خطا از نظر آماری معنادار بوده است (P-Value=0/000).

نتایج تحقیق عیسی‌زاده و همکاران (۱۴۰۰) و خرفی (۲۰۱۵) همسو با نتایج تحقیق حاضر نشان می‌دهد که احتمال اشتغال برای مردان بیشتر از زنان است. نتایج تحقیق نشان داد با افزایش سن احتمال اشتغال افزایش می‌یابد؛ به نحوی که بیشترین درصد بیکاری در سن کمتر از ۲۵ سال و بیشترین درصد اشتغال در سنین بالاتر از ۴۱ سال مشاهده شده است. این تفاوت از نظر آماری در فاصله اطمینان ۹۹٪ و ۱٪ احتمال خطا معنادار است (P-Value=0/000).

علاوه بر این، نتایج حاکی از آن است که با افزایش سطح تحصیلات، احتمال اشتغال به کار افزایش می‌یابد؛ به نحوی که در میان فارغ‌التحصیلان دکترا بیکاری مشاهده نشده است. این فرضیه نیز تأیید شده است (P-Value=0/000). نتیجه مشابهی در تحقیقات عیسی‌زاده (۱۴۰۰) مشاهده شده است.

بر اساس نتایج تحقیق، به نظر می‌رسد درصد اشتغال به کار در افراد متأهل بیشتر است، اما این تفاوت از نظر آماری معنادار نمی‌باشد (P-Value=0/817). نتایج تحقیق همسو با نتایج تحقیق عیسی‌زاده (۱۴۰۰) نشان می‌دهد که احتمال اشتغال برای افراد متأهل به مراتب بیشتر از افراد مجرد و بدون همسر است

جدول ۳. آزمون X^2 برای بررسی رابطه ویژگی‌های فردی با وضعیت اشتغال

| متغیر | ابعاد | شاغل | بیکار | آزمون X^2 | درجه آزادی | سطح معناداری |
|-------------|------------------|------|-------|-------------|------------|--------------|
| جنس | مرد | ۵۸/۶ | ۴۱/۴ | ۱۹۲ | ۱ | ./۰۰۰ |
| | زن | ۴۳/۷ | ۵۶/۳ | | | |
| سن | کمتر از ۲۵ سال | ۵۵/۱ | ۴۴/۹ | ۲۳۵/۸ | ۴ | ./۰۰۰ |
| | ۲۶ تا ۳۰ سال | ۶۳/۹ | ۳۶/۱ | | | |
| | ۳۱ تا ۳۵ سال | ۷۵ | ۲۵ | | | |
| | ۳۶ تا ۴۰ سال | ۸۳/۳ | ۱۶/۷ | | | |
| | بالاتر از ۴۱ سال | ۸۹/۵ | ۱۰/۵ | | | |
| سطح تحصیلات | کارشناسی | ۵۵ | ۴۵ | ۳۸۸/۵ | ۲ | ./۰۰۰ |
| | کارشناسی ارشد | ۸۵/۵ | ۱۴/۵ | | | |
| | دکتر | ۱۰۰ | - | | | |
| وضعیت تأهل | مجرد | ۴۸/۵ | ۴۷/۷ | ۱/۰۵۳ | ۲ | ./۸۱۷ |
| | متاهل | ۵۱/۵ | ۴۷/۷ | | | |
| | بدون همسر | - | ۴/۶ | | | |

۳-۵. عوامل اجتماعی

در جدول ۴، مقادیر هم‌بستگی پیرسون نشان می‌دهد که بین شاخص‌های عوامل اجتماعی و بیکاری فارغ‌التحصیلان رابطه مستقیم و معنادار وجود دارد. این نتیجه با نتایج تحقیقات محمدی فر و الماسی فرد (۱۳۹۹)، «پرن‌دین» و «باغفلیکی» (۱۳۹۷) همخوانی داشته است.

نتایج تحقیق نشان می‌دهد که هرچه جمعیت افزایش یابد احتمال بیکاری فارغ‌التحصیلان نیز افزایش می‌یابد. این رابطه مستقیم است و در سطح متوسط از نظر آماری معنادار است. این رابطه از نظر آماری در فاصله اطمینان ۹۹٪ و ۱٪ احتمال خطا معنادار است (P-Value=0/000). با توجه به این‌که با افزایش نرخ جمعیت فعال اقتصادی، تقاضای کار نیز افزایش یافته است؛ از این‌رو، فرصت‌های شغلی برای تمامی جمعیت فعال اقتصادی کشور و از جمله فارغ‌التحصیلان دانشگاهی نیز کاسته می‌گردد؛ لذا نتایج این فرضیه دور از انتظار نبوده است.

رابطه نابرابری اجتماعی و بیکاری نیز مستقیم و معنادار است؛ بنابراین براساس نتایج تحقیق، هرچه نابرابری اجتماعی در جامعه افزایش یابد احتمال بیکاری فارغ‌التحصیلان نیز افزایش خواهد یافت و این رابطه از نظر آماری در سطح متوسط معنادار است (P-Value=0/000).

جایگزینی روابط بر ضوابط، قوانین و مقررات حاکم بر بازار کار، ناآگاهی افراد از این مقررات و ... باعث می‌شود که کارفرمایان از افراد غیرماهر به جای افراد ماهر استفاده کنند.

جدول ۴. آزمون ضریب هم‌بستگی پیرسون برای سنجش رابطه بین عوامل اجتماعی و بیکاری فارغ‌التحصیلان

| متغیرها | هم‌بستگی r | سطح معناداری sig |
|---|------------|------------------|
| افزایش جمعیت | ۰/۵۸۴ | ۰/۰۰۰ |
| نابرابری اجتماعی | ۰/۳۹۶ | ۰/۰۰۰ |
| گسترش شهرنشینی | ۰/۴۱۱ | ۰/۰۰۰ |
| r ضریب هم‌بستگی پیرسون Pearson دامنه تغییرات: $-1 \leq r \leq +1$ | | |

نتایج تحقیق نشان داد گسترش شهرنشینی به میزان معناداری با بیکاری فارغ‌التحصیلان رابطه دارد؛ به نحوی که با گسترش شهرنشینی احتمالاً می‌توان شاهد افزایش بیکاری فارغ‌التحصیلان بود (P-Value=0/000).

تراکم امکانات، تسهیلات و اشتغال در پایتخت و شهرهای بزرگ که باعث می‌شود که افراد دانش‌آموخته علاقه چندانی برای زندگی و کار در شهرهای دورافتاده و کوچک نداشته باشند و این امر موجب افزایش تقاضا نسبت به عرضه نیروی کار در شهرهای بزرگ شود که موجب گسترش بیکاری در این شهرها خواهد شد (عباسی شوازی و همکاران، ۱۳۹۶: ۱۱۱).

به اعتقاد «لیوینگستون» (۱۹۸۹) نظام آموزشی باعث افزایش انتظارات تحصیل کردگان و ترویج الگوهای زندگی شهری و شهرنشینی در میان فارغ‌التحصیلان می‌شود و افزایش انتظارات و شهرنشینی نیز بر بیکاری آن‌ها تأثیر می‌گذارد. علاوه بر نظام آموزشی، نابرابری درآمد بین بخش سنتی و شهری، مهاجرت و شهرنشینی را هم تشدید می‌کند و این مسئله بیکاری دانش‌آموختگان را افزایش می‌دهد (رضوانی و همکاران، ۱۳۹۲: ۴۷).

۴-۵. عوامل اقتصادی

در جدول ۵، مقادیر هم‌بستگی پیرسون نشان می‌دهد که بین شاخص‌های عوامل اقتصادی و بیکاری فارغ‌التحصیلان رابطه مستقیم و معنادار وجود دارد؛ به عبارت دیگر، نتایج تحقیق نشان می‌دهد که هرچه میزان تورم در کشور افزایش یابد احتمال بیکاری فارغ‌التحصیلان افزایش می‌یابد و این رابطه از نظر آماری معنادار است (P-Value=0/000).

نتایج تحقیق سلطانی و همکاران (۱۳۹۸) و «اورانگ‌ب» و «آصف» (۲۰۱۳) حاکی از آن است که نرخ بیکاری و متوسط نرخ تورم رابطه مثبت و معناداری داشته‌اند.

جدول ۵. آزمون ضریب همبستگی پیرسون برای سنجش رابطه بین عوامل اقتصادی و بیکاری فارغ‌التحصیلان

| متغیرها | همبستگی r | سطح معناداری sig |
|--|-----------|------------------|
| بالا بودن نرخ تورم | ۰/۶۱۲ | ۰/۰۰۰ |
| ناتوانی فارغ‌التحصیلان در سرمایه‌گذاری | ۰/۵۲۱ | ۰/۰۰۰ |
| عدم مهارت آموزی | ۰/۳۵۴ | ۰/۰۰۰ |
| پایین بودن سطح تقاضای فارغ‌التحصیلان | ۰/۴۱۲ | ۰/۰۰۰ |
| r ضریب همبستگی پیرسون Pearson دامنه تغییرات: $-1 \leq r \leq +1$ | | |

رابطه مستقیم و معنادار بین ناتوانی فارغ‌التحصیلان در سرمایه‌گذاری و بیکاری مشاهده شده است؛ بنابراین براساس نتایج تحقیق، شرایط رکود اقتصادی در جامعه موجب کاهش توان سرمایه‌گذاری فارغ‌التحصیلان خواهد شد و به تبع آن احتمال بیکاری فارغ‌التحصیلان نیز افزایش خواهد یافت و این رابطه از نظر آماری در سطح متوسط معنادار است (P-Value=0/000).

نتایج تحقیق نشان داد عدم مهارت آموزی به‌میزان معناداری با بیکاری فارغ‌التحصیلان رابطه دارد؛ به عبارت دیگر، عدم توانایی دانش‌آموختگان در راه‌اندازی کسب و کار و عدم آشنایی آن‌ها با مهارت‌های شغلی و مدیریتی موجب می‌شود توانایی خود اشتغالی نداشته باشند و تمایل افراد برای مشاغل پشت‌میزی افزایش یابد که با توجه به اشباع مشاغل خدماتی موجب بیکاری دانش‌آموختگان علوم انسانی خواهد شد (P-Value=0/000).

درواقع یافته‌های حاصل از آزمون این فرضیه نشان می‌دهد که مهارت کافی برای جذب فرصت‌های شغلی توسط دانش‌آموختگان و فارغ‌التحصیلان دانشگاهی وجود ندارد. از سوی دیگر جذب فارغ‌التحصیلان دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی کشور در بازار کار منوط به داشتن توانایی‌ها و مهارت‌هایی است که بخشی از آن‌ها می‌بایست در طول دوران تحصیل در دانشگاه ایجاد گردد، و عدم تناسب بین فرآیندها و مواد آموزشی رشته‌های تحصیلی موجود در دانشگاه‌ها با مهارت‌ها و توانایی‌های موردنیاز بازار کار، یکی از عوامل مهم عدم توفیق فارغ‌التحصیلان در کاریابی است.

نتایج تحقیق مؤید این مطلب است که تقاضا در جامعه برای جذب دانش‌آموختگان علوم انسانی کاهش یافته است (P-Value=0/000). این مسأله ممکن است ناشی از شرایط رکود اقتصادی، عدم مهارت‌های شغلی و یا افزایش عرضه دانش‌آموختگان علوم انسانی بیش از نیاز جامعه باشد که به هر حال احتمال اشتغال به‌کار دانش‌آموختگان

را کاهش می‌دهد. ازسوی دیگر، حرکت در جهت کوچک‌سازی دولت‌ها، پیشرفت‌های تکنولوژیک و حرکت در جهت سرمایه‌گذاری‌ها بر افزایش رقابت بین کشورها و به خصوص بین شرکت‌های بزرگ و چند ملیتی باعث شده تقاضا برای نیروی کار در بخش حقوق‌گیری به شدت کاهش یابد.

۶. تحلیل چندمتغیره تأثیر متغیرهای مستقل بر بیکاری فارغ‌التحصیلان

در این پژوهش، برای تعیین اثر متغیرهای مستقل از روش رگرسیون چندمتغیره جبری (هم‌زمان)^۷ استفاده شده است. متغیرهای مستقل هفتگانه افزایش جمعیت، نابرابری اجتماعی، گسترش شهرنشینی، بالا بودن نرخ تورم، ناتوانی فارغ‌التحصیلان در سرمایه‌گذاری، عدم مهارت آموزی و پایین بودن سطح تقاضای فارغ‌التحصیلان با انتخاب روش هم‌زمان وارد معادله شده‌اند. جدول ۶ و ۷، مدل خلاصه شده تأثیر متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته را نشان می‌دهند.

داده‌های جدول ۶، نشان می‌دهد که ضریب هم‌بستگی چندگانه، معادل ۰/۵۷ محاسبه شده که بیانگر این مطلب است که هفت متغیر افزایش جمعیت، نابرابری اجتماعی، گسترش شهرنشینی، بالا بودن نرخ تورم، ناتوانی فارغ‌التحصیلان در سرمایه‌گذاری، عدم مهارت آموزی و پایین بودن سطح تقاضای فارغ‌التحصیلان، هم‌زمان ۰/۵۸ با بیکاری دانش‌آموختگان ارتباط و هم‌بستگی دارند. ضریب تعیین، معادل ۰/۳۳ محاسبه شده است، یعنی حدود ۳۳٪ از تغییرات بیکاری دانش‌آموختگان از طریق متغیرهای مذکور توضیح داده می‌شود و ۶۷٪ باقی مانده، متعلق به عوامل دیگری است که خارج از این بررسی هستند. برای تشخیص این‌که سهم کدام یک از متغیرهای مستقل در تبیین و پیش‌بینی متغیر وابسته، یعنی بیکاری دانش‌آموختگان بیشتر است و سهم کدام یک کمتر، باید به جدول رگرسیونی مراجعه شود. در جدول معادله رگرسیون، اهمیت نسبی هر متغیر مستقل در توضیح تغییرات وابسته با مشاهده مقدار ضرایب یا وزن‌های رگرسیونی به دست می‌آید. جداول رگرسیونی نشان می‌دهد که همه متغیرهای مستقل مورد بررسی معنی‌دار بوده و هر یک از آن‌ها دارای وزن‌های متفاوتی هستند. ضرایب تأثیر استاندارد موجود در جدول ۷، نشان می‌دهد که متغیر بالا بودن نرخ تورم با ضریب تأثیر استاندارد رگرسیونی (۰/۳۴)، قوی‌ترین پیش‌بینی‌کننده

جدول ۶. خلاصه مدل رگرسیون چندمتغیره گرایش به حجاب

| R | R-square | Adjusted R-square | F | Sig |
|------|----------|-------------------|-------|-------|
| ۰/۵۸ | ۰/۳۳ | ۰/۳۳ | ۶۸/۱۹ | ۰/۰۰۰ |

جدول ۷. ضرایب تأثیر مدل تبیین‌کننده بیکاری فارغ‌التحصیلان

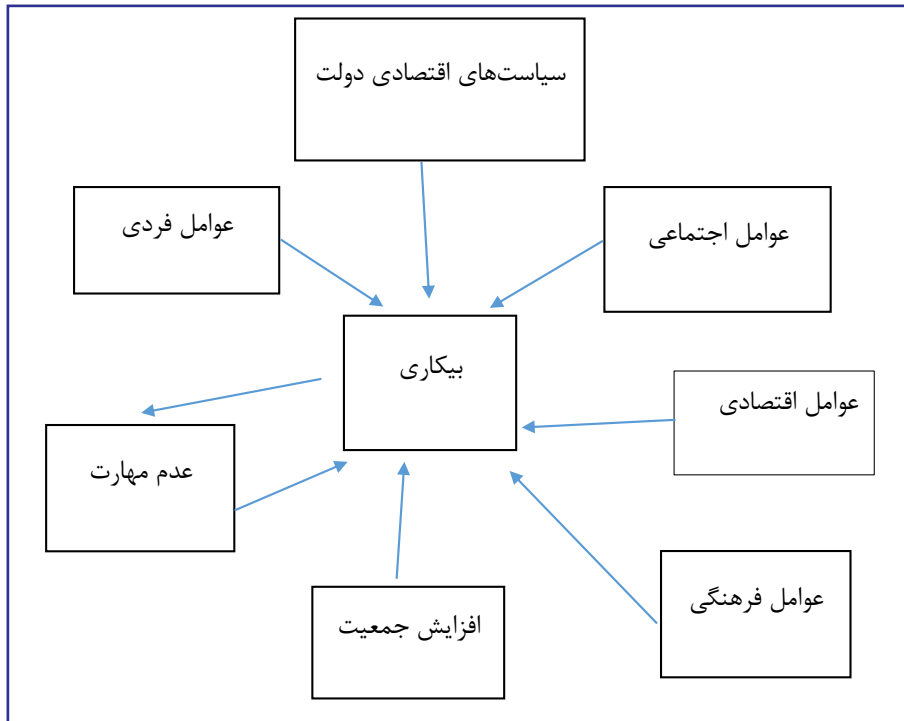
| Sig | T | Beta | B | Model |
|-------|-------|------|------|--|
| ۰/۰۳ | ۲/۰۸ | ۰/۰۷ | ۰/۶ | افزایش جمعیت |
| ۰/۰۰۰ | ۹/۶۰ | ۰/۳۳ | ۰/۲۰ | نابرابری اجتماعی |
| ۰/۰۰۵ | ۱/۹۱ | ۰/۰۶ | ۱/۷۱ | گسترش شهرنشینی |
| ۰/۰۰۱ | ۳/۴۴ | ۰/۳۴ | ۰/۴۰ | بالا بودن نرخ تورم |
| ۰/۰۰۰ | ۹/۶۶ | ۰/۱۲ | ۰/۳۲ | ناتوانی فارغ‌التحصیلان در سرمایه‌گذاری |
| ۰/۰۰۲ | ۱/۰۶ | ۰/۰۸ | ۰/۱۸ | عدم مهارت آموزی |
| ۰/۰۰۱ | ۴/۵۰۱ | ۰/۰۹ | ۰/۳۳ | پایین بودن سطح تقاضای فارغ‌التحصیلان |

بیکاری است که نسبت به متغیرهای دیگر مؤثرترین متغیر محسوب می‌شود. در مرتبه دوم، متغیر نابرابری اجتماعی با ضریب تأثیر استاندارد رگرسیونی (۰/۳۳) قرار دارد که نسبت به دو متغیر دیگر قدرت پیش‌بینی بیشتری دارد. در مرتبه سوم، متغیر ناتوانی فارغ‌التحصیلان در سرمایه‌گذاری قرار دارد که با ضریب استاندارد رگرسیونی (۰/۱۲) نسبت به متغیرهای دیگر دارای قدرت تبیین بیشتری است. در مرتبه چهارم، پایین بودن سطح تقاضای فارغ‌التحصیلان با ضریب تأثیر استاندارد رگرسیونی (۰/۰۹) قرار دارد. در رتبه پنجم، متغیر مهارت آموزی با ضریب تأثیر استاندارد رگرسیونی (۰/۰۸) و پس از آن گسترش شهرنشینی قرار دارد که دارای قدرت پیش‌بینی کمتری بین ۶ متغیر مستقل فوق در مدل بوده است.

۷. نتیجه‌گیری

مطالعه بازار کار در کشورهای مختلف نشان می‌دهد که مسأله اشتغال و بیکاری به خصوص بیکاری دانش‌آموختگان دانشگاهی با شدت و ضعف‌هایی در تمام کشورها، به‌ویژه در کشورهای در حال توسعه وجود دارد.

با توجه به نگرش‌ها و عوامل متعدد و مختلف عوامل مؤثر بر اشتغال و بیکاری دانش‌آموختگان آموزش عالی بایستی برای حل این معضل از اختیارات و امکانات سازمان‌ها و نهادهای مرتبط برای برنامه‌ریزی، تهیه و اجرای یک طرح جامع در زمینه اشتغال دانش‌آموختگان بهره‌برد. وزارت علوم باید با ارگان‌های مربوطه در این خصوص همکاری نماید.



نمودار ۱. چکیده تصویری

عدم توازن بین عرضه و تقاضای نیروی کار با توجه به سیاست افزایش ظرفیت دانشگاه‌ها که با سیاست تقلیل فشار بیکاری اجرا شد، موجب گردید سیل جوانان فارغ‌التحصیل بیکار با یک تأخیر زمانی وارد بازار کار شوند. آمارها نشان می‌دهند که در دهه اخیر با افزایش ظرفیت دانشگاه‌ها، عرضه نیروی کار دانش‌آموخته رشد قابل توجهی داشته باشد. افزایش در عرضه نیروی کار از یک سو، و رشد ناچیز تقاضای نیروی کار از سوی دیگر، موجب شده است که نرخ بیکاری دانش‌آموختگان به میزان قابل توجهی افزایش یابد که این میزان را می‌توان به سه دسته تقسیم کرد:

- مشکلات خارج از حیطه وزارت علوم، تحقیقات و فناوری
- مشکلات مربوط به سیستم آموزشی
- مشکلات فردی

اگرچه حدود ۷۰٪ از نمونه مورد بررسی شاغل بودند، اما تعداد بیکاران نیز مسأله قابل تأملی است. به نظر می‌رسد ضروری است که آموزش عالی درمورد پذیرش

دانشجویان علوم انسانی بازنگری نماید؛ به عبارت دیگر، ظرفیت پذیرش دانشجویان با توجه به نیاز کشور به افراد متخصص در هر رشته تعیین شود. به نظر می‌رسد یکی از مهم‌ترین موارد برای داشتن اقتصاد پویا تعادل بین عرضه نیروی کار متخصص و تقاضای بازار کار می‌باشد، ایجاد توازن بین اقدامات آموزش عالی و بازار کار مفید به نظر می‌رسد.

در این خصوص پیشنهاد می‌شود دولت به عنوان مسئول و متولی، اقدامات هدفمند و گسترده‌ای را جهت کاهش نرخ بیکاری تدوین و اجرا نماید. برنامه‌های فعلی بیش از عوامل سیاسی-مدیریتی و فرهنگی محدود به عوامل اقتصادی از جمله ارائه تسهیلات شده است که به دلیل روبنا بودن راهکار و تک‌بُعدی بودن برنامه، ممکن است نتیجه مطلوب را ایجاد نکند؛ بنابراین می‌بایست ضمن شناخت عوامل ایجاد و تشدیدکننده بیکاری، به صورت خاص برنامه‌هایی در حوزه‌های مختلف اداری-سیاسی و فرهنگی استان تنظیم و اجرایی شود. در این راستا می‌بایست در قدم اول امکان مشارکت کنشگران اصلی (اعم از: بخش خصوصی، دولتی و علمی) را فراهم آورد و در آن‌ها باور و اعتقاد لازم را ایجاد کرد. ترویج گفتمان عمومی و کارشناسی بر سر راهبردهای کاهش بیکاری در استان می‌تواند به معنابخشی جمعی کمک کرده و درک مشترک و همراهی بهتر را ایجاد نماید. این راهبرد می‌تواند منجر به تصویب مفاهیم مشترک، فهم بهتر و حمایت‌های اجرایی شود.

پی‌نوشت

1. Kupets
2. Kherfi
3. Gallegati et.al
4. Danacica and Mazilesku
5. Aurangzeb & Asef
6. Emeh
7. Enter

کتابنامه

- آشفته‌تهرانی، امیر، (۱۳۸۹). جامعه‌شناسی کار و پیشه. تهران: انتشارات بهمن برنا.
- آقابخشی، حبیب؛ و رشیدیان میبدی، مریم، (۱۳۹۲). «برنامه‌های کاهش بیکاری در برنامه سوم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی و جایگاه مددکاری اجتماعی در تأمین رفاه». فصلنامه پژوهش اجتماعی، ۵ (۲۰): ۱۳۷-۱۵۹.

- باغفلکی، افشین؛ و پرندین، شیما، (۱۳۹۷). «بررسی عوامل مؤثر بر بیکاری دانش‌آموختگان دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرمانشاه». فصلنامه جمعیت، ۲۴ (۱۰۱) و (۱۰۲): ۵۹-۸۴.
- بختیاری، صادق؛ و یحیی‌آبادی، ابوالفضل، (۱۳۸۱). «تحلیل تجربی نقش بخش‌های اقتصادی در تغییر نرخ بیکاری در ایران». مجله تحقیقات اقتصادی، ۶۰: ۷۸-۵۹.
- تودارو، مایکل، (۱۳۶۶). توسعه اقتصادی در جهان سوم. ترجمه غلامعلی فرجادی، تهران: انتشارات مرکز مدارک اقتصادی-اجتماعی، سازمان برنامه و بودجه.
- رازقی نصرآباد، حجه بی‌بی؛ علی‌مندگاری، ملیحه؛ میری، راضیه؛ و کارگرشورکی، محمدرضا، (۱۴۰۰). «فهم جامعه‌شناختی علل بیکاری جوانان شهر کرمانشاه براساس نظریه زمینه‌ای». دوفصلنامه جامعه‌شناسی نهادهای اجتماعی، ۸ (۱۷): ۴۷-۸۲.
- رضوانی، محمدرضا؛ منصوریان، حسین؛ محمودیان زمانه، مهرداد؛ و حیدریان محمدآبادی، راضیه، (۱۳۹۲). «تحلیل مکانی بیکاری در نواحی شهری و روستایی ایران با رویکرد تحلیل اکتشافی داده‌های مکانی». فصلنامه برنامه‌ریزی کالبدی فضایی، ۱ (۳): ۳۷-۴۸.
- رعیت‌زاده، فرامرز، (۱۳۹۳). «ریشه‌یابی و شناسایی عوامل مؤثر در ایجاد معضل بیکاری جوانان ایران». کنفرانس بین‌المللی اقتصاد، حسابداری، مدیریت و علوم اجتماعی.
- سلطانی، رویا؛ ابراهیمی‌صدرآبادی، مهناز؛ و کیمیاگری، علی‌محمد، (۱۳۹۸). «رابطه رگرسیونی خطی چند متغیره بین عوامل مهم تأثیر گذار بر نرخ بیکاری». مدیریت فردا، ۱۸: ۱۴۸-۱۳۹.
- شامحمدی باغچه، مریم، (۱۳۹۵). «بررسی عوامل اقتصادی و اجتماعی مؤثر بر بیکاری فارغ‌التحصیلان». پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشگاه البرز.
- شاه‌آبادی، ابوالفضل؛ امیری، بهزاد؛ و گنجی، مهسا، (۱۳۹۵). «تأثیر نهادها بر نرخ بیکاری». فصلنامه پژوهش‌ها و سیاست‌های اقتصادی، ۲۴ (۷۹): ۱۸۸-۱۶۵.
- عباسی‌شوازی، محمدجلال؛ و همکاران، (۱۳۹۶). تحولات و وضعیت جمعیت در جمهوری اسلامی ایران. تهران: مؤسسه مطالعات و مدیریت جامع و تخصصی جمعیت کشور.
- عیسی‌زاده، سعید؛ نایینی، هادی؛ و قلی‌پور، اعظم، (۱۴۰۰). «بررسی عوامل مؤثر بر طول مدت بیکاری کارجویان در ایران». فصلنامه پژوهش‌ها و سیاست‌های اقتصادی، ۲۹ (۹۷): ۷-۲۸.

- فیض‌پور، محمدعلی، (۱۳۸۹). «دوره بیکاری و عوامل مؤثر بر آن شواهدی از بیکاران جویای کار استان یزد طی برنامه سوم توسعه». فصلنامه رفاه اجتماعی، ۱۰ (۳۹): ۳۲۷-۳۵۶.
- فیض‌پور، محمدعلی، (۱۳۸۶). «ترکیب جنسیتی و رشد اشتغال بنگاهی تعاونی». مطالعات زنان، ۵ (۲): ۵۴-۳۳.
- محمدی‌فر، یوسف؛ الماسی‌فرد، محمدرسول، (۱۳۹۹). «تیین پیشران‌های اجتماعی و اقتصادی تعمیق پدیده بیکاری در کرمانشاه». دوفصلنامه پژوهش‌های جامعه‌شناسی معاصر. ۹ (۱۶): ۱۱۷-۱۴۱.
- محمدی، علی؛ خلیلی، فرید؛ کرمی، فرشاد؛ و ایاسه، علی، (۱۳۹۷). «بیکاری در استان کرمانشاه: با تأکید بر زمینه‌های اقتصادی و اجتماعی مؤثر بر آن». همایش ملی توسعه پایدار استان کرمانشاه.
- مرکز آمار ایران، (۱۳۹۹). نتایج آمارگیری از نیروی کار. تهران: مرکز آمار ایران.
- مطیری، یزدان، (۱۳۹۳). «بررسی عوامل مؤثر بر بیکاری فارغ‌التحصیلان دانشگاهی». پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد دانشگاه پیام‌نور غرب تهران.
- مؤسسه کار و تأمین اجتماعی، (۱۳۷۲). فرهنگ اصطلاحات کار و تأمین اجتماعی. تهران: مؤسسه کار و تأمین اجتماعی.
- مهاجرانی، علی‌اصغر؛ و صنعت‌خواه، علیرضا، (۱۳۹۰). «بررسی عوامل اقتصادی-اجتماعی مؤثر بر روند بیکاری در ایران». علوم اجتماعی شوشتر، ۵ (۱۵): ۱۶۴-۱۲۹.
- نیلی، مسعود، (۱۳۸۶). مبانی اقتصاد. تهران: انتشارات دانشگاه صنعتی شریف.

- Abbasi Shawazi, M. et al., (2016). *Developments and Population Status in the Islamic Republic of Iran*. Tehran: Comprehensive Management and Studies Institute and specialization of the country's population.

- Ashfete Tehrani, A., (2019). *Sociology of Karupisheh*. Tehran: Bahman Barna Publications.

- Aghabakhshi, H. & Varshidian Meybodi, M., (2012). "Unemployment reduction programs in the third program of economic, social and cultural development and the role of social work in providing welfare". *Social Research Quarterly*, 5(20): 159-137.

- Aurangzeb, D. & Asif, K., (2013). "Factors Effecting Unemployment:

A Cross Country Analysis”. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 3 (1).

- Baghfelaki, A. & Parandin, Sh., (2019). “Investigation of factors affecting the unemployment of graduates of Islamic Azad University, Kermanshah branch”. *Jamiat Quarterly*, 34 (101 & 102): 59-84.

- Bakhtiari, S. & Yahya Abadi, A., (2008). “Empirical analysis of the role of economic sectors in the change of unemployment rate in Iran”. *Journal of Economic Research*, 60: 59-78.

- Danacica, D. E. & Doru, C., (2014). “Unemployment Duration in Rural Romania”. *Procedia Economics and Finance*, 15: 1173 – 1184.

- Emeh, I. E-J.; Nwanguma, E. O. & Abaroh, J. J., (2012). “Engaging Youth Unemployment in Nigeria with Youth Development and Empowerment Programmes, the Lagos State in Focus”. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 4(5): 1125-141.

- Faizpour, M. A., (2009). “The period of unemployment and the factors affecting it, evidence from the unemployed Yazd province’s job seeker during the third development program”. *Social Welfare Quarterly*, 10 (39): 327-356.

- Faizpour, M. A., (2008). “Gender composition and the growth of cooperative enterprise employment”. *Women’s Studies*, 5 (2): 54-33.

- Gallegati, M.; Gallegati, M.; Ramsey, J. B. & Semmler, W., (2015). *Productivity and Unemployment Scale-by-Scale Relationship*. Available at: www.google.com

- Kherfi S., (2015). “Determinants of Unemployment Duration”. *Economic Research Forum*, Working Papers 909.

- Institute of Labor and Social Security, (1372). *Glossary of social security terms*. Tehran; Institute of Labor and Social Security.

- Iran Statistics Center, (2019). *The results of labor force statistics*. Tehran: Iran Statistics Center.

- Iszadeh, S.; Naini, H. & Vaqalipour, A., (1400). “Examining the factors affecting the length of unemployment of job seekers in Iran”. *Economic Research and Policy Quarterly*, 29(97): 7-28.

- Mohajerani, A. A. & Sanat Khah, A. R., (2019). "Investigating economic and social factors affecting the unemployment trend in Iran". *Shushtar Social Sciences*, 5(15); 129-164.
- Mohammadi Far, Y. & Almasi Fard, M. R. (2019). "Explanation of the social and economic precursors of deepening the unemployment phenomenon in Kermanshah". *Two quarterly journals of contemporary sociological research*, 9(16): 117-141.
- Mohammadi, A.; Khalili, F.; Kerami, F. & Vayase, A., (2017). *Unemployment in Kermanshah province; focusing on the economic and social aspects of driving it*. National conference of sustainable development of Kermanshah province.
- Motiiri, Y., (2013). "Examining the factors affecting the unemployment of university graduates". Master's thesis of Payam Noor University, West Tehran.
- Nili, M., (2008). *Fundamentals of Economics*. Tehran: Sharif University of Technology Publications.
- Raitzadeh, F., (2013). *Finding the roots and identifying the effective factors in creating the problem of youth unemployment in Iran*. International Conference on Economics, Accounting, Management and Social Sciences.
- Razghi Nasrabad, H B.; Ali Mandgari, M.; Miri, R. & Vagargarshorki, M. R., (1400) "Sociological understanding of the causes of youth unemployment in Kermanshah city based on contextual theory". In: *Sociology Quarterly of Social Institutions*, 8(17):47-82.
- Rezvani, M. R.; Mansourian, H.; Mahmoudian Zamaneh, M. & Vahidian Mohammad Abadi, R., (2012). "Spatial analysis of unemployment in urban and rural areas of Iran with the approach of exploratory analysis of spatial data". *Spatial Physical Planning Quarterly*, 1(3): 37-48.
- Shahabadi, A.; Amiri, B. & Vaganji, M., (2015). "The effect of institutions on the unemployment rate". *Economic Policy Research Quarterly*, 24(79): 188-165.

- Shamhammadi Bagcheh, M. (2015). "Investigating the economic and social factors affecting the unemployment of graduates". Master's thesis of Alborz University.

- Soltani, R.; Ebrahimi Sadrabadi, M. & Vakimiagri, A. M., (2018). "The multivariate linear regression relationship between the important influencing factors on the unemployment rate". *Farda Management*, 18: 148-139.

- Todaro, M., (1366). *Economic development in the third world*. Translated by Gholam Ali Farjadi, Tehran: Publications of the Center for Economic and Social Evidence, Program and Budget Organization.

A Survey on the Relationship Between Family and Media and Interest in Superstition Among People of Mashhad

Berand, M.^I, Bakhshi, H.^{II}, Kermani, M.^{III}, Imanian, M.^{IV}

<https://dx.doi.org/10.22084/CSR.2022.23008.1878>

Received: 2020/10/15; Accepted: 2021/05/15

Type of Article: **Research**

Pp: 67-98

Abstract

Although the development of science and technology speeding up during last years, still superstition play a role in people believe and behaviors. Since superstitious beliefs may result in wrong solution and harm people, they are considered as unfavorable social behavior. It seems that superstitious beliefs widespread among people through informal socialization ways (family and mass media). The present study designed to investigate the role of these factors in people superstitious beliefs. For this propose, by using random sampling and questionnaire, superstitious beliefs of 400 persons who live in Mashhad were assessed. The results of this study showed that believe in superstition was highly reliable ($\alpha > 0.95$). Furthermore, the finding of the current study confirmed the initial assumption which there was a significant correlation between tendency to superstition and tendency to "other important people". In addition, the persons who follow informative media had less tendency to superstition rather than persons who follow entertainment media. Thereby, it is suggested to weaken superstitious beliefs in society, we should focus more on content of entertainment media in addition to re-socialization of family.

Keywords: Superstitions, Socialization, Family, Media, Magic.

I. PhD student in sociology, Department of Social Sciences, Qochan Branch, Islamic Azad University, Qochan, Iran

II. Associate Professor, Department of Sociology, Khorasan Razavi Academic Jihad Organization, Mashhad, Iran, (Corresponding Author). **Email:** hamed.bakhshi.akm@gmail.com

III. Assistant Professor, Department of Social Sciences, Faculty of Humanities, Ferdowsi University of Mashhad, Mashhad, Iran.

IV. Assistant Professor, Department of Social Sciences, Faculty of Humanities, Ferdowsi University of Mashhad, Mashhad, Iran.

Citations: Bearand, M.; Bakhshi, H.; Kermani, M. & Eimaniyan, M., (2022). "A Survey on the Relationship Between Family and Media and Interest in Superstition Among People of Mashhad". *Two Quarterly Journal of Contemporary Sociological Research*, 11(20): 67-98. doi: 10.22084/csr.2022.23008.1878.

Homepage of this Article: https://csr.basu.ac.ir/article_4668.html?lang=en

1. Introduction

Beliefs of people in the society are one of the most important and fundamental components of the culture of any society. These beliefs are generally divided into two categories. The first category is based on reason, logic and proven foundations, and second category is based on baseless factors and superstitions. Anthropological studies show that the origin of superstitions goes back to ancient times. Due to the lack of awareness, incomplete and limited knowledge of world affairs, as well as the lack of tools and technology, primitive people related any unknown phenomenon to gods, spirits and supernatural. And based on this, they resorted to superstitions and witchcraft to solve problems, overcome fear and insecurity, achieve desires and deal with natural events. Even today, inspire of the growth of knowledge and technology, and as a result, human access to advanced tools and more facilities, evidence shows that this phenomenon exists in different forms in different societies. In fact, although today it is thought that superstitions have disappeared and words like magic and sorcerer are used more in poems and stories, but the number of people referred to as prayer writers, fortune tellers, mirror lookers, exorcists who claim to solve problems such as marital and family disputes, fortune-telling, curing incurable diseases, finding lost objects, infertility, curiosity about the unknown future, and similar issues, shows that superstitions and magic have disappeared, is incorrect; therefore, superstitions are not an imaginary phenomenon related to stories and past time and have a history of human life. In fact, superstitious beliefs have persisted in today's world because of their functions. In times of desperation and helplessness, and when fear and despair have overcome him by resorting to superstitions and, for example, going to prayer book, a person feels that he has the ability to control external events through his own actions. In this, situation, a person feels less threatened and in danger, and the sense of control over the environment and confidence is greatly enhanced. Superstitions have various forms. A group of superstitious beliefs is related to happiness and sadness or good luck and bad luck of certain things and times. For example, breaking a mirror, going under a ladder, or doing bad things such as picking nails, cutting hair, washing clothes, or bathing on certain days of the week or month. On the other hand, some days and times are auspicious for doing some things. For example, Mondays are auspicious for traveling, or some events such as building a pigeon house or a winged ant in the house are omens for owner of the house and are a sign of blessing and sustenance Marsel Mose (1902: 189) also points out that our

thoughts about good and bad and the essence of things and events are very close to the idea of magic.

2. Discussion

The tendency towards superstitions is actually our inner thoughts and feelings towards it, which has a great impact on our behavior in this regard. According to the individual and social conditions in which they grow, humans have different tendencies about different subjects and based on this, they also show different reactions to different events. In other words, faced with the same phenomenon, people behave differently due to different tendencies. Therefore, examining people's tendencies in order to know and understand their social behaviors is of great importance, because tendencies determine behavior and social relations. On the other hand, examining tendencies is the first step to correct them, and by changing people's tendencies their behaviors can also be changed. In the culture of all societies, there are two types of negative and positive tendencies regarding superstitions. In fact, some people believe in superstitions and consider it useful and functional, and some people not only do not believe in it, but consider it an obstacle to the progress of society and contrary to reason, logic and religion. The important role of superstitions and their examples, in today's society, such as referring to prayer-writers, fortune tellers, exorcists, mirrors, etc., in problems and crises, as well as in important life decisions. Since the aforementioned people provide inappropriate solutions to solve problems and achieve their desires, they can cause irreparable damage to the person and his surroundings. The aim of the current research is to investigate the effect of socialization on the tendency to superstition, which was measured using a quantitative method. This statistical population of this research is the people of Mashhad in 2018. In order to determine the size of the examined sample in this research, a stratified random sampling method was used based on which 400 people were selected as the examined sample from among the thirteen district of the municipality and 40 neighborhoods from different neighborhoods of Mashhad city. The research findings were analyzed in two descriptive and inferential ways. According to the results obtained in the present research, there is a strong direct and meaningful relationship between the tendency to superstitions and the independent variable of the tendency of important others. People whose relatives and especially their parents are more prone to superstitions tend to superstitions in sensitive and critical times and in times of problems.

3. Conclusion

The results show that there is no significant relationship between gender and tendency to superstitions. The results of some past researchers such as Zeb (2001), Griffiths et al. (2005), Purcell (1982), Foroughi and Asgari Moghadam (2008), Kalantari et al. Social structures based on gender restrictions and inequalities, different socialization of women in family, school, etc. Led to less success of women in achieving their desires. The failure to change the existing limiting social structures and remove the obstacles in the direction or realizing the goals and dreams also explained the increase in the tendency towards superstitions and comforting and hopeful things of this kind in women ; but it seems that in today's era, due to the reduction of the above factors and the achievement of women in better social positions, more suitable employment , more education , less discrimination in the family environment , the acquisition of social freedoms and the overall improvement of living conditions in terms of tending to superstitions, they are not much different for men. Examining the employment status of the respondents between this variable and the dependent variable of the research. In other words, unemployed compared to employed people. It can be said with certainty that in the statistical population, unemployed people tend to have more superstitions than employed people. According to the theoretical explanation presented, this problem is due to the lack of access of jobless people to their goal, hopes and through accessible and reasonable methods. Examining the results related to the educational status of the respondents also showed that there is a significant relationship between the level of education of these respondents and tendency to superstitions, and with increasing education, people tend to be less superstitious. Khajezadeh's findings (1390). Asgari and Foroughi Moghadam (2002) Safaei (2009), Bukhari (2002) and Polterz (2002) also confirm the results of this research. No relationship was found between the variable of marital status and tendency to superstitions in the present research. This finding is inconsistent with the research of Azizkhani, Ebrahimi, Abtin (1394); However, in the study of Ghasemi et al. (2006), the marital status did not show a significant difference in individuals.

سنجش تأثیر خانواده و رسانه بر گرایش به خرافات در مردم مشهد (بررسی تأثیر جامعه‌پذیری خانواده و محتوای مصرف رسانه بر مردم شهر مشهد)

محبوبه برند^I، حامد بخشی^{II}، مهدی کرمانی^{III}، مسعود ایمانیان^{IV}

شناسه دیجیتال (DOI): <https://dx.doi.org/10.22084/CSR.2022.23008.1878>

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۸/۲۴، تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۲/۲۵

نوع مقاله: پژوهشی

صص: ۶۷-۹۸

چکیده

علی‌رغم پیشرفت علم و فناوری در جوامع حاضر پژوهش‌ها نشان می‌دهد که خرافات هم‌چنان نقش قابل توجهی در باورها و رفتار مردم دارد. باورهای خرافی از آنجاکه به ارائه راه‌حل‌های بی‌تأثیر و بعضاً آسیب‌زا برای افراد منجر می‌شود یک رفتار نامطلوب اجتماعی قلمداد می‌شود. به نظر می‌رسد باورهای خرافی به شیوه جامعه‌پذیری غیررسمی (از طریق خانواده و رسانه‌های توده‌ای) در بین مردم رواج پیدا می‌کند. پژوهش حاضر به دنبال بررسی نقش این دو عامل در گرایش خرافی مردم می‌باشد. جامعه آماری این پژوهش کلیه مردم ۱۵ تا ۶۵ ساله شهر مشهد بوده است که از این میان با استفاده از نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای ۴۰۰ نفر به عنوان نمونه انتخاب شده و با استفاده از پرسشنامه محقق ساخته متغیرهای تحقیق درمورد آنان اندازه‌گیری شد. نتایج تحقیق نشان‌داد سازه گرایش به خرافات از میزان پایایی بالایی ($\alpha > .95$) برخوردار بود. نتایج تحقیق مؤید فرضیه‌های مطرح شده بود؛ به طوری که گرایش به خرافات هم‌بستگی مستقیم و معناداری با گرایش «دیگران مهم» افراد داشت. هم‌چنین افرادی که مصرف رسانه‌ای غالب آنان از نوع برنامه‌های آگاهی‌دهنده بود، کمتر از افرادی که بیشتر برنامه‌های سرگرم‌کننده مشاهده می‌کردند، گرایش خرافی داشتند؛ از این رو پیشنهاد می‌شود به منظور تضعیف گرایش‌های خرافی در جامعه ضمن تمرکز بیشتر بر محتوای برنامه‌های رسانه‌های سرگرم‌کننده، جامعه‌پذیری مجدد خانواده‌ها در این خصوص مدنظر قرار گیرد.

کلیدواژگان: خرافات، جامعه‌پذیری، خانواده، رسانه، جادو.

I. دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی، گروه علوم اجتماعی، واحد قوچان، دانشگاه آزاد اسلامی، قوچان، ایران.

II. دانشیار گروه جامعه‌شناسی، سازمان جهاد دانشگاهی خراسان رضوی، مشهد، ایران (نویسنده مسئول).

Email: hamed.bakhshi.akm@gmail.com

III. استادیار گروه علوم اجتماعی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران.

IV. استادیار گروه علوم اجتماعی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران.

۱. مقدمه

اعتقادات و باورهای افراد جامعه از مهم‌ترین و اساسی‌ترین اجزاء تشکیل‌دهنده فرهنگ هر جامعه است. این اعتقادات و باورها عموماً به دو دسته تقسیم می‌شوند؛ دسته اول مبتنی بر عقل، منطق و بنیان‌های ثابت شده، و دسته دوم مبتنی بر عوامل بی‌پایه و اساس و موهومات می‌باشد که «خرافات» نامیده می‌شود. مطالعات انسان‌شناسی نشان می‌دهد ریشه شکل‌گیری خرافات به دوران باستان بازمی‌گردد. انسان‌های بدوی به دلیل عدم آگاهی، ناقص و محدود علم از امور جهان و هم‌چنین نبود ابزار و تکنولوژی هر پدیده ناشناخته‌ای را به خدایان، ارواح و ماوراءالطبیعه ارتباط می‌دادند؛ و بر این اساس برای حل مشکلات، غلبه بر ترس و ناامنی، دست‌یابی به خواسته‌ها و مقابله با حوادث طبیعی متوسل به خرافات و جادوگری می‌شدند.

امروزه نیز علی‌رغم رشد دانش و تکنولوژی و به طبع آن دست‌یابی انسان به ابزارهای پیشرفته و امکانات بیشتر، شواهد نشان می‌دهد این پدیده در حال حاضر نیز به اشکال متفاوت در جوامع مختلف وجود دارد؛ در واقع، هرچند امروزه تصور می‌شود که خرافات از بین رفته است و از کلماتی مانند جادو و جادوگر بیشتر در اشعار و داستان‌ها استفاده می‌شود، اما میزان مراجعه به افرادی تحت عنوان: دعانویس، رمال، فال‌گیر، آینه‌بین، جن‌گیر که مدعی حل مشکلاتی هم‌چون اختلافات زناشویی و خانوادگی، بخت‌گشایی، درمان بیماری لاعلاج، پیدا شدن اشیاء گم‌شده، نازایی، کنجکاوی نسبت به آینده نامعلوم و مسائلی از این قبیل هستند، نشان می‌دهد این تصور که خرافات و جادو از بین رفته، نادرست است؛ بنابراین خرافات پدیده‌ای موهوم و خیالی مربوط به داستان‌ها و زمان گذشته نیست و تاریخی به اندازه تاریخ زندگی انسان دارد (مندال، ۲۰۱۸: ۲۴).

درواقع باورهای خرافی در دنیای امروز به دلیل کارکردهایی که دارند، ماندگار شده‌اند. فرد در زمان استیصال و ناتوانی و زمانی که ترس و ناامیدی بر او غلبه کرده است با توسل به خرافات و به طور مثال، مراجعه به دعانویس احساس می‌کند توانایی کنترل رویدادهای بیرونی را از طریق اعمال خودش پیدا می‌کند. فرد در این موقعیت احساس می‌کند کمتر مورد تهدید و خطر قرار دارد و احساس کنترل بر محیط و اطمینان به میزان زیادی در او تقویت می‌شود.

خرافات اشکال متنوع و متعددی دارد. یک دسته از باورهای خرافی به سعد و نحسی یا خوش‌بختی و بدبختی برخی امور و زمان‌ها مربوط می‌شود؛ به طور مثال، نحس بودن شکستن آینه، عبور از زیر نردبان و یا بدشگونی کارهایی مانند: گرفتن ناخن، کوتاهی مو، شست‌وشو لباس یا استحمام در روزهای خاصی از هفته یا ماه. در نقطه مقابل

بعضی از روزها و زمان‌ها برای انجام برخی امور خوش‌یمن می‌باشد؛ به‌طور مثال، دوشنبه‌ها برای سفر کردن خوش‌یمن است و یا بعضی از اتفاقات مثل خانه ساختن کبوتر یا مورچه‌بال‌دار در خانه برای صاحب‌خانه شگون دارد و نشانه‌برکت و روزی است. «مارسل موس» (۱۹۰۲: ۱۸۹) نیز به این موضوع اشاره می‌کند که تفکرات ما در مورد خوب و بد بودن و جوهره‌اشیاء و اتفاقات به ایده‌جادو بسیار نزدیک است.

دسته‌ای دیگری از باورهای خرافی رخ‌دادن یک اتفاق را نشانه‌وقوع اتفاق دیگری می‌دانند؛ به‌طورمثال، قرار گرفتن سه استکان در کنارهم، جفت شدن کفش‌ها و یا افتادن قند در لیوان، نشانه‌آمدن مهمان و نشستن کلاغ برروی بام‌خانه، نشانه‌یک اتفاق یا خبر بد، مثل فوت یکی از اعضای خانواده است.

خرافات‌ای که به آن‌ها اشاره شد ممکن است تأثیر چندانی بر سلامت جسم و به‌ویژه سلامت روان فرد نداشته باشد. اما برخی از باورها و رفتارهای خرافی می‌توانند به‌شدت برای فرد و جامعه آسیب‌زا باشند. آن‌چه در این پژوهش مدنظر است، شکلی از گرایش به خرافات است که فرد با استفاده از نیروهای مافوق‌طبیعی؛ به‌طور مثال، با مراجعه به: دعانویس، رمال، آینه‌بین، جن‌گیر، فال‌گیر و طالع‌بین و... سعی در تغییر شرایط، حل مشکلات زندگی و یا رسیدن به هدف و خواسته‌ای را دارد. از آنجایی‌که گرایش به خرافات در زمان مشکلات و بحران‌های زندگی و شرایط استیصال فرد به‌شدت تقویت می‌شود، می‌تواند تأثیرات مهمی بر زندگی فرد و در سطوح بالاتر بر خانواده و افرادی که با آن‌ها در تماس است و درنهایت بر جامعه بگذارد.

با توجه به آثار مخرب روحی و روانی و بعضاً جسمی در اثر رجوع به خرافات و استفاده از ابزارهای نامناسبی که افرادی مانند دعانویس‌ها و رمال‌ها معرفی می‌کنند و نیز با توجه به این‌که روش‌های دعانویسی، طالع‌بینی و رمالی گسترش و تنوع قابل‌توجهی در سال‌های اخیر داشته و با پذیرش اجتماعی بالایی روبه‌رو بوده است، پرداختن به این موضوع و بررسی علل شکل‌گیری و تقویت آن از اهمیت زیادی برخوردار می‌باشد.

بررسی ماهیت، دلایل تاریخی پیدایش و اثبات درستی یا نادرستی خرافات و عبارات هم‌ردیف آن همانند: جادو، سحر، افسون، طلسم و... جزو اهداف این تحقیق نیست. عوامل مختلفی هم‌چون: عوامل اقتصادی، تربیتی، فرهنگی، عوامل روان‌شناختی، جغرافیایی، جامعه‌شناختی، سیاسی و... در شکل‌گیری گرایش‌های افراد دخالت دارند؛ در این تحقیق به‌دلیل اهمیت و تأثیر زیاد جامعه‌پذیری در شکل‌گیری گرایش‌های افراد، به بررسی تأثیر دو رکن اساسی از جامعه‌پذیری (خانواده و مصرف رسانه) بر گرایش به خرافات می‌پردازیم.

۲. پیشینه پژوهش

نتایج پژوهش‌هایی که در داخل و خارج از کشور انجام شده است، نشان می‌دهد باورها و رفتارهای خرافی هنوز در بین افراد وجود دارد. در این بخش به بررسی پژوهش‌های داخلی و خارجی می‌پردازیم.

۲-۱. پیشینه داخلی پژوهش

نتایج پژوهش «عزیزخانی» و همکاران (۱۳۹۴) نشان داد ۳۰٪ پاسخ‌گویان به اثربخشی جادو و ۵۷٪ به ارتباط شخصیت با طالع ماه یا سال تولد اعتقاد داشتند. به علاوه ۸۵٪ با تأثیر ریختن آب پشت سر مسافر در به سلامت برگشتن از سفر و ۷۵٪ با اسفند دود کردن برای رفع چشم‌زخم موافق بودند. هم‌چنین ۳۰٪ موافق مراجعه به دعانویس و فال‌گیر بودند. ۲۲٪ به سنگ ماه تولد، ۱۸٪ به سنگ چشم‌زخم و ۱۶٪ به گردن‌آویز مهره مار معتقد بودند. هم‌چنین در بررسی عوامل مؤثر بر خرافات نتایج نشان داد خرافات با متغیرهایی هم‌چون: نوگرایی، تحصیلات و سن رابطه معنادار معکوس داشت. هم‌چنین به میزان قابل توجهی زنان بیش از مردان و بیکاران بیش از شاغلین خرافی بودند؛ درحالی‌که وضعیت تأهل و قومیت افراد رابطه معناداری با گرایش به خرافات نشان نداد.

«عطاری» و همکاران (۱۳۹۴) در پژوهشی تأثیر جادو را در درمان بیماری‌های روانی در گذشته از منظر روان‌شناسی بررسی نمودند. در این بررسی دو پدیده که شواهد پژوهشی محکم در روان‌شناسی بالینی دارند، به عنوان دلایل بالقوه کارکرد احتمالی جادو در درمان بیماران روانی ارائه شده است؛ پدیده اول «اثر زمان» است، به این معنا که در مواردی اگر یک بیمار روانی به حال خود رها شود، پس از یک مدت زمانی ممکن است بهبود نسبی پیدا کند. پدیده دوم این‌که دیدار فرد دارای مشکل و جادوگر، می‌تواند اثر درمانی داشته باشد که «اثر درمانگر» نامیده می‌شود.

نتایج پژوهش «افشانی» و «احمدی» (۱۳۹۳) نشان داد افراد در مواجهه با مشکلات اجتماعی هم‌چون بیکاری، بیشتر به سمت خرافات گرایش دارند. هم‌چنین زنان بیشتر از مردان به خرافات معتقدند. در این بررسی خرافات با سن، تحصیلات و نوگرایی رابطه معنادار معکوس داشت، اما وضعیت تأهل تأثیری در میزان باور به خرافات نداشت.

در پژوهش «خانی» و همکاران (۱۳۹۲) میانگین نمره گرایش به خرافات افراد در روستاهای شهرستان میاندوآب حدود ۹۸ در بازه ۳۵ تا ۱۶۹ (حداقل و حداکثر نمره متغیر در طیف لیکرت) بود. یافته‌های دیگر نشان داد خرافات با محرومیت اجتماعی رابطه مستقیم و با حقوق شهروندی و رضایت از زندگی رابطه معکوسی داشت.

در پژوهش «کلانتری» و همکاران (۱۳۹۱) گرایش افراد به خرافات هم بستگی معنادار و قوی با پایگاه اقتصادی آنان داشت. افراد با پایگاه اقتصادی ضعیف به میزان قابل توجهی بیشتر از افرادی که از پایگاه اقتصادی مناسبی برخوردار بودند به رفتارهای خرافی گرایش داشتند؛ اما رابطه گرایش به خرافات با از خودبیبگانگی اجتماعی معنادار نبود.

نتایج پژوهش «شاهسواری» و «بیات» (۱۳۹۱) نشان داد علت مراجعه فرد به افرادی هم چون دعانویسان و رمالان ۲۰٪ برای حل مشکل بارداری و زایمان، ۱۶/۵٪ به دلیل درد و بیماری، ۱۶/۳٪ به دلیل سقط و مرده‌زایی بوده است؛ هم‌چنین نتایج این بررسی نشان می‌دهد ۱۶/۵٪ پاسخ‌گویان به طلسم و ۴۰/۳٪ به اثر چشم‌زخم در بروز بیماری‌شان اعتقاد داشتند. ۱۸/۳٪ نیز معتقد بودند بیماری‌شان علتی دارد که تنها به وسیله افراد غیردرمانی برطرف می‌شود.

در پژوهش «خواجه‌زاده» (۱۳۹۰) نتایج حاکی از این بود که زنان بیش از مردان به جادو اعتقاد دارند و تقدیرگرایی، دین‌داری، دارا بودن دیدگاه شهودی، پذیرش کلیشه‌های جنسیتی علت گرایش زنان به جادو است. یافته‌های دیگر نشان‌داد بین متأهلین و مجردین در گرایش به «جادو» تفاوت خاصی وجود ندارد. این نکته درباره زنان شهری بیشتر حائز اهمیت است؛ زیرا سن زنان شهری برخلاف روستاییان بر نوع گرایش جادویی آنان تأثیرگذار است؛ هم‌چنین قومیت، تحصیلات و پایگاه اجتماعی و اقتصادی را نیز از دیگر عوامل مؤثر در نوع گرایش به جادو در شهر باید محسوب کرد. ابزار گردآوری داده‌ها مصاحبه و جامعه آماری ۱۶ زن روستایی و ۱۲ زن شهری بودند. در پژوهش «درری سرولاتی» (۱۳۹۰) تجربه مثبت فرد هم بستگی بالایی با گرایش به خرافات نشان داد. از آنجایی که ذهن انسان گرایش به ثبت موارد مثبت دارد، فرد مواردی که تصادفاً از خرافات به نتیجه دلخواه رسیده است، بیشتر از موارد ناکامی را به ذهن می‌سپارد.

نتایج حاصل از پژوهش «صفایی» و همکاران (۱۳۸۹) نشان داد خرافات با متغیرهایی هم چون سن، احساس از خودبیبگانگی و نابرابری مثبت و معنادار و در مقابل با متغیرهای رضایت از زندگی، تحصیلات، احساس امنیت، آگاهی و درآمد منفی و معنادار بود.

«پژوهش فروغی» و «عسگری مقدم» (۱۳۸۸) بر روی شهروندان تهرانی نشان‌داد ۲۹٪ پاسخ‌گویان به افرادی تحت عنوان جادوگر و احضار کننده روح و اجنه مراجعه و از بین آن‌ها ۷۰٪ از نتیجه به دست آمده رضایت داشتند؛ هم‌چنین ۲۸٪ به فال‌گیر و طالع‌بین مراجعه و ۶۵٪ از نتیجه رضایت داشتند. ۸٪ نیز برای درمان بیماری به افرادی که مدعی درمان بیماری‌های لاعلاج بودند مراجعه و از بین آن‌ها ۲۲٪ از تأثیر

آن در درمان بیماری رضایت داشتند. ۷٪ نیز به کف بین مراجعه و ۵۲٪ از نتیجه رضایت داشتند. ۲۸٪ پاسخ‌گویان نیز خودشان کتاب طالع‌بینی داشتند. در این تحقیق تعدادی از باورهای خرافی نیز بررسی قرار گرفتند؛ به‌طور مثال، ۹۳٪ موافق شکستن تخم‌مرغ برای دفع چشم‌زخم، ۸۰٪ موافق آب ریختن پشت سر مسافر و ۷۹٪ موافق دود کردن اسپند برای رفع چشم‌زخم بودند. به‌طور کلی میانگین ارتکاب این‌گونه اعمال در بین پاسخ‌گویان ۵۱٪ بود و از بین آن‌ها ۹۰٪ معتقد به سودمندی و اثرگذاری این اعمال بودند. یافته‌های دیگر این بررسی نیز مؤید رابطه معکوس خرافات با تحصیلات است. نتایج پژوهش «جان‌علیزاده» و همکاران (۱۳۸۸) نیز نشان داد حدود یک-سوم دانشجویان مازندرانی به خرافات اجتماعی و ۱۷٪ نیز به خرافات دینی گرایش داشتند. هم‌چنین رابطه خرافات با تحصیلات منفی و با دین‌داری مثبت بود. «قاسمی» و همکاران (۱۳۸۶) در بررسی عوامل مؤثر بر خرافات دریافتند که خرافات رابطه معنادار مثبتی با تقدیرگرایی و دین‌داری دارد؛ درحالی‌که رابطه آن با تحصیلات، نوگرایی، استفاده از وسایل ارتباط جمعی و پایگاه اقتصادی اجتماعی منفی بود.

۱-۲. پیشینه خارجی

در پژوهش «شرمر»^۳ (۲۰۱۰) نتایج نشان داد وضعیت‌های غیرمعمول و بحرانی عامل مهمی در ایجاد گرایش به خرافات در افراد است؛ به‌طور مثال، مشکلات و رویدادهای ناگواری که تحت کنترل فرد نیستند، هم‌چون: بلایای طبیعی، مرگ، طلاق، بیماری و نازایی تأثیر به‌سزایی در گرایش به خرافات در بین افراد دارد. هم‌چنین در افرادی که وضعیت نابه‌سامانی دارند؛ به‌طور مثال، افراد بیکار بیشتر زمینه گرایش به خرافات وجود دارد.

«گارسیا مونتس»^۴ و همکاران (۲۰۰۶) نیز در مطالعه عوامل مؤثر بر گرایش به خرافات به نتایج مشابهی دست پیدا نمودند. در این مطالعه، نقش درماندگی اجتماعی و استرس بالا در شکل‌گیری گرایش فرد به خرافات از سایر عوامل پُررنگ‌تر بود. نتایج پژوهش «وایزمن» و «وات» (۲۰۰۴) در انگلستان نشان داد زنان در مواجهه با پدیده‌های مختلف بیشتر از مردان گرایش و تمایل به خرافات دارند. میانگین گرایش به خرافات در بازه ۳ تا ۱۵ در زنان برابر با ۹ و در مردان برابر با ۷/۲ بود. در تحقیقات دیگر نیز رابطه مثبت و معناداری بین جنسیت و گرایش به خرافات وجود داشت. به این معنا که زنان بسیار بیشتر از مردان گرایش به خرافات دارند؛ به‌عنوان مثال، یافته‌های پژوهش (زب)^۵ و باربارا^۶، ۲۰۰۱؛ گریفتس^۷ و همکاران، ۲۰۰۵؛ وایزمن و وات^۸، ۲۰۰۴؛ زب، ۲۰۰۳) مؤید رابطه معنادار بین جنسیت و گرایش به خرافات می‌باشد.

«بوخاری» و همکاران (۲۰۰۲) در بررسی تأثیر خرافات بر نگرش به مسائل بهداشتی قومیت‌های مختلف در شهر کراچی پاکستان دریافتند ۷۳٪ از مردم این شهر به خرافاتی در مورد مسائل بهداشتی اعتقاد داشته و به آن‌ها عمل می‌کنند. در بررسی دیگری «بلک‌مور» و «سیبولد»^۹ (۲۰۰۱) دریافتند میزان آگاهی زنان از امور جادویی هم‌چون طالع‌بینی تأثیر مثبتی بر گرایش آنان دارد. به این معنا که زنانی که بیشتر پیرامون طالع‌بینی می‌دانند و آگاهی بیشتری در این زمینه دارند، بیشتر تحت تأثیر آن چیزی که طالع‌بینان به آن‌ها می‌گویند، قرار می‌گیرند. «تالبورن»^{۱۰} و «هنسلی»^{۱۱} (۲۰۰۱) در بررسی عوامل مؤثر بر گرایش افراد به خرافات دریافتند در بین عوامل متعدد تأثیرگذار بر گرایش به خرافات نقش دین‌داری و افکار جادویی پررنگ‌تر از سایر عوامل می‌باشد و هم‌بستگی مثبت و مستقیمی بین میزان دین‌داری افراد و گرایش آنان به خرافات وجود دارد. یافته‌های «پورسل»^{۱۲} (۱۹۸۸) نیز بر تأثیر وجود نوعی جهت‌گیری تقدیرگرایانه و علاقه به امور ماورالطبیعه در زنان بر گرایش‌های جادویی آن‌ها تأکید می‌کند.

۳. مبانی نظری

«خرافات» در معنای کلی به باورهایی گفته می‌شود که برای آن‌ها دلیل منطقی یا تجربی وجود ندارد. با این حال جوامع مختلف باورهای مورد قبول خود را، ولو این‌که برای آن‌ها دلیل تجربی و منطقی نداشته باشند، خرافات تلقی نمی‌کنند. امروزه، زمانی که از خرافات سخن گفته می‌شود، بیشتر به آن دسته از باورها اطلاق می‌شود که پشتوانه علمی و تجربی برای آن‌ها وجود ندارد. باورهای خرافی در بیان جامع‌شناسان و انسان‌شناسان عمدتاً با مفهوم جادو عجین شده است. جامع‌شناسان و نظریه‌پردازان بیشتر از مفهوم جادو در نظریات خود استفاده نموده‌اند. «فریزر»^{۱۳} (۱۹۱۵: ۸۶-۹۴) میل به تسلط بر امور و از طرفی عدم توانایی انسان بدوی در شناخت و تسلط بر طبیعت و امور فراطبیعی را منشأ جادو می‌داند؛ به بیان دیگر، جادو منتج از بینش اساسی انسان بدوی در استفاده یا سوءاستفاده از اصول تداعی افکار و قرار دادن آن‌ها به جای فرآیندهای طبیعی است. دو اصل جادو عبارتند از: ۱- «اصل شباهت» یا «جادوی تقلیدی» به این معنا که مشابه، مشابه خودش را تولید می‌کند؛ به طور مثال، تلاش جادوگر برای شکست و نابودی دشمن به وسیله از بین بردن صورت ذهنی دشمن. ۲- «اصل تماس» یا «جادوی مسری» به این معنا که چیزهایی که باهم تماس داشته‌اند، در صورتی که از هم فاصله بگیرند باز بر یکدیگر اثر می‌گذارند؛ به طور مثال، تلاش برای تسلط بر فرد از طریق به دست آوردن چیزی که قبلاً بخشی از بدنش بوده، مانند مو یا ناخن.

«مالینوفسکی»^{۱۴} (۱۹۲۵: ۲۰۰-۲۲۷) نیز اشاره می‌کند زمانی که دانش در پاسخ‌گویی به نیازها ناتوان است، فرد به جادو متوسل می‌شود. در بین عوامل روان‌شناختی حالات عاطفی خاص (اضطراب، استرس، ترس، امید و...) تأثیر بسزایی بر گرایش به خرافات و جادو دارند. این حالات منجر به تنش‌هایی در بدن می‌شود و سیستم عصبی فرد را به انجام کارهایی مجبور می‌کند. در این بین تفاوتی وجود ندارد که انسان بدوی باشد یا امروزی و یا به خرافات و جادو باور داشته باشد یا این که منکر آن باشد. از نظر او، جادو بیشتر به فعالیت‌های انسان و پاسخ طبیعت به فعالیت‌های او مربوط است و در اختیار بعضی از افراد یا همان جادوگر است (یونگ، ۱۳۹۵: ۲۹۷).

«موس»^{۱۵} معتقد است جادو نظامی از استقرهای پیشینی است که تحت فشار نیاز گروه‌هایی از افراد عمل می‌کند. جادو تحلیلی و تجربی نبوده و تقریباً به‌طور کامل پیشینی می‌باشد. او تأکید زیادی بر قدرت تحریک ذهن افراد به وسیله جادو و تأثیر تأیید جادو بر رونق این باورها به وسیله فرهنگ یا جامعه دارد. در واقع برای این که جادو وجود داشته باشد، حضور جامعه ضروری است. ذهنیت مثبت جمعی در جامعه نسبت به جادو نیز یکی از مواردی است که موس به آن اشاره می‌کند؛ زیرا هر حکم جادویی محصول تصدیق جمعی و مورد حمایت گروه‌های بزرگ جامعه و فرهنگ است (موس، ۲۰۱۹: ۱۷۱-۱۶۴). «تایلور» جادو را نتیجه درهم‌آمیزی تمثیل یا علیت در ذهن انسان بدوی و منشأ اصلی همه ادیان را اعتقاد به وجود ارواح در اشیاء بیان می‌کند (زرین‌کوب، ۱۳۶۹: ۴۰). از نظر او، گرایش به جادو به عنوان نوعی ضعف و کاستی فکری ویژگی انسان به‌طور عام و انسان بدوی به‌طور خاص است (جاهودا، ۱۳۷۱: ۶۲).

«پارتو»^{۱۶} کنش را براساس تناسب وسیله و هدف به دو دسته کنش منطقی و کنش غیرمنطقی تقسیم می‌کند. کنش‌های غیرمنطقی از حالات مشخص روحی و احساسات نیمه‌خودآگاه و نظایر آن سرچشمه می‌گیرد، اما کنش منطقی هم از نظر ذهنی و هم از نظر عینی منطقی و میان وسیله با اهداف تناسب وجود دارد. خرافات به دلیل عدم تناسب وسیله و هدف در دسته کنش‌های غیرمنطقی قرار می‌گیرد (کوزر، ۱۳۸۰: ۱۵۹). در نظریه «یونگ» گرایش به خرافات و جادو به عنوان یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های روح انسان معرفی می‌شود. به عقیده او بین شهود و گرایش زنان به خرافات ارتباط وجود دارد. «فروید» و یونگ معتقدند عقاید و رسوم جادویی عمیقاً ریشه در فرآیندهای ذهنی ناهشیار دارند و اصلاً مربوط به گذشته و محدود به افراد کم‌سواد نیست، بلکه بخشی جدایی‌ناپذیر در قسمت ناهشیار ذهن است که در شرایط خاصی به سطح هوشیار می‌رسد (جاهودا، ۱۳۷۱: ۱۱۹).

۴. نقش جامعه‌پذیری در گرایش به خرافات

جامعه‌پذیری فرآیند مستمر یادگیری، همسازی و هم‌نوایی فرد با ارزش‌ها و هنجارهای جامعه است که فرد از این طریق می‌تواند با افراد دیگر روابط و کنش‌های متقابل داشته باشد؛ هم‌چنین فرآیند جامعه‌پذیری در آموزش مهارت و پذیرش نقش‌های اجتماعی، شکل‌گیری گرایش‌ها، باورها و عقاید، پرورش تمایلات و نیازها، ایجاد نگرش‌ها، شکل‌گیری هویت، ایجاد هم‌بستگی و نیز کنترل اجتماعی نقش بسزایی دارد. سه عنصر اصلی جامعه‌پذیری شامل کنش متقابل انسانی، زبان و تجربه‌پذیری عاطفی می‌باشد. فرآیند جامعه‌پذیری از سه طریق عمده تقلید، آموزش و ایجاد انگیزش به دو شکل رسمی (از طریق نهادهای آموزشی هم‌چون: مدرسه و رسانه) و شکل غیررسمی (از طریق خانواده و گروه‌های همسالان) صورت می‌گیرد. به بیان دیگر فرآیند جامعه‌پذیری ابتدا در خانواده شروع شده و سپس با گروه‌های همسالان، مدرسه، دانشگاه، محیط کار و رسانه‌های جمعی تداوم می‌یابد. خانواده به‌ویژه در مراحل اولیه از اهمیت بالایی در این فرآیند برخوردار است و اگرچه در مراحل بعدی با تأثیرگذاری گروه همسالان و مدرسه این میزان کمتر می‌شود؛ اما باز هم سهم زیادی در این فرآیند به خود اختصاص می‌دهد. در این بین نقش رسانه‌های همگانی نیز به دلیل دسترسی بالای افراد به آن‌ها بسیار قابل ملاحظه است. عدم هماهنگی ساختارهای اجتماعی و فرهنگی در نهادهای چندگانه مؤثر در این فرآیند، به دلیل ایجاد تفرق در آموزه‌ها منجر به بحران‌های فردی و اجتماعی می‌شود (آرون، ۱۳۷۰: ۱۴۳).

یکی دیگر از مهم‌ترین ریشه‌های گرایش به خرافات را می‌توان از طریق نظریه هم‌رنگی اجتماعی و تأثیر دیگران مهم بر فرد تحلیل و توصیف کرد. بنابر نظریه هم‌رنگی اجتماعی فرد تحت تأثیر اعمال فشار واقعی یا خیالی گروه یا فرد دیگری در رفتار، باورها، عقاید و گرایش‌های خود تغییر ایجاد می‌کند و خود را با جمع هم‌رنگ می‌سازد. دلایل ایجاد این هم‌رنگی می‌تواند عدم اطمینان به افکار و رفتارهای خود و در مقابل درست دانستن افکار و اعمال دیگران، داشتن روابط دوستانه با مردم و تلاش برای رفتار مطابق انتظار آنان، شدت نیاز اجتماعی و احترام، نوع شخصیت وابسته و نیازمند تأیید، کمبود میزان عزت نفس، احساس عدم امنیت و احتراز از تنبیه گروه باشد (همیلتون، ۱۳۹۲: ۴۸).

مفهوم «دیگران مهم» را اولین بار «سالوین»^{۱۷} (۱۹۴۰) مطرح کرد. تعریف او از این مفهوم افرادی هستند که فرد به‌طور مستقیم با آن‌ها در ارتباط است و برایش مهم تلقی می‌شوند. اهمیت این مفهوم تا اندازه‌ای است که بیان می‌کند اجتماعی شدن فرد به این‌که شخص دیدگاه دیگران را در مورد خودش مهم تلقی می‌کند، بستگی دارد.

«کوتزل» و «فوت»^{۱۸} (۱۹۵۲) و «اترایکر»^{۱۹} (۱۹۶۴) نیز برای تعریف اشخاصی که بر فرد تأثیرات عمیقی دارند از این مفهوم استفاده نموده‌اند، اما «هایمن» و «سینگر»^{۲۰} (۱۹۶۸) از مفهوم گروه‌های مرجع استفاده می‌کنند؛ به‌طورکلی «دیگران مهم» افرادی هستند که گرایش‌ها و رفتارشان تأثیر بسزایی بر شکل‌گیری گرایش‌ها و رفتار فرد می‌گذارد و تلاش می‌کند رضایت آن‌ها را کسب و مطابق نظر آن‌ها عمل کند. هم‌چنین دیگران مهم، افرادی هستند که فرد از نظر عاطفی به آن وابسته است، مانند اعضای خانواده و یا افرادی خارج از خانواده که فرد روابط نزدیکی با آن‌ها دارد (ارونسون، ۱۳۹۶: ۸۹).

یکی دیگر از عوامل بسیار مهم در فرآیند جامعه‌پذیری افراد، رسانه‌های همگانی هم‌چون: تلویزیون، رادیو، روزنامه، سینما و... هستند که به‌وسیله پیام‌هایی که منتقل می‌کنند می‌توانند در جهت‌دهی افکار عمومی مؤثر واقع شوند. درواقع با توجه به وظایف اجتماعی مهم و متنوع رسانه‌ها در حال حاضر، این عنصر جامعه‌پذیری نقش مؤثری در شکل‌گیری و تغییر گرایش افراد نسبت به پدیده‌های مختلف دارد؛ ازجمله این وظایف اجتماعی می‌توان به آموزش و اطلاع‌رسانی، راهنمایی و رهبری، تفریحی و تبلیغی اشاره نمود. بر این اساس می‌توان گفت اهمیت رسانه در فرآیند جامعه‌پذیری به دلیل نقش آن در انتقال اطلاعات و آگاهی بخشی به افراد و هم‌چنین مبادله افکار و عقاید است (معمدنزاد، ۱۳۹۱: ۹۷-۱۱۱). یکی از عوامل اهمیت رسانه در حال حاضر این است که امروزه نمی‌توان انسانی را پیدا نمود که از رسانه‌ها و به‌ویژه رسانه‌های جمعی مورد استفاده ننموده باشد. آمارهای سایت استاتیتستا نشان می‌دهد در سال ۲۰۱۵م. مردم جهان به‌طور میانگین در هر روز ۲,۴۹۲ دقیقه از زمان خود را به مصرف رسانه‌های عمومی اختصاص داده‌اند. علاوه بر این یکی از عمده‌ترین وظایف رسانه‌ها، ارتقای سطح فرهنگ عمومی جامعه می‌باشد (خوش‌زبان و همکاران، ۱۳۹۸: ۳۹). رسانه‌های جمعی، به‌ویژه در شکل‌گیری شخصیت نوگرا در جوامع مدرن، نقش به‌سزایی دارند و برای نشر افکار و عقاید مناسب‌ترین کانال به حساب می‌آیند (میرفخرایی، ۱۳۸۴: ۱۵۵). براساس نظریه «مدل‌سازی» رسانه از طریق نمایش روش‌ها و الگوهای مختلف بر رفتار و گرایش‌های افراد تأثیر می‌گذارند. افراد تحت تأثیر آن چه رسانه به آن‌ها نمایش می‌دهد ممکن است آن‌ها را به‌عنوان جزئی از رفتارهای شخصیتی خود بپذیرند. در این بین، رسانه‌های دیداری هم‌چون تلویزیون نقش پررنگ‌تری در مقایسه با سایر رسانه‌ها دارد (دفلور و همکاران، ۱۳۸۳: ۶۴۰).

نظریه «کاشت» نیز به بررسی تأثیر بلندمدت رسانه در شکل‌گیری باورها، گرایش‌ها و تلقی افراد از واقعیت می‌پردازد. در این نظریه نیز تلویزیون جایگاه محوری‌تری در مقایسه با سایر رسانه‌های نوین دارد و این موضوع منجر به غلبه آن بر محیط نمادین

شده و پیام‌هایی که تلویزیون ارائه می‌کند جای تجربه‌های شخصی و سایر وسایل شناخت جهان را گرفته است (مک‌کوئیل، ۱۳۸۵: ۵۵-۵۹). «گرنبر»^{۲۱} نیز از تلویزیون به دلیل عمق و نفوذ پیام‌هایش بر مخاطب به‌عنوان یک نیروی فرهنگی با قدرت بالا یاد می‌کند. از نظر وی تأثیر اصلی تلویزیون جامعه‌پذیری افراد، یعنی اشاعهٔ ثبات و پذیرش وضع موجود است (ونتر، ۱۳۸۴: ۱۱۸-۱۲۶). «لاسل»^{۲۲} رسانه را یک پدیدهٔ اجتماعی می‌داند و تأکید زیادی بر اثر پیام بر مخاطب دارد؛ از این رو، معتقد است رسانه باید با توجه به عناصر چهارگانه ارتباط (فرستندهٔ پیام، ابزار انتقال، پیام و مخاطب) مطالعه شود. «مک‌لوهان»^{۲۳} نیز معتقد است افراد نمی‌توانند در انزوا زندگی کنند و به شکل مداوم با رسانه‌های مختلف الکترونیکی در ارتباط بوده و این مسأله منجر به شکل‌گیری دهکدهٔ جهانی می‌شود. بر این اساس از نظر او رسانه‌های هر عصر، تعیین‌کنندهٔ ماهیت جامعهٔ آن زمان است؛ زیرا رسانه، این توانایی و قدرت را دارد که باورها و گرایش‌های افراد را شکل داده و شیوهٔ عملی را به آنان القا نماید (راجرز، ۲۰۰۰: ۱۲۰).

نظریهٔ «تزریقی» تأکید زیادی بر قدرت نامحدود پیام دارد. فرض اساسی این نظریه این است که چنان‌چه پیام خوب و قوی از سمت رسانه به مخاطب ارائه شود، بیشترین تأثیر را بر مخاطب دارد. در واقع مخاطب منفعل است و به همین دلیل، می‌توان پیام را به وی تزریق نمود. رسانه با توسل به عواملی مانند تحریک و تهییج عواطف و احساسات، مغزهای بی‌دفاع افراد را تحت تأثیر قرار داده و بر گرایش‌های آن‌ها در مورد پدیده‌های مختلف تأثیر می‌گذارد. در مقابل افرادی هم‌چون «لازارسفلد» و «برلسون»^{۲۴} معتقدند رسانه‌ها به صورت محدود تأثیرگذارند و نمی‌توانند تغییرات بنیادی در عقاید و رفتار افراد به وجود آورند. از نظر آن‌ها پارامترهای دیگری هم‌چون: خانواده، تحصیلات، سن، شغل و... در میزان تأثیرپذیری فرد از رسانه مؤثر است و بنابراین مخاطب پویا است. براساس نظریهٔ «برجسته‌سازی» نیز رسانه نوعی اولویت‌بندی در انتقال پیام‌ها انجام می‌دهد و با برجسته کردن بعضی از موضوعات بر افکار عمومی تأثیر می‌گذارد؛ بر این اساس، حتی اگر نتوانند تعیین کنند مخاطب چگونه فکر کند، می‌توانند تعیین کنند که در مورد چه چیزی فکر کند (امیرپور و بهرامیان، ۱۳۹۲: ۱۱۷-۱۲۳).

یکی دیگر از نظریه‌های حوزهٔ ارتباط جمعی که بر تأثیر رسانه‌های همگانی بر گرایش افراد تأکید می‌کند نظریهٔ «ماریپیچ سکوت» است. افراد در مورد یک پدیده، معمولاً مایل هستند که نظر افراد دیگر را نیز در آن مورد بدانند و از توزیع اجتماعی این نظریات آگاهی پیدا نمایند. هم‌چنین مایل‌اند بدانند که نظر آن‌ها با نظر اکثریت افراد هم‌سو است یا خیر. در این صورت اگر نظر اکثریت جامعه مخالف نظر آن‌ها باشد، سکوت

کرده و نظر خود را پنهان می‌کنند. با توجه به این‌که عموماً تصور می‌شود رسانه‌ها نشر دهنده نظرات اکثریت افراد در مورد پدیده‌های مختلف هستند؛ بنابراین افراد به پدیده‌ها همان‌گونه که رسانه‌ها مطرح می‌کنند، می‌اندیشند (مهرداد، ۱۳۸۸: ۱۶۵-۱۶۶).

۵. تبیین نظری

گرایش به خرافات در دنیای امروز نیز با وجود عدم تطابق با معیارهای علمی و عقلی، کارکردهایی دارد که می‌تواند مسیر زندگی فرد را تغییر دهد؛ به‌طور مثال، در برخی بحران‌های خانوادگی و مشکلات زناشویی، شکست‌های عشقی، بیکاری، فقر، بیماری و ... افراد را به سمت خرافات و مظاهر عملی آن، مانند: دعانویس‌ها، رمال‌ها، فال‌گیرها، جن‌گیرها و آینه‌بین‌ها سوق می‌دهد. این پدیده برخلاف تصور عامه، مختص به انسان‌های بدوی نبوده و به اشکال جدید و متنوعی در جوامع امروزی نیز وجود دارد. با این تفاوت که گرایش به خرافات در جوامع مختلف و حتی درون واحدهای یک جامعه واحد به شکل‌های مختلفی وجود دارد. گرایش به خرافات معمولاً در ناکامی‌ها، ناملایمات زندگی، شرایط نامطلوب فرهنگی، اقتصادی، اجتماعی و سیاسی ایجاد و به شدت تقویت می‌شوند. در این شرایط فرد به دلیل استیصال و درماندگی با مراجعه به افراد مذکور حاضر به انجام هر کاری که بداند در رفع مشکلش سودمند است می‌شود و نیز حاضر است هر بهایی را بپردازد؛ به‌طورکلی، تسلیم شدن در زندگی، پذیرش سرنوشت و عدم توانایی در تغییر شرایط نامطلوب، از زمینه‌های اجتماعی گرایش به خرافات در افراد و متوسل شدن آنان به راه‌های غیرمنطقی و غیرمعقول در حل مشکلات و گذر از بحران‌های زندگی است. گرایش‌های افراد تا حد زیادی محصول کنش متقابل با دیگران و به‌ویژه دیگران مهم است؛ به‌بیان دیگر، گرایش‌ها و رفتار افرادی که برای فرد مهم تلقی می‌شوند (دیگران مهم)، بر گرایش فرد نسبت به موضوعات مختلف هم‌چون خرافات تأثیر به‌سزایی دارند. در این بین نقش پدر و مادر از سایر نزدیکان در الگوپذیری و تقلید در افراد پررنگ‌تر است. همسر، گروه‌های هم‌سالان، برادر، خواهر و ... نیز می‌توانند به‌میزان قابل توجهی بر گرایش فرد تأثیر بگذارند؛ به‌بیان دیگر، انتظار می‌رود افرادی که نزدیکانشان و به‌ویژه پدر و مادرشان گرایش مثبت به خرافات دارند بیشتر از سایر افراد به خرافات گرایش داشته باشند.

رسانه‌ها نیز نقش به‌سزایی در فرآیند جامعه‌پذیری دارند و با فراهم‌سازی زمینه‌های مشارکت مردم در جامعه و تعامل با افراد دیگر گرایش‌های آن‌ها را شکل داده و یا باعث تغییر در آن می‌شود؛ هم‌چنین رسانه‌ها به‌ویژه در زمان حاضر از طریق محتواهایی

که ارائه می‌دهند می‌توانند گرایش افراد به موضوعات مختلف و از جمله گرایش به خرافات را تحت تأثیر قرار دهند. انتظار می‌رود افرادی که مصرف رسانه‌ای غالبشان مصارف آگاهی‌بخش است، از افرادی که محتوای اصلی مصرفشان در رسانه سرگرمی است کمتر گرایش به خرافات داشته باشند.

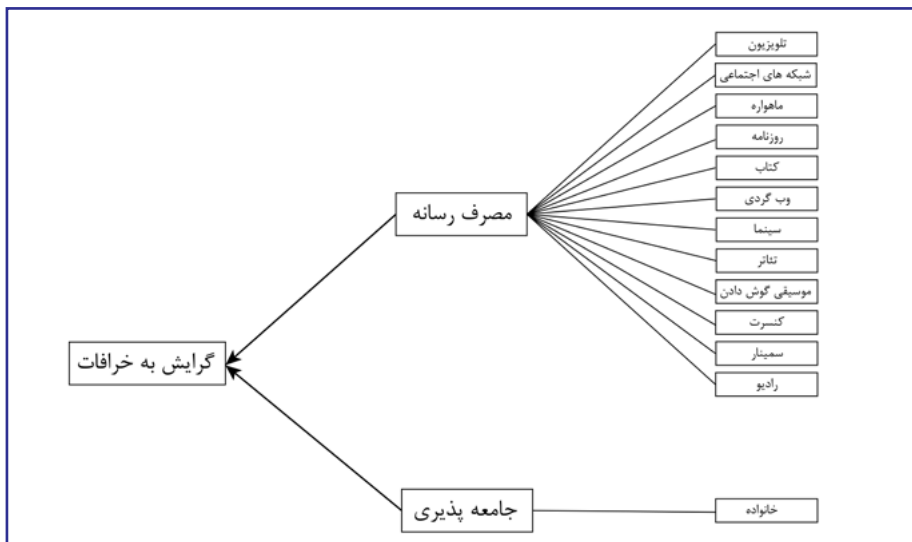
۶. فرضیه‌ها

- محتوای مصرف رسانه (سرگرم کننده یا آگاهی بخش) بر گرایش به خرافات اثرگذار است.

- بین میزان مصرف رسانه و گرایش فرد به خرافات رابطه معناداری وجود دارد.

- هرچه -دیگران مهم- فرد گرایش بیشتری به خرافات داشته باشند، فرد گرایش بیشتری به خرافات دارد.

- مدل پژوهش



۷. روش‌شناسی پژوهش

۷-۱. روش تحقیق

تحقیق حاضر با روش پیمایش و با ابزار پرسشنامه محقق ساخته اجرا شده است. پرسشنامه براساس مصاحبه‌های کیفی با مخاطبان و چارچوب نظری و مفهومی ساخته شده و روایی و پایایی آن در پیش‌آزمون بررسی شده است. برای تعیین روایی از روایی

صوری^{۲۵} استفاده شده است. برای این منظور پرسشنامه طراحی شده به تعدادی از خبرگان و صاحب‌نظران عرضه گردیده و از آنان خواسته شده رابطه میان سؤالات پرسشنامه با مفاهیم مورد سنجش ارزیابی گردد. که نتیجه به تأیید این ارتباط منجر گردید.

۸. عملیاتی سازی متغیرها

متغیرها در این تحقیق در قالب سه دسته طراحی گردیده است؛ دسته اول، گویه‌های مربوط به سنجش متغیر وابسته (گرایش به خرافات)، و دسته دوم، گویه‌های مربوط به سنجش متغیرهای مستقل جامعه‌پذیری با محوریت خانواده و رسانه می‌باشد. دسته سوم نیز متغیرهای زمینه‌ای هم‌چون: سن، جنسیت، وضعیت تأهل، وضعیت فعالیت، نوع شغل، میزان درآمد و محل سکونت می‌باشد.

برای بررسی متغیر وابسته گرایش به خرافات ابتدا ۱۸۳ گویه از مصاحبه‌های کیفی انجام شده استخراج شد؛ سپس این گویه‌ها به داوران داده شد و از آنان خواسته شد تا براساس این‌که هر گویه نشان‌دهنده چه میزان نگرش به خرافات است، از ۰ تا ۱۰ نمره‌ای به آن‌ها بدهند؛ سپس میانگین نمره هر گویه مشخص شد و گویه‌هایی انتخاب شدند که نگرش مشخصاً مثبت یا منفی در نگرش به خرافات را نمایندگی می‌کردند. هم‌چنین با محاسبه واریانس و نیم‌چارک میانگین ضریب ابهام گویه‌ها سنجیده شده و براساس آن نهایتاً ۲۳ گویه برای سنجش گرایش به خرافات در قالب «طیف لیکرت»^{۲۶} انتخاب شد و از پاسخ‌گو خواسته شد تا میزان موافقت و مخالفت خود را با هرکدام از گویه‌ها در بازه ۱ (کاملاً مخالف) تا ۵ (کاملاً موافق) بیان کند.

۹. پایایی

برای سنجش پایایی متغیر وابسته تحقیق از ضریب آلفای کرانباخ استفاده شد. بر این اساس برای سنجش هم‌بسته بودن گویه‌های متغیر وابسته و سازگاری درونی آن‌ها از ضریب آلفای کرانباخ استفاده شده است. میزان آلفای به دست آمده ۰.۹۵ می‌باشد که میزان قابل توجهی است.

۱۰. جامعه آماری و نمونه

جامعه آماری در این تحقیق مردم ۱۸ تا ۶۵ ساله شهر مشهد در سال ۱۳۹۸ می‌باشد که جمعیت آن براساس آخرین سرشماری نفوس و مسکن در سال ۱۳۸۵ برابر ۳۰۱۱۸۴ نفر می‌باشند.

نمونه‌گیری به روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای چندمرحله‌ای گردآوری شد؛ بدین صورت که در مرحله اول شهر مشهد به مناطق ۱۳گانه شهرداری تقسیم شد (طبقات سطح اول) و سپس از هرکدام از این مناطق متناسب با حجم جمعیت طبقات ۴۰ محله انتخاب شد (طبقات سطح دوم). نهایتاً از هر محله انتخاب شده یک بلوک به تصادف انتخاب شد و از بلوک مربوطه با ۱۰ نفر با در نظر گرفتن نسبت سنی و جنسی منطقه پرسشنامه تکمیل گردید.

حجم نمونه تحقیق براساس «فرمول کوکران»^{۲۷} محاسبه گردید. بدین منظور با توجه به این که متغیر وابسته تحقیق (گرایش به خرافات) در سطح فاصله‌ای مورد سنجش قرار گرفته است، واریانس متغیر وابسته همراه با اجرای پرسش‌گری به شیوه بازخوردی محاسبه و مجدداً در فرمول کوکران قرار داده و بر این اساس حجم نمونه آمارهایی ۴۰۰ نفر به دست آمد.

جامعه آماری در این تحقیق مردم ۱۵ تا ۶۵ ساله شهر مشهد در سال ۱۳۹۸ می‌باشد که جمعیت آن براساس آخرین سرشماری نفوس و مسکن در سال ۱۳۹۵ برابر با ۲۷۶۶۲۵۸ نفر می‌باشند. از این تعداد ۱۳۸۴۱۲۸ نفر مرد و ۱۳۸۲۱۳۰ نفر زن هستند. برای نمونه‌گیری از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای چندمرحله‌ای استفاده شد. بدین صورت که در مرحله اول شهر مشهد به مناطق ۱۳گانه شهرداری تقسیم شد (طبقات سطح اول) و سپس از هرکدام از این مناطق متناسب با حجم جمعیت طبقات ۴۰ محله انتخاب شد (طبقات سطح دوم). نهایتاً از هر محله انتخاب شده یک بلوک به صورت تصادفی انتخاب و از بلوک مربوطه با ۱۰ نفر با در نظر گرفتن نسبت سنی و جنسی منطقه، پرسشنامه تکمیل گردید.

برای محاسبه حجم نمونه^{۲۸} از فرمول کوکران براساس واریانس متغیر وابسته (گرایش به رفتارهای جادویی/ خرافات) استفاده شد. این متغیر با استفاده از طیف لیکرت و با استفاده از ۳۸ گویه سنجیده شده که با توجه به این که به هر گویه نمره‌ای بین ۱ (کاملاً مخالف) تا ۵ (کاملاً موافق) داده شده، در نهایت با میانگین‌گیری از نمرات این گویه‌ها، شاخص نگرش به جادو و خرافات دارای مقادیری بین ۱ و ۵ بوده و در سطح فاصله‌ای محسوب شده است.

برای محاسبه واریانس، ابتدا براساس پیش‌آزمون مقدار اولیه‌ای برای آن در نظر گرفته و حجم اولیه‌ای برای نمونه تحقیق محاسبه گردید؛ سپس با شروع گردآوری داده‌ها واریانس به دست آمده مجدداً در فرمول نمونه‌گیری قرار داده می‌شد و حجم نمونه اصلاح گردید. نهایتاً با توجه به واریانس به دست آمده برای متغیر گرایش به رفتارهای جادویی ($S^2 = 0.846$)، حجم نمونه نهایی با سطح اطمینان ۹۵٪ و بازه

خطای ۰٫۱ برابر با ۳۲۴ نفر برآورد گردید که برای اطمینان از حصول این مقدار، با تعداد بیشتری (۴۰۰ نفر) پرسشنامه گردآوری گردید.

۱۱. یافته‌های پژوهش

۱۱-۱. سیمای جمعیت شناختی پژوهش

از میان اعضای نمونه، ۴۹/۷٪ را مردان و ۵۰/۲٪ را زنان تشکیل می‌دهند. بیشترین درصد اعضای نمونه (۵۵٪) در بازه سنی ۱۵ تا ۳۴ سال قرار دارند. در بازه سنی ۳۵ تا ۵۴ سال (۳۳٪) و در بازه ۵۵ تا ۷۴ سال نیز (۱۲٪) در نمونه حضور داشتند. میانگین سنی پاسخ‌گویان ۳۶ سال است و این موضوع به این خاطر است که بیشتر اعضای جامعه مورد بررسی بر مبنای آمارهای موجود در بازه سنی ۳۵ تا ۵۴ سال قرار می‌گیرند.

هم‌چنین (۵۹٪) متأهل، (۳۲٪) هرگز ازدواج نکرده و مجموعاً (۹٪) مجرد به دلیل فوت همسر یا طلاق بودند. بررسی وضعیت تحصیلی نشان داد بیشترین درصد پاسخ‌گویان افراد دارای مدرک دیپلم (۳۳٫۵٪) و پس از آن مقطع کارشناسی (۲۱٪)، سیکل (۱۴٫۲۵٪) و کارشناسی ارشد (۱۳٫۵٪) بوده‌اند. مقاطع دکتری (۵٫۲۵٪)، ابتدایی (۴٫۷۵٪)، کاردانی (۳٫۵٪) و افراد حوزوی (۰٫۵٪) از حجم نمونه را اشغال نموده‌اند. (۳۷٫۵٪) اعضای نمونه نیز بی‌سواد بودند. هم‌چنین بیشتر از نیم درصد پاسخ‌گویان را شاغلان تشکیل می‌دادند (۵۴٫۵٪)؛ سپس زنان خانه‌دار با (۲۳٫۳٪)، محصلان (۱۰٫۵٪)، افراد بیکار (۹٪) و افراد بازنشسته نیز (۲٫۸٪) که کمترین میزان است.

یافته‌های پژوهش نتایج نشان داد نمره میانگین متغیر وابسته گرایش به خرافات در بین مردم شهر مشهد (۲٫۸۴) و انحراف معیار برابر با (۰٫۵۱) می‌باشد. حدود (۳۶٪) از پاسخ‌گویان حداقل یک بار به دعانویس مراجعه نموده‌اند و حدود (۱۷٪) نیز تجربه مراجعه به فال‌گیر را داشته‌اند. (۷٫۸٪) به کف‌بین یا طالع‌بین، (۵٪) به آینه‌بین، (۲٫۸٪) به جن‌گیر و (۰٫۸٪) نیز به رمال مراجعه کرده‌اند.

هم‌چنین نتایج نشان می‌دهد حدود (۲۱٪) از اعضای نمونه فال حافظ، (۱۵٪) فال قهوه و (۱۲٫۵٪) طالع‌بینی ماه یا سال تولد را تجربه کرده‌اند. (۱۱٫۵٪) در مجموع فال تاروت یا فال پاسور و (۸٫۲۵٪) فال انبیا یا اجداد را تجربه نموده‌اند. به علاوه (۸٪) از پاسخ‌گویان فال‌های اینترنتی و (۷٪) سایر انواع فال را انتخاب نمودند. در میان انواع فال‌ها، فال شمع و چای مجموعاً با (۱٫۵٪) کمترین میزان را به خود اختصاص داده‌اند. در بین مراجعه‌کنندگان به دعانویس (۱۵٪) علت مراجعه خود را دعاگرفتن برای رزق و روزی، حدود (۱۵٪) درمان بیماری و رفع چشم‌زخم و (۱۲٫۵٪) نیز بازگشت معشوق و بخت‌گشایی را مطرح نموده‌اند؛ هم‌چنین (۲٫۵٪) نازایی و (۱٫۵٪) نیز به بستن زبان

مادر شوهر اشاره کرده‌اند. موارد دیگر هم چون: اختلافات خانوادگی و زناشویی، جلب محبت همسر، رفع ترس، رفع پریزاد، پیدا شدن اشیاء گم شده یا دزدیده شده و... مجموعاً (۱۹٪) از پاسخ‌ها را شامل شد.

جدول ۱: ماتریس هم‌بستگی میان گرایش به خرافات و گرایش دیگران مهم

| گرایش به خرافات | متغیر مستقل | |
|-----------------|--------------------|--------|
| | .۴۳۳ ^{**} | پیرسون |
| .۰۰۰ | معناداری | |

بررسی روابط دو متغیره نشان داد هم‌بستگی مستقیم و معناداری میان گرایش دیگران مهم و گرایش فرد به خرافات وجود دارد. افرادی که نزدیکان و اطرافیانشان (به‌ویژه پدر و مادر) تجربهٔ مراجعه به افرادی هم‌چون دعانویسان و فال‌گیران و رسیدن به نتیجهٔ دلخواه و به‌تبع آن گرایش مثبت به خرافات دارند، بیشتر از افرادی که نزدیکانشان خرافات را باطل می‌دانند و رد می‌کنند گرایش مثبت به خرافات دارند.

جدول ۲: ماتریس هم‌بستگی میان گرایش به خرافات و میزان مصرف رسانه

| گرایش به خرافات | متغیر مستقل | |
|-----------------|--------------------|------------|
| | .۰۰۱ ^{**} | پیرسون |
| .۹۷۷ | معناداری | مصرف رسانه |

نتایج حاصل از ضریب هم‌بستگی پیرسون نشان داد بین میزان مصرف رسانه و گرایش به خرافات هم‌بستگی معناداری وجود ندارد؛ به این معنا که میزان مصرف رسانه تأثیری بر گرایش به خرافات در افراد ندارد. این بدان معناست که مصرف رسانه بالای رسانه نمی‌تواند به‌تنهایی تبیین‌کنندهٔ نوع گرایش افراد به پدیده‌های مختلف و از جمله خرافات باشد؛ و به‌طور مثال، حتی میزان مصرف رسانه بالا در برخی از افراد ممکن است در مصرف محتواهایی باشد که اثر مثبت بر گرایش به خرافات دارند.

جدول ۳: ماتریس هم‌بستگی میان گرایش به خرافات و محتوای مصرف رسانه

| گرایش به خرافات | محتوای مصرف رسانه | |
|---------------------|---------------------|-------------|
| | -.۱۴۰ ^{**} | پیرسون |
| .۰۰۵ | معناداری | |
| -.۰۹۱ ^{**} | پیرسون | سرگرم‌کننده |
| .۰۷۰ | معناداری | |

همان‌طور که مشاهده می‌شود هم‌بستگی میان مصرف محتوای آگاهی‌بخش رسانه و گرایش به خرافات معکوس و معنادار است؛ به بیان دیگر، افرادی که مصرف رسانه‌ای غالب آن‌ها آگاهی‌بخش است، کمتر از افراد دیگر گرایش به خرافات دارند و در مقابل کسانی که بیشتر از محتواهای سرگرم‌کننده استفاده می‌کنند، بیشتر گرایش به خرافات دارند.

جدول ۴: ماتریس هم‌بستگی میان گرایش به خرافات و متغیرهای مستقل

| گرایش به خرافات | متغیرهای مستقل | |
|---------------------|----------------|---------------------------|
| .۳۳۳ ^{***} | پیرسون | تعداد دفعات مراجعه فرد به |
| .۰۰۰ | معناداری | دعانویس و فال‌گیر و... |
| .۳۷۱ ^{***} | پیرسون | نتیجه گرفتن از خرافات |
| .۰۰۰ | معناداری | |

هم‌چنین نتایج نشان‌داد میان گرایش به خرافات و تعداد دفعات مراجعه به دعانویس، طالع‌بین، آینه‌بین، رمال و ... هم‌بستگی مستقیم و معناداری وجود دارد. به این معنا که با افزایش تعداد دفعات مراجعه فرد، گرایش به خرافات نیز افزایش پیدا می‌کند. هم‌چنین میان متغیر وابسته و نتیجه گرفتن از خرافات هم‌بستگی مستقیم و معناداری وجود دارد. در واقع افرادی که در مراجعه خود به دعانویس، طالع‌بین، رمال و ... نتیجه دلخواهشان را گرفتند، بیشتر از افرادی که نتیجه نگرفته یا تجربه مراجعه ندارند، گرایش به خرافات دارند.

جدول ۵: مقایسه میانگین‌ها

| متغیر | اجزای متغیر | تعداد نمونه | میانگین | F | معناداری |
|-----------------|-------------|-------------|---------|------|----------|
| گرایش به خرافات | زن | ۲۰۱ | ۲٫۶۳ | ۱٫۸۵ | .۱۷۴ |
| | مرد | ۱۹۹ | ۲٫۵۱ | | |
| متغیر | اجزای متغیر | تعداد نمونه | میانگین | F | معناداری |
| گرایش به خرافات | متاهل | ۳۳۶ | ۲٫۶۱ | ۱۲۱٫ | .۷۳۹ |
| | مجرد | ۱۲۹ | ۲٫۴۳ | | |

آزمون تی مستقل بین میانگین گرایش به خرافات در دو گروه (زنان و مردان) و (مجردان و متأهلان) تفاوت اندکی را نشان می‌دهد و قابل تعمیم به جامعه آماری نیست. علت مراجعه به افرادی هم‌چون دعانویس و فال‌گیر براساس آن‌چه پاسخ‌گویان

در مرحله گردآوری داده‌ها بیان نمودند در این گروه‌ها متفاوت است؛ به طور مثال، مجردان بیشتر برای مواردی چون بازگشت یا طلسم معشوق در شکست‌های عشقی، ارتقای شغلی یا تحصیلی و در مقابل متأهلان برای جلب محبت همسر، نازایی، پسر یا دخترزایی و بستن زبان مادرشوهر مراجعه می‌کنند. در زنان بیشتر موضوعات و مشکلات خانوادگی و در مردان مشکلات کاری و اقتصادی علت مراجعه‌شان بوده است.

جدول ۶: توصیف متغیر گرایش به خرافات در وضعیت فعالیت پاسخ‌گویان

| وضعیت فعالیت | تعداد | میانگین | انحراف معیار | خطای استاندارد | کمترین | بیشترین |
|--------------|-------|---------|--------------|----------------|--------|---------|
| شاغل | ۲۱۸ | ۲,۵۱ | ۰.۸۵۹ | ۰.۰۵۸ | ۲,۴۰ | ۲,۶۳ |
| خانه‌دار | ۹۳ | ۲,۸۰ | ۰.۹۹۳ | ۰.۱۰۳ | ۲,۶۰ | ۳,۰۱ |
| بازنشسته | ۱۱ | ۲,۲۸ | ۰.۹۷۴ | ۰.۲۹۳ | ۱,۶۳ | ۲,۹۴ |
| محصل | ۴۲ | ۲,۱۷ | ۰.۷۸۰ | ۰.۱۲۰ | ۱,۹۲ | ۲,۴۱ |
| بیکار | ۳۶ | ۲,۸۶ | ۱,۰۰ | ۰.۱۶۶ | ۲,۵۳ | ۳,۲۰ |
| جمع | ۴۰۰ | ۲,۵۷ | ۰.۹۱۹ | ۰.۰۴۵ | ۲,۴۸ | ۲,۶۶ |

نتایج نشان داد بیکاران و زنان خانه‌دار بیشتر از شاغلان، بازنشستگان و محصلان گرایش مثبت به خرافات داشته‌اند؛ هم‌چنین کمترین میزان گرایش به خرافات در محصلان و بیشترین میزان در بین بیکاران بوده است.

جدول ۷: توصیف متغیر گرایش به خرافات در مقاطع مختلف تحصیلی

| وضعیت تحصیلی | تعداد | میانگین | انحراف معیار | خطای استاندارد | کمترین | بیشترین |
|--------------|-------|---------|--------------|----------------|--------|---------|
| بی‌سواد | ۱۰ | ۲,۶۵ | ۰.۹۰۲ | ۰.۲۸۵ | ۲ | ۳,۲۹ |
| ابتدایی | ۳۶ | ۲,۹۵ | ۰.۹۳۶ | ۰.۱۵۶ | ۲,۶۳ | ۳,۲۶ |
| سیکل | ۷۲ | ۲,۸۷ | ۱,۰۲۳ | ۰.۱۲۰ | ۲,۶۳ | ۳,۱۱ |
| دیپلم | ۱۰۶ | ۲,۷۴ | ۰.۹۶۶ | ۰.۰۹۳ | ۲,۵۵ | ۲,۹۲ |
| کاردانی | ۳۰ | ۲,۳۳ | ۰.۶۷۱ | ۰.۱۲۲ | ۲,۰۸ | ۲,۵۸ |
| کارشناسی | ۸۹ | ۲,۲۴ | ۰.۷۹۸ | ۰.۰۸۴ | ۲,۰۷ | ۲,۴۱ |
| ارشد | ۳۶ | ۲,۱۹ | ۰.۶۴۱ | ۰.۱۰۶ | ۱,۹۷ | ۲,۴۱ |
| دکتری | ۱۹ | ۲,۳۸ | ۰.۷۱۷ | ۰.۱۶۴ | ۲,۰۳ | ۲,۷۲ |
| حوزوی | ۲ | ۲,۳۹ | ۱,۳۵۷ | ۰.۹۶۰ | -۹,۸۰ | ۱۴,۵۸ |
| جمع | ۴۰۰ | ۲,۵۷ | ۰.۹۱۹ | ۰.۰۴۵ | ۲,۴۸ | ۲,۶۶ |

میانگین گرایش به خرافات در بین مقاطع تحصیلی مختلف نشان داد با افزایش میزان تحصیلات، افراد به میزان کمتری گرایش به خرافات داشته‌اند. به بیان دیگر پاسخ‌گویان در مقاطع دکتری، کارشناسی ارشد، کارشناسی و کاردانی کمتر از افراد دارای تحصیلات ابتدایی، سیکل، دیپلم و افراد بی‌سواد گرایش مثبت به خرافات داشتند. شاخص انحراف معیار نیز مؤید این نتیجه است.

جدول ۸: متغیرهای وارد شده در معادله رگرسیون و ضرایب تأثیر آن

| مدل | رگرسیون | ضریب تعیین | ضریب تعیین تصحیح شده | خطای برآورد |
|--|---------|------------|----------------------|-------------|
| ۱ | a۴۷. | ۲۲. | ۲۲. | ۳۹. |
| ۲ | b۵۲. | ۲۷. | ۲۶. | ۳۷. |
| ۳ | c۵۶. | ۳۲. | ۳۰. | ۳۶. |
| ۴ | d۵۸. | ۳۳. | ۳۲. | ۳۶. |
| ۵ | e۵۹. | ۳۵. | ۳۳. | ۳۵. |
| پیش‌بینی کننده (مقدار ثابت): گرایش دیگران مهم | | | | |
| پیش‌بینی کننده (مقدار ثابت): گرایش دیگران مهم، نتیجه گرفتن از خرافات | | | | |
| پیش‌بینی کننده (مقدار ثابت): گرایش دیگران مهم، نتیجه گرفتن از خرافات، دفعات مراجعه به دعانویس و فالگیر | | | | |
| پیش‌بینی کننده (مقدار ثابت): گرایش دیگران مهم، نتیجه گرفتن از خرافات، دفعات مراجعه به دعانویس و فالگیر، تحصیلات | | | | |
| پیش‌بینی کننده (مقدار ثابت): گرایش دیگران مهم، نتیجه گرفتن از خرافات، دفعات مراجعه به دعانویس و فالگیر، تحصیلات، مصرف رسانه‌ی سرگرم‌کننده. | | | | |

در تحقیق حاضر برای به دست آوردن مدل رگرسیونی، از روش «پله به پله»^{۲۹} استفاده گردید. نتایج آزمون رگرسیون نشان داد که عملیات رگرسیون تا پنج مرحله انجام شده است و میزان ضریب هم‌بستگی چندگانه و ضریب تعیین در هر مرحله نسبت به مرحله قبل، افزایش قابل توجه و معناداری داشته است. هم‌چنین خطای برآورد در مراحل پایانی در مقایسه با مرحله اول کاهش معنادار داشته است. بررسی متغیرهای مستقل نیز نشان داد که هر پنج متغیر مورد بررسی (گرایش دیگران مهم، نتیجه گرفتن از خرافات، دفعات مراجعه به دعانویس و فالگیر، میزان تحصیلات، مصرف رسانه‌ی سرگرم‌کننده) نقش تعیین‌کننده‌ای در تبیین گرایش به خرافات داشته و به میزان $R=0.59$ با متغیر وابسته هم‌بستگی دارند. ضریب تعیین به دست آمده نیز بیانگر آن است که ۳۵٫۵٪ از تغییرات موجود در متغیر وابسته، تابع متغیرهای مستقل ذکر شده است.

۱۲. بحث و نتیجه‌گیری

گرایش به خرافات، در حقیقت فکر و احساس درونی ما نسبت به آن است که تأثیر زیادی بر رفتار ما در این رابطه می‌گذارد. انسان‌ها با توجه به شرایط فردی و اجتماعی که در

آن رشد می‌کنند، راجع به موضوعات مختلف گرایش‌های متفاوتی دارند و بر این اساس واکنش‌های متفاوتی نیز به اتفاقات مختلف نشان می‌دهند؛ به عبارت دیگر، در مواجهه با یک پدیده یکسان، افراد به دلیل گرایش‌های متفاوت، رفتار متفاوتی نیز دارند؛ بنابراین بررسی گرایش افراد به منظور شناخت و درک رفتارهای اجتماعی آنان از اهمیت بالایی برخوردار است، زیرا گرایش‌ها تعیین‌کننده رفتار و روابط اجتماعی هستند. از طرف دیگر، بررسی گرایش‌ها گام اول برای اصلاح آن‌هاست و با تغییر گرایش‌های افراد، می‌توان رفتارهای آن‌ها را نیز تغییر داد.

در فرهنگ همه جوامع دو نوع گرایش منفی و مثبت در مورد خرافات وجود دارد؛ در واقع عده‌ای از افراد به خرافات اعتقاد داشته و آن را مفید و دارای کارکرد می‌دانند و عده‌ای نه تنها آن را باور ندارند، بلکه آن را سدی در برابر پیشرفت جامعه و مغایر با عقل، منطق و دین در نظر می‌گیرند. اهمیت این مسأله می‌تواند به دلیل نقش مهم خرافات و مصادیق آن در جامعه امروز هم چون مراجعه به: دعانویس، فال‌گیر، رمال، جن‌گیر، آینه‌بین و... در مشکلات و بحران‌ها و هم‌چنین در تصمیمات مهم زندگی باشد. از آنجایی که افراد مذکور راه‌حل‌های غیرمناسبی برای حل مشکلات و دستیابی به خواسته‌ها ارائه می‌کنند، می‌توانند زیان‌های جبران‌ناپذیری به فرد و اطرافیان او وارد نمایند.

هدف تحقیق حاضر بررسی تأثیر جامعه‌پذیری بر گرایش به خرافات می‌باشد که برای سنجش آن از روش کمی استفاده شده است. جامعه آماری این تحقیق مردم شهر مشهد در سال ۱۳۹۸ می‌باشد. جهت تعیین حجم نمونه مورد بررسی در این تحقیق از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای براساس فرمول کوکران استفاده شد که براساس آن ۴۰۰ نفر به عنوان نمونه مورد بررسی از بین مناطق سیزده‌گانه شهرداری و ۴۰ محله از محله‌های مختلف شهر مشهد انتخاب شدند. یافته‌های تحقیق به دو روش توصیفی و استنباطی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. مطابق نتایج به دست آمده در تحقیق حاضر میان گرایش به خرافات با متغیر مستقل گرایش دیگران مهم رابطه مستقیم و معنادار قوی وجود دارد. افرادی که نزدیکان آن‌ها و به‌ویژه والدین‌شان بیشتر گرایش به خرافات دارند، در مواقع حساس و بحرانی و در زمان مشکلات بیشتر گرایش به خرافات دارند.

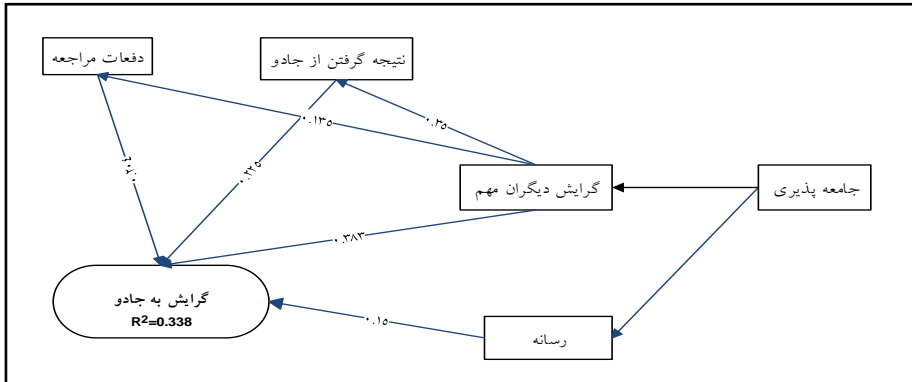
در ارتباط با مصرف رسانه اگرچه رابطه معناداری میان میزان مصرف رسانه و گرایش به خرافات مشاهده نشد، اما هم‌بستگی میان محتوا مصرف رسانه و گرایش به خرافات معنادار بود؛ به بیان دیگر، افرادی که مصارف رسانه‌ای آگاهی‌بخش دارند، کمتر از افرادی که مصارف رسانه‌ای سرگرم‌کننده دارند گرایش به خرافات دارند. این یافته با

نظریات جامعه‌شناسی ارتباط هم‌چون نظریه‌های تزریقی، کاشت، ماریج سکو و مدل‌سازی، هم‌سو است.

هم‌چنین نتایج نشان می‌دهد میان جنسیت و گرایش به خرافات رابطه معناداری وجود ندارد. نتایج برخی از تحقیقات گذشته هم‌چون: زب (۲۰۰۱)، گریفتس و همکاران (۲۰۰۵)، پورسل (۱۹۸۲)، فروغی و عسگری مقدم (۱۳۸۸)، کلاتری و همکاران (۱۳۹۱) که برخلاف این یافته است، نشان می‌دهد در گذشته عواملی هم‌چون ساختارهای اجتماعی مبتنی بر محدودیت‌ها و نابرابری‌های جنسیتی، جامعه‌پذیری متفاوت زنان در محیط خانواده، مدرسه و... منجر به توفیق کمتر زنان در دستیابی به خواسته‌هایشان می‌شد. ناکامی در تغییر ساختارهای اجتماعی محدودکننده موجود و رفع موانع در جهت تحقق اهداف و آرزوها نیز افزایش گرایش به خرافات و اموری تسکین‌دهنده و امیددهنده از این قبیل در زنان را تبیین می‌نمود؛ اما به نظر می‌رسد در عصر حاضر به دلیل کاهش عوامل فوق و دستیابی زنان به موقعیت‌های اجتماعی بهتر، اشتغال مناسب‌تر، تحصیلات بیشتر، تبعیض‌های کمتر در محیط خانواده، کسب آزادی‌های اجتماعی و در کل بهبود شرایط زندگی از نظر گرایش به خرافات چندان تفاوتی با مردان ندارند.

بررسی وضعیت اشتغال پاسخ‌گویان نشان داد رابطه معناداری بین این متغیر و متغیر وابسته تحقیق وجود دارد؛ به بیان دیگر، افراد فاقد شغل در مقایسه با شاغلین بیشتر گرایش به خرافات داشتند. با اطمینان ۹۹٪ می‌توان گفت در جامعه آماری هم‌افراد فاقد شغل نسبت به شاغلین بیشتر گرایش به خرافات دارند. مطابق با تبیین نظری ارائه شده این مسأله به دلیل عدم دسترسی افراد فاقد شغل به اهداف، آمال و آرزوهای خود از طریق روش‌های در دسترس و منطقی است. این نتایج با یافته‌های شمر (۲۰۱۰) و عزیزخانی و همکاران (۱۳۹۴)، هم‌سو بود.

بررسی نتایج مربوط به وضعیت تحصیلی پاسخ‌گویان نیز نشان داد رابطه معناداری میان مقطع تحصیلی پاسخ‌گویان و گرایش به خرافات وجود دارد و با افزایش تحصیلات، افراد کمتر گرایش به خرافات دارند. یافته‌های خواجه‌زاده (۱۳۹۰)؛ عسگری و فروغی مقدم (۱۳۸۸)، صفایی (۱۳۸۹)، بوخاری (۲۰۰۲) و پلترز (۲۰۰۲) نیز مؤید نتایج تحقیق حاضر است. بین متغیر وضعیت تأهل و گرایش به خرافات در تحقیق حاضر رابطه‌ای یافت نشد. این یافته با تحقیق عزیزخانی و همکاران (۱۳۹۴) ناهم‌سو می‌باشد؛ اما در بررسی قاسمی و همکاران (۱۳۸۶) و خواجه‌زاده (۱۳۹۰) نیز وضعیت تأهل تفاوت معناداری را در افراد نشان نداد.



پی‌نوشت

1. Superstitions
2. Magic
3. Shermer
4. Garcia Montes
5. Zebb
6. Barbara
7. Griffiths
8. Wiseman and Wat
9. Blackmore and Siebold
10. Thalbourne
11. Hensley
12. Porsche
13. Frazar
14. Malinowski
15. Mouse
16. Pareto
17. Salvine
18. Couture and feet
19. Atreaker
20. Hayman and Singer
21. Grenber
22. Lasswell
23. McLuhan
24. Lazarusfeld and Berlson
25. Formal Validity
26. Likert
27. Cochran Formula
28. Sample Size
29. Stepwise

کتابنامه

- ارونسون، الیوت، (۱۳۹۶). روان‌شناسی اجتماعی. مترجم: دکتر حسین شکرکن، چاپ دوازدهم. تهران: نشر رشد.

- افشانی، علیرضا؛ و احمدی، اصغر، (۱۳۹۳). «میزان نوگرایی و گرایش به خرافات در یزد». پژوهشنامه خرافات در ایران، ۹ (۲): ۱۳۱-۱۵۸.
- امیرپور، مهناز؛ و بهرامیان، شفیق، (۱۳۹۲). مبانی کلی نظریه‌های ارتباط جمعی. چاپ دوم، تهران: نشر جامع‌شناسان.
- آرون، ریمون، (۱۳۷۰). مراحل اساسی اندیشه در جامعه‌شناسی. مترجم: باقر پرهام، چاپ چهارم، تهران: نشر انقلاب اسلامی.
- جان‌علیزاده چوب‌بستی، حیدر؛ و همکاران، (۱۳۸۸). «کاوشی جامعه‌شناختی در وضعیت خرافه‌گرایی دانشجویان دانشگاه‌های مازندران و صنعتی نوشیروان بابل». راهبرد فرهنگ، ۱۸ (۵): ۱۲۳-۱۵۵.
- جاهودا، گوستاو، (۱۳۷۱). روان‌شناسی خرافات. مترجم: محمدنقی براهنی، چاپ ششم، تهران: نشر نو.
- خوش‌زبان، علی؛ و سلطانی‌فر، محمد؛ و دلاور، علی، (۱۳۹۸). «نقش مؤلفه‌های احساسی و اخلاقی سواد رسانه‌ای در توسعه سرمایه اجتماعی بین شهروندان تهرانی». فصلنامه علمی مطالعات فرهنگ؛ ۲۰ (۴۸): ۳۷-۶۰.
- خانی، لطفعلی؛ علمی، محمود؛ غفاری، مظفر؛ و اسماعیلی، رضا، (۱۳۹۲). «بررسی رابطه محرومیت اجتماعی با گرایش به خرافات». مطالعات جامعه‌شناسی، ۶ (۲۱): ۷-۱۹.
- خواجه‌زاده، نسیم، (۱۳۹۰). «عوامل اجتماعی فرهنگی مؤثر بر گرایش زنان به اعمال خرافی در دزفول، جامعه‌شناسی فرهنگ». پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علوم و تحقیقات، تهران.
- درری، زهرا، (۱۳۹۰). «بررسی میزان گرایش به خرافه‌پرستی در بین ساکنان شهرستان قوچان و عوامل اجتماعی مؤثر بر آن». پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی، قوچان.
- دفلور، ملوین لارنس؛ و دنیس، اورت ای، (۱۳۸۱). شناخت ارتباطات جمعی. مترجم: سیروس مرادی، چاپ اول، تهران: نشر دانشکده صداوسیما.
- زرین‌کوب، عبدالحسین، (۱۳۶۹). با کاروان اندیشه: مقالات و اشارات در زمینه اندیشه و اخلاق. تهران: نشر امیرکبیر.
- شاهسواری، آرزو؛ و بیات، محبوبه، (۱۳۹۱). «گرایش به خرافات در بیماران مبتلا به بیماری‌های جسمی مراجعه‌کننده به افراد غیر درمانی در شهرستان الیگودرز». مندیش، ۳ (۴ و ۵): ۵۵-۶۶.
- صفایی، صفی‌اله؛ طیبی‌نیا، موسی؛ و عرفانی، نصراله، (۱۳۸۹). «بررسی عوامل

- جامعه‌شناسی مرتبط با خرافات». پژوهشنامه خرافات در ایران. دوره جدید (۲۱): ۱۵۵-۱۸۲.
- عزیزخانی، اقباله؛ ابراهیمی، جعفر، و آبتین، جعفر، (۱۳۹۴). «بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر گرایش به خرافات (مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه آزاد واحد اردبیل)». جامعه‌شناسی مطالعات جوانان، ۶ (۱۸): ۵۳-۷۲.
- عطاری، محمد؛ چاکری، آزاده؛ و محمدی زرغان، شاهین، (۱۳۹۴). «تحلیلی بر جادو و جادوگری درمان بیماران روانی در گذشته». رویش روان‌شناسی، ۴ (۱۲): ۶۱-۷۵.
- فروغی، علی؛ و عسگری مقدم، رضا، (۱۳۸۸). «بررسی میزان گرایش به خرافات در بین شهروندان تهرانی». راهبرد، ۱۸ (۵۳): ۳۱۳-۳۳۰.
- فریزر، جیمز، (۱۳۸۲). شاخه زین؛ پژوهشی در جادو و دین. مترجم: کاظم فیروزمند، چاپ دوم، تهران: نشر آگاه.
- قاسمی، وحید؛ عریضی، فروغ‌السادات؛ پورافکاری، نصراله؛ و افشانی، سید علیرضا، (۱۳۸۶). «تبیین و تحلیل جامعه‌شناسی گرایش به خرافات». مجله پژوهشی دانشگاه اصفهان، ۷ (۲۸): ۱۷۷-۱۹۹.
- کلانتری، عبدالحسین؛ بشیری‌گیوی، حسین؛ و غلامی‌شاهسوار، سهیلا، (۱۳۹۱). «بررسی جامعه‌شناختی عوامل فرهنگی و اجتماعی مؤثر بر ازخودبیگانگی اجتماعی شهرستان گیوی». مطالعات توسعه اجتماعی ایران، ۴ (۳): ۵۳-۶۳.
- کوزر، لوئیس آلفرد، (۱۳۸۰). زندگی و اندیشه بزرگان جامعه‌شناسی. چاپ نهم، تهران: نشر علمی.
- مالینوفسکی، برانیسلاف، (۱۳۹۵). جادو، علم و دین. مترجم: بهنام خلیلیان و مصطفی آقایی، چاپ دوم، تهران: نشر جامی.
- معتمد نژاد، کاظم، (۱۳۹۱). وسایل ارتباط جمعی. چاپ هفتم، تهران: نشر دانشگاه علامه طباطبایی.
- مک‌کوئیل، دنیس، (۱۳۸۵). درآمدی بر نظریه‌های ارتباط جمعی. مترجم: پرویز اجلالی، چاپ سوم، تهران: نشر مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه.
- موس، مارسل، (۱۳۹۷). نظریه عمومی جادو. مترجم: حسین ترکمن‌نژاد، چاپ دوم، تهران: نشر مرکز.
- مهرداد، هرمز، (۱۳۸۸). نظریات و مفاهیم ارتباط جمعی. چاپ دوم، تهران: نشر فاران.
- ووتر، بری، (۱۳۸۴). روش‌های تحقیق رسانه‌ای. مترجم: مینو نیکو، تهران: چاپ اول، نشر اداره کل پژوهش‌های سیما.

- همیلتون، مالکوم، (۱۳۹۲). جامعه‌شناسی دین. مترجم: محسن ثالثی، چاپ چهارم، تهران: نشر تبیان.
- یونگ، کارل گوستاو، (۱۳۹۵). روان‌شناسی و دین. چاپ چهارم، تهران: نشر امیرکبیر.

- Afshani, A. & Ahmad, A., (2014). "The degree of modernity and tendency to superstitions in Yazd". *Pazhoheshnameh-y- Khorafat dar Iran*, 9 (2): 131-158.

- Amirpour, M. & Bahramian, Sh., (2012). *General principles of mass communication theories*. Second edition, Tehran: Jamehshenasan Publication.

- Aronso, E., (2016). *Social Psychology*. Translator: Dr ,Hossein Shekarkan, 12th edition, Tehran: Rosh Publication.

- Aron, R., (1370). *Basic stages of thought in sociology*. Translator: Bagher Parham, Fourth edition, Enghelab-e-Islami Publication.

- Attari, M.; Chakeri, A. & Mohammadi, Sh., (2015). "An analysis of magic and sorcery in the treatment of mental patients in the past". *Development of Psychology*, 4 (12): 61-75.

- Azizkhani, E. & Ebrahimi, J., (1395). "Investigating social factors affecting the tendency to superstitions (case study of Azad University students, Ardabil Branch)". *Motaleat-e-Jamehshenasi-e-Javanan*, 6 (18): 53-72.

- Bukhari, S. S.; Pardhan, A.; Khan, A. S.; Ahmed, A.; Choudry, F. J.; Pardhan, K.; Nayeem, K. & Khan, M., (2002). "Superstitions Regarding Health Problems in Different Ethnic Groups in Karachi". *Journal of Pakistan Medical Association*, 52(8): 383-387.

- Cozer, L., (2010). *Lives and Thoughts of Great Sociologists*. Ninth edition, Tehran: Elmi publication.

- Darari, Z., (1390). "Investigating the degree of tendency towards superstition among the residents of Qochan city and the social factors effecting it". Master's Thesis, Islamic Azad University, Qochan.

- Delfore, M. & Dennis, E., (2008). *Understanding mass communication*. Translator: Siros Moradi, First edition, Tehran.

- Fraser, J., (2008). *The golden branch Research in magic and religion*. Translator: Kazem Firozmand, Second edition, Tehran: Aghah Publication.

- Foroughi, A. & Asgari, A., (2008). "Investigating the level of tendency

- towards superstitions among Tehrani citizens". *Rahbord*, 18 (53): 313-330.
- García-Montes, J. M.; Pérez-Álvarez, M.; Balbuena, C. S.; Garcelán, S. P. & Cangas, A. J., (2006). "Metacognitions in patients with hallucinations and obsessive-compulsive disorder: The superstition factor". *Behaviour Research and Therapy*, 44(8): 1091-1104.
 - Griffiths, M. D. & Bingham, C., (2005). "A Study of Superstitious Beliefs among Bingo Players". *Journal of Gambling*, 13: 95-137.
 - Hamilton, M., (2012). *Sociology of Religion*. Translator: Mohsen Salesi, fourth edition, Tehran: Tabian publication.
 - Jahoda, G., (1971). *Psychology of superstitions*. Translator: Mohammad Naghi Bahrami, Sixth edition, Tehran: Nou Publication.
 - Jan Alizadeh, H. et al., (2008). "Sociological research on the superstition status of students of Mazandaran and Noshirvan Universities of Technology, Babol". *Rahbord-e-Farhang*, 18 (5): 123-155.
 - Jung, K., (2015). *Psychology and Religion*. Fourth edition, Tehran: Published by Amirkabir.
 - Khajehzadeh, N., (1390). "Social and cultural factors influencing women's tendency to superstitious practices in Dezful. Sociology of culture". Master's thesis, University of Science and Research, Tehran.
 - Khani, L.; Elmi, M.; Ghafari, M. & Esmaeli, R., (1392). "Investigating the relationship between social deprivation and tendency to superstition". *Motaleat-e-Jameshenasi*, 6 (21): 7-19.
 - Khoshzaban, A.; Soltanifar, M. & Delvar, A., (1398). "The role of emotional and moral components of media literacy in social development among Tehrani citizens". *Fasnameh-y-Elmi Motaleat-e-Farhang*, 48: 37-60.
 - Malinovski, B., (2015). *Magic, science and religion*. Translator: Behnam Khalilian & Mostafa Aghaei, second edition, Tehran: Jami publication.
 - Mandal, M.; Mukherjee, A. & Gupta, S., (2018). "New vista in Parkinson's disease treatment: Magic of nanotechnology". *Journal of the Indian Chemical Society*, 95(8): 997-1002.
 - Mehrdad, H., (2008). *Theories and concepts of mass communication*. second edition, Tehran: Faran publication.
 - Mcquail, D., (2005). *An introduction to mass communication theories*. Translator: Parviz Ejlali, Third edition, Tehran: Publishing Center for Media Studies and Research.

- McLuhan, M., (1994). *Understanding media: The extensions of man*. MIT press.
- Moss, M., (1397). *General theory of magic*. Translator: Hossein Turkaman nezhad, second editiin, Tehran: Markaz publication.
- Motamednezhad, K., (1391). *Mass communication tools*. Seventh edition. Tehran: Publication of Allameh Tabatabaei University.
- Peltzer, K. & Renner, W., (2001). "Superstition, risk-taking and risk perception of accidents among South African taxi drivers". *Accident Analysis & Prevention*, 35(4): 619-623.
- Purcell, K., (1982). "Female manual workers, fatalism and the reinforcement of inequalities". *Rethinking Social Inequality, Aldershot: Gower*, 43-64.
- Rogers, E., (1983). *Diffusion of Innovations*. NewYork, free paires, West, Richard and Turner, Lynn H. Introducing communication theories, sage publication, 2000.
- Safaei, S.; Tayebinia, M. & Erfani, N., (2009). "Investigating sociological factors related to superstitions". *Pazhoheshnameh-y-Khorafat*, 21: 155-182.
- Shahsavari, A. & Bayat, M., (1391). "Tendency to superstitions in patients with physical dieases reffered to non-medical people in Aligudarz city". *Mendish*, 3 (4 & 5): 55-66.
- Shermer, M., (2010). "How a lack of control leads to superstition and what can be done about it". *Scientific American*, 302(2): 30.
- Thalbourne, M. A. & Hensley, J. H., (2001). "Religiosity and Belief in The Paranormal". *Journal of the Society for Psychological Research*, 65: 47-50.
- Venter, B., (2004). *Media research methods*. Translator: Mino Niko, Tehran: first edition, Published by the General Directorate of Research of Sima.
- Wiseman, R. & Watt, C., (2004). "Measuring superstitious belief: Why lucky charms matter". *Personality and individual differences*, 37(8): 1533-1541.
- Zarinkoob, A., (1396). *With the Carvan of thought: articles and references in the field of thought and ethics*. Tehran: Published by Amir kabir.
- Zebb, B., (2003). "Superstitiousness and perceived anxiety control as predictors of psychological distress". *Journal of Anxiety Disorders*, 17(1): 115-130.

Sociological Explanation of Factors Affecting the Formation of Corruption Culture (Case of Study: Citizens of Najafabadi)

Beheshti, S. S.^I, Noorian Najafabadi, M.^{II}

<https://dx.doi.org/10.22084/CSR.2022.25196.2026>

Received: 2021/11/12; Accepted: 2022/02/21

Type of Article: **Research**

Pp: 99-140

Abstract

The most important characteristic of any culture is its acquisition and the notion of the interactions of society members in its production and reproduction. Sometimes these interactions can be formed to fight corruption, and sometimes to accept corrupt behaviors and ignoring them; a matter that shall cause the stigma of corruption will be disappeared and institutionalized in the society that is known as the culture of corruption. The purpose of this research was to determine the level of the culture of corruption among the people of Najaf Abad city, Isfahan, and also to explain the reason for its formation. This research was carried out quantitatively via survey method using a researcher-made questionnaire approach. A multi-stage random sampling scheme was used in this study with a sample size of 370 people. Finally, the data were analyzed with SPSS and Smart PLS software. The statistical analysis showed that the three components of the disappearance of the stigma of corruption, the unwillingness to disclose corruption and the acceptance of corruption as the norm, constitute the different aspects of the culture of corruption. Hypotheses tests also showed that the independent variables of collectivism, citizenship culture, disclosure culture, and gender equality had a negative effect on people's desire for corruption culture, and they explained a total of 45.2% of the variance of corruption culture. The increasing trend of corruption in Iran and its negative consequences create the concern that ugliness of corrupt practices will disappear and therefore, corruption will become a cultural feature as they become normalized and accepted. According to the findings of this study, by raising the spirit of collectivism and reducing self-centered tendencies among people, it is possible to familiarize them with the duties and responsibilities of citizenship, fight against gender inequalities, support whistleblowers of corruption, and also encourage them to prevent the formation of a culture of corruption.

Keywords: Culture of Corruption, Individualism, Collectivism, Gender Equality, Disclosure, Gift Giving Culture, Citizenship Culture.

I. Assistant Professor, Department of Sociology, Faculty of Humanities, Yasouj University, Yasouj, Iran (Corresponding Author). **Email:** sbeheshty@yu.ac.ir

II. Ph.D. Candidate Sociology, Department of Sociology, Faculty of Humanities, Yasouj University, Yasouj, Iran.

Citations: Beheshti, S. S. & Noorian Nagaf Abadi, M., (2022). "Sociological Explanation of Factors Affecting the Formation of Corruption Culture (Case of Study: Citizens of Najafabadi)". *Two Quarterly Journal of Contemporary Sociological Research*, 11(20): 99-140. doi: 10.22084/csr.2022.25196.2026.

Homepage of this Article: https://csr.basu.ac.ir/article_4623.html?lang=en

1. Introduction

One of the integral dimensions of human social life is the existence of culture phenomenon in every society. The effect of culture on every phenomenon and behavior in society is undeniable, and naturally, criminal behavior is not separated from this rule. The relationship between culture and corruption has always been one of the most important topics discussed by sociologists. In this research, the meaning of the culture of corruption is the disappearance of the ugliness and wrongness of the act committed by the people, the norm of perceiving an abnormal behavior and surrendering and also not protesting the cases of corruption was evident. Due to the high level of corruption in Iran, the main questions of the current research were, firstly, what is the extent of the culture of corruption among the citizens of Najafabad city? Secondly, what social factors affect the degree of corruption culture in Najafabad city? And thirdly, finally, what solutions can be offered to reduce the culture of corruption in Najafabad city?

2. Materials and Methods

The present study was conducted with a quantitative and survey method. The present research was conducted among the citizens of Najafabad who were over 18 years-old, encapsulating of 300,288 people and with a sample size of 370 people. The sampling scheme in this research was multi-stage random. The data collection tool was a researcher-made questionnaire. The validity of the questionnaire was confirmed by face validity, construct validity and its reliability according to Cronbach's alpha coefficient. The structural equation modeling technique has used to test the hypotheses.

3. Research Findings

About 58.3% of the respondents of this research were men and 41.7% were women. Nearly two-thirds of the research sample have got married and the rest were singles. Based on the mean comparisons, it was found that the levels of corruption culture, citizenship culture and collectivism were higher than the mean level and the variables of individualism, gift culture, disclosure culture and gender equality were lower than the mean level. The standard regression coefficients extracted from the empirical model of the research - while confirming the hypotheses of this research - showed that the effect of individualism on the culture of corruption was positive 0.128. This means that the more individualistic people, the higher the level of corruption culture

they experience. The citizenship culture factor also has an effect of -0.201 on the culture of corruption, meaning that the more people adhere to the culture of citizenship, the lower their adherence to the culture of corruption. The effect of collectivism on the culture of corruption with a beta of -0.197 confirmed that collectivism can be an obstacle to the formation of a culture of corruption. The beta value obtained in the model showed that the effect of whistleblowing culture on the culture of corruption was 0.289. It showed that the more the whistleblowing culture is strengthened among the people, the tendency towards the corruption culture decreases. Also, trying to repay good deeds and giving gifts has a positive effect on the culture of corruption. This effect was 0.379 and showed that with one unit change in the standard deviation of people's adherence to the culture of gift giving and compensation, a positive change of 0.379 in the standard deviation of adherence to the culture of corruption is created. The hypothesis test of the effect of gender equality on the culture of corruption was also confirmed with a beta of -0.261 and it showed that the more people feel gender equality, the less they tend to the culture of corruption. Based on the adjusted coefficient of determination (R^2) displayed in the model, in total, the independent variables of this research have been able to explain 45.2% of the changes in the culture of corruption. Although this amount is significant and has a high explanatory power, it should be noted that many other variables are also effective in the formation of the culture of corruption, which have not been addressed in this research.

4. Discussion

In this research, five hypotheses were proposed, all of which were confirmed. The obtained results were in line with many past researches. In this regard, if the belonging and commitment of the activists to the culture and social values at the local, ethnic and national level is strengthened, this will increase the loyalty of the people to the cultural foundations and social and national values, as well as the importance of group and collective interests provides the grounds for the negative attitude towards corruption. The existence of a culture of gift giving (compensation) is another variable that affects the degree of tendency towards the culture of corruption, because the person who receives a gift seeks to compensate for it, and in the absence of a specific law, it can affect the culture of corruption. This finding is consistent with the theory (Akerman, 2017). The findings of this research showed that the level of disclosure culture has an effect on the level of tendency towards corruption

culture. The higher the disclosure culture, the lower the corruption culture. This result is consistent with the research (Rafipour, 2007). Also, the higher the level of citizenship culture and the more people being aware of their duties and responsibilities, the less they go towards the culture of corruption. The results of this research with the findings were in agreement with Fukuhi, 2018; Mumtaz 1381 and Ahmadi 1384. At the same time, we can confidently say that with the development of electronic government, the occurrence of corruption in the administrative system can be prevented and the spread of the culture of corruption to a large extent is reduced.

5. Conclusion

The increasing prevalence and expansion of corruption in Iran creates the concern that the culture of corruption may be formed and institutionalized as a social issue in contemporary Iran. The formation of a culture of corruption in a society means that corruption is not considered ugly and corrupt practices are considered as norm in such a way that people accept it and do not protest when faced with it. Considering the positive effect of individualism and the negative effect of collectivism on the spread of the culture of corruption of socializing institutions, especially the family, education, university, and mass media, in order to institutionalize the culture of the preference of the public interest over personal interests in various public spheres, they should make a diligent effort. Considering the proof of the effect of income tax on entering into corrupt practices, it is necessary to organize the country's economy and prevent the occurrence of inflationary waves, so that the needs of employees are met in such a way that they are not forced to take bribes. Also, by legalizing the gift-taking process and clarifying it, it prevented the negative consequences of feeling compensated by employees. Rewarding corruption whistleblowers and providing legal protection to them as a successful experience in most countries is another solution that is effective in preventing the formation of a culture of corruption. Since familiarizing people with their citizenship rights and making them aware of the dimensions of corruption prevents any abuse of them, we can use the capacity of educational channels and prevent the spread of the culture of corruption.

Acknowledgments

We are grateful to all departments and executive bodies as well as the citizens of Najafabadi who helped us in this research.

تبیین جامعه‌شناختی عوامل مؤثر بر شکل‌گیری فرهنگ فساد (مورد مطالعه: شهروندان نجف‌آبادی)

سید صمد بهشتی^۱، محمد نوریان نجف‌آبادی^{II}

شناسه دیجیتال (DOI): <https://dx.doi.org/10.22084/CSR.2022.25196.202>

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۸/۲۱، تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۱۲/۰۲

نوع مقاله: پژوهشی

صص: ۹۹-۱۴۰

چکیده

مهم‌ترین ویژگی هر فرهنگ، اکتسابی بودن و تأثیر تعاملات اعضای جامعه در تولید و بازتولید آن هست. گاهی این تعاملات می‌تواند در راستای مبارزه با فساد و گاهی نیز در راستای پذیرفتن رفتارهای مفسده‌آمیز و چشم‌پوشی نسبت به آن‌ها و در نتیجه از بین رفتن قبح فساد شکل بگیرد و حالتی را در جامعه نهادینه کند که با نام «فرهنگ فساد» شناخته می‌شود. هدف این پژوهش مشخص نمودن میزان سطح فرهنگ فساد در بین مردم شهر نجف‌آباد اصفهان و نیز تبیین چرایی شکل‌گیری آن می‌باشد. این پژوهش به صورت کمی و به شیوه پیمایشی و با استفاده از ابزار پرسشنامه محقق ساخته به انجام رسیده است. نمونه‌گیری در این تحقیق به صورت نمونه‌گیری تصادفی چند مرحله‌ای بوده است. تعداد نمونه‌ها براساس جدول تعیین حجم نمونه لاین برابر با ۳۷۰ نفر مشخص گردیده است. در این تحقیق برای تحلیل نتایج از نرم افزارهای SPSS و نرم افزار Smart PLS مورد استفاده قرار گرفته است. تحلیل آماری داده‌های این تحقیق نشان داد سه مؤلفه از بین رفتن قبح فساد، عدم تمایل به افشای فساد و به‌هنگار شمردن مصادیق فساد می‌تواند در مجموع ۶۱/۲٪ از واریانس متغیر فرهنگ فساد را تبیین کنند. آزمون فرضیات نیز نشان دادند که متغیرهای مستقل جمع‌گرایی، فرهنگ شهروندی، فرهنگ افشاگری و برابری جنسیتی اثر منفی بر تمایل افراد به فرهنگ فساد دارند و در مقابل عواملی چون فردگرایی و فرهنگ هدیه دادن و فردگرایی سطح تمایل مردم به فرهنگ فساد را افزایش می‌دهند. نتایج مدل‌سازی معادله ساختاری واریانس محور متغیرها نشان داد که متغیرهای مستقل این تحقیق می‌توانند ۴۵/۲٪ از واریانس تمایل مردم به فرهنگ فساد را تبیین نماید. روند افزایشی فساد در ایران و پیامدهای منفی آن، این نگرانی را ایجاد می‌کند که قبح و زشتی اعمال مفسده‌آمیز از بین برود و با به‌هنگار شدن آن‌ها، فساد تبدیل به یک ویژگی فرهنگی شود. براساس یافته‌های این مطالعه می‌توان با اعتلای روحیه جمع‌گرایی و کاهش تمایلات خودمحورانه در بین مردم، آشنا ساختن آن‌ها با تکالیف و مسئولیت‌های شهروندی، مبارزه با نابرابری‌های جنسیتی، حمایت از افشاکنندگان فساد و نیز تشویق آن‌ها مانع شکل‌گیری فرهنگ فساد شد؛ هم‌چنین می‌توان با قانونمند کردن فرهنگ هدیه و جبران نکویی‌ها به این مهم دست یافت. یافته‌های پژوهش حاضر مؤید نظریه انومی دورکیم و نظریه فشار مرتون و نظریه انومی رفیع پور در مورد شکل‌گیری فرهنگ فساد است.

کلیدواژگان: فرهنگ فساد، فردگرایی، جمع‌گرایی، برابری جنسیتی، افشاگری، فرهنگ هدیه دادن، فرهنگ شهروندی.

I. استادیار، گروه علوم اجتماعی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه یاسوج، یاسوج، ایران (نویسنده مسئول).

Email: sbeheshty@yu.ac.ir

II. دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی، دانشکده علوم انسانی، گروه علوم اجتماعی، دانشگاه یاسوج، یاسوج، ایران.

۱. مقدمه

یکی از ابعاد لاینفک زندگی اجتماعی انسان‌ها وجود پدیده فرهنگ در هر جامعه است. فرهنگ بستر بازتعریف، بازیابی و تکامل همه توانایی‌ها، ارزش‌ها، هویت‌ها، باورها، هنجارها، سنن، اسطوره‌ها و نمادهای بشری است. فرهنگ روح هم‌بستگی و تداوم حیات معنوی و وجدان عمومی یک ملت، قوم و سرزمین است (صالحی‌امیری، ۱۳۹۷: ۷). تأثیر فرهنگ بر هر پدیده رفتاری در جامعه انکارناپذیر بوده و به‌طور طبیعی رفتار مجرمانه نیز از این قاعده جدا نیست. امروزه توجه به نقش مؤثر و بنیادین فرهنگ در کلیه عرصه‌های زیستی و فکری بشر، چشم‌انداز جدیدی در حوزه‌های ذهنی و عینی ایجاد کرده است.

ارتباط میان فرهنگ و فساد و همواره یکی از مهم‌ترین موضوعات مورد بحث جامع‌شناسان بوده است. تجربیات بسیاری از کشورها حاکی از آن است که انواع گوناگون فساد اعم از فساد مالی، سیاسی، اداری، اخلاقی و مانند آن، ارتباط ریشه‌ای با فرهنگ و باورهای رایج در یک جامعه دارند؛ به عبارت دیگر، فساد در بستر فرهنگ‌های مختلف، تعاریف و شکل‌های متفاوتی از نظر ارزش و ضد ارزش تلقی شدن به خود می‌گیرد. ویژگی‌های فرهنگی جوامع، از جمله عناصر مؤثر در ایجاد و گسترش فساد به‌شمار می‌آید (قرنی، ۱۳۸۹: ۳۵۱).

در این تحقیق، منظور از فرهنگ فساد، عبارت است: از بین رفتن قبح و نادرستی عمل ارتكابی نزد مردم و هنجار تلقی شدن یک رفتار ناپه‌نچار و تسلیم شدن و اعتراض نکردن مردم به موارد فساد مشهود می‌باشد. بیش از همه، آن‌چه موجبات نگرانی بیشتری را فراهم می‌کند این است که وقتی فساد به یک فرهنگ تبدیل شد، دیگر کسی به قبح و نادرستی کارش نمی‌اندیشد؛ زیرا از یک سو می‌بیند که همه این‌طور رفتار می‌کنند، و از سوی دیگر از او نیز انتظار دارند که چنین رفتار کند (رفیع‌پور، ۱۳۸۸). فساد به‌عنوان، سوءاستفاده از قدرت برای نفع شخصی تعریف شده است؛ به طوری که منافع عمومی را با مشکل مواجه می‌سازد (دفتر مواد مخدر و جرائم سازمان ملل متحد، ۲۰۰۱). فساد اداری به معنی سوءاستفاده از موقعیت اداری توسط کارمندان رسمی و غیررسمی برای رسیدن به اهداف شخصی است و مصادیق بسیاری، از جمله سوءاستفاده از مقام و منصب، اختلاس، کلاهبرداری، رشوه‌خواری، خویشاوندسالاری و پول‌شویی را دربر می‌گیرد (سازمان شفافیت بین‌الملل^۲، ۲۰۰۸).

طبق گزارش کمیسیون مبارزه با فساد سازمان ملل، فساد مصادیق متعددی، از جمله: رشوه، اختلاس، دزدی و کلاهبرداری، اخاذی، سوءاستفاده از منصب، خویشاوندسالاری، طرف‌داری و تبعیض، سهم‌خواهی سیاسی نامناسب، و ایجاد وضعیتی در جهت

بهره‌برداری از منافع متضاد را دربر می‌گیرد (سازمان ملل^۲، ۲۰۰۴: ۶). نتایج به دست آمده از بزرگ‌ترین نظرسنجی دربارهٔ فساد می‌دهد که بیش از نیمی از مردم معتقدند، طی سال‌های گذشته، فساد در جهان گسترش یافته است و بیش از یک-چهارم پرسش‌شوندگان گفته‌اند به مقامات دولتی رشوه پرداخت کرده‌اند (سازمان شفافیت بین‌الملل، ۲۰۱۳).

در ایران نیز به‌رغم این‌که کارهای زیادی برای مبارزه با فساد اداری و رشوه‌خواری انجام شده است (ازجمله تصویب قانون ممنوعیت اخذ هرگونه رشوه و پورسانت در سال ۱۳۷۱ و تشکیل ستاد ارتقاء سلامت نظام اداری و مقابله با فساد اداری با همکاری سران سه قوه) این پدیده به قوت خود باقی مانده است و به نظر می‌رسد که آمار فساد اداری در ایران به مرور در حال افزایش است؛ اما اطلاع از این‌که یک کشور فاسد است یا نه و این‌که فساد به‌طور گسترده رواج دارد یا نه، برای محققان و سیاست‌گذاران کافی نیست و آن‌ها باید بدانند که میزان فساد در چه بخش‌هایی بیشتر است و چه عواملی با بروز فساد در افراد مرتبط است (ویلیامز و بیر^۳، ۱۹۹۹: ۱۱۵).

فساد اداری از پدیده‌هایی است که نمودهای آن در کشور ایران نیز دیده می‌شود. فساد اداری در دو بخش دولتی و خصوص قابل مشاهده است. بنابر تحقیقات بین‌المللی و آمار ارائه شده از سوی سازمان شفافیت بین‌الملل نظام اداری ایران از فساد رنج می‌برد. برخی از گزارش‌های ارائه شده در این خصوص را می‌توان در جدول ۱، مشاهده کرد:

جدول ۱: رتبهٔ ایران در فساد، در مقایسه با سایر کشورهای جهان از منظر سازمان شفافیت بین‌الملل (نگارندگان، ۱۴۰۰).

| سال | ۲۰۰۳ | ۲۰۰۴ | ۲۰۰۵ | ۲۰۱۷ | ۲۰۱۸ | ۲۰۱۹ |
|-------------------------|------|------|------|------|------|------|
| تعداد کشورهای بررسی شده | ۱۲۳ | ۱۴۷ | ۱۵۹ | ۱۸۰ | ۱۸۰ | ۱۸۰ |
| رتبهٔ ایران | ۷۸ | ۸۷ | ۸۸ | ۱۳۰ | ۱۳۸ | ۱۴۶ |

براساس گزارش سال ۲۰۰۳ م. سازمان شفافیت بین‌الملل، ایران در بررسی ۱۳۳ کشور رتبهٔ ۷۸، در سال ۲۰۰۴ م. در بین ۱۴۷ کشور رتبهٔ ۸۷ و در سال ۲۰۰۵ م. در بین ۱۵۹ کشور جهان، رتبهٔ ۸۸ و نمرهٔ ۲/۹ از ۱۰ را کسب کرد. در سال ۲۰۰۷ م.، ایران دارای شاخص عددی ۱۳۱ و نمرهٔ ۲/۵ از ۱۰ بوده است. در سال ۲۰۱۷ م. در بین ۱۸۰ کشور جهان رتبهٔ کشورمان به رقم ۱۳۰، در سال ۲۰۱۸ م. به رتبهٔ ۱۳۸ و در سال ۲۰۱۹ م. به رتبهٔ ۱۴۶ رسید (سازمان شفافیت بین‌الملل، ۲۰۱۹-۲۰۰۳). بدیهی است این شاخص برای

کشور، شاخص مناسبی برای دستیابی به توسعه که مدنظر دولت در سند چشم‌انداز بیست نظام است، نبوده و شاید مانع اصلی در رشد و توسعه اقتصادی کشور تلقی گردد؛ درحالی شاخص‌های درک فساد در هر کشوری و البته در هر شهری نیازمند مطالعه جداگانه‌ای هست. با توجه به این‌که هر کشور فرهنگ اجتماعی خاصی در انجام فساد یا درک و تحمل فساد توسط جامعه دارد مطالعات جداگانه به درک موضوع فساد کمک خواهد کرد. در تحقیقات انجام شده در ایران نیز از بین ۷۹ مشکل اجتماعی مدنظر قرار گرفته شده، فساد به عنوان ششمین مشکل در اولویت ایران مطرح شده است (رفیعی و همکاران، ۱۳۸۷: ۱۸۴)؛ در تحقیق دیگری نیز از بین ۲۸ مشکل اجتماعی مدنظر قرار گرفته شده، رشوه‌خواری بعد از بیکاری، اعتیاد، فقر و رباخواری به عنوان پنجمین مشکل در اولویت ایران، شناخته شده است (معمدی، ۱۳۸۶: ۳۲۷).

تجربه سنچش فساد در جامعه ما بیانگر آن است که اولاً سنچش فساد (ادراک و تجربه فساد) به‌طور اندک و نامنظم بوده است. در مواردی هم که پژوهشی در این خصوص انجام شده است، دسترسی به محدود پژوهش‌های انجام شده در این خصوص به‌سختی امکان‌پذیر است. در همین راستا، تحقیقات انجام شده با این موضوع، اغلب بخش تبیینی قوی و توصیف ضعیفی را پوشش داده‌اند.

با توجه به گزارشات زیاد از وجود مفسدان اقتصادی و اختلاس‌هایی که در سال‌های اخیر صورت گرفته است، فساد اقتصادی در ایران، بسیار بیش از آن چیزی است که این سازمان اعلام کرده بود. گزارشاتی از جمله: فساد بزرگ مالی در کشور که گروه موسوم به «آریا» به ریاست فردی که «مه آفرید امیر خسروی» و گسترش اخباری مبنی بر کشف یک فساد مالی گسترده در چندین بانک دولتی و خصوصی در رسانه‌ها که بزرگ‌ترین اختلاس در کل تاریخ ایران تا سال ۱۳۹۰ بود. «محمودرضا خاوری‌زاده» مدیر عامل سابق بانک ملی ایران و از مجرمان محکوم شده به دلیل مشارکت در اختلاس ۳ هزار میلیارد تومانی. شروع یک دادگاه برای شخصی به نام «بابک مرتضی زنجانی» در سال ۱۳۹۲؛ پرونده رشوه، ارتشا و ایجاد اخلاص در نظام بانکی و اقتصادی کشور و بدهی بانک مالزی متعلق به وی که از وزارت نفت ایران سپرده داشت، فساد مالی در صندوق ذخیره فرهنگیان و اختلاس در دو بانک ملی و ملت به مبلغ ۱۲۰۰ میلیارد در سال ۱۳۹۶؛ پرونده مؤسسات مالی «البرز ایرانیان»، «ولیعصر»، «فردوسی» و «آرمان» در سال ۱۳۹۷؛ پرونده شرکت کلاهبرداری درمان توکان در سال ۱۳۹۷، تنها بخشی از مواردی است که بر مسأله فساد اداری در ایران صحنه می‌گذارد.

در ایران، درباره سنچش فرهنگ فساد به‌طور خاص پیمایش قابل توجهی انجام نشده است. در زمینه فساد اداری، بیشتر تحقیقات در بین کارمندان و در درون

سازمان‌ها انجام شده است؛ اما باید توجه داشت که به دلیل حساسیت بالای این مسأله برای کارمندان، خصوصاً در درون سازمان‌ها، این گروه در شرایط کاری خود محتاطانه عمل کرده است و از ارائه نیات اصلی خود و پاسخ‌هایی که مسئولیت آن‌ها را به خطر می‌اندازد، خودداری می‌کنند. در واقع، وقتی مطالعات مرتبط با فساد با نظرسنجی از عموم مردم ترکیب شود، ممکن است تصویری جامع‌تر از فساد تولید کند (سانگ و چنگ، ۲۰۱۲: ۲۲۰). به همین دلیل به نظر می‌رسد که وقتی این‌گونه تحقیقات در بین جمعیت عمومی انجام شود و کارمندان نیز در سطح جامعه، بررسی شوند، نتایج معتبرتری به دست خواهد آمد.

وجود فساد و گسترش آن در سال‌های اخیر موجب تسریع روند این پدیده و نگرانی‌های زیادی شده است، به‌گونه‌ای که فساد اداری اکنون از یک رفتار مورد قبح در حال تبدیل شدن به فرهنگ پذیرفته شده و مقبول است؛ بنابراین، فساد پدیده‌ای چند جانبه است که تنها محدود به کارهای مدیران و کارمندان شرکت‌ها نیست و با اعمال نظارت صرف بر آن‌ها نمی‌توان آن را کنترل کرد. نگرانی کشور ما آن است که خطر کارهای فتنه‌انگیز هنگامی آغاز می‌شود که این رفتارها به صورت نظام‌مند درآیند و نهادینه شوند و بر سیاست‌ها و قراردادهای اقتصادی تأثیر بگذارند و آن‌ها را از مسیر صحیح منحرف کنند و قوانین را تغییر دهند و قانون‌گذاران را بخرند، عدالت را بازیچه خود قرار دهند؛ در نتیجه، مشروعیت در انظار مردم متزلزل شود (عباس‌زادگان، ۱۳۸۳: ۱۷). در این مطالعه، با توجه به چارچوب نظری پژوهش که در ادامه مطرح خواهد شد، تبیین جامعه‌شناختی عوامل مؤثر بر شکل‌گیری فرهنگ فساد صورت گرفته است. سؤال اساسی پژوهش حاضر این است که اولاً، میزان فرهنگ فساد در بین شهروندان نجف‌آبادی چه اندازه است؟ ثانیاً میزان شکل‌گیری فرهنگ فساد در شهر نجف‌آباد متأثر از چه عوامل اجتماعی است؟ و ثالثاً، درنهایت، چه راهکارهایی جهت کاهش فرهنگ فساد در شهر نجف‌آباد می‌توان ارائه نمود؟

۲. پیشینه پژوهش

از مهم‌ترین کارهای انجام شده در سال‌های اخیر در ایران پیمایش انجام شده از طریق «رفیع‌پور» (۱۳۸۵) است؛ در این پژوهش به بررسی علل، عوامل و پیامدهای فساد و میزان فساد در ایران و طبقه‌بندی سازمان‌های مختلف از لحاظ میزان فساد پرداخته شده است. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد فساد در بخش دولتی (رشوه و پارتی‌بازی) وجود داشته و نسبت به پنج سال گذشته روند صعودی را طی کرده و میزان فساد (میانگین ۲۱/۳) در شهرداری‌ها نسبت به سایر سازمان‌ها و بخش‌ها (گمرک، مالیات،

حوزه‌های اجرایی و مانند آن) بیشتر است. هم‌چنین نتایج این پیمایش نشان‌دهنده وجود فساد و ریشه‌های اجتماعی آن در باورهای باور عمومی است (رفیع‌پور، ۱۳۸۶: ۷۴-۸۰).

«شیری» و «الهام جعفرپور» (۱۳۹۷) در مقاله‌ای با عنوان «تأثیر فرهنگ در فساد اداری با تأکید بر جرم ارتشاء» به انجام رسانده‌اند. روش این تحقیق از نظر هدف کاربردی و با استفاده از منابع کتابخانه‌ای، مطالب جمع‌آوری و تحلیل شدند نتایج پژوهش نشان می‌دهد که صرف وضع قوانین و مقررات در مقابله با جرم ارتشاء، مادامی که بدون توجه به زیرساخت‌های فرهنگی جامعه و تغییرات ارزشی صورت گیرد، از کارآمدی لازم برخوردار نخواهد بود.

«احمدی» (۱۳۸۹) در مقاله‌ای اسنادی با عنوان «عوامل فرهنگی بروز فساد اداری و موانع فرهنگی مبارزه با آن» به تعریف رایج فساد، انواع و علل فساد و موانع فرهنگی مبارزه با فساد پرداخته است و از نتایج این تحقیق توجه به تربیت فرزندان و فعال کردن نهادهای مرتبط با جامعه‌پذیری کودکان، عمومی کردن فرهنگ مبارزه با فساد و انجام نظرسنجی از مردم می‌توان اشاره نمود.

«نجفی کلوری» و همکاران (۱۳۹۱) در تحقیقی با عنوان «عوامل مؤثر بر بروز فساد در سازمان‌های ورزشی مطالعه موردی فساد اداری در بین کارکنان فدراسیون فوتبال جمهوری اسلامی ایران» انجام دادند. این تحقیق از لحاظ هدف کاربردی و از نوع پیمایشی است. از نتایج این تحقیق که عوامل فرهنگی بیشترین نقش را در بروز و گسترش فساد اداری دارند و در بین روش‌های مختلف کنترل فساد اداری نیز خصوصی‌سازی مهم‌ترین روش کنترل فساد اداری است (نجفی کلوری و همکاران، ۱۳۹۱: ۱۲۲-۱۰۹).

«امین مظفر» و همکاران (۱۳۹۴) در مقاله‌ای مرتبط با فساد و سیاست‌زدگی مدیران به این نتیجه رسیدند که عدم آشنایی مدیران با اصول مدیریت، نتیجه فساد اداری در مقوله انتخاب و انتصاب و ارتقاء است که مبتنی بر شایسته و ارزیابی صحیح نیست؛ بلکه مبتنی بر مناسبات سیاسی و مبادالت غیررسمی و فرهنگ جاافتاده سازمانی است. «بهشتی» و «خان محمدی» (۱۳۹۸) تحقیقی با عنوان «بررسی وضعیت ادراک از فساد و عوامل مرتبط با آن (مطالعه در شهر سرپل ذهاب)» انجام دادند. این تحقیق با روش کمی، به شیوه پیمایشی و با ابزار پرسشنامه انجام شده است. نتایج پژوهش، نشان داد، از نظر مردم شهرداری‌ها بیشترین، و دانشگاه‌ها کمترین میزان شیوع فساد را دارند. به علاوه، میزان ادراک از فساد مردان به طور معناداری بیش از زنان بود. شاخص ادراک از فساد، با متغیرهای آگاهی سیاسی، مصرف رسانه‌ای و جهت‌گیری ارزشی مدرن،

ارتباط مثبت و معنادار، و با پایگاه اقتصادی-اجتماعی، ارتباطی غیرمعنادار داشت. درنهایت، مشخص شد که متغیر آگاهی سیاسی، بیشترین نقش را در تبیین شاخص ادراک از فساد دارد.

«بهشتی» و همکاران (۱۳۹۹) در تحقیقی که با عنوان «تبیین جامعه‌شناختی عوامل اجتماعی مؤثر بر ادراک فساد اداری در بین شهروندان شهر یاسوج» با روش کمی و به شیوه پیمایشی انجام دادند به این نتیجه رسیدند، که متغیرهای دین‌داری، احساس عدالت، فردگرایی، نگرش به قوم‌گرایی و اعتماد نهادی رابطه معناداری با ادراک فساد اداری دارند.

«موحد» همکاران (۱۴۰۰) در تحقیقی با عنوان تحلیل گفتمان انتقادی فساد در مطبوعات ایران دهه ۹۰ به بررسی وضعیت فساد در مطبوعات ایران پرداختند. از چهار روزنامه وطن امروز، شرق، اعتماد، کیهان، جهت انجام کار استفاده شده است و از هرکدام از این روزنامه‌ها براساس نمونه نظری، تعدادی متن به عنوان نمونه جهت تحلیل و تفسیر مسأله فساد انتخاب شده‌اند. برای پاسخ‌گویی به سؤالات تحقیق از روش‌های تحلیل متنی فرکلاف استفاده شده است. با استفاده از روش فرکلاف به نقش ساختارها در بازتاب فساد و ایدئولوژی‌های پنهان از لحاظ زبان‌شناسی و متنی پرداخته شد. به طور کلی روزنامه‌ها به جای این‌که به بررسی ساختاری مسأله فساد و دادن راه‌کار برای حل مسأله بپردازند، بیشتر درگیر افشاگری فساد و انتساب این فسادها به دروه مدیریت گفتمان مخالف هستند و یک نوع گفتمان سخن‌پراکنی در مطبوعات حاکم است؛ از این‌رو می‌توان گفت که کشور از همه طرف درگیر فساد است.

«لاوازکی» و «سوزوکی»^۵ (۲۰۱۲) در تحقیقی با عنوان «عوامل مؤثر بر فساد در کشورهای در حال گذر» به بررسی مسأله فساد اداری و عوامل مؤثر بر آن در اقتصادهای در حال گذر پرداختند که مهم‌ترین یافته‌های آنان عبارت است از ضعف اصلاحات ساختاری، ضعف قوانین، دموکراسی زاید.

در تحقیقی دیگر که توسط «احمد سلیم نایک بونتیس»^۶ (۲۰۰۹) با عنوان «ارتباط میان فرهنگ و فساد به عنوان مطالعه میان فرهنگی» به انجام رسیده است، در این تحقیق برای اولین بار به بررسی موضوع فساد از منظر ارزش‌های فرهنگی ملی و شیوه‌های آن پرداخته شده است. از نتایج این تحقیق تمایز بین ارزش‌های فرهنگی و شیوه‌های فرهنگ است که شرکت‌های چند ملیتی و بین‌المللی استراتژی‌های مدیریت منابع انسانی مناسب با توجه به استخدام، انتخاب، جبران خسارت، ارزیابی عملکرد، آموزش و توسعه اتخاذ کنند. هم‌چنین ایجاد و تقویت فرهنگ کار گروهی با استفاده از مکانیسمی مانند سیستم‌های تشویقی قابل انعطاف و ارتقاء است، یک دیدگاه

استراتژیک مبارزه با فساد از طریق اجرای اصلاحات نهادی که نگرانی فرهنگ غالب ملی در کشورهای با میزان بالاترین فساد است.

«ساکونلا» (۲۰۱۶) تحقیقی با عنوان «فرهنگ فساد و اثر سرایت در بین شهروندان ایتالیایی بین سنین ۱۴ تا ۳۰ سال که حداقل روزانه یک بار از فیس‌بوک استفاده نموده‌اند» انجام داد. از نتایج این تحقیق می‌توان اشاره داشت کشورهای دموکراتیک‌تر و با سابقه‌ باز بودن تجارت، تمایل کمتری به تجربه فساد گسترده در سیستم‌های خود دارند. میزان فساد در مناطق جنوبی ایتالیا بیشتر است. تحمل بالای شهروندان به موقعیت‌های ناعادلانه و غیرقانونی که آن‌ها را رسوا نمی‌کنند، فساد بومی و مسری است؛ فرهنگ تثبیت شده فساد اثر مسری دارد.

«جردن»^۷ (۲۰۱۶) در مقاله‌ای تحت عنوان «تورهای جهانی و المپیک تابستانی» مشکلات اخیر در زمینه در معرض خطر فساد خارجی قرار گرفتن مسئولین دولتی در حوزه هدایا، سرگرمی و مسافرت به بحث و بررسی پرداخته است. او در این پژوهش نوشته که مقامات و نمایندگان کشور با توجه به قانون ایالات متحده آمریکا برای حضور مسئولان دیگر کشورها جهت شرکت در المپیک تابستانی پکن در رابطه با تأمین مالی تور جهانی و سفرهای شخصی برای مقامات دولتی قانونی را تصویب نمودند؛ وی نتیجه گرفت، این قوانین برای مقابله با فساد خارجی از سوی مقامات خارجی در المپیک تابستانی ۲۰۰۸ م. بود و این موارد به صورت برجسته تأیید شده است که هدیه، سرگرمی و مسافرت برای اهداف فاسد و نادرست انجام می‌شود و این فساد سرگرمی و هدیه‌های مختلف برای مقامات نقض قوانین میهمان نوازی است. وی در این کار به ایجاد دو قانون: یکی برای هدیه، سرگرمی و مسافرت، و دوم هم به قانون کمیسیون اوراق بهادار و بورس ایالات متحده آمریکا که در بهار سال ۲۰۱۵ م.، به تصویب رسیده است، اشاره می‌کند این دو قانون مهم برای فساد خارجی را به اجرا گذاشت شده است که به مواردی مربوط به هدیه، سرگرمی و مسافرت و مواردی در رابطه با تأمین مالی تورهای جهانی اشاره کرده است.

«ری یوریدینی» (۲۰۱۷) تحقیقی با عنوان «فرهنگ فراملی فساد در استخدام نیروهای کار مهاجر» انجام داد. از یافته‌های این تحقیق این بود که کارگران مهاجر کم‌مهارت، کم‌درآمد، عمدتاً از کشورهای آسیایی و آفریقایی برای استخدام به کشورهای عربی حوضه خلیج فارس، امارات، عربستان و قطر که نیاز به نیروی کار دارند، مهاجرت می‌نمایند و جهت پیدا کردن شغل ملزم به پرداخت رشوه به آژانس‌های استخدامی خصوصی می‌باشند و نوعی فرآیند استثمار و فساد در روند استخدام در این کشورها وجود دارد.

«دیمنت» و «توساتو» (۲۰۱۷) در پژوهشی به دنبال علل و پیامدهای فساد اداری با بررسی پژوهش‌های صورت گرفته در دهه گذشته، به تحلیل دانش موجود علل فساد اداری بدین شرح پرداختند؛ بوروکراسی و ساختار سیاسی و اداری (بوروکراسی زائد اداری و ساختاری اداری-سیاسی ناکارآمد منجر به توسعه فساد اداری می‌گردد)؛ مشارکت مدنی و آزادی رسانه‌ای (هرچه مشارکت مدنی و آزادی رسانه‌ای پایین‌تر باشد، سطوح بالاتری از فساد اداری مشاهده می‌شود)، مذهب (سطوح بالاتر پایبندی به اعتقادات مذهبی منجر به سطوح پایین‌تر فساد اداری می‌گردد)، شفافیت (سطوح بالاتر شفافیت منجر به سطوح پایین‌تر فساد اداری می‌گردد)، سطح دستمزد (کارکنان با سطوح بالاتر دستمزد با احتمال کمتری مرتکب فساد اداری می‌شوند).

۳. ملاحظات نظری

در حوزه بررسی مسائل اجتماعی معمولاً نمی‌توان به یک نظریه خاص استناد نمود؛ از این رو، در تحلیل نظری این پژوهش از پارادایم واقعیت اجتماعی در کنار پارادایم تعریف اجتماعی استفاده گردیده است. در پارادایم واقعیت اجتماعی نقطه عزیمت تبیین جامعه‌شناختی از لحظه‌ای است که واقعیت اجتماعی ساخته می‌شود؛ واقعیت اجتماعی در این تلقی بر فرد آدمی تقدم دارد و با او رابطه برقرار می‌نماید و دارای اقتدار امرانه است و خود را بر فرد تحمیل می‌کند. در نگاه این پارادایم انسان به عنوان موجودی اجتماعی پدیده‌ای است که در تجربه اجتماعی آفریده شده است (محسنی تبریزی، ۱۳۹۶: ۶۰)؛ از سوی دیگر، پارادایم تعریف اجتماعی مؤید این نکته است که اصالت با فرد است و برساخت و بروز واقعیت اجتماعی را حاصل خردورزی آدمی، تعقلات ضمیری و فرافکنی استعدادهای نهفته به بیرون به صورت مجموع و مبتنی بر خرد جمعی می‌دانند (محسنی تبریزی، ۱۳۹۶: ۵۷-۵۸) و در نهایت پارادایم اصالت رفتار معتقد است که باید به دنبال سبب‌شناسی رفتار بود؛ و از این رو معتقد است مطالعه علمی رفتار بر کاربرد رهیافت تجربی در شناخت پیش‌بینی و کنترل رفتار تأکید می‌کند (محسنی تبریزی، ۱۳۹۶: ۶۰). در ادامه تعدادی از نظریات مرتبط با فرهنگ فساد منطبق بر این پارادایم مورد بحث قرار می‌گیرد.

«دورکیم» معتقد است که انسان‌ها در نتیجه شرایط اجتماعی خاص اقدام به رفتارهای نابهنجار می‌کنند نه تحت شرایط روانی فردی‌شان. او از این شرایط حاد با عنوان بی‌هنجاری اجتماعی^۱ یاد می‌کند. وضعیت آشفته‌ای که هنجارها و موازین اجتماعی هدایت‌کننده رفتارهای جامعه به دلایلی چون گذار از مرحله سنتی به فاز مدرن، جنگ و آشوب‌های اجتماعی و... خاصیت بازدارندگی خود را از دست داده و یا

تضعیف می‌شوند؛ از این رو، هر چیز خلاف مباح شمرده می‌شود. در یک چنین وضعیتی هم‌بستگی و دل‌بستگی فرد و جامعه تضعیف شده و یا از بین می‌رود؛ به همین دلیل افراد در خصوص قبح و حسن رفتارهای اجتماعی موازین و معیارها را گم کرده و دست به رفتارهای آسیب‌زا می‌زنند (گلد، ۱۹۸۰).

«رابرت مرتن» در امتداد دیدگاه دورکیم، نظریه خود را بیان می‌کند؛ او معتقد است که جامعه، فرد را به کج رفتاری وادار می‌کند و کج رفتاری حاصل فشارهای ساختاری اجتماعی خاصی است که افراد را به کج رفتار شدن مجبور می‌کند. جوامع صنعتی جدید بر توفیقات مادی در زندگی تأکید دارند که به شکل انباشت ثروت و تحصیلات علمی به عنوان مهم‌ترین اهداف زندگی شخص و معیارهای منزلتی تجلی می‌کنند. دستیابی به این اهداف مقبول اجتماعی نیاز به ابزارهای مقبولی هم دارد که البته از دسترس جمعی از افراد جامعه خارج است، یعنی جامعه طوری ساخت یافته که طبقات فرودست، فرصت‌های کمتری برای تحقق آرزوهای خود دارند. در نتیجه چون این اهداف به آرمان‌های اصلی زندگی همه افراد (فقیر و غنی) تبدیل شده آن کس هم که دسترسی به ابزار مشروع ندارد تحت فشار جامعه برای دستیابی به آن‌ها از ابزار نامشروع استفاده می‌کند. البته مرتن تأکید دارد که واکنش همه افراد نسبت به فشارهای وارده اجتماعی به علت دسترسی نداشتن به فرصت‌های مشروع برای تحقق اهداف، مشابه نیست و همه فرودستان برای دستیابی به اهداف مقبول اجتماعی کج رفتاری نمی‌کنند و هرکس به طریقی خود را با محیط سازگار می‌کند.

به نظر وی، دسته‌ای از فرودستان نوآورد و در سازگاری نابهنجار خود با محیط (که موضوع اصلی نظریه فشار است) از ابزارهای نامشروع (در اینجا رشوه، اختلاس، باج‌گیری و...) بهره می‌گیرند. گروهی از افراطیون و انقلابیون نیز در مقابل اهداف و ابزار جدیدی را برای تغییر ساختار اجتماعی معرفی می‌کنند. عده‌ای هم به ناچار از اهداف مقبول مشروع اجتماعی دستیابی به آن‌ها دست شسته و از جامعه کناره می‌گیرند. این سه گروه نوآوران، طغیان‌گران و کناره‌گیران در سازگاری خود با محیط و جامعه‌ای که امکان دسترسی آن‌ها را به ابزار مشروع و مقبول اجتماعی محدود ساخته کج رفتاری و هنجار شکنی را برگزیده‌اند (مرتن، ۱۹۶۸: ۲۴۸-۱۸۵)؛ از این رو، به زعم مرتن کنشگرانی که در ادارات و سازمان‌ها دست به مصادیق مختلف فساد (دزدی، اختلاس، رشوه، رابطه بازی و...) می‌زنند افراد مبدع و مبتکری هستند که اهداف را قبول دارند، ولی ابزارهای پذیرفته (مثل دستمزد قانونی در ازای کارشان) را قبول نمی‌کنند و لذا خود برای دستیابی به اهدافشان ابزار مناسب طراحی می‌کنند (دریافت یا پیشنهاد رشوه، دزدی از بیت‌المال و...).

براساس تئوری دورکیم و مرتون، یکی از علل اصلی پیدایش فساد در جامعه آن است که در بین اعضاء جامعه، آرزوها، نیازها و اهداف بلندپروازانه جدید به وجود آید، اما در مقابل راه‌های ارضای آن نیازها محدود و یا مسدود می‌باشد؛ لذا مردم آرزومند و ناکام از بیراهه و طرق نامشروع به دنبال دستیابی به اهداف می‌روند. وقتی بیراهه رفتن شروع، بعد از مدتی به عنوان یک روش، هنجار و فرهنگ باب می‌شود. بسط دیدگاه‌های دورکیم و مرتن در درون نگاه فرهنگی و با توجه به هنجارها و ارزش‌ها ادامه یافته است. فساد اداری علی‌رغم این‌که در اکثر جوامع وجود دارد ازسوی نیز می‌توان آن را محصول و نتیجه شرایط خاص فرهنگی و اجتماعی دانست (لامبسدورف^{۱۱}، ۲۰۰۶؛ دیوا^{۱۲}، ۲۰۰۵). ارزش‌ها و هنجارها دو رکن مهم تشکیل دهنده یک فرهنگ محسوب می‌شوند. هم‌چنین جابه‌جایی ارزش‌ها و ضد ارزش‌ها یک مسأله بسیار اساسی در گسترش فساد در جامعه محسوب می‌شود. تغییر نظام ارزشی یک جامعه به صورت تدریجی و نامحسوس صورت می‌گیرد؛ درواقع، برخی از هنجارها و ارزش‌ها وارد گروه و جامعه می‌شوند و افراد بدون آن‌که خودبه‌طور کامل آگاهی داشته باشند، از آن پیروی می‌کنند. این مسأله وقتی حادثتر است که افراد رفتارها و پدیده‌هایی را قبلاً نفی می‌کردند (ارزش منفی و پیروی نکردن)، اما بعد از مدتی در پی برخی از تغییرات یا اتفاقات آن‌را تأیید و از آن پیروی می‌کنند و یا برعکس پدیده‌ای را که مورد تأیید آن‌ها با ارزش بوده و اکثریت از آن‌ها پیروی می‌کردند، نفی می‌کنند (رفیع‌پور، ۱۳۸۷: ۵۰۱). این فرآیند، ورود یا تبدیل یک پدیده به هنجار است؛ بدین معنی که وقتی یک پدیده به هنجار تبدیل شد، یک سازوکار درونی کنترل و توییح و انگیزش را در پی دارد که مردم را وادار می‌کند تا از آن هنجار پیروی کنند، حتی اگر آن پدیده مضر باشد (رفیع‌پور، ۱۳۸۷: ۵۰۲).

بنابراین هر رفتاری که به هنجار و ارزش تبدیل و به نسل‌های بعد منتقل شود، جزئی از فرهنگ خواهد شد. پس از این مرحله اعضاء جامعه آن رفتار را به عنوان جزئی از فرهنگ خود درونی کرده و به آن عمل می‌کنند. از طریق فرهنگ ویژگی‌ها و صفات انسان‌ها و جامعه از نسلی به نسل دیگر منتقل خواهد شد. فرهنگ بد همان‌گونه منتقل می‌شود که فرهنگ خوب منتقل می‌شود (رفیع‌پور، ۱۳۸۷: ۳۴۰).

ازطرفی ارتباط میان فساد و فرهنگ همواره یکی از مهم‌ترین موضوعات مورد بحث جامع‌شناسان بوده است. تجربیات بسیاری از کشورها حاکی از آن است که انواع گوناگون فساد اعم از: فساد مالی، سیاسی، اداری، اخلاقی و مانند آن، ارتباط ریشه‌ای با فرهنگ و باورهای رایج در یک جامعه دارند؛ به عبارت دیگر، فساد در بستر فرهنگ‌های مختلف، تعاریف و شکل‌های متفاوتی از نظر ارزش و ضد ارزش تلقی شدن به خود می‌گیرد. ویژگی‌های فرهنگی جوامع از جمله عناصر مؤثر در ایجاد و گسترش

فساد به شمار می‌آید (قرنی، ۱۳۸۹: ۳۵۱). وقتی در جامعه وسایل و راه‌های رسیدن به اهداف مسدود یا محدود باشد، مردم برای رسیدن به اهداف خود از راه‌های نامشروع استفاده می‌کنند. در نتیجه، وقتی بیراهه رفتن شروع شود، بعد از مدتی به عنوان یک روش، هنجار و فرهنگ باب می‌شود. وقتی در زندگی اجتماعی افراد احساس نیاز به دستیابی به اهداف دارند، به همه ابزار ممکن متوسل می‌شوند و از آنجا که فرهنگ ایران یک فرهنگ قبیله‌ای و ایلی است و نقش دولت، قانون و هنجارهای رسمی بسیار ضعیف است، مردم همواره از افراد ایل و قبیله خود برای دستیابی به اهداف مشروع یا نامشروع (که عموماً از نظر خود فرد، مشروع و حق تلقی می‌شود) انتظار کمک دارد. از این طریق، این فرآیند در جامعه به یک فرهنگ تبدیل می‌شود. این پدیده را می‌توان «فرهنگ فساد»^{۱۳} تلقی می‌نمود. وقتی فساد، به ویژه در (سازمان‌ها و ادارات) به یک فرهنگ تبدیل شد، کسی دیگر فکر نمی‌کند که کارش غلط است؛ زیرا از یک طرف می‌بیند که همه این‌طور رفتار می‌کنند؛ و از طرف دیگر، از او نیز انتظار دارند که او نیز آن‌گونه رفتار کند. از همه مهم‌تر این‌که، راه ارضای نیازها مسدود و تنها از این طریق ممکن است (رفیع‌پور، ۱۳۸۵: ۴۹-۴۸).

فساد در سازمان‌ها را می‌توان به عنوان نظام کنشی در نظر گرفت که هم کنش و هم ساختار است و به همین دلیل ظهور و گسترش فساد جمعی را باید از طریق ملاحظه کنشگران و کنش‌های هدفمند آن‌ها و همین‌طور قوانین و منابعی که کنشگران به آن تکیه می‌کنند، مورد تحلیل قرار داد. در این صورت کاربرد نظریه ساخت‌گرایی به معنای مدنظر قرار دادن فساد در سازمان‌ها به عنوان چیزی تنیده در ساختار کنشی نظام‌های اجتماعی است، اما برای استحکام بخشیدن به این رویکرد تحلیل‌هایی بین رشته‌ای باید دیدگاه‌های را که دارای مبنای سازمانی یا ساختاری بیشتری هستند مورد نظر قرار دهد (فاضلی و همکاران، ۱۳۹۵: ۶۳).

وجود برخی ویژگی‌ها در فرهنگ حاکم بر هر جامعه‌ای موجب ایجاد و گسترش و رایج شدن فرهنگ فساد می‌شود. در این قسمت به این ویژگی‌ها و ابعاد آن اشاره می‌کنیم؛ مهم‌ترین ویژگی‌های فرهنگی تأثیرگذار در این زمینه را می‌توان به شرح زیر برشمرد.

فردگرایی و جمع‌گرایی^{۱۴}: فردگرایی مفهومی است مدرن و دارای ابعاد بسیار متعدد و متنوعی می‌باشد؛ به طور کلی، فردگرایی ایده‌ای است که بر اهمیت فرد و منافع فردی تأکید دارد (حسین‌زاده و همکاران، ۱۳۹۲: ۳۸). یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های فرهنگی که تا حد زیادی می‌تواند بر افزایش فساد و رشوه‌خواری مؤثر باشد، رواج (فرهنگ فردگرایی) است. در تحلیل فرهنگی، توجه به پدیده‌های اجتماعی، و ویژگی‌های فرهنگی خاص

جامعه بسیار ضروری است. یکی از روش‌هایی که بیش از همه برای تحلیل تغییرات در فرهنگ‌ها کاربرد دارد، در اواخر دهه ۱۹۷۰م. توسط «گیرت هافستد»^{۱۵} ارائه شده است؛ او پنج بُعد ارزشی را که در فرهنگ‌های ملی کشورها با یکدیگر متفاوت هستند، ارائه کرد (رابینز و جاج، ۱۳۹۰: ۲۳۵). از نظر هافستد، یکی از این ابعاد ارزشی که در فرهنگ‌های مختلف متفاوت است، فردگرایی در مقابل جمع‌گرایی است. انسان فردگرا به طور عمده منافع خود را می‌بیند و منافع جمعی در ذهنش معنای خاصی ندارد. انسان فردگرا به خود و کسانی می‌اندیشد که به نوعی با او مرتبط هستند (احمدی، ۱۳۸۰: ۴۳۲). فردگرایی یکی از ویژگی‌های فرهنگ ملی است که میزانی را که مردم ترجیح می‌دهند به صورت فردی عمل کنند، تا در قالب اعضای گروه‌ها، شرح می‌دهد (رابینز و جاج، ۱۳۹۰: ۲۳۶). در فرهنگ فردگرایی، افراد خودمختار و مستقل از گروه‌هایشان بوده و اهداف شخصی خویش را بر اهداف گروه اولویت می‌دهند و در درجه اول به جای رفتار براساس هنجارها و منافع گروه، براساس نگرش‌ها و خواست خودشان عمل می‌کنند (هافستد، ۲۰۰۱: ۹۰۹).

در مقابل جمع‌گرایی چارچوب سفت و سختی را توصیف می‌کند که مردم در آن از اعضای گروه خود انتظار دارند که مراقبشان باشند و از آن‌ها حمایت کنند (رابینز و جاج، ۱۳۹۰: ۲۳۶)؛ به بیان دیگر، در فرهنگ جمع‌گرایی مردم وابسته به گروه خود بوده (خانواده، قبیله، ملت و مانند آن) و به اهداف و منافع گروه اهمیت می‌دهند و هم‌چنین رفتارهای خود را براساس هنجارهای پذیرفته شده در درون گروه تنظیم می‌کنند و در مسیر اهداف جمعی و مشترک حرکت می‌کنند. تمایل هر فرهنگ به سوی فردگرایی یا جمع‌گرایی تأثیر مستقیمی در گرایش مردم به فساد و رشوه‌خواری دارد. حاکمیت فرهنگ فردگرایی در جامعه سبب اولویت منافع شخصی بر منافع جمع می‌شود و به این ترتیب باید انتظار داشت دریافت رشوه و گرایش به انواع مفاسد اداری افزایش یابد که نتیجه آن در درازمدت دل‌سردی و یأس افراد جامعه و افزایش بی‌اعتمادی به دستگاه‌های دولتی و کارگزاران آن خواهد بود. در مقابل، رواج فرهنگ جمع‌گرایی موجب می‌شود که افراد از منافع زودگذر خویش به بهای منافع جامعه چشم‌پوشند. در فرهنگ فردگرایی به دلیل ارزش زیاد رقابت، استفاده از رشوه برای پیشی‌گرفتن از دیگران و توفیق در رقابت به صورت ضمنی تشویق می‌شود (پارک^{۱۶}، ۲۰۰۳: ۲۹).

در مقابل در فرهنگ جمع‌گرایی تمایل به تقلب و سوءاستفاده از افراد با توجه به فشار اجتماعی و محدودیت‌های فردی کمتر است؛ زیرا افراد گرفتن رشوه را به ضرر جمع می‌دانند و از مزایای کوتاه‌مدت آن به نفع جامعه خویش چشم‌پوشی می‌کنند. به دیگر سخن، تقدم مصالح جمعی بر منافع فردی حاصل وفاق اجتماعی^{۱۷} است. اگر

در جامعه اقتدار اخلاقی وجود داشته باشد، فرد تسلیم جامعه می‌شود، چون جامعه را موضوع احترام می‌داند. سرچشمه هرگونه فعالیت اخلاقی، تبعیت منافع خصوصی از منافع عمومی است. تبعیت منافع خصوصی از منافع عمومی نیز متضمن روحیه فداکاری و ایثار است (صداقت‌زادگان، ۱۳۸۹: ۱۲۰).

به عقیده جامع‌شناسان (وجود تمایلات قومی و قوم‌گرایی) نیز موجب تقویت و گسترش فردگرایی در یک جامعه می‌شود. این فرهنگ قومی و قبیله‌ای حاکم بر جامعه تا حد زیادی در ادارات و سازمان‌های کشور نیز نفوذ یافته است. مهم‌ترین نتیجه تمایلات قوم‌گرایانه، رواج پدیده «آشنا بازی»^{۱۸} بوده که بی‌شک یکی از مهم‌ترین عوارض و پیامدهای فرهنگ‌های است که در جامعه حاکم است. پدیده آشنا بازی به عنوان یکی از رایج‌ترین بیماری‌های اجتماعی کشورهای در حال توسعه به اعمال تبعیض به نفع دوستان و خویشاوندان می‌انجامد. بدون تردید این امر میراث عادات مذموم گذشته و ناشی از روابط خاصی است که در کشور حاکم بوده و امروزه تا حد زیادی قبح خود را از دست داده است. بانگاهی اجمالی به وضعیت ایران، شخصیت اجتماعی ایرانیان و مسائل و مشکلات اجتماعی (از قبیل مشارکت اجتماعی پایین در حوزه عمومی، نبود کارهای مشارکتی، اختلال ترافیک و...) به نظر می‌رسد که فردگرایی غیراجتماعی در میان ما ایرانیان وجود دارد (حسین‌زاده و همکاران، ۱۳۹۲: ۵۰).

افشاگری^{۱۹}: سرپوش نهادن بر فعالیت‌های مجرمانه به طور عام و مفاسد اداری و رشوه‌خواری به طور خاص تا حد زیادی مجرمان را جری‌تر کرده و بازدارندگی قوانین و ضمانت اجراها را از میان خواهد برد. در مقابل رواج فرهنگ افشاگری ابزاری بسیار قدرتمند برای اطلاع‌رسانی به افراد جامعه بوده و نقش مؤثری در پیشگیری از وقوع این جرائم ایفا می‌کند. این رویه به عنوان راهکاری کارآمد در مبارزه با فساد اداری، هرچند در شرایطی می‌تواند با برخی اصول مسلم حقوقی از لحاظ افشای اطلاعات مربوط به پرونده‌های مفاسد اداری در تعارض قرار گیرد، ولی در مقام محاسبه سود و زیان، به نظر سود ناشی از آن بر زیان احتمالی آن می‌چربد. به دیگر سخن، گزارش دهی و حمایت از اطلاع‌دهندگان فساد و در جریان گذاشتن مردم از مفاسد اداری می‌تواند به عنوان یکی از مهم‌ترین سازوکارهای مقابله با فساد در دستور کار کلیه ادارات و سازمان‌ها قرار گیرد. مراد از «فرهنگ افشاگری» در این نوشتار، افشای کلیه پرونده‌های کلان مربوط به مفاسد اداری اعم از ارتشاء، اختلاس و مانند آن، برقراری نظام تخفیف و تشویق برای افشاکنندگان این جرائم اعم از متهم و دیگر افراد، الزام نهادهای دولتی به پاسخ‌گویی، فراهم کردن زمینه مشارکت و پیگیری اعضای جامعه و هم‌چنین فراهم کردن شرایط حضور مداوم رسانه‌ها در جریان پرونده‌های کلان مفاسد اداری است؛ بر این اساس،

مسئولین دولتی نباید ابایی از افشای مفساد اداری داشته و حتی باید کارکنان خود را برای افشای مفساد اداری تشویق و حمایت کنند و با وضع مقررات خاص، کسانی را که از مفساد و جرائم آگاه شده و اطلاع‌رسانی نمی‌کنند، مطابق قوانین، مواخذه کنند. در این میان رسانه‌های گروهی، مهم‌ترین نقش را در افشاگری‌ها ایفا می‌کنند.

افشای اطلاعات و آمار مفساد اداری، از جمله موجب آگاهی نخبگان از واقعیات و عزم آن‌ها برای ارائه راهکارهای مناسب می‌گردد؛ درحالی‌که پنهان کاری در این خصوص همانند رها کردن یک بیماری یا عفونت به حال خود از بیم درمان آن است که، پس از چندی تمام پیکره جامعه را فراگرفته و مهار آن غیرممکن خواهد شد.

فرهنگ مبتنی بر برابری جنسیتی: یکی دیگر از ابعاد فرهنگی مرتبط با فرهنگ فساد که تغییرات فرهنگی را به دنبال دارد، مردانه بودن در مقابل زنانه بودن است؛ مردانه بودن که یکی از ویژگی‌های فرهنگ ملی برخی کشورها است، به معنای برداشتی مردانه از نقش‌های اجتماعی و مفاهیمی چون موفقیت، قدرت و کنترل است. در مقابل، زنانه بودن نیز به عنوان یکی دیگر از ویژگی‌های فرهنگ ملی تمایز ناچیزی میان نقش‌های مردانه و زنانه قائل است (رابینز و جاج، ۱۳۹۰: ۲۳۶).

فرهنگ مردانه مبتنی بر چارچوب و محتوای بیشتر مردانه است و وجود نقش‌های مجزا برای مردان و زنان را آن‌هم در شرایطی که مردان بر جامعه تسلط دارند، بهنجار می‌داند. در مقابل در فرهنگ‌هایی که رتبه بالایی در زمینه زنانه بودن کسب می‌کنند، تمایز اندکی میان نقش‌های مردانه و زنانه قائل می‌شوند. در این فرهنگ‌ها در کلیه جنبه‌های جامعه با زنان به صورت برابر با مردان برخورد می‌شود (رابینز و جاج، ۱۳۹۰: ۲۳۶). پرسش این است که آیا گرایش یک فرهنگ به مردانه یا زنانه بودن می‌تواند تأثیری در شیوع رشوه و فساد ایفا کند؟ آیا می‌توان گفت در فرهنگی که مردان سلطه بیشتری بر جامعه و نقش‌های آن دارند ارتشاء و یا سایر مصادیق فساد اداری بیشتر است؟ دانشمندان رفتارگرا مدعی هستند که زنان بسیار صادق‌تر و اخلاق مدارتر از مردان در محیط کار خود ظاهر می‌شوند و هرچند ممکن است به خوبی مردان از عهده انجام مشاغل برنیایند، ولی تمایل آن‌ها به دریافت رشوه کمتر از مردان است.

به عبارت دیگر، در فرهنگ‌های زنانه که تا حد زیادی بر برابری همه جانبه زنان و مردان، از جمله قبول مناصب و مشاغل دولتی تأکید دارند، گرایش به فساد و رشوه‌خواری کمتر از فرهنگ‌هایی است که قائل به سهم ممتاز مردان در اشغال و تصدی مشاغل هستند. پژوهش‌های تجربی در این زمینه نشان می‌دهد در فرهنگ‌هایی که بیشتر، مردان عهده‌دار مشاغل هستند، به دلیل تمایل غالب آنان به ارزش‌هایی نظیر قدرت، ثروت، موقعیت و مقام (نظیر ارزش‌های فرهنگ فردگرا) میزان رشوه‌خواری بیشتر است؛

درحالی‌که در فرهنگ‌هایی که زنان عهده‌دار مشاغل دولتی هستند، حداقل هم‌سطح با مردان به دلیل تمایل آن‌ها به ارزش‌هایی نظیر عدالت و رعایت رفاه دیگران نظیر ارزش‌های فرهنگ جمع‌گرا رشوه بسیار کمتر رخ می‌دهد (سوامی^{۲۱}، ۲۰۰۱: ۳۵)؛ با این‌وصف می‌توان گفت حاکمیت فرهنگ مردانه و تبعیض در تقسیم مشاغل میان زنان و مردان و اولویت دادن به پذیرش مردان در مناصب و مشاغل دولتی، تا حد زیادی می‌تواند به افزایش فساد و رشوه‌خواری در جامعه دامن زند.

فرهنگ هدیه دادن^{۲۲}: هدیه دادن رسمی است که نخستین بار از ایران برخاسته و به سایر نقاط جهان شیوع پیدا کرده است. در واقع رسم هدیه دادن، هدیه گرفتن و صلح‌رحم، رسمی است کاملاً ایرانی که از دوران باستان برخاسته و حدود ۷ تا ۸ هزار سال قدمت دارد. همین کاربرد هدیه در ایام قدیم است که باعث حفظ روابط اجتماعی و عاطفی عمیق میان افراد و اقوام ایرانی شده و بین آن‌ها پیوستگی و پیوند اجتماعی برقرار کرد و بدین ترتیب هدیه دادن به عنوان یک سرمایه اجتماعی شناخته شد. سرمایه‌ای که افراد آن را در موقعیت‌های مختلف به کار می‌گرفتند. در قدیم نه تنها هنگام شادباش و شادی‌ها به یکدیگر هدیه می‌دادند، بلکه برطبق یک رسم پسندیده ایرانیان در مراسم ختم و عزاداری تحفه‌هایی دلگرم‌کننده به یکدیگر عرضه می‌کردند. گرچه رسم هدیه دادن به عنوان یک اصل و سرمایه اجتماعی کلی در فرهنگ جامعه ما پذیرفته شد و همه اقوام ایرانی از آن تبعیت کردند، اما این رسم و شیوه برگزاری آن در هر منطقه براساس باورها و سنت‌های اقشار مختلف همواره تفاوت‌هایی داشته است (قرایی مقدم، ۱۳۸۹).

در این زمینه باید به این نکته اشاره نمود که فساد اداری با فرهنگ جامعه مرتبط است و در برخی موارد تأثیر متقابلی بین آن‌ها به چشم می‌خورد، در عین حال تأثیر و نفوذ فرهنگ از جهت تلقی عموم بسیار مهم است؛ به عبارتی به لحاظ آن‌که الگوهای ذهنی و اخلاقی در جوامع و فرهنگ‌های مختلف متفاوت می‌باشد، در نتیجه برداشت جوامع گوناگون از عمل واحد متفاوت است؛ برای مثال، هدیه گرفتن و دادن، به عنوان یکی از رایج‌ترین و بارزترین موارد این مبحث، ممکن است در فرهنگ یک کشور، عملی مذموم و از مصادیق فساد و رشوه محسوب گردد، درحالی‌که در کشور دیگری، امری کاملاً عادی و فاقد هرگونه بارمعنایی منفی تلقی شود (آکرمن، ۱۳۹۷: ۱۶۹-۱۶۵).

از دیگر متغیرهای مستقل این تحقیق، فرهنگ هدیه دادن می‌باشد؛ در فرهنگ لغت‌نامه‌های مختلف معنی «هدیه»: «تحفه»، «ارمغان» و «پیشکش» آورده شده است. هدیه چیزی است که با احساس رضایت و بدون در نظر گرفتن چشم داشت به شخصی دیگر تقدیم می‌شود؛ اگرچه شاید در ازای آن، توقع متقابلی نیز وجود داشته باشد، اما

هدیه چیزی است که آن را به رایگان می‌بخشند. شخص در اعطای هدیه به دیگری، جز اظهار دوستی و محبت، غرض و مقصود دیگری نداشته باشد که چنین عطایی، هدیه محسوب شده؛ اما اگر در این عطا کردن، طمع و توقعی نهفته باشد، وارد رشوه خواهد بود.

هدیه و رشوه یک موضوع فرهنگی است و دشواری تشخیص هدیه از رشوه در شباهت اساسی آن‌ها ریشه دارد. در هر دو، دریافت‌کننده رشوه و هدیه باید از روش‌های غیررسمی استفاده کند؛ و در هیچ‌یک از این دو مورد فردی که انتظارش برآورده نشده است نمی‌تواند به دادگاه مراجعه و تقاضای پرداخت پول کند یا بر اجرای قرار داد ضمنی اصرار ورزد. هم‌چنین مطالعه رشوه و هدیه دادن به ما کمک می‌کند تا دریابیم که هنجارهای رفتاری که از جهات دیگر قابل‌تحسین هستند ممکن است، در بعضی شرایط، کارایی و توسعه را تضعیف کند (آکرمن، ۱۳۹۷: ۱۷۵-۱۷۴). از طرفی چنان‌چه مکانیسم‌های قانونی حل اختلاف پرهزینه و وقت‌گیر باشد، هدیه دادن و رشوه‌دهی بیشتر رواج خواهد داشت. رشوه اغلب در پوشش هدیه دادن پنهان می‌شود تا مسئولیت کیفری را محدود سازد.

فرهنگ شهروندی^{۲۳}: دورکیم جرم را عملی تعریف می‌کند که «وجدان عمومی را جریحه‌دار می‌کند»؛ جایی که فرهنگ شهروندی حضور فعال ندارد و یا محو و کم‌رنگ می‌شود، جرایم و بزه‌کار، هنجار شکنی و فساد رواج پیدا می‌کند (سخاوت، ۱۳۷۳: ۲۹). براساس نظریه بی‌سازمانی اجتماعی، رشد سریع صنعتی شدن، شهرنشینی و مهاجرت فزاینده افراد به سوی شهرها، موجب کم‌اثر شدن سنت‌ها و هنجارهای اجتماعی پیشین و کاهش پیوندهای گروهی معمول می‌شود؛ در این موقعیت، نوعی نابه‌سامانی و بی‌سازمانی اجتماعی رخ داده و توافق‌چندانی درمورد رفتار مناسب یا نامناسب وجود ندارد؛ در نتیجه، فساد رواج می‌یابد (احمدی، ۱۳۸۴: ۴۳). به بیان دیگر، با استفاده از نظریه بی‌سازمانی اجتماعی، می‌توان استدلال نمود که بی‌سازمانی اجتماعی، شاخص‌های فرهنگ شهروندی را به تحلیل می‌برد و زمینه فساد را فراهم می‌سازد. نتایج تحقیقات گوناگون سایر پژوهش‌های تجربی نشان می‌دهد اولاً، شهروندی و عدم رعایت اصول شهروندی، از جمله مشکلات اولویت‌دار این کشورهای جهان سوم می‌باشد؛ در ثانی، مردم کشورها آگاهی زیادی از حقوق و مسئولیت‌های شهروندی خود ندارند. هم‌چنین رعایت فرهنگ شهروندی و به تبع آن اخلاق شهروندی در سطح خوبی قرار ندارد. شهرنشینی در سال‌های اخیر در بیشتر کشورهای درحال توسعه، از جمله در کشور ما به شدت گسترش پیدا کرده است؛ به طوری که جمعیت شهرنشین از ۳۰٪ در سال ۱۳۳۵ به بیش از ۷۰٪ در سال ۱۳۹۸ افزایش یافته است. این قضیه در

مورد شهرهای مانند نجف آباد که در طی ۲۰ سال گذشته با توجه به افزایش رشد طبیعی جمعیت و مهاجرت روستاییان چند برابر شده، بیشتر نیز به چشم می‌خورد. شهرنشینی و به‌ویژه افزایش جمعیت مهاجر در کلان شهرها، مسائل و مشکلات خاصی را در زندگی شهری هم‌چون: اعتیاد، طلاق، گسترش فساد اداری و مشکلات دیگر از این دست را پدید آورده است؛ به‌عنوان یک تبیین مقدماتی می‌توان ادعا نمود از آنجایی که سرعت شهری شدن در کشور ما بسیار بالا بوده، بنابراین نتوانسته ذهنیت‌های مناسب یعنی شهروندی را در شهرها به‌وجود بیاورد. در نتیجه، تحولات جمعیتی و مهاجرتی ما بیشتر با روستاهایی شهر زده و با شهرهایی روستا زده روبه‌رو هستیم تا با شهرهایی در موقعیت‌های مناسب شهروندان؛ ازسوی دیگر، مناطق غیرشهری کشور نیز به‌شدت به دلیل همجواری‌های فیزیکی با شهرها و به دلیل انقلاب اطلاعاتی و گسترش رسانه‌ها، شهری شده‌اند، ولی از ذهنیت‌های متناسب با آن، یعنی شهروندی در آن‌ها خبری نیست (فکوهی، ۱۳۸۸). اهمیت و نقش فرهنگ شهروندی به‌عنوان یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌های ایجاد جامعه خوب^{۲۴} بدون فساد و شایسته و کارکرد این فرهنگ بر اهمیت این موضوع دلالت دارد. در نظریه پیوند اجتماعی، افرادی که پیوند قوی با جامعه دارند، از شکستن قواعد و معیارهای آن خود داری می‌کنند و آن‌هایی که با هنجارهای جامعه پیوند ضعیفی دارند و یا هیچ پیوندی با آن‌ها ندارند، برای کج‌روی مستعدتر و آزادتر هستند. «هیرشی» عناصری از قبیل: «دل بستگی فرد به افراد خانواده و نهادهای اجتماعی»، «تعهد نسبت بده جامعه»، «مشارکت در نقش‌ها و فعالیت‌های اجتماعی» و «باور و وفاداری فرد به ارزش‌ها و هنجارهای اخلاقی و اجتماعی» را پیونددهنده افراد به یکدیگر و جامعه می‌داند (ممتاز، ۱۳۸۱: ۱۲۱-۱۲۲). با توجه به این نظریه می‌توان گفت هرچه قدر تعهد افراد نسبت به جامعه (مسئولیت‌پذیری اجتماعی) و مشارکت آن‌ها در نقش‌ها و فعالیت‌های اجتماعی (مشارکت اجتماعی) بیشتر باشد، میزان پیوند آن‌ها با جامعه بیشتر و در نتیجه، میزان گرایش به فساد در آن جامعه کمتر است. با استفاده از نظریه پیوند اجتماعی می‌توان به طرح و تحلیل این فرضیه پرداخت که میزان فرهنگ شهروندی، با گرایش به فساد رابطه معناداری دارد.

با توجه به این‌که نظریه واحدی که بتواند بحث فرهنگ فساد و عوامل مؤثر بر آن را تبیین نماید وجود ندارد؛ بنابراین از یک چارچوب نظری ترکیبی به تفکیک متغیرهای مستقل تحقیق برای تبیین رابطه این متغیرها با میزان گرایش به فرهنگ فساد استفاده شده است.

در فرهنگ فردگرایی، افراد خودمختار و مستقل از گروه‌هایشان بوده و اهداف شخصی خویش را بر اهداف گروه اولویت می‌دهند و در درجه اول به جای رفتار براساس

هنجارها و منافع گروه، براساس نگرش‌ها و خواست خودشان عمل می‌کنند (هافستد، ۲۰۰۱: ۹۰۹)؛ و برعکس در فرهنگ جمع‌گرایی مردم وابسته به گروه خود بوده (خانواده، قبیله، ملت و مانند آن) و به اهداف و منافع گروه اهمیت می‌دهند؛ فرهنگ شهروندی مجموعه‌ای از ارزش‌ها، نگرش‌ها و قوانین مشترک بنیادی است که دربردارنده احساس تعلق، تعهد و احترام به میراث مشترک و هم‌چنین، تشخیص حقوق و تعهدات شهروندی است (فاطمی‌نیا، ۱۳۸۶: ۳۹).

فرضیات تحقیق نیز بدین صورت است:

به نظر می‌رسد میزان فردگرایی بر میزان گرایش به فرهنگ فساد مؤثر هست.

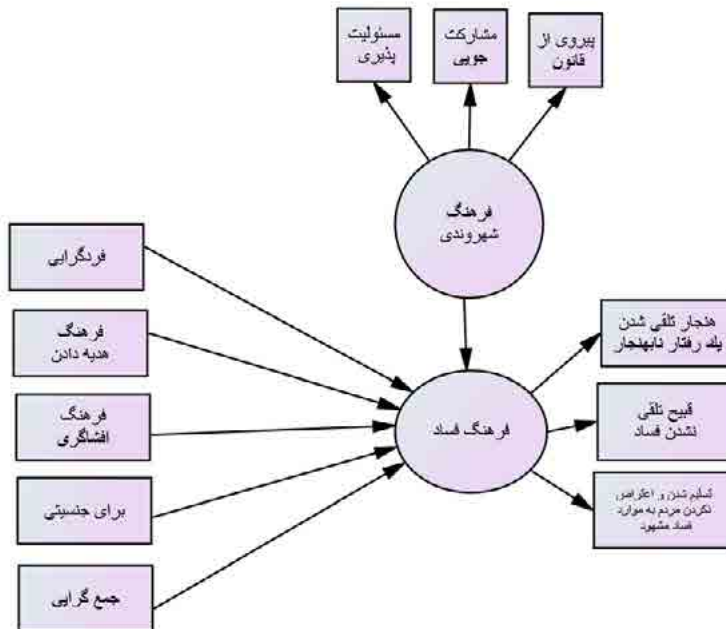
به نظر می‌رسد میزان جمع‌گرایی بر میزان گرایش به فرهنگ فساد اثرگذار هست.

به نظر می‌رسد میزان فرهنگ هدیه دادن (جبران) اثر مثبتی بر میزان گرایش به فرهنگ فساد دارد.

به نظر می‌رسد میزان برابری جنسیتی اثر منفی بر میزان گرایش به فرهنگ فساد دارد.

به نظر می‌رسد میزان فرهنگ افشاگری بر میزان گرایش به فرهنگ فساد اثر منفی دارد.

به نظر می‌رسد میزان پای‌بندی به فرهنگ شهروندی بر میزان گرایش به فرهنگ فساد اثر منفی دارد.



شکل ۱. مدل نظری عوامل مؤثر بر شکل‌گیری فرهنگ فساد (نگارندگان، ۱۴۰۰).

۴. روش پژوهش

مطالعه حاضر، به لحاظ اجرا از نوع پیمایشی؛ از نظر زمانی، مقطعی، به لحاظ ماهیت، کاربردی؛ و به لحاظ وسعت، پهنانگر است. جمعیت آماری تحقیق را کلیه شهروندان شهر نجف آباد تشکیل می‌دهند که براساس آمار سرشماری در سال ۱۳۹۵، تعداد کل آن‌ها ۳۰۰۲۸۸ نفر بوده است.

برای برآورد حجم نمونه با استفاده از جدول نمونه‌گیری لین با میزان خطای ۵٪، حجم نمونه برای شهروندان نجف‌آبادی ۳۷۰ نفر مشخص گردید. روش نمونه‌گیری در این تحقیق، تصادفی چند مرحله‌ای بوده است. فرآیند نمونه‌گیری به این صورت بود که ابتدا با استفاده از نقشه جامع شهر نجف‌آباد، موقعیت و محل استقرار اداراتی که ارباب رجوع زیادی دارند، مشخص شوند. در گام بعدی از بین ۳۲ اداره مستقر در شهر نجف‌آباد، ۱۰ اداره به صورت تصادفی مشخص شدند. در مرحله نهایی ادارات مربوط که بیشترین میزان مراجعه را داشتند، مشخص شدند و از پرسشگران خواسته شد با حضور در محل ورودی اداره‌های مشخص شده با ارباب رجوعان بالای ۱۸ سال که جهت امور اداری مراجعه نموده‌اند، مصاحبه کرده و پرسشنامه را تکمیل کنند.

ابزار مورد استفاده در این مطالعه، پرسشنامه محقق ساخته بوده است. اعتبار پرسشنامه به وسیله اعتبار صوری و اعتبار سازه تأیید شد. با توجه به این که تحلیل‌های این پژوهش با استفاده از مدل سازی معادلات ساختاری واریانس محور انجام شده است، می‌توان براساس بارهای عاملی معرف‌ها و مؤلفه‌های پنهان (عامل‌ها) به صحت این ادعا پی برد (شکل ۱). برای برآورد پایایی پرسشنامه نیز از ضریب آلفای کرونباخ در جدول ۲، استفاده شد.

جدول ۲: ضریب آلفای کرونباخ برای متغیرهای مستقل و وابسته (نگارندگان، ۱۴۰۰).

| متغیر | ضریب آلفای کرونباخ |
|---------------|--------------------|
| فرهنگ فساد | ۰/۹۲ |
| فردگرایی | ۰/۸۲ |
| جمع‌گرایی | ۰/۷۲ |
| هدیه دادن | ۰/۷۲ |
| برابری جنسیتی | ۰/۷۵ |
| افشاگری | ۰/۷۶ |
| فرهنگ شهروندی | ۰/۷۳ |

تحلیل‌ها نشان دادند که تمامی متغیرهای مورد نظر با توجه به این که همگی از ۰/۷ بیشتر هستند، نشان از هم بستگی درونی بالایی گویند و مطلوب بودن آن‌ها دارد.

جهت سنجش مذکور از طیف لیکرت در قالب پاسخ‌های پنج‌گزینه‌ای بسته (کاملاً موافقم، موافقم، بی‌نظرم، مخالفم و کاملاً مخالفم) استفاده گردید. متغیر وابسته این تحقیق، میزان گرایش به فرهنگ فساد است. در این تحقیق، منظور از فرهنگ فساد، سازه‌ای است که شامل از بین رفتن قبح و نادرستی عمل ارتكابی نزد مردم و هنجار تلقی شدن یک رفتار نابهنجار و تسلیم شدن و اعتراض نکردن مردم به موارد فساد مشهود می‌شود.

پیش از پرداختن به شاخص‌سازی فرهنگ فساد جهت سنجش آن در شهر نجف‌آباد و پیدا کردن شاخص‌هایی متناسب با فرهنگ این شهر، تحقیقات مختلفی که در داخل و خارج صورت گرفته بود، مرور شد. با توجه به رویکرد و یا نوع تحقیق خود به تقسیم‌بندی خاصی از ابعاد فرهنگ فساد پرداخته‌اند. در این تحقیق با مطالعه منابع داخلی و خارجی، برای فرهنگ فساد سه بُعد قبیح تلقی نشدن فساد، هنجار تلقی شدن یک رفتار نابهنجار و تسلیم شدن و اعتراض نکردن مردم به موارد فساد مشهود در نظر گرفته شد.

در فرهنگ فردگرایی، افراد خودمختار و مستقل از گروه‌هایشان بوده و اهداف شخصی خویش را بر اهداف گروه اولویت می‌دهند و در درجه اول به جای رفتار براساس هنجارها و منافع گروه، براساس نگرش‌ها و خواست خودشان عمل می‌کنند (هافستد، ۲۰۰۱: ۹۰۹). در مقابل، جمع‌گرایی چارچوب سفت و سختی را توصیف می‌کند که مردم در آن از اعضای گروه خود انتظار دارند که مراقبشان باشند و از آن‌ها حمایت کنند (رابینز و جاج، ۱۳۹۰: ۲۳۶). برای سنجش میزان فرهنگ فردگرایی و جمع‌گرایی، گویه‌هایی در پرسشنامه گنجانده شد که عمدتاً مبنای آن‌ها نظریه و تحقیق‌های (رابینز و جاج^{۲۵}، ۱۳۹۰؛ احمدی، ۱۳۸۰؛ هافستد، ۲۰۰۰؛ پارک ۲۰۰۳؛ صداقت‌زادگان، ۱۳۸۹؛ رفیع‌پور، ۱۳۸۷؛ برونیتی^{۲۶}، ۲۰۰۳؛ و خلف‌خانی، ۱۳۸۹) بود.

یکی دیگر از ابعاد فرهنگی مرتبط با فرهنگ فساد که در این پژوهش مورد بررسی قرار گرفته است، برابری جنسیتی است. مردانه بودن در مقابل زنانه بودن، در قالب این بُعد قرار می‌گیرد؛ مردانه بودن که یکی از ویژگی‌های فرهنگ ملی برخی کشورها است، به معنای برداشتی مردانه از نقش‌های اجتماعی که در قالب مفاهیمی چون موفقیت، قدرت و کنترل خود را نشان می‌دهد. در مقابل، زنانه بودن مبتنی بر این انگاره است که در ویژگی‌های فرهنگ ملی تمایز ناچیزی میان نقش‌های مردانه و زنانه وجود دارد (رابینز و جاج، ۱۳۹۰: ۲۳۶)؛ هم‌چنین برای سنجش برابر جنسیتی از این پژوهش‌ها (رابینز و جاج، ۱۳۹۰؛ سوامی، ۲۰۰۱؛ هامانا، ۲۰۱۹)، استفاده گردیده است.

متغیر دیگری که در این پژوهش مورد مطالعه واقع شده است، فرهنگ افشاگری است؛ مراد از فرهنگ افشاگری در این نوشتار، افشای کلیه پرونده‌های کلان مربوط به مفاسد اداری، اعم از: ارتشاء، اختلاس و مانند آن؛ برقراری نظام تخفیف و تشویق برای افشاکندگان این جرائم، اعم از: متهم و دیگر افراد، الزام نهادهای دولتی به پاسخ‌گویی، فراهم کردن زمینه مشارکت و پیگیری اعضای جامعه و هم‌چنین فراهم کردن شرایط حضور مداوم رسانه‌ها در جریان پرونده‌های کلان مفاسد اداری است. فرهنگ افشاگری متغیر دیگری بود که مبتنی بر نظریه رفیع‌پور (۱۳۸۷) و با گویه‌های محقق ساخته، اندازه‌گیری شد.

فرهنگ شهروندی دیگر متغیر مورد بررسی در این پژوهش است که بر مجموعه‌ای از ارزش‌ها، نگرش‌ها و قوانین مشترک بنیادی است که دربردارنده احساس تعلق، تعهد و احترام به میراث مشترک و هم‌چنین، تشخیص حقوق و تعهدات شهروندی است (فاطمی‌نیا، ۱۳۸۶: ۳۹). اندازه‌گیری فرهنگ شهروندی از تحقیق (میرفردی و همکاران، ۱۳۹۴؛ همتی و احمدی، ۱۳۹۳؛ گنجی و همکاران، ۱۳۹۳) استفاده شده است. متغیر آخری که در اینجا مورد بررسی قرار گرفته است، متغیر فرهنگ هدیه دادن است. در فرهنگ‌های لغت‌نامه‌های مختلف، معنی هدیه را به تحفه، ارمغان و پیشکش، آورده شده است. هدیه چیزی است که با احساس رضایت و بدون در نظر گرفتن چشم‌داشت به شخصی دیگر تقدیم می‌شود؛ اگرچه شاید در ازای آن، توقع متقابلی نیز وجود داشته باشد، اما هدیه چیزی است که آن را به رایگان می‌بخشند. شخص در اعطای هدیه به دیگری، جز اظهار دوستی و محبت، غرض و مقصود دیگری نداشته باشد که چنین عطایی، هدیه محسوب شده؛ اما اگر در این عطا کردن، طمع و توقعی نهفته باشد، وارد رشوه خواهد بود. در نهایت فرهنگ هدیه دادن با الهام از «آکرمن» (۱۳۹۷) و تحقیق «محمدی» (۱۳۹۶) اندازه‌گیری شد. برای تحلیل داده‌های تحقیق از نرم‌افزار SPSS و نیز مدل‌سازی معادلات ساختاری و اربانس محور با نرم‌افزار Smart PLS استفاده شده است.

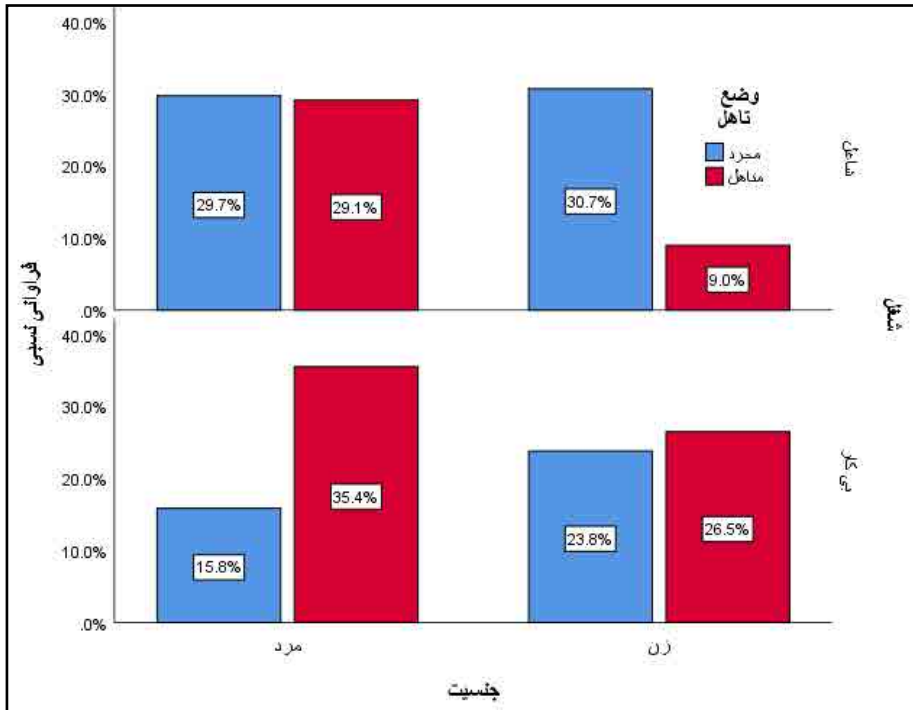
۵. یافته‌های پژوهش

در ادامه، یافته‌های حاصل از تحلیل داده‌ها به صورت توصیفی و استنباطی ارائه می‌شوند (جدول ۳).

اطلاعات جدول فوق به منظور مقایسه وضعیت گروه‌ها به صورت نمودار میله‌ای چندگانه نمایش داده شده است و در آن اطلاعات مربوط به توزیع جنسیت بر حسب وضعیت شغلی و تأهل پاسخ‌گویان نشان داده شده است (نمودار ۲).

جدول ۳: توصیف ویژگی‌های پاسخ‌گویان تحقیق (نگارندگان، ۱۴۰۰).

| جنس | تعداد | درصد | وضع تأهل | تعداد | درصد | وضعیت اشتغال | تعداد | درصد |
|-----|-------|------|----------|-------|------|--------------|-------|------|
| مرد | ۱۶۹ | ۵۸/۳ | مجرد | ۱۰۱ | ۳۴/۸ | شاغل | ۱۳۳ | ۴۵/۹ |
| زن | ۱۲۱ | ۴۱/۷ | متاهل | ۱۸۹ | ۶۵/۲ | غیرشاغل | ۱۵۷ | ۵۴/۱ |



نمودار ۱: توزیع نسبی جنسیت پاسخ‌گویان بر حسب وضعیت تأهل و اشتغال (نگارندگان، ۱۴۰۰).

جدول ۴: توزیع ویژگی‌های پاسخ‌گویان بر حسب میزان تحصیلات (نگارندگان، ۱۴۰۰).

| جنس | ابتدایی | | راهنمایی | | دبیرستان | | دانشگاهی | |
|-----|---------|------|----------|------|----------|------|----------|------|
| | تعداد | درصد | تعداد | درصد | تعداد | درصد | تعداد | درصد |
| مرد | ۱۲ | ۷/۱ | ۱۱ | ۶/۵ | ۵۲ | ۳۰/۸ | ۹۴ | ۵۵/۶ |
| زن | ۴ | ۳/۳ | ۳ | ۲/۵ | ۵۶ | ۴۶/۳ | ۵۸ | ۴۷/۹ |

برای توصیف وضعیت کلی نمونه تحقیق به لحاظ متغیرهای موجود در تحقیق و هم‌چنین وضعیت متغیرها در سطح جامعه آماری جدول ۵، تهیه شده است.

جدول ۵: وضعیت توصیفی و استنباطی متغیرهای مستقل پاسخ‌گویان (نگارندگان، ۱۴۰۰).

| مقدار تی | سطح معنی‌داری | حداکثر | حداقل | دامنه | کجی | انحراف معیار | میانگین واقعی | میانگین طیف | متغیر |
|----------|---------------|--------|-------|-------|--------|--------------|---------------|-------------|----------------|
| ۴۶/۲۰ | ۰/۰۰۰ | ۶۷ | ۱۶ | ۵۱ | ۰/۳۰۹ | ۱۳/۳۸ | ۳۶/۳۰ | ۴۸ | فرهنگ فساد |
| ۱۵۲/۶۳ | ۰/۰۰۰ | ۵۹ | ۳۲ | ۲۷ | -۰/۲۹۶ | ۵/۰۴ | ۴۵/۲۳ | ۴۸ | فرهنگ شهروندی |
| ۷۸/۲۱ | ۰/۰۰۰ | ۲۵ | ۸ | ۱۷ | -۰/۳۷۷ | ۴/۱۰ | ۱۸/۸۳ | ۱۵ | جمع‌گرایی |
| ۴۳/۱۵ | ۰/۰۰۰ | ۲۵ | ۵ | ۲۰ | -۰/۴۷۱ | ۴/۶۵ | ۱۱/۷۹ | ۱۵ | فردگرایی |
| ۶۵/۸۴ | ۰/۰۰۰ | ۳۵ | ۹ | ۲۶ | -۰/۳۴۶ | ۵/۷۴ | ۲۲/۲۲ | ۲۱ | فرهنگ هدیه |
| ۱۵۲/۸۹ | ۰/۰۰۰ | ۲۲ | ۱۱ | ۱۱ | -۰/۱۵۲ | ۲/۲۱ | ۱۶/۳۸ | ۱۵ | فرهنگ افشاکاری |
| ۹۹/۱۰ | ۰/۰۰۰ | ۳۴ | ۱۰ | ۱۴ | -۰/۴۲۱ | ۳/۰۳ | ۱۷/۶۳ | ۱۵ | برابری جنسیتی |

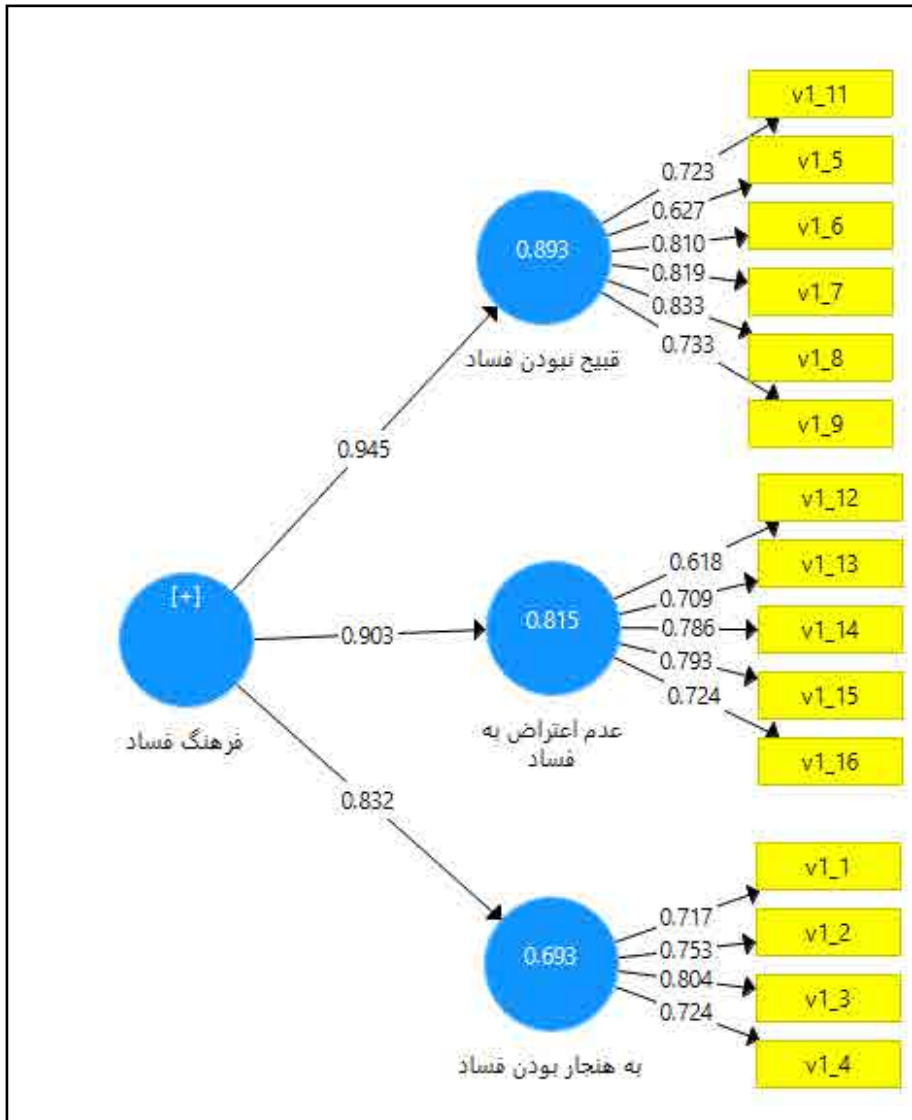
در جدول فوق منظور از میانگین واقعی، میانگین به دست آمده از پاسخ‌های پاسخ‌گویان است و منظور از میانگین طیف، میانگین نمرات گویه‌هایی است که در پرسشنامه تحقیق مورد استفاده قرار گرفته‌اند. چنان‌که جدول فوق نشان می‌دهد در سطح نمونه آماری میانگین میزان فرهنگ فساد، فرهنگ شهروندی و فردگرایی پاسخ‌گویان بر مبنای ابزار به کار رفته در پژوهش پایین‌تر از سطح متوسط است؛ و مقدار میانگین سایر متغیرها بالاتر از سطح متوسط طیف هست. سطح معناداری آزمون تی تک نمونه‌ای نیز با اطمینان ۹۹٪ این نتیجه را در سطح جامعه آماری تأیید می‌کند.

متغیر وابسته این تحقیق (فرهنگ فساد) به صورت یک مدل اندازه‌گیری انعکاسی تدوین و برآزش شده است. نتیجه تحلیل عاملی اکتشافی گویه‌های نشان می‌دهد این گویه‌ها قادرند ۶۱/۲۱٪ واریانس متغیر فرهنگ فساد را تبیین کنند. بارهای عاملی بالای موجود در الگو و میزان واریانس تبیین شده عامل‌های پنهان در الگو نشان دهند اعتبار این سازه و قدرت بالای الگو در تبیین واریانس هر بعد از این متغیر است. الگوی اندازه‌گیری متغیر ذکر شده در شکل ۲، نمایش داده شده است.

نمودار بافت نگار (شکل ۲) توزیع پراکندگی وضعیت فرهنگ فساد را در نمونه تحقیق نشان می‌دهد.

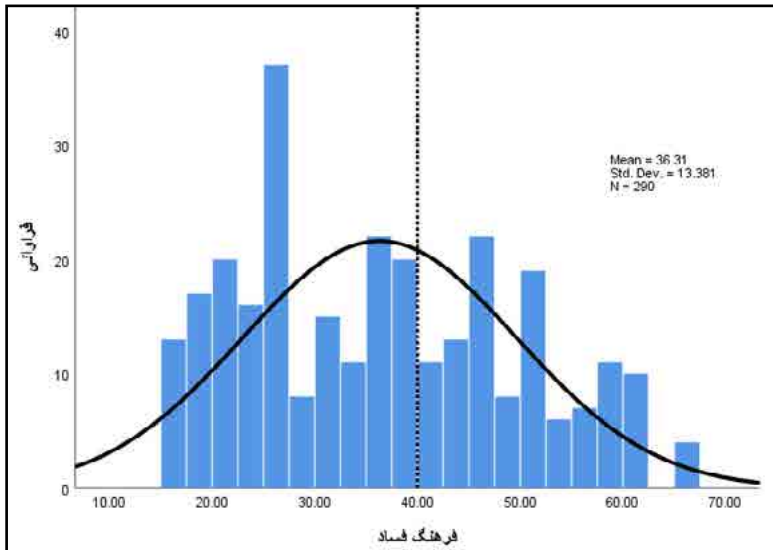
خط نقطه چین در نمودار، خط مرجعی است که میانگین طیف را نشان می‌دهد با توجه به تفاوت محل قرارگیری خط مرجع و قله منحنی نرمال (میانگین متغیر) نتیجه می‌شود، میانگین فرهنگ فساد پایین‌تر از میانگین طیف هست. چنان‌که در سطور قبل نیز توضیح داده شد، این گفته در سطح نمونه و نیز جامعه آماری با اطمینان ۹۹٪ صادق هست.

برای آزمون فرضیه‌های تحقیق از مدل‌سازی معادلات ساختاری واریانس محور استفاده شده است. با توجه به تعدد متغیرهای اندازه‌گیری شده و نیز سطح بالای

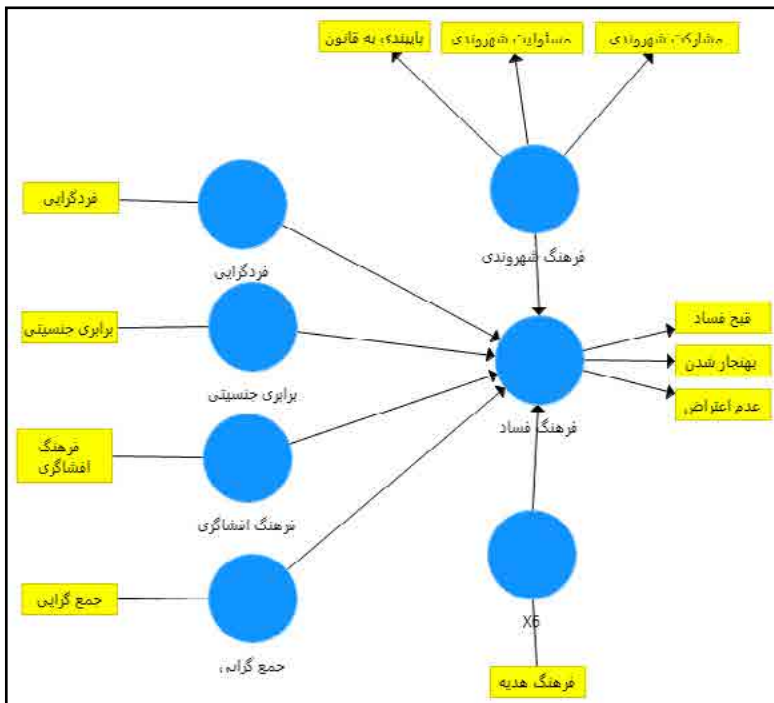


شکل ۲. مدل اندازه‌گیری سه عاملی مرتبه دوم فرهنگ فساد (نگارندگان، ۱۴۰۰).

بار عاملی آن‌ها تصمیم بر این گرفته شد که برخی متغیرهای درون مدل به عنوان متغیرهای آشکار (سازه تک آیتمی) آورده شوند. محاسبات و خروجی نرم افزار pls در شکل ۳، نشان داده شده است.



نمودار ۲: بافت نگار متغیر فرهنگ فساد در بین اعضای نمونه تحقیق (نگارندگان، ۱۴۰۰).



شکل ۳: مدل معادله ساختاری متغیرهای اثرگذار بر فرهنگ فساد (نگارندگان، ۱۴۰۰).

شاخص SRMR به میزان ۰/۰۷۹ نشان می‌دهد که الگوهای مفروض تدوین شده، توسط داده‌های پژوهش حمایت می‌شوند؛ به عبارت دیگر، برازش داده‌ها به الگو برقرار است. وزن‌های رگرسیونی محاسبه شده در مدل نیز مهم‌ترین معیار برای تأیید یا رد فرضیه‌های تحقیق است که در ادامه به آن‌ها پرداخته خواهد شد.

درخصوص تأثیر فردگرایی بر فرهنگ فساد می‌توان چنین بیان کرد که این متغیر تأثیری مثبت به میزان ۰/۱۲۸ روی فرهنگ فساد دارد. به این معنا که هرچه افراد فردگرایی بیشتری داشته باشند میزان بالاتری از فرهنگ فساد را تجربه می‌کنند؛ به عبارتی دیگر، با یک واحد تغییر در انحراف معیار این متغیر به میزان ۰/۱۲۸ تغییر در انحراف معیار فرهنگ فساد ایجاد می‌شود؛ بنابراین اولین فرضیه تحقیق با اطمینان ۹۹٪ تأیید می‌شود.

عامل فرهنگ شهروندی نیز تأثیری به میزان ۰/۲۰۱- بر فرهنگ فساد دارد. درواقع، هرچه افراد پای بندی بیشتری به فرهنگ شهروندی داشته باشند میزان پای بندی آن‌ها فرهنگ فساد کاهش پیدا می‌کند.

فرضیه اثر جمع‌گرایی بر فرهنگ فساد نیز با میزان بتای ۰/۱۹۷- با سطح معناداری ۰/۰۰۰ تأیید می‌شود؛ درواقع جمع‌گرایی می‌تواند مانعی بر شکل‌گیری فرهنگ فساد باشد.

مقدار بتای به دست آمده در مدل درخصوص تأثیر فرهنگ افشاگری بر فرهنگ فساد به میزان ۰/۲۸۹۳- با فاصله اطمینان ۹۹٪ نشان از تأیید فرضیه تحقیق دارد؛ به این معنی که هرچه فرهنگ افشاگری در بین مردم تقویت شود میزان گرایش به فرهنگ فساد کاهش می‌یابد.

مدل نشان می‌دهد که تلاش برای جبران نیکویی‌ها و هدیه دادن بر فرهنگ فساد اثر مثبتی دارد. این اثر به میزان ۰/۳۷۹ می‌باشد و سطح معناداری آن نیز به میزان ۰/۰۰۰ هست. این نتیجه نشان می‌دهد با یک واحد تغییر در انحراف معیار تقید افراد به فرهنگ هدیه دادن و جبران به میزان ۰/۳۷۹ تغییر مثبت در انحراف معیار پای بندی به فرهنگ فساد ایجاد می‌شود.

آزمون فرضیه تأثیر برابری جنسیتی بر فرهنگ فساد نیز تأیید می‌شود. چنان‌که در مدل مشخص هست میزان بتای اثرگذاری این متغیر با اطمینان ۹۹٪ برابر است با ۰/۲۶۱- و این میزان به این معناست که هرچه افراد بیشتر احساس برابری جنسیتی داشته باشند کمتر به فرهنگ فساد تمایل پیدا می‌کنند.

براساس میزان ضریب تعیین تعدیل شده نمایش داده شده در مدل، درمجموع متغیرهای مستقل این تحقیق توانسته‌اند ۴۵/۲ از تغییرات فرهنگ فساد را تبیین

کنند؛ هرچند این میزان قابل توجه هست و توانایی تبیین بالایی دارد، ولی باید متذکر شد متغیرهای متعدد دیگری نیز در شکل‌گیری فرهنگ فساد اثرگذار هستند که در این تحقیق به آن‌ها پرداخته نشده است.

۷. بحث و نتیجه‌گیری

فساد اداری به طور کلی و فرهنگ فساد به طور خاص، یکی از مهم‌ترین مسائل اجتماعی معاصر در کشور است که از آن یاد می‌شود. فرهنگ فساد رویکردی است که در آن تغییر ارزش‌ها و هنجارها و تغییر فرهنگ حاکم بر جامعه و انتقال و تقلید فرهنگ از سوی افراد به دلیل فشار هنجاری حاکم را، به دنبال خواهد داشت. شکل‌گیری فرهنگ فساد در یک جامعه به معنای قبیح تلقی نشدن فساد و هنجار تلقی شدن فساد و پذیرش انواع فساد (اداری) از سوی افراد به عنوان مرحله‌ای گریزناپذیر در کنار دیگر تشریفات اداری، اعتراض نکردن افراد به موارد فساد اداری مشهود و غیر عادی و نابهنجار تلقی شدن انجام وظایف از سوی کارکنان است.

در این تحقیق پنج فرضیه مطرح گردید که تمامی آن‌ها تأیید شدند. نتایج به دست آمده با بسیاری از تحقیقات گذشته هم‌سو و هم‌جهت هست؛ برای مثال، درخصوص اثر فردگرایی و جمع‌گرایی بر میزان گرایش به فرهنگ فساد در تحقیقات رابینر و جاج، ۱۳۹۰؛ هافستد، ۲۰۰۱؛ صداقت‌زادگان، ۱۳۸۹؛ پارک، ۲۰۰۳) نیز تأیید شده است.

در این خصوص اگر تعلق و تعهد کنشگران به فرهنگ و ارزش‌های اجتماعی در سطح محلی، قومی و ملی تقویت گردد، این امر موجب افزایش وفاداری افراد به بنیان‌های فرهنگی و ارزش‌های اجتماعی و ملی و هم‌چنین موجب اهمیت یافتن منافع گروهی و جمعی می‌شود و خود زمینه منفی شدن نگرش به فساد اداری را فراهم می‌آورد؛ به عبارت دیگر، هر چه قدر تعلقات فرد به هویت جمعی در سطح محلی، قومی و ملی افزایش یابد، تمایل به فساد اداری و دیگر تخلفات کاهش می‌یابد. بدین منظور، نهادهای جامعه‌پذیرکننده، به‌ویژه: خانواده، آموزش و پرورش، دانشگاه، و رسانه‌های جمعی، در راستای نهادینه کردن فرهنگ رجحان منفعت عمومی بر منافع شخصی در حوزه‌های مختلف مجدانه‌ای بایست تلاش کنند. هم‌چنین دادن مسؤلیت به افراد از جمله عواملی محسوب می‌شود که آن‌ها را از فردگرایی جدا و به جمع‌گرایی تشویق می‌کند. وقتی آموزش کار گروهی داده شود، اعتماد به نفس کافی وجود دارد و هر شخص حرف خود را می‌زند؛ بنابراین طرح‌ها به نتیجه مطلوب می‌رسند و این ابتدایی‌ترین روش ترویج جمع‌گرایی است.

وجود فرهنگ هدیه دادن (جبران) دیگر متغیری هست که بر میزان گرایش به فرهنگ فساد اثرگذار است؛ هر اندازه فرهنگ هدیه دادن افزایش پیدا کند میزان فرهنگ فساد هم بیشتر می‌شود؛ این تحقیق با نظریه (آکرمن، ۱۳۹۷) مطابقت دارد. وسیلهٔ ارضای بسیاری از نیازها و رسیدن به اهداف ارزشمند جامعه، پول و درآمد است؛ بنابراین، فقر درآمدی یا بی‌توجهی به مسائل رفاهی و مالی کارمندان و نابرابری اقتصادی راه را برای توسل به وسایل نامشروع رسیدن به اهداف از جمله فساد و تخلفات اداری گرفتن پول تحت عناوین مختلفی از قبیل هدیه باز می‌کند؛ از این روست که باید در زمینهٔ سختی‌های اقتصادی رو در روی کارکنان دولتی، از قبیل: عدم توازن حقوق و مزایا در وزارتخانه‌ها، عدم تناسب رشد تورم و افزایش دستمزد کارکنان دولتی، احساس کارکنان دولتی در مورد وجود نابرابری اقتصادی در مقایسه با افراد شاغل در سایر بخش‌ها، پایین بودن حقوق کارکنان دولت، فقدان مزایای جنبی برای کارکنان دولتی و سایر مسائل رفاهی مردم برنامه و چارهٔ عملیاتی اندیشید. یکی از کارهایی که می‌توان در خصوص گسترش فرهنگ هدیه دادن به عنوان جبران زحمات کارمندان انجام داد - به نحوی که به رشوه تبدیل نشود - این هست که مانند بسیاری از کشورها این فرهنگ را قانونمند نموده تا مشخص باشد چه کسی چه مقدار هدیه بابت چه خدماتی به چه کارمندی داده می‌شود. با این کار هم کارمندان انگیزهٔ بیشتری برای خدمات رسانی پیدا می‌کنند، هم به حس درونی ارباب‌رجوعان بابت تشکر پاسخ داده می‌شود و هم این‌که از تبدیل یک عمل نیکو به مفسده جلوگیری می‌شود.

مطابق با مفروضهٔ این تحقیق مشخص شد که میزان برابری جنسیتی بر میزان گرایش به فرهنگ فساد اثرگذار است؛ یعنی هر اندازه برابر جنسیتی و عدم تبعیض جنسیتی بیشتر باشد فرهنگ فساد هم کمتر می‌باشد. نتایج این تحقیق با یافته‌های رابینز و جاج، ۱۳۹۰؛ و سوامی، ۲۰۰۱ مطابقت دارد. فرهنگ مبتنی بر عدم تبعیض جنسیتی از نظر برابری فرصت‌های شغلی برای زنان و مردان و اولویت دادن بدون تبعیض به زنان و مردان در تصدی مشاغل در کاهش فرهنگ فساد نقش ایفا می‌کند.

یافته‌های این تحقیق نشان داد که میزان فرهنگ افشاگری بر میزان گرایش به فرهنگ فساد اثرگذار است. هر اندازه فرهنگ افشاگری بیشتر باشد میزان فرهنگ فساد کمتر می‌باشد؛ این نتیجه با تحقیق (رفیع‌پور، ۱۳۸۷) مطابقت دارد. خطر در افشا بودن جرایم و فسادها، عاملی است که هزینهٔ ارتکاب جرم را در نزد مجرم افزایش می‌دهد؛ از این روی آماده کردن زمینه‌های لازم برای مقابله با جرایم با ایجاد فضای باز در جهت افشا کردن آن‌ها می‌تواند به کاهش فساد در سطح کلان و خرد کمک نماید. فرضیهٔ پنجم نیز با عنوان اثر میزان فرهنگ شهروندی بر میزان گرایش به

فرهنگ فساد تأیید شد. در واقع، هر اندازه سطح فرهنگ شهروندی بالاتر باشد و مردم از وظایف و تکالیف و نیز مسئولیت‌های خود مطلع‌تر باشند کمتر به سمت فرهنگ فساد می‌روند. نتایج این تحقیق با یافته‌های فکوهی، ۱۳۸۸؛ ممتاز، ۱۳۸۱؛ و احمدی، ۱۳۸۴ هم‌جهت می‌باشد. ناآگاهی مردم از حقوق شهروندی یکی از دلایل اجتماعی-فرهنگی مهم و زمینه‌ساز تمایل به فساد اداری براساس نتایج تحقیق بوده است. مردم حق دارند که از حقوق خود در جامعه به‌طور کلی، و سازمان‌ها و ادارات به‌طور خاص، به‌عنوان ارباب‌رجوع یا متصدی آگاهی داشته باشند. پایین بودن سطح آگاهی و نداشتن اطلاعات دقیق از آیین‌نامه‌ها و مقررات موجود در سازمان‌ها و ارائه نکردن اطلاعات لازم به مراجعان و هم‌چنین ناآگاهی از چستی شاخص‌ها و مصادیق فساد اداری ایجاب می‌کند که برای آگاه‌سازی کنشگران جامعه از حقوق شهروندی و هم‌چنین از مصادیق و نمونه‌های فساد اداری و اطلاع‌رسانی کامل و به‌دور از سانسور پیامدها و آسیب‌هایی که جامعه در قبال انجام آن‌ها متحمل می‌شوند، تلاش کرد. در این زمینه، نهادهای آموزشی، خانواده‌ها، رسانه‌های جمعی و حتی خود سازمان‌ها و ادارات باید در راستای آگاه‌سازی شهروندان بکوشند. ضمن این‌که با جرأت می‌توان گفت با توسعه دولت الکترونیک می‌توان تا حد زیادی از بروز فساد در سیستم اداری و به‌تبع آن گسترش فرهنگ فساد جلوگیری کرد. در ضمن پیشنهاد می‌شود. در این زمینه تحقیقاتی با جامعه‌های آماری مختلف مانند: دانشجویان، زنان، جوانان، نوجوانان و دیگر اقشار و گروه‌های اجتماعی انجام گردد. درنهایت بیان داشت یافته‌های این تحقیق می‌تواند الگویی برای مطالعات دیگری در ابعاد وسیع‌تر و روی جمعیت‌های بیشتری انجام پذیرد.

سپاسگزاری

از کلیه ادارات و دستگاه‌های اجرایی و نیز شهروندان نجف‌آبادی که در این تحقیق، ما را یاری کردند تشکر و قدردانی می‌شود.

پی‌نوشت

1. UNODC
2. Transparency International
3. UNODC
4. Williams and Beare
5. Ichiro Iwasaki&Taku Suzuki
6. Seleim and Bontis
7. Jordan

8. Ray Jureidini
9. Dimant & Tosato
10. social anomy
11. Lambsdorff
12. Yadav
13. Culture of Corruption
14. Individualism and Collectivism Culture
15. Geert Hofstede
16. Park

۱۷. منظور از وفای اجتماعی توافق اعضای جامعه بر سر ارزش‌ها و باورها در آن جامعه است.

18. Nepotism
19. Disclosure Culture
20. Gender Equality Culture
21. Swamy
22. Gift giving culture
23. Citizenship Culture
24. Good Society
25. Robbins And Jaj
26. Homana

کتابنامه

- احمدی، علی اصغر، (۱۳۸۰). «عناصر آسیب‌زا در فرهنگ ایران، فردگرایی». پیوند، شماره ۲۵۸: ۴۳۰-۴۳۵.
- احمدی، اصغر، (۱۳۸۹). «عوامل فرهنگی بروز فساد اداری و موانع فرهنگی مبارزه با آن». پژوهشنامه فساد اداری، زمینه‌ها و راهبردها، ۵۲: ۱۴۴-۹۷.
- اکرم، سوزان رز، (۱۳۸۵). فساد و دولت (علت‌ها، پیامدها و اصلاح). مترجم: منوچهر صبوری، تهران: انتشارات پردیس دانش.
- امین مظفر، فاروق؛ امیری میانداوب، شهریار؛ عباس‌زاده، محمد؛ عزیززاده اقدم، محمدباقر، (۱۳۹۴). «مطالعه سیاست‌زدگی مدیران نظام آموزش عالی با رویکرد کیفی». پژوهش‌های جامعه‌شناسی معاصر، (۷): ۱۵۸-۱۲۹.
- بهشتی، سید صمد؛ و خان‌محمدی، احسان، (۱۳۹۹). «بررسی وضعیت ادراک از فساد و عوامل مرتبط با آن مطالعه شهروندان شهر سرپل ذهاب». جامعه‌شناسی کاربردی، ۳۱(۴): ۷۲-۴۵.
- بهشتی، سید صمد؛ مرادی، رامین؛ و پاک‌نژاد، ناصر، (۱۳۹۹). «تبیین جامعه‌شناختی عوامل اجتماعی مؤثر بر ادراک فساد اداری (مورد مطالعه: ارباب رجوعان ادارات دولتی شهر یاسوج)». علوم اجتماعی دانشگاه فردوسی مشهد، ۱۷(۲): ۲۲۳-۲۶۱.
- حسین‌زاده، علی حسین، ایمان ممبینی؛ و محمودی، زینب، (۱۳۹۲). «بررسی برخی عوامل مؤثر بر کنش‌های فردگرایانه». پژوهش‌های جامعه‌شناسی معاصر، ۲(۳): ۳۷-۵۲.

- خلف‌خانی، مهدی، (۱۳۸۹). «تحلیلی بر رابطه بین سرمایه اجتماعی و فساد اداری». پژوهشنامه فساد اداری، زمینه‌ها و راهبردها، ۹ (۵۲): ۹۶-۵۵.
- رابینز، استیفن پی؛ و جاج، تیموتی ای، (۱۳۹۰). رفتار سازمانی. مترجمان: سیدمحمد اعرابی و محمد تقی‌زاده مطلق، جلد اول، تهران: انتشارات نوین.
- رفیع‌پور، فرامرز، (۱۳۸۸). سرطان اجتماعی فساد. تهران: شرکت سهامی انتشار، چاپ دوم.
- رفیع‌پور، فرامرز، (۱۳۸۷). توسعه و تضاد. چاپ هفتم، تهران: انتشارات شرکت سهامی انتشار.
- رفیعی، حسن؛ مدنی قهفرخی، سعید؛ و وامقی، مروثه، (۱۳۸۷). «مشکلات اجتماعی در اولویت ایران». جامعه‌شناسی ایران، ۹ (۱): ۲۰۸-۱۸۴.
- سخاوت، جعفر، (۱۳۷۳). جامعه‌شناسی انحرافات اجتماعی. تهران: انتشارات سمت.
- شیرینی، عباس؛ و الهام جعفرپور، صادق، (۱۳۹۷). «تأثیر فرهنگ در فساد اداری با تأکید بر جرم ارتشاء». فصلنامه رهیافت پیشگیری، ۱ (۴): ۵۰-۳۳.
- شناسنامه سیاسی شهرستان نجف‌آباد، (۱۴۰۰). تهیه کننده: اداره سیاسی-اجتماعی فرمانداری نجف‌آباد.
- صالحی‌امیری، سیدرضا، (۱۳۹۲). مفاهیم و نظریه‌های فرهنگی. چاپ پنجم، تهران: انتشارات ققنوس.
- صداقت‌زادگان، شهناز، (۱۳۸۹). «تحلیل تقدم مصالح جمعی بر منافع فردی در قالب مدل وفاق اجتماعی». مجموعه مقالات بررسی، علل و عوامل تقدم مصالح جمعی بر منافع فردی، تهران: انتشارات باز.
- فاضلی، حسین؛ هاشم‌زاده، داود؛ عابدی‌جعفری، حسن؛ و محدثی، حسن، (۱۳۹۵). نظریه‌های فساد و سلامت اداری. تهران: مرکز مطالعات و برنامه‌ریزی شهر تهران، (شهرداری تهران).
- فکوهی، ناصر، (۱۳۸۸). «قویت اخلاق شهروندی راهی برای گذار به مردم‌سالاری مشارکتی». مجله مطالعات اجتماعی ایران، ۲ (۲): ۲۲-۷.
- قرایی‌مقدم، امان‌الله، (۱۳۸۹). «هدیه دادن: رسمی که نخستین بار از ایران برخاسته است (فلسفه هدیه از دیروز تا امروز)». روزنامه ایران، شماره ۴۶: ۲۴.
- قرنی، محمد؛ و همکاران، (۱۳۸۹). «بررسی و تحلیل فساد با اصول حکمرانی خوب و اثرپذیری آن از فرهنگ سازمانی (مطالعه موردی: فساد اداری)». مجموعه مقالات همایش ارتقای سلامت اداری، تهران: انتشارات زمان نو.
- گیدنز، آنتونی، (۱۳۸۶). جامع‌شناسی. مترجم: حسن چاوشیان، تهران: انتشارات نی.

- معتمدی، سیدهادی، (۱۳۸۶). «اولویت بندی آسیب‌ها و مسائل اجتماعی در ایران». رفاه اجتماعی، ۶(۲۴): ۳۴۷-۳۲۷.
- ممتاز، فریده، (۱۳۸۱). انحرافات اجتماعی، نظریه‌ها و دیدگاه‌ها. تهران: شرکت سهامی انتشارات بهینه.
- نجفی کلوری، مقصود؛ گودرزی، محمود؛ فراهانی، ابوالفضل؛ و اسماعیلی بیدهندی، حسن، (۱۳۹۱). «عوامل مؤثر در بروز فساد در سازمان‌های ورزشی، مطالعه موردی: فساد اداری در فدراسیون جمهوری اسلامی ایران نشریه مدیریت ورزشی». ۱۴: ۱۲-۱۰۹.
- نجفی توانا، علی، (۱۳۸۹). جرم‌شناسی. چاپ ششم، تهران: انتشارات آموزش و سنجش.
- میرفردی، اصغر؛ مختاری، مریم؛ فرجی، فروغ و دانش‌پذیر، هومان، (۱۳۹۴). بررسی تأثیر فرهنگ شهروندی بر میزان گرایش به قانون‌گریزی (مورد مطالعه: شهر یاسوج). پژوهش‌های راهبردی امنیت و نظم اجتماعی، ۴(۲): ۱۹-۱.
- فاطمی‌نیا، سیاوش، (۱۳۸۶). «فرهنگ شهروندی: محصول و محمل حاکمیت خوب، سازمان کارا و شهروند فعال». فصلنامه علمی-پژوهشی رفاه اجتماعی، ۷(۶): ۵۸-۳۵.
- گنجی، محمد؛ نیازی، محسن؛ و عسکری‌کویری، اسما، (۱۳۹۳). «تحلیلی بر فرهنگ شهروندی با تأکید بر آموزش‌های شهروندی». مطالعات جامعه‌شناختی شهری، ۴(۱۲): ۱۰۰-۷۵.
- همتی، رضا؛ و احمدی، وکیل، (۱۳۹۳). «تحلیل جامعه‌شناختی از وضعیت فرهنگ شهروندی و عوامل تعیین‌کننده آن (مطالعه موردی: شهر ایوان)». فصلنامه برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی، ۱۸، صص: ۱۸۲-۱۳۹.
- محسنی‌تبریزی، علیرضا، (۱۳۹۶)، جامعه‌شناسی بالینی (مقدمه‌ای بر جامعه‌شناسی مداخله‌گر و درمان‌مدار). جلد اول، تهران: انتشارات دانشگاه تهران، چاپ دوم.
- موحدمجد، مجید؛ خشنود، حسن؛ و معاون، زهرا، (۱۴۰۰). «تحلیل گفتمان انتقادی فساد در مطبوعات ایران دهه ۹۰». پژوهش‌های جامعه‌شناسی معاصر، ۱۰(۱۹): ۴۳-۷۰.

- AbbasZadegan, S. M., (1383). *Administrative Corruption*. Cultural Research Office, Tehran.

- Ackerman, S. R., (2020). *Corruption and Government: Causes, Consequences, and Reform*. Translated by: Manouchehr Sabouri, Tehran: Pardis Danesh Publications. (In Persian).

- Ahmadi, A., (2010). "Cultural factors of the occurrence of administrative corruption and cultural obstacles to fight against it". *Administrative Corruption Research, Fields and Strategies*, 52: 97-144, (In Persian).

- Ahmadi, A. A. (2001). "Harmful elements in Iranian culture, individualism". *Link*, 258: 430-435, (In Persian).

- Beheshty, S. S. & Khanmhamadi, E., (2020). "Investigating the Status of Perceptions of Corruption and Related Factors in Sarpol-e-Zahab City". *Journal of Applied Sociology*, 31(4): 45-72, (In Persian).

- Beheshty, S. S.; Moradi, R. & Paknejhad, N., (2019). "The Sociological explanation of social factors affecting the perception of corruption (Case study: clients of government offices in yasouj)". *Journal of Social Sciences, Ferdowsi University of Mashhad*, 17(2): 223-261, (In Persian).

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

- Dimant, E. & Tosato, G., (2018). "Causes and effects of corruption: what has past decade's empirical research taught us? A survey". *Journal of economic surveys*, 32(2): 335-356.

- Fakuhi, N., (2008). "The strength of citizenship ethics is a way to transition to participatory democracy". *Journal of Iranian Social Studies*, 3 (2): 1-15, (In Persian).

- Farough, A. M.; Amiri, S.; Abbaszadeh, M. & Alizadehaghdam, M. B, (2015). "The politicization of higher education system managers with qualitative approach, Ministry of Science". *Research and Technology*, 4(7): 129-158, (In Persian).

- Fatemi Nia, S., (2007). "Citizenship Culture: Incarnate Good Governance, Efficiency Organization and Active Citizen". *Social Welfare Quarterly*, 7(26): 35-58. (In Persian).

- Fazli, H.; Hashemzadeh, D.; Abedi Jafari, H. & Mohaddasi, H., (2015). *Theories of corruption and administrative health*. Tehran: Tehran City Planning and Studies Center. (Municipality of Tehran), (In Persian).

- Ganji, M.; Niazi, M. & Askari Kaviri, A., (2013). "An analysis of

citizenship culture with an emphasis on citizenship education”. *Urban Sociological Studies*, 4 (12): 75-100, (In Persian).

- Giddens, A., (2007). *Sociology*. Translated by: Hassan Chavoshian, Tehran: Ni Publications, (In Persian).

- Gold, S. N., (1980). “Relations between level of ego development and adjustment pattern in adolescents”. *Journal of Personality Assessment*, 44(6): 630-638.

- Hemati, R. & Ahmadi, V., (2017). “Sociological explanation of citizenship culture and its component”. *Social development and welfare planning*, 6(18): 139-183, (In Persian).

- Hofstede, G., (2001). *Culture’s consequences: Comparing values, behaviors, institutions and organizations across nations*. Sage publications.

- Homan, P., (2019). “Structural sexism and health in the United States: A new perspective on health inequality and the gender system”. *American Sociological Review*, 84(3): 486-516.

- Hosseinzadeh, A. H.; Mahmoudi, Z. & Mombeni, I., (2014). “The Study of Some Effective Factors on Individualistic Actions”. *Ministry of Science, Research and Technology*, 2(3): 37-52, (In Persian).

- Iwasaki, I. & Suzuki, T., (2012). “The determinants of corruption in transition economies”. *Economics Letters*, 114(1): 54-60.

- Jordan, J., (2016). “World tours and the summer Olympics: Recent pitfalls under the foreign corrupt practices act in the areas of gifts, entertainment, and travel”. *Fordham J. Corp. & Fin. L.*, 21: 295.

- Jureidini, R., (2017). “Transnational culture of corruption in migrant labour recruitment”. *Migration Research Leaders’ Syndicate*, 67.

- Khalafkhani, M., (2009). “An analysis of the relationship between social capital and administrative corruption”. *Research Journal of Administrative Corruption, Fields and Strategies*, 9(52): 55-96, (In Persian).

- Lambsdorff, J. G. (2006). “Measuring corruption—the validity and precision of subjective indicators (CPI)”. *Measuring corruption*, 81: 81.

- Merton, R. K., (1968). *Social Theory and Social Structure*. New York: The Free Press.

- Mirfardi, A.; Mokhtari, M.; Faraji, F. & Daneshpazir, H., (2015). "A Study of The impact of citizenship culture on Tendency Toward Law- Breaking (The Case of Yasouj city)". *Strategic Research on Social Problems in Iran*, 4(2): 1-19, (In Persian).

- Mohammadi, A.; Zargar, A. A. & Amini, A. A., (2018). "Explaining the effects of corruption in the non-fulfillment of citizenship rights in the Islamic Republic of Iran; Challenges and Solutions". *Medical Law*, 12(6): 151-140. (In Persian).

- Mohseni Tabrizi, A., (2016). *Clinical Sociology (an introduction to interventional and therapeutic sociology)*. first volume, Tehran: Tehran University Press, second edition, (In Persian).

- Motamedi, H., (2007). "To make priority of social problems in iran". *Social Welfare Quarterly*, 6(24): 327-347, (In Persian).

- Movahedmajd, M.; Khoshnod, H. & Moaven, Z., (2020). "Critical Discourse Analysis of Corruption in the Iranian Press of the 1990s". *Ministry of Science, Research and Technology*, 10(91): 43-70, (In Persian).

- Mumtaz, F., (2011). *Social deviations, theories and perspectives*. Tehran: Optimum Publishing Company. (In Persian).

- Najafi Tawana, A., (2010). "Criminology. Sixth edition". Tehran: Education and Assessment Publications, (In Persian).

- Najafikolori, M.; Goodarzi, M.; Farahani, A. & Esmaeli Bidhendi, H., (2012). "Effective Factors of Corruption in Sport Organizations (Case Study : Football Federation of I. R Iran)". *Journal of Sport Management*, 14(12): 109-122, (In Persian).

- Park, H., (2003). "Determinants of Corruption: A Cross-National Analysis". *Multinational Business Review*, 11(2): 29-48.

- *Political birth certificate of Najaf Abad city*. (2020). Produced by the Political-Social Department of Najaf Abad Governorate, (In Persian).

- Qaraei Moghadam, A. A., (2010). "Giving a gift: a formality that arose for the first time from Iran (philosophy of gifting from yesterday to today)". *Iran Newspaper*: 4624, (In Persian).

- Qorani, M. & Colleagues, (2009). *Investigation and analysis of corruption with principles of good governance and its effectiveness from organizational culture (case study: administrative corruption)*. Proceedings of the Conference on Promotion of Administrative Health. Tehran: Zaman Noo Publications, (In Persian).
- Rafiei, H.; Madani-GHahfarokhi, S. & Vameghi, M., (2008). "Priorities of social problems in iran". *Iranian Journal of Sociology*, 9(1): 184-208, (In Persian)
- Rafipour, F., (2008). *Development and Conflict*, 7th Edition. Tehran: Publishing Company, (In Persian).
- Rafipour, F., (2009). *Social cancer of corruption*. Tehran: Publishing company, second edition, (In Persian).
- Salehi Amiri, S. R., (2012). *Cultural concepts and theories*; Fifth edition, Tehran: Phoenix Publications, (In Persian).
- Saquella, S., (2016). "Culture of Corruption and the Contagion Effect: Evidence from Italy". Master of Science in European Economy and Business Law. Final dissertation in Industrial Organisation, supervisor Professor Elisabetta Iossa.
- Sedaghat Zadegan, S., (2009). *Analyzing the Priority of Collective Interests over Individual Interests in the Form of Social Consensus Model*. A Collection of Research Rrticles, the Causes and Factors of the Priority of Collective interests over Individual Interests. Tehran: Open Publications, (In Persian).
- sekhavat, J., (2011). *Sociology of social deviations*. Tehran" Samit Publishing House, (In Persian).
- Seleim, A. & Bontis, N., (2009). "The relationship between culture and corruption: A cross-national study". *Journal of Intellectual capital*, 165-184.
- Shiri, A. & Jafarpour Sadegh, E. (2017). "The effect of culture on administrative corruption with an emphasis on the crime of bribery". *Prevention Approach Quarterly*, 1(4): 33-50, (In Persian).
- Song, X. & Cheng, W., (2012). "Perception of corruption in 36 major

Chinese cities: Based on survey of 1,642 experts”. *Social Indicators Research*, 109(2): 211-221.

- Stephen, P. R. & Timothy, A. J., (2011). *Organizational behavior*. Translated by: Seyyed Mohammad Arabi and Mohammad Taghizadeh Mutlaq, the first volume, Tehran: Navin Publications, (In Persian).

- Swamy, A.; Knack, S.; Lee, Y. & Azfar, O., (2001). “Gender and corruption”. *Journal of development economics*, 64(1): 25-55.

- Transparency International. (2008). Retrieved from <http://www.transparency.org>

- Transparency international. (2011). Corruption perception Index (CPI). Retrieved from http://www.transparency.org/cpi2011/in_detail#myAnchor1

- Transparency international. (2013). Global Corruption Barometr 2013 (the global coalition against corruption).

- Transparency international. (2014). Corruption perception Index (CPI). Retrieved from <http://cpi.transparency.org/cpi2013/results/>

- UNDP., (2008). A User’s Guide to Measuring Corruption. Retrieved from

- UNODC., (2004). *The Global Programme Against Corruption UN Anti-Corruption Toolkit*. Retrieved From

- Williams, J. W. & Beare, M. E., (1999). “The business of bribery: globalization, economic liberalization, and the “problem” of corruption”. *Crime, Law and Social Change*, 32(2): 115-146.

- Yadav, G. J., (2005). “Corruption in developing countries: Causes and solutions”. In: *A Paper presented at Global Blues and Sustainable Development: The Emerging Challenges for Bureaucracy, Technology and Governance, a conference of the International Political Science Association (IPSA) Research Committee*, 4: 23-24.

Sociological Study of Cultural Particularism Among Citizens of Hamedan and Presenting Theoretical Model

Hejazifar, A.^I, Haghghatian, M.^{II}, Mohammadi, A.^{III}

 <https://dx.doi.org/10.22084/CSR.2022.25528.2053>

Received: 2022/01/07; Accepted: 2022/06/13

Type of Article: **Research**

Pp: 141-172

Abstract

Culture is the distinguishing factor of human societies and groups. And we can talk about culture and specific cultural identity. The acceptance of immigrants from different ethnicities has caused cultural diversity as well as cultural particularism in the city of Hamadan. That the reactions of immigrants and native citizens and the effect on different cultural and social fields are its consequences. The research was conducted with the aim of sociological study of cultural particularism among the citizens of Hamedan and its causes and factors. This research was conducted with a survey strategy and Structural Equation Model analysis method. The mean cultural particularism among the citizens of Hamedan is close to average. Also, the particularism of young people is less than that of older people, and the particularism of native citizens is more than that of immigrants. The degree of cultural particularism of citizens varies with different levels of education and in different ethnicities. Based on the analysis of SEM, the hypotheses of the research are confirmed and indicate the significant effect of globalization, traditionalism, religiosity, Cyberspace, migration, education, social trust, feeling of relative deprivation, socioeconomic status and ethnicity on cultural particularism. which explain a total of 65% of the variance of cultural particularism. According to the research results and related theories, we cannot expect cultural homogeneity in the multi-ethnic city of Hamedan with subcultures. On the other hand, the dialectical process of globalization has caused the simultaneous existence of specific and general cultures.

Keywords: Culture, Cultural Particularism, Cultural Generalism, Globalization, Ethnicity.

I. PhD Student in Cultural Sociology, Islamic Azad University, Dehaghan Branch, Isfahan, Iran.

II. Associate Professor, Departemant of Sociology, Islamic Azad University, Dehaghan Branch, Isfahan, Iran (Corresponding Author). **Email:** mansour_haghghatian@yahoo.com

III. Assistant Professor, Department of Sociology, Islamic Azad University, Dehaghan Branch, Isfahan, Iran.

Citations: Hejazifar, A.; Haghghatian, M. & Mohammadi, A., (2022). "Sociological Study of Cultural Particularism Among Citizens of Hamedan and Presenting Theoretical Model". *Two Quarterly Journal of Contemporary Sociological Research*, 11(20): 141-172. doi: 10.22084/csr.2022.25528.2053.

Homepage of this Article: https://csr.basu.ac.ir/article_4660.html?lang=en

1. Introduction

The land of Iran, like many countries has ethnic, religious and cultural diversity. one of the reasons for that is “the invasion of various ethnic groups and their settlement in this land and the way to find the current languages, dialects, and religions was to Iran” (Amanullahi, 1388: 24). The history of Hamedan is not separate from the history of Iran and as the oldest city, it has hosted various ethnic groups in different periods. Also, internal migration, which “in the last half century has been one of the important dimensions of the dynamics of Iran’s population” (Sadeghi and Valdvand, 2014: 57), is of the factors of ethnic diversity. and Hamedan, which is of the cities that accept immigrants (Ismaili, 2016: 63), in recent years, has received immigrants from various ethnic groups, which, along with changes in the demographic structure, have caused ethnic and cultural diversity. A kind of cultural-spatial separation and cultural particularism, and tensions and reactions (hidden and overt) between immigrants and native citizens and its effect on different cultural and social fields have been the consequences of ethnic diversity. The effect of globalization on culture, which is a feature of modern life and caused by the expansion of communication and technology, should not be ignored. Therefore, the culture of Hamedan is influenced by the process of globalization, national and local culture, as well as ethnic subcultures. And the measurement of cultural particularism among the citizens of Hamedan and the effect of factors such as globalization, traditionalism, religiosity, migration, ethnicity, feeling of relative deprivation, social trust, socioeconomic status, education and Cyberspace on it, also, investigating the role of gender, education and ethnicity as mediating variables is of the objectives of the research.

2. Materials and Methods

The research method is quantitative and correlational, with a survey strategy. And it was done using a questionnaire with acceptable reliability ($\beta = 0.798$) and with a sample size of 500 citizens of Hamedan aged 18 to 65, who were selected by multi-stage cluster method and random sampling. Data analysis was done with SPSS and PLS software and using structural equation model (PLS-SEM).

3. Data

The results show that the mean cultural particularism of Hamedan citizens, 2.74 and is close to the average. The particularism of young people is less than that of older ages, the particularism of men is more than that of women, and the particularism of native citizens is more than that of immigrants. The degree of cultural particularism of citizens with different levels of education

and in different ethnicities is different.

Based on the analysis of the Structural Equation Model, the research hypotheses have been confirmed and it shows that traditionalism ($\beta=0.303$, $t\text{-value}=7.746$), religiosity ($\beta=0.132$, $t=4.544$) and ethnicity ($\beta=0.069$, $t=2.251$) has a direct and significant effect ($\text{Sig} < 0.05$) on the cultural particularism of Hamadan citizens. Also globalization ($\beta=-0.338$, $t=8.853$), education ($\beta=-0.095$, $t=2.513$), social trust ($\beta=-0.079$, $t=2.049$), feeling of relative deprivation ($\beta=0.079$, $t=2.932$), socioeconomic status ($\beta=0.074$, $t=2.198$), migration ($\beta=0.102$, $t=3.649$) and Cyberspace ($\beta=0.16$, $t=4.666$) have an indirect and significant effect on cultural particularism.

The results confirm the different effect of globalization on the cultural particularism of women and men, the different effect of migration on the particularism of citizens with different ethnicities, and the different effect of religiosity on the particularism of citizens with different educations. And it confirms the role of mediating variables of gender, education and ethnicity. In total, the independent variables explain 65% of the variance of cultural particularism. The quality of the structural model of the research was also assessed as strong (Stone-Geisser $Q^2 = 0.214$).

4. Discussion

Based on the studies, cultural particularism in response to the identity crisis and cultural relativism caused by the process of globalization; imposition of language and culture by national territorial governments; reaction to inequalities; differentiation with other groups and cultures; relying on collective memory; The search for pure culture and the belief in the superiority of culture, emerges.

Cultural particularism is under the positive influence of traditionalism, ethnicity and religion, and it decreases with the increase of modernity indicators such as globalization and the use of Cyberspace.

The reverse effect of globalization on particularism has meant the greater effect of generalism in the dialectic of general and particular.

Because while linking local and global affairs, cultural boundaries become inconspicuous. In addition, globalization is a dynamic process and according to Robertson (1992), generalism and particularism are present at the same time.

The positive effect of traditionalism on particularism, indicates more or less adherence to traditions and the relative continuity of particularisms despite the general and gradual movement towards globalization and generalism, which, according to Kelman, is caused by cultural teachings (Ritzer, 2010).

The effect of religiosity on cultural particularism confirms that religion

gives meaning to culture and identity (Hamilton, 2010 and Huntington, 2018).

The reverse effect of Cyberspace on particularism, indicates that in the double effect considered by Giddens and Castells, facilitating the flow of information and changing the sources of identity is the cause of more encouragement to generalism and globalism (Giddens, 2010).

The indirect effect of immigration, indicates a kind of cultural supremacy of native citizens, who consider immigrant minorities as others and cultural differences as a threat (Giddens, 2009 and Castells, 2012). The change of norms and values caused by spatial mobility (Rafipour, 2018) and the readiness to adapt to the host society are effective in this result. Based on the $f2$ index, the effect of the variables of education, social trust, feeling of relative deprivation, socioeconomic status, ethnicity and gender has been assessed as weak.

5. Conclusion

The results of the research and related theories indicate that: it is not very practical to expect the existence of homogeneity and inclusive culture and identity in a multi-ethnic, immigrant-friendly society with sub-cultures. Because the harmonious combination of three historical, linguistic and psychological factors causes the ideal state of cultural identity, and the complete absence of these factors in a person, group or nation causes incompleteness of cultural identity. which in its excessive case, it will cause to an identity crisis. And one of the results of which can be the emergence of cultural particularisms.

At the same time, the attention and emphasis of the immigrant minority and the native majority on their cultural traditions does not mean neglecting cultural commonalities. And according to Silverstone's (2003) view, the dialectic between the minority and the majority and different components of cultures and social life flows.

On the other hand, the process of globalization has changed the cultural characteristics and turned many of what was considered particular into general. which, of course, as Giddens, Robertson, Featherston and Castells and others have said; Cultural globalization is a dialectical process and evolution, which is the cause for the simultaneous being of particular and general cultures, and cultural generalism and cultural particularism of will be present. It is obvious that the existence of a certain amount of balanced cultural particularism can help to preserve the cultural identity against the negative consequences of globalization and cultural imperialism.

بررسی جامعه‌شناختی خاص‌گرایی فرهنگی در بین شهروندان همدانی و ارائه مدل نظری

علی حجازی فر^۱، منصور حقیقتیان^۲، اصغر محمدی^۳

شناسه دیجیتال (DOI): <https://dx.doi.org/10.22084/CSR.2022.25528.2053>

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱۰/۱۷، تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۳/۲۳

نوع مقاله: پژوهشی

صص: ۱۷۲-۱۴۱

چکیده

فرهنگ، عامل تمایز انسان با سایر موجودات و نیز تمایز جوامع و گروه‌های انسانی است و می‌توان از فرهنگ و هویت فرهنگی خاص سخن گفت که عوامل مختلفی نیز در آن دخیل‌اند. مهاجرپذیری شهر همدان از استان‌های همجوار و شهرستان‌ها با قومیت و فرهنگ‌های گوناگون، سبب تنوع فرهنگی و تحت‌تأثیر دو جریان خاص‌گرایی و عام‌گرایی فرهنگی است. این پژوهش با هدف بررسی جامعه‌شناختی خاص‌گرایی فرهنگی در بین شهروندان همدانی انجام و چارچوب نظری پژوهش با رویکرد تلفیقی مبتنی بر نظام فرهنگی و متغیرهای الگویی پارسونز و ساختاربندی و رویکرد دیالکتیکی کیدنز بوده و نیز از دیدگاه‌های مرتبط با متغیرهای مختلف بهره گرفته است. تحقیق با روش پیمایشی و با استفاده از پرسشنامه با نمونه‌ای به حجم ۵۰۰ نفر که با روش خوشه‌ای چندمرحله‌ای و نمونه‌گیری تصادفی انتخاب شده‌اند، انجام و برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزارهای آماری SPSS و PLS استفاده شده است. نتایج میانگین خاص‌گرایی فرهنگی در میان شهروندان همدانی را ۲/۷۴ و نزدیک به متوسط ۳، نشان می‌دهد. هم‌چنین خاص‌گرایی جوانان کمتر از سنین بالاتر، خاص‌گرایی مردان بیش از زنان و خاص‌گرایی شهروندان بومی بیش از مهاجران است. میزان خاص‌گرایی فرهنگی شهروندان با سطوح مختلف تحصیلات و در قومیت‌های مختلف متفاوت است. براساس تحلیل معادلات ساختاری، فرضیه‌های تحقیق تأیید و حکایت از تأثیر معنادار جهانی شدن، سنت‌گرایی، دین‌داری، فضای مجازی، مهاجرت، تحصیلات، اعتماد اجتماعی، احساس محرومیت نسبی، پایگاه اقتصادی-اجتماعی و قومیت بر خاص‌گرایی فرهنگی شهروندان همدانی دارد. در مجموع نیز متغیرهای مستقل ۶۵٪ واریانس متغیر وابسته، یعنی خاص‌گرایی فرهنگی را توضیح می‌دهند.

کلیدواژگان: فرهنگ، خاص‌گرایی فرهنگی، عام‌گرایی فرهنگی، جهانی شدن، قومیت.

I. دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی فرهنگی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد دهقان، اصفهان، ایران.

II. دانشیار گروه جامعه‌شناسی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد دهقان، اصفهان، ایران (نویسندهٔ مسئول).

Email: mansour_haghighatian@yahoo.com

III. استادیار گروه جامعه‌شناسی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد دهقان، اصفهان، ایران.

ارجاع به مقاله: حجازی فر، علی؛ حقیقتیان، منصور؛ و محمدی، اصغر. (۱۴۰۱). «بررسی جامعه‌شناختی خاص‌گرایی فرهنگی در بین شهروندان همدانی و ارائه مدل نظری». پژوهش‌های جامعه‌شناسی معاصر، ۱۱(۲۰): ۱۴۱-۱۷۲. doi: 10.22084/csr.2022.25528.2053

صفحهٔ اصلی مقاله در سامانهٔ نشریه: https://csr.basu.ac.ir/article_4660.html?lang=fa

۱. مقدمه

انسان، موجودی فرهنگی است و سایه فرهنگ همواره بر سر او و زندگی اش بوده است. فرهنگ هم بزرگ‌ترین نیاز و هم مهم‌ترین سبب‌ساز پویایی و رشد جامعه بشری است (صالحی‌امیری، ۱۳۹۲: ۷). فرهنگ به‌عنوان آموخته‌ها و الگوی عمل انسان نه تنها او را از دیگر موجودات متمایز می‌سازد که ضمن ایجاد وابستگی و وحدت بین انسان‌ها، مرزهایی را بین آن‌ها در قالب: قوم و قبیله، مذهب، و گروه‌ها و جوامع مختلف شکل داده و به هرکدام هویت و شخصیت خاص بخشیده تا دارای اندیشه و سبک زندگی متفاوت بوده و در ارزش‌ها، باورها، سوگیری‌ها و هنجارها متمایز باشند؛ بنابراین می‌توان از فرهنگ‌های خاصی سخن گفت که محصول آن افرادی خاص است، که ضمن برخورداری از اشتراکاتی با هم‌نوعان خود، در برخی ویژگی‌ها با آنان متمایزند. ویژگی‌های فرهنگ، مفهوم و قلمرو آن را روشن و می‌تواند چگونگی بروز و ظهور و تأثیر آن را متفاوت نماید؛ از جمله این‌که: (۱) فرهنگ «عام» ولی «خاص» است؛ فرهنگ به‌عنوان دست‌آورد انسان عام و در همه جوامع دیده می‌شود. با این وجود، هر قوم و گروهی شیوه‌های خاص خود را در زندگی دارند و زمینه‌ها و پدیده‌های فرهنگی در آن‌ها شبیه نیستند. (۲) فرهنگ «متغیر» ولی ثابت است؛ پدیده‌های اجتماعی بنابر مقتضیات زمان و مکان و براساس نیازها، تجربیات و شرایط خاص دچار تغییر و تحول می‌شوند، اما این تغییرات در زمینه فرهنگی چندان محسوس نیست. (۳) پذیرش فرهنگ «اجباری» ولی «اختیاری» است؛ فرهنگ تمام حیات اجتماعی ما را دربر گرفته و هر کسی بی‌اختیار در چارچوب فرهنگ محیط زندگی خود قرار دارد. ولی انسان بنابر ویژگی‌های جسمی، فکری، روانی، علمی و اجتماعی از اختیار برخوردار است (روح‌الامینی، ۱۳۷۴: ۱۵-۱۸). (۴) فرهنگ هویت دهنده؛ و رکن اصلی شخصیت و هویت انسانی هر ملت است. (۵) ارتباط، تبادل، انتقال و ترکیب جزو ذات فرهنگ است؛ پس خواهان پیوند و رشد می‌باشد. (۶) فرهنگ آموختنی است و این ویژگی مبنای تعلیم و تربیت است. (۷) فرهنگ موضوعی اجتماعی است، و همه اعضای گروه و جامعه در آن شریک‌اند و جنبه انفرادی ندارد (صالحی‌امیری و محمدی، ۱۳۹۲: ۱۷-۱۹). ضمن خاص بودن فرهنگ، تغییر و تحول نیز از ویژگی‌های آن بوده و «فرهنگ راکد و بدون تغییر وجود ندارد» (جهان‌بخش، ۱۳۹۳: ۷۴)؛ و در جریان تبادل و از طریق قرض گرفتن، ترکیب و بازآفرینی، مفاهیم و عناصر فرهنگی ساخته می‌شوند، که نتیجه کنش متقابل فرهنگ‌های خاص با یکدیگر و این‌که تعامل و تبادل و آمیزش فرهنگی صورت گیرد یا بر هویت بومی و استقلال فرهنگی، تمایز و یا حتی نفی دیگر فرهنگ‌ها تأکید کنند، به شکل‌گیری انواع فرهنگ‌های خاص با مرزهای کم و بیش مشخص محلی، قومی، دینی، ملی و فرهنگ جهانی می‌انجامد.

سرزمین ایران همانند بسیاری از کشورهای جهان از تنوع قومی، مذهبی و تنوع فرهنگی برخوردار و از جمله دلایل آن «یورش اقوام گوناگون و استقرار آن‌ها در این سرزمین و راه یافتن زبان‌ها، گویش‌ها، ادیان و مذاهب کنونی به ایران بوده است» (امان‌اللهی، ۱۳۸۸: ۲۴). تاریخ همدان نیز از تاریخ ایران جدا نبوده و به عنوان کهن‌ترین شهر و اولین پایتخت ایران، در دوره‌های مختلف میزبان اقوام گوناگون بوده است. هم‌چنین مهاجرت داخلی، که «در نیم‌قرن اخیر یکی از ابعاد مهم پویایی جمعیت ایران بوده است» (صادقی و ولدوند، ۱۳۹۴: ۵۷)، از عوامل تنوع قومی است؛ و همدان که از شهرهای مهاجرپذیر است (اسماعیلی، ۱۳۹۶: ۶۳). در سال‌های اخیر پذیرای مهاجرانی از اقوام بوده و به تنوع فرهنگی آن افزوده است. دلایل آن با توجه به «نظریه جاذبه و دافعه» (صادقی، ۱۳۹۴: ۵۸) و مزیت‌های شهر همدان عبارتند از: ۱) مهاجرت‌های دوران جنگ تحمیلی از استان‌های غربی و جنوب‌غربی و سکونت دائمی بخشی از آن‌ها. ۲) مهاجرت از استان‌های همجوار، به ویژه محروم که شرایط بد آب‌وهوایی به آن شدت بخشیده است. ۳) پذیرش بالای دانشجویان استان‌های همجوار در دانشگاه‌های همدان با توجه قطب منطقه‌ای و جذابیت همدان، که بخشی در حین تحصیل یا پس از آن در همدان ساکن می‌شوند. ۴) مهاجرت از نقاط دیگر استان «که دارای تنوع قومی چشمگیری است و به دلیل تلاقی با استان‌های همجوار، گویش‌ها و قومیت‌های مختلف» فارس، ترک، کرد، لر، لک و برخی از فرق دینی را در خود جای داده است» (نقدی و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۳۳). سکونت این دسته در شهر همدان نیز از گذشته تاکنون وجود داشته است.

براساس آن‌چه اشاره شد، فرهنگ همدان تحت تأثیر فرآیند جهانی شدن، فرهنگ ملی و بومی و نیز خرده‌فرهنگ‌های اقوام بوده و حضور مهاجران ضمن تغییر در بافت جمعیتی، تنوع قومی و تنوع فرهنگی، و پیرو آن خاص‌گرایی فرهنگی را در این شهر افزایش داده است. تجربه زیسته یکی از نگارندگان نیز در کنار هم‌زیستی، کم‌وبیش شاهد جدایی‌گزینی مکانی و فرهنگی مهاجران و سکونت بخشی از آنان با خرده‌فرهنگ خاص در مناطق خاص، هم‌زمان با سکونت پراکنده گروه‌های قومی از یک‌سو، و واکنش به پدیده مهاجرت و جمعیت غیربومی، و داشتن داعیه ویژه بودن فرهنگ خود با تکیه بر سابقه تاریخی-فرهنگی از سوی شهروندان بومی در این قلمرو مکانی بوده است؛ به گونه‌ای که برخی، ضمن ابراز نگرانی از تغییر و تحول فرهنگی-اجتماعی، اشغال ظرفیت‌های دانشگاه و اشتغال، و شکل‌گیری قطب‌های قومی و... به کنایه خود را اقلیت بومی تلقی می‌کنند که این مسأله در محافل خصوصی آشکارتر است. بنابراین با تکیه بر این داده‌های اولیه، سنجش خاص‌گرایی فرهنگی در بین

شهروندان همدانی و عوامل جامعه‌شناختی مؤثر بر آن، مدنظر و پژوهشگر به دنبال آن بوده است تا دریابد میزان خاص‌گرایی در شهر همدان چه قدر است؟ تأثیر هر یک از متغیرهای مستقل، اعم از: شرایط فرامرزی و جهانی شدن، عوامل داخلی و متغیرهای زمینه‌ای مانند: مهاجرت، قومیت، سنت‌گرایی، دین‌داری، احساس محرومیت، اعتماد اجتماعی، پایگاه اقتصادی-اجتماعی، تحصیلات و نیز فن‌آوری‌های نوین مانند فضای مجازی چه میزان است؟

۲. پیشینه پژوهش و مبانی نظری

۲-۱. پیشینه پژوهش (داخلی و خارجی)

در ارتباط با خاص‌گرایی فرهنگی و موضوعات مرتبط و عوامل مؤثر بر آن‌ها با رویکردهای مختلف، تحقیقات متفاوتی انجام، که از نظر موضوع محدود و خاص بوده‌اند. تعدادی از این تحقیقات به روش توصیفی-تحلیلی انجام شده‌اند که برخی از آن‌ها به تأثیر جهانی شدن بر خاص‌گرایی فرهنگی پرداخته‌اند؛ از جمله: «قرلسفلی» و «حبیبی» (۱۳۹۵) در بررسی «تأثیر جهانی شدن بر خاص‌گرایی‌های قومی در خاورمیانه»، نتیجه گرفته‌اند که جهانی شدن با تضعیف حاکمیت‌های ملی؛ تشدید تنش‌های سیاسی و قومی؛ و هژمونی فرهنگی-خاص‌گرایی فرهنگی، سبب تقویت خاص‌گرایی‌های قومی شده است. نتیجه مطالعه «نظری» و «قنبری» (۱۳۹۱) با عنوان «خاص‌گرایی فرهنگی و بازتولید هویت‌های دینی؛ با تأکید بر جنبش بیداری اسلامی»، این بود که فناوری ارتباطات و خودآگاهی‌های هویتی، سبب تسهیل در بازتولید هویت‌های فرهنگی بوده، بروز فرهنگ‌های قومی و مذهبی واکنش به فرهنگ مسلط و حفظ و بازسازی هویت است. «سپهرنیا» (۱۳۹۰) در «بررسی نقش جهانی شدن در شکل‌گیری خاص‌گرایی‌های فرهنگی»، جهانی شدن را عامل هم‌گونی و نیز خاص‌گرایی دانسته؛ زیرا عده‌ای با از دست دادن هویت سنتی، زیر لوای خاص‌گرایی‌های فرهنگی در مقابل جهانی شدن قرار می‌گیرند. «شفیع‌پور» (۱۳۹۰) در بررسی «جهانی شدن فرهنگی و تأثیر آن بر هویت ملی؛ فرصت‌ها و تهدیدها»، جهانی شدن را فرآیندی دیالکتیکی در نظر گرفته است که هم‌زمان، خاص‌گرایی فرهنگی متعادل در مقابل آن به وجود می‌آید. «پورحسن‌درزی» (۱۳۸۸) در مطالعه «خاص‌گرایی‌های فرهنگی و فرهنگ جهانی»، نتیجه گرفت که آینده، دوران فرهنگ‌های مختلف است که به واسطه جهانی شدن و آگاهی به یکدیگر نزدیک‌تر شده‌اند. «گل محمدی» (۱۳۸۰) در بررسی «تجدد، جهانی شدن و هویت خاص‌گرایی‌های فرهنگی در جهان معاصر»، نشان داد: جهان شاهد احیای خاص‌گرایی فرهنگی است و علت آن، بحران هویت ناشی از جهانی شدن

و پناه بردن به ایدئولوژی‌های خاص‌گرایانه است. «شفیعی‌نیا» (۱۳۹۴) در بررسی «پیامدهای شبکه‌های اجتماعی مجازی (مطالعه موردی هویت ملی و قومی کردها)»، رشد خاص‌گرایی‌های قومی و مذهبی و یا هویت‌خواهی‌های فراملی را ناشی از تأثیر فناوری‌های نوین می‌داند.

چارچوب نظری پژوهش‌ها، رویکرد خاص‌گرایی فرهنگی و دیالکتیک جهان‌گرایی و خاص‌گرایی است. «زیگادلو»^۱ (۲۰۱۸) موضوع «خاص‌گرایی فرهنگی و ارتباطات بین فرهنگی؛ مطالعه موردی: چهره چینی»، را با چارچوب نظری خاص‌گرایی فرهنگی بررسی و نتیجه گرفت که باوجود گرایش به «کوچک شدن جهان»، فرهنگ‌های معین ویژگی خاص خود را حفظ می‌کنند. «جورجیو»^۲ (۲۰۰۵) در تحقیقی با عنوان «رسانه‌های دیاسپوریک در اروپا: جوامع چندفرهنگی و استمرار جهان‌گرایی-خاص‌گرایی»، فرهنگ‌های دیاسپوریک را به یک اندازه بهره‌مند و وابسته به ایدئولوژی‌های جهانی شدن و خاص‌گرایی دانسته، وابستگی متقابل آن‌ها، و ارتباط دیالکتیکی ملی، محلی و فراملی، اقلیت و اکثریت، و جهان‌گرایی و خاص‌گرایی را براساس آثار «رابرتسون»، «بالیبار» و «والرشتاین» تجزیه و تحلیل کرده است.

پژوهش‌هایی که به مطالعه عوامل و متغیرهای مرتبط با خاص‌گرایی/عام‌گرایی‌های فرهنگی پرداخته‌اند، متناسب با شرایط فرهنگی-اجتماعی جامعه هدف و موضوع تحقیق عوامل مختلفی را بررسی کرده‌اند. پژوهش «رضادوست» و همکاران (۱۳۹۳) با عنوان «جهت‌گیری‌های عام‌گرایانه و عوامل اجتماعی-فرهنگی مؤثر بر آن»، حاکی از رابطه مشارکت اجتماعی، اعتماد و تعهد اجتماعی، پایگاه و تحصیلات با عام‌گرایی و رابطه احساس انومی، محرومیت نسبی و اعتماد خاص با خاص‌گرایی است. «نقدی» و همکاران (۱۳۹۲)، ضمن «بررسی جامعه‌شناختی میزان هم‌گرایی قومیت‌های استان همدان»، سرمایه اجتماعی، رضایت از زندگی، مشارکت اجتماعی و سیاسی، محرومیت نسبی و دسترسی به رسانه‌های ارتباطی را از عوامل مؤثر بر هم‌گرایی قومی دانسته‌اند. پژوهش «حبیبی‌فهمیم» و همکاران (۱۳۹۱) با عنوان «رابطه فضای مجازی و عام‌گرایی کاربران اینترنت درمیان کارکنان سازمان اسناد و کتابخانه ملی ایران»، حاکی از تأثیر میزان استفاده از اینترنت بر رشد عام‌گرایی است. «احمدی» (۱۳۸۹) در «مطالعه نمودهای خاص‌گرایی فرهنگی: راهی برای مبارزه با بحران هویت در وبلاگ‌های ایرانی»، طرد جهانی شدن، تأکید بر سرزمین، بازسازی روایت تاریخی، تشکیل جماعت‌های منسجم، متمایز شدن از دیگران و تأکید بر مطلق‌گرایی را از ویژگی‌های خاص‌گرایی می‌داند. «ربانی» و همکاران (۱۳۸۸)، در «بررسی موانع فرهنگی-اجتماعی توسعه با تأکید بر خاص‌گرایی (مطالعه موردی شهر بندرعباس)» نتیجه گرفته‌اند

که خاص‌گرایی شهروندان بومی، زنان و اهل سنت به ترتیب کمتر از غیربومی‌ها، مردان و شیعیان است. «روناسی» و «احمدی» (۱۳۸۷) در «بررسی سوگیری‌های ارزشی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی منطقه ۴» نتیجه گرفته‌اند که تحصیلات دانشگاهی سبب گرایش بیشتر به عام‌گرایی است. «عظیمی‌هاشمی» (۱۳۷۳) در بررسی «عوامل مؤثر بر عام‌گرایی»، نشان داد که احساس مسئولیت، تعهد تعمیم‌یافته، تحرک فیزیکی و معرف‌های تحرک‌روانی دارای تأثیر بر عام‌گرایی و روابط درون‌گروهی تقویت‌کننده خاص‌گرایی است؛ از جمله نتایج پژوهش «وطنی» و «ساعی» (۱۳۹۴) در «بررسی رابطه بین میزان بهره‌مندی از اینترنت و میزان پایبندی نسل جوان به ارزش‌های اجتماعی»، وجود رابطه معنادار و معکوس بین استفاده از اینترنت و خاص‌گرایی است. پژوهش «پژوی»^۳ و همکاران (۱۹۷۶) با عنوان «چند فرهنگی و نگرش‌های قومی در کانادا» حاکی از خاص‌گرایی فرهنگی شدید در تمامی اقوام، عدم تحمل تنوع قومی و چندفرهنگی و نگرش منفی‌تر نسبت به گروه‌های «دیگر قومی» است؛ و پاسخ‌دهندگان دارای وضعیت اجتماعی و اقتصادی پایین‌تر بیشتر قوم‌گرا بوده‌اند. نتایج بررسی تاریخی «مک‌کین» (۲۰۱۷) با عنوان «امپریالیسم فرهنگی، خاص‌گرایی زبانی و مقامات محلی» بیانگر آن است که خاص‌گرایی فرهنگی متکی بر گویش و زبان است. انسان‌ها خاص‌گرایی فرهنگی را از زبان شروع و به تفکر ختم می‌نمایند که نقطه پایانی آن کنش اجتماعی است.

نتایج برخی پژوهش‌ها دور از انتظار است؛ به‌طور مثال: «چن»^۴ و همکاران (۲۰۱۷)، در پیمایشی با عنوان «روابط متناقض بین هنجارهای فرهنگی خاص‌گرایی و نگرش نسبت به علاقه‌مندی رابطه‌ای: چشم‌انداز بازتاب فرهنگی» دریافتند، مدیران برزیلی و چینی پیامدهای منفی خاص‌گرایی را بیش از عام‌گرایی نسبت به مدیران آمریکایی درک می‌کنند؛ و «تامپکینز»^۵ و همکاران (۲۰۱۰)، در بررسی «جهان‌گرایی، خاص‌گرایی و خودآگاهی فرهنگی: مقایسه دانشجویان دانشگاه‌های آمریکایی و ترکیه» دریافتند دانشجویان آمریکایی از نظر خاص‌گرایی و دانشجویان ترک از نظر جهان‌گرایی، بالاترین امتیاز را کسب کردند.

مرور پیشینه نشان داد که، برخی از تحقیقات به روش توصیفی-تحلیلی انجام و بخشی از آن به تأثیر جهانی شدن بر خاص‌گرایی پرداخته، با تأکید بر تأثیر دوگانه و دیالکتیکی پدیده جهانی شدن بر فرهنگ، نتیجه گرفته‌اند که در واکنش به فرهنگ مسلط و از دست دادن هویت سنتی، خاص‌گرایی‌های فرهنگی بروز و ظهور یافته‌اند. مهم‌ترین نظریه در این بررسی‌ها خاص‌گرایی فرهنگی است. مطالعات خاص‌گرایی فرهنگی و بررسی متغیرهای مرتبط و نتایج آن‌ها، متناسب با جامعه آماری و وضعیت

فرهنگی- اجتماعی آن، و اهداف، رویکردها و روش پژوهشگران بوده و هیچ‌یک با پژوهش حاضر مشابه و منطبق نبوده و بیشتر پژوهش‌ها با رویکرد نظری صورت گرفته و نیز در بیشتر آن‌ها خاص‌گرایی از متغیرهای فرعی بوده و محدود پژوهش‌هایی به این تحقیق نزدیک و نتایج بررسی برخی از متغیرها مشابه می‌باشد. در این پژوهش، خاص‌گرایی فرهنگی در بین شهروندان همدانی و عوامل مؤثر بر آن با توجه به ویژگی فرهنگی- اجتماعی این قلمرو مکانی با رویکرد جامعه‌شناختی بررسی شده است.

۲-۲. خاص‌گرایی فرهنگی

ازجمله دیدگاه‌های نظری درمورد فرهنگ، رویکرد خاص‌گرایانه است. از نظر بواس تفاوت اساسی گروه‌های انسانی از نوع فرهنگی است و هر فرهنگ منحصر به فرد و خاص است (جهان‌بخش، ۱۳۹۳: ۳۰). که با مرزبندی و تمایز بین خود و دیگران بر مبنای هویت‌های قومی، نژادی، مذهبی، محلی و ملی و حتی اعتقاد به برتری خود بر خاص‌گرایی تأکید دارند. نوع واکنش فرهنگ‌ها در مقابل هم و در مقابل جهانی شدن، با توجه به غنا، توان هویت‌بخشی و سایر شرایط آن‌ها در طیفی از انفعال تا ستیزه-جویی بروز می‌یابد؛ و به‌طور کلی تحت عنوان «عام‌گرایی و خاص‌گرایی فرهنگی» دسته‌بندی شده‌اند (کاووسی، ۱۳۹۳: ۱۶۰). خاص‌گرایی فرهنگی تأکید بر عناصر و ویژگی‌های فرهنگی و ایدئولوژی خاص همراه با سوگیری ارزشی و موضع سرسختانه نسبت به دیگر فرهنگ‌ها است. خاص‌گرایی امر تازه‌ای نبوده، از تفاوت فرد آزاد و برده در یونان باستان (کارترایت^۱، ۲۰۱۸) گرفته تا وجود طبقات بسته در جامعه زردشتی، نظام شبه‌کاستی و برتری نژادی پیروان دین یهود، نظام کاستی هندو (ربانی و انصاری، ۱۳۹۷)، آپارتاید در آفریقای جنوبی، تا تبعیض نژادی ساختاری در آمریکا و اروپا، همگی حاکی از تاریخ و گستره خاص‌گرایی‌ها است.

۲-۲-۱. مؤلفه‌های خاص‌گرایی

تأکید بر عناصر هویت‌بخش فرهنگی خاص: خاص‌گرایی فرهنگی مبتنی بر اصول، ارزش‌ها و معیارهای گروه یا جماعت معین است که اعتبار آن‌ها به علایق و تعلقات محلی قومی، زبانی، نژادی و دینی فرد بستگی داشته (گل‌محمدی، ۱۳۹۶: ۱۲۷)؛ هویت و نوع خاص‌گرایی‌های فرهنگی براساس آن و تأکید بر حافظه تاریخی، سرزمین معین و ایدئولوژی خاص، توصیف و تعیین می‌گردد.

واکنش فرهنگی در مقابل جهانی شدن: خاص‌گرایان جهانی شدن و عام‌گرایی را تهدید تلقی می‌کنند؛ زیرا با فروریختن مرزها، دنیاهای اجتماعی کوچک را متزلزل،

فرهنگ و منبع هویت را به چالش کشیده است. خاص‌گرایی بر خلوص فرهنگی و فرهنگ خاص تأکید دارد (صالحی‌امیری و محمدی، ۱۳۹۲). پایبندی به عقاید: خاص‌گرایی فرهنگی تساهل و هم‌زیستی و کثرت‌گرایی فرهنگی را بر نتافته، بر اعمال و باورهای گروه یا جماعتی معین و پابندی بر عقاید دینی، آداب و رسوم و سنت‌ها تأکید دارد.

۲-۲-۳. انواع خاص‌گرایی

خاص‌گرایی براساس مواضع فرهنگی: الف) خاص‌گرایی منزوی: که با اعتقاد به برتری فرهنگی خود سعی در مرزبندی با دیگر گروه‌ها داشته و موضع انفعالی دارند. ب) خاص‌گرایی تقابلی: که ضمن اعتقاد به برتری فرهنگی، برگسترش، انتقال و تحمیل فرهنگ خود تأکید دارند. ج) خاص‌گرایی ریشه‌دار: که با آگاهی از فرآیند جهانی شدن، سعی در حفظ تمایز خود در برابر آن دارند و حتی عناصری از فرهنگ‌شان را قابل عرضه به دیگران می‌دانند، اما به دنبال تحمیل آن نیستند (پیترسون و مولر، ۱۹۹۹: ۸۶). خاص‌گرایی‌های دینی: بسیاری از خاص‌گرایی‌ها حول محور دین شکل گرفته‌اند. نوزایی دینی اواخر قرن بیستم میلادی، هم به گسترش بعضی ادیان با پیروان جدید و هم به روی‌آوری دوباره به دین سنتی و نیز یافتن معنایی تازه برای آن انجامید. در همه ادیان جنبش‌های بنیادگرایانه‌ای جان گرفته که هدف آن‌ها خلوص‌گرایی آموزه‌ها و نهادهای دینی است (هانتینگتون، ۱۳۷۸: ۱۵۰)، و فقط دیدگاه خود را درباره جهان درست می‌دانند (گیدنز، ۱۳۸۹: ۸۰۹). جنبش‌های نوین دینی^۱ نیز که به طیف وسیع فرقه‌ها، کیش‌ها و گروه‌های گوناگون دینی و معنوی جدید اشاره دارد، رو به رشد بوده است (همان: ۸۰۱).

خاص‌گرایی قومی: شامل خیزش‌ها، تنش‌ها و ستیزهای قومی و جنبش‌های ملی‌گرایانه است (سپهرنیا، ۱۳۹۰: ۱۳۲). تنوع قومی می‌تواند سبب پویایی و غنای جوامع چندقومیتی شود؛ اما هم‌چنین پیشینه‌های متفاوت زبانی، دینی و فرهنگی می‌تواند سبب دشمنی میان گروه‌های قومی شود (گیدنز، ۱۳۸۹: ۳۷۴). اقلیت‌ها خواستار حقوق فرهنگی و حفظ فرهنگ خود هستند. گروه غالب نیز تفاوت‌های فرهنگی را نوعی تهدید تلقی و اقلیت «دیگری» به حساب می‌آید (کاستلز و دیویدسون، ۱۳۸۲: ۲۶۰-۲۶۱).

خاص‌گرایی‌های فرهنگی دیگر: علاوه بر خاص‌گرایی‌های اشاره شده، می‌توان جنبش‌های اجتماعی نظم‌ستیز را به آن‌ها اضافه کرد که آن‌ها نیز برای مقاومت در برابر جهانی شدن شکل گرفته و با نسبت‌های متفاوت ترکیب می‌شوند. در مواردی

مانند جنبش میلشیا‌های آمریکا جنبه قومیت پررنگ است و در جنبش آئوم ژاپن جنبه دینی (گل محمدی، ۱۳۹۶: ۱۹۸-۱۹۹).

خاص‌گرایی فرهنگی مفهومی چند وجهی است، که می‌تواند: الف) به شکل‌گیری جنبش‌های اجتماعی و ملی و انواع بنیادگرایی بی‌انجامد؛ ب) نوعی انزوا را برای گروه‌ها، اقوام و ملت‌ها به ارمغان بیاورد؛ ج) جدایی‌گزینی و مرزبندی فرهنگی را در درون یک جامعه ایجاد نماید؛ د) به عنوان نوعی واکنش، مقاومت و مقابله در برابر جهانی شدن بروز نماید؛ و یا ه) با درک شرایط و واقعیت دنیای جدید، ضمن توجه به عناصر هویت‌بخش زبانی، دینی، قومی، فرهنگ و هویت ملی و فروملی، با حفظ ارتباطات و ایجاد تفاهم فرهنگی و هم‌بستگی اجتماعی در بین گروه یا جامعه‌ای، در برابر دیگر گروه‌ها، جوامع و فرهنگ‌ها و به‌ویژه آثار منفی جهانی شدن و امپریالیسم فرهنگی عمل نماید.

۲-۳. عام‌گرایی فرهنگی

رویکرد عام‌گرایانه از نظریه‌های فرهنگی است که توسط تیلور مطرح و معتقد بود که فرهنگ، تعبیری از کل زندگی اجتماعی و اکتسابی است و در شرایط یکسان همه جوامع، فرهنگ یکسانی خواهند داشت (جهان‌بخش، ۱۳۹۳: ۲۹). این رهیافت به گونه‌های متفاوتی تفسیر و به اشکال مختلفی نمود می‌یابد.

۱) زوال فرهنگ‌ها: که می‌تواند به زوال تدریجی فرهنگ‌ها و هویت‌های مستقل؛ زوال ثبات و پایداری در فرهنگ و متزلزل شدن امنیت ناشی از آن و پدیداری اضطراب و بحران؛ هم‌گونی فرهنگی و ظهور امپریالیسم فرهنگی و زوال فرهنگ‌های ملی و مستقل و هویت‌ها بی‌انجامد (پورحسن، ۱۳۸۸: ۵۲).

۲) فربهی فرهنگ‌ها: این رویکرد جهانی شدن فرهنگی را گسترش و شکوفایی فرهنگ‌های خاص در قلمرو جهانی در نظر می‌گیرد. که با افزایش نقش فرهنگ‌های خاص، گسترش مخاطبان آن‌ها و افزایش امکان تبادل و تعامل بین فرهنگ‌ها، فرصت هویت‌یابی را برای فرهنگ‌های خاص فراهم، زمینه تبدیل فرهنگ خاص، منطقه‌ای و محدود، به فرهنگی عام، جهانی و گسترده ایجاد می‌کند (همان: ۵۳ و ۵۵).

رویکرد عام‌گرایی فرهنگی به صورت آمیزش و هم‌زیستی؛ تحول و تعالی؛ و هم‌گون‌سازی فرهنگی مشاهده می‌شود (کاووسی، ۱۳۹۳: ۱۶۰). و ضمن ایجاد وابستگی متقابل میان انسان‌ها، گروه‌ها و جوامع، زمینه‌ساز فرهنگ‌ها و هویت‌هایی فراگیرتر شده، مشترکات افزایش می‌یابد (گل محمدی، ۱۳۹۶: ۱۲۰-۲۱).

۲-۴. چارچوب نظری

۲-۴-۱. خاص‌گرایی فرهنگی

یکی از چشم‌اندازهای نظری مطالعه و ارزیابی بازتولید هویت‌های بومی-محلی و واکنش به فرهنگ اکثریت، ملی و جهانی، خاص‌گرایی فرهنگی است. «پارسونز» مفهوم «متغیرهای الگویی»^۹ را به شکل تقابل‌های دوگانه‌ی تصمیم‌گیری در قالب سنخ‌های نگرشی و ارزیابی و به‌عنوان روابط اجتماعی در بستر نظام فرهنگی، مطرح نمود. متغیرهای الگویی جهت‌گیری‌های ارزشی موردانتظار در کنش، نقش‌ها و ارتباط با دیگران است که بر مبنای آن‌ها در دوره‌های متفاوت، دست به سنجش ارزش و رفتار دیگران، گزینش، تصمیم‌گیری و دست‌یابی به اهداف زده، تفاوت گروه‌ها و جوامع را رقم می‌زنند. متغیرهای الگویی عبارتند از: (۱) روابط شخصی در برابر روابط غیرشخصی: حالت تقابل تصمیم مبتنی بر ارضای عاطفی در برابر بی‌طرفی احساسی و کنش عقلانی است. (۲) روابط خاص‌گرایی در مقابل عام‌گرایی: در حالت خاص‌گرایی سنجش ارزش‌ها با معیار فردی، ارتباط با مردم بر اساس مناسبات و با یکدیگر رفتار خاص دارند. در حالت عام‌گرایی ارتباط با مردم بر اساس هنجارهای عام و رفتار با تمام افراد مشابه است. (۳) جهت‌گیری جمع‌گرا در برابر خویش‌ننگرا: در جوامع سنتی جهت‌گیری به سمت جمع و نفع گروه، اما در جوامع مدرن منافع شخصی مورد تأکید است. (۴) انتساب در مقابل اکتساب: یعنی ارزیابی اجتماعی با معیارهای اکتسابی و شایستگی در مقابل تکیه بر معیارهای انتسابی است. (۵) نقش گسترده در برابر خاص‌بودگی: که به شکل روابط صمیمانه با خواسته‌های گسترده و روابط مبتنی بر نقش‌های خاص با خواسته‌های محدود دیده می‌شود (سو، ۱۳۸۰؛ اسمیت، ۱۳۸۳). در هر موقعیت کنش‌گر با این تصمیم مواجه است که بر حسب استانداردهای عام عمل نماید و یا با توجه به نوع رابطه‌ی خاصی که با سوژه دارد؟ پارسونز معتقد است: در سطح نظام شخصیتی، خاص‌گرایی، تمایل نیازی است که کنش‌گر را به واکنش بر اساس ملاک‌های انتخاب خاص ترغیب می‌نماید و عام‌گرایی تطابق با استانداردهای عام است. در سطح نظام فرهنگی، خاص‌گرایی الگوی هنجاری سوگیری کنش‌گر بر اساس نوع رابطه با سوژه بدون توجه به روابط عام و عام‌گرایی الگوی هنجاری مبتنی بر استانداردهای عام است. در سطح نظام اجتماعی، خاص‌گرایی انتظارات نقشی است که برای تصمیم‌گیری تقدم را استانداردهای مرتبط با ارزش سوژه‌ها و ارتباز خاص کنش‌گر می‌داند و عام‌گرایی تصمیم‌گیری بر اساس استانداردهای تعریف شده است (ربانی، ۱۳۸۸: ۱۳۹). پارسونز، فرهنگ را تعیین‌کننده‌ی اهداف غایی و هدایت‌گر نظام اجتماعی می‌داند (اسمیت، ۱۳۸۳: ۵۷).

۲-۴-۲. خاص‌گرایی فرهنگی واکنشی به بحران هویت و معنا

هویت فرهنگی جامعه به سه عامل: تاریخی، زبانی و روان‌شناختی وابسته و تلفیق‌موزون این عوامل سبب وضعیت ایده‌آل و کامل نبودن آن‌ها، موجب هویت فرهنگی ناقص و در حالت شدید منجر به بحران هویت خواهد شد (روح‌الامینی، ۱۳۷۴: ۱۰۸). جهانی‌شدن با نسبی‌کردن فرهنگ‌ها و مراجع هویت‌سازی، معنی‌یابی سنتی را دشوار کرده (صالحی‌امیری و محمدی، ۱۳۹۲: ۶۸)، به اعتقاد «کاستلز» (۱۹۹۷) انسان‌ها با توسل به حافظه تاریخی قومی و نژادی به دنبال غلبه بر بحران یادشده بوده بر خاص‌گرایی فرهنگی تأکید دارند. مرزبندی مبتنی بر تمایز با دیگران نیز سبب خاص‌گرایی است. دورکیم، فرهنگ را شاخص تفکیک گروه خودی و بیگانه می‌داند (هال و نیتس، ۱۳۹۱: ۱۸۹). اعتقاد به خلوص و برتری فرهنگ و جستجوی فرهنگ ناب علت دیگر خاص‌گرایی در ارتباط با هویت است (گل‌محمدی، ۱۳۹۶: ۲۶۱).

۲-۴-۳. خاص‌گرایی فرهنگی واکنشی به نابرابری‌ها و تبعیض‌ها

برخی از فرهنگ‌پژوهان، ناکارآمدی، کاستی‌ها و تناقض‌های موجود در تجدد و تشدید نابرابری‌ها و تبعیض‌ها در جامعه جهانی را علت اصلی خاص‌گرایی‌های فرهنگی می‌دانند؛ یعنی انواع تنش‌ها، ستیزها و جنبش‌ها که در قالب فرهنگ‌ها و سنت‌های ایدئولوژیک شده دینی، قومی و ملی شکل می‌گیرند؛ درواقع، واکنش‌هایی در برابر نابرابری‌ها و شرایط نامطلوب اقتصادی، اجتماعی هستند (گل‌محمدی، ۱۳۹۶: ۲۱۰).

۲-۴-۴. تأثیر دوگانه و دیالکتیکی جهانی‌شدن و رابطه آن با خاص‌گرایی فرهنگی

براساس نظر گیدنز، رابرتسون و فدرستون، در فرآیند جهانی‌شدن شاهد دیالکتیک عام و خاص و حضور هم‌زمان عام‌گرایی و هم‌گونی و خاص‌گرایی و ناهم‌گونی هستیم (تاملینسون، ۱۳۸۱: ۳۳). گیدنز جهانی‌شدن را پدیده چندبعدی، پویا و دیالکتیکی می‌داند که در زمان و مکان‌های متفاوت پیامدهای متفاوت دارد، می‌تواند به عام‌گرایی یا خاص‌گرایی بی‌انجامد و جهان شاهد زندگی گروه‌های قومی و فرهنگ‌های گوناگون در شهرهایی چندفرهنگی است (۱۳۷۹: ۱۳؛ ۱۳۸۹: ۸۹)؛ و به تعبیر رابرتسون (۱۹۹۲) عام‌گرایی و خاص‌گرایی هم‌زمان حضور دارند؛ و به نظر فدرستون تأثیر امر جهانی و امر محلی، ممکن است به ترکیب فرهنگ‌ها و یا تثبیت تفاوت و امر محلی بی‌انجامد (اسمیت، ۱۳۸۳).

۲-۵. عوامل مؤثر بر خاص‌گرایی فرهنگی

علاوه بر جهانی شدن که شرح آن به‌عنوان یکی عوامل مؤثر بر خاص‌گرایی فرهنگی آمد، عوامل و متغیرهای دیگری بر خاص‌گرایی فرهنگی مؤثرند که در ادامه مورد اشاره قرار خواهند گرفت.

سنت‌گرایی: به نظر کلمن، نظام ارزشی فرهنگ یک منطقه هدایت‌گر رفتار آنان در رابطه با هر موضوعی است (ریتزر، ۱۳۹۰). «دیویس»، سنن محلی را حصارى در برابر ارزش‌های سرمایه‌داری می‌داند (سو، ۱۳۸۰: ۸۸-۸۹). پارسونز، تغییر ارزش‌های سنتی را سبب سوگیری عام‌گرایانه می‌داند (شعیبی، ۱۳۹۵: ۱۰۰). و به نظر گیدنز (۱۳۸۳)، سنت از عوامل مرزبندی با دیگر گروه‌ها و تقویت خاص‌گرایی است.

دین‌داری: دین از عوامل تمایز وابستگان یک فرهنگ از فرهنگ‌های دیگر (هانتینگتون، ۱۳۷۸: ۱۰۹) و خاص‌گرایی است. دورکیم، اسمیت، دیویس و آدی، تقویت یگانگی افراد با هم و جدایی آن‌ها از اعضای اجتماعات و ملت‌های دیگر را از کارکردهای دین می‌دانند (همیلتون، ۱۳۹۰).

فضای مجازی: گیدنز با تأکید بر تأثیر دوگانه فضای مجازی، یعنی هم‌زیستی و خاص‌گرایی، جریان اطلاعات را سبب ترغیب به نگرش عام و جهانی می‌داند (گیدنز، ۱۳۸۹: ۱۱۰). کاستلز، معتقد به کارکرد دوگانه فناوری‌های نوین و تقویت خودآگاهی نسبت به هویت‌های فراملی است (همان: ۹۸۰).

مهاجرت: سبب افزایش تنوع قومی و فرهنگی (گیدنز، ۱۳۸۹: ۳۷۷) و از نظر بسیاری از مردم اقلیت‌ها تهدیدی برای فرهنگ به حساب می‌آیند (گیدنز، ۱۳۸۹). مهاجرت ضمن تغییر هنجارها و ارزش‌های افراد مهاجر (رفیع‌پور، ۱۳۷۸: ۳۶)، سبب ارتباط مهاجران و تکیه بر عناصر فرهنگی خاص در جامعه جدید است.

تحصیلات: پارسونز (۱۹۵۹)، مهم‌ترین کارکرد مدرسه را آموختن ارزش‌های عام‌گرا (روناسی، ۱۳۸۷: ۹۳)؛ و کاستللو، تحصیلات را متغیر مهمی در سوگیری ارزشی به سمت عام‌گرایی می‌داند (همان: ۹۴).

اعتماد اجتماعی: در نظریه پارسونز، اعتماد تعمیم‌یافته از عناصر زمینه‌ساز تمایل به سوگیری عام‌گرایانه است (شعیبی، ۱۳۹۵: ۳۰). اعتماد خاص و غلیظ ناشی از روابط صمیمی و اجتماع محلی سبب هم‌بستگی گروهی و مرزبندی با دیگر گروه‌ها و تشدید خاص‌گرایی است. با افزایش روابط ابزاری و رسمی و اعتماد اجتماعی رقیق، نگرش و گرایشات عام‌گرایانه افزایش می‌یابد (گیدنز، ۱۳۸۳؛ پاتنام، ۲۰۰۰).

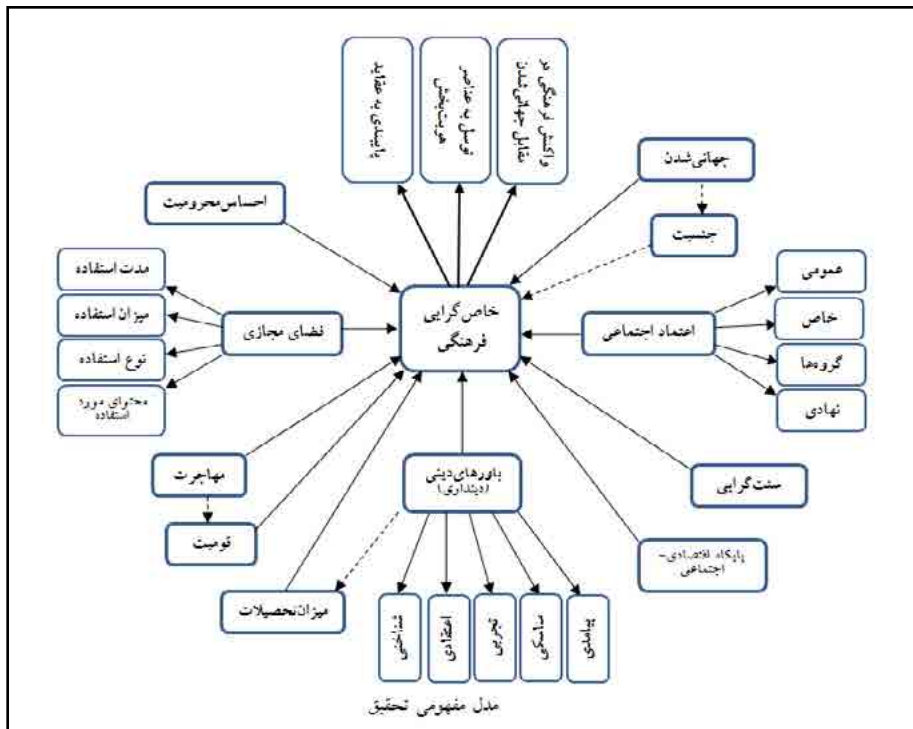
احساس محرومیت نسبی: «رابرت گر» احساس محرومیت را یکی از عوامل اهمیت یافتن هویت قومی-فرهنگی (قاسمی، ۱۳۸۶: ۴۵۹) و افزایش آن را سبب کاهش

هم‌بستگی اجتماعی می‌داند (رفیع‌پور، ۱۳۷۸: ۳۳) و هر قدر احساس محرومیت بیشتر باشد و گروه و قومی احساس کند که فرهنگش مورد تعرض قرار گرفته، گرایش به حفظ فرهنگ و آداب و رسوم قومی تشدید می‌گردد (نقدی، ۱۳۹۲: ۱۴۲).

پایگاه اقتصادی-اجتماعی: از نظر پارسونز پایگاه متأثر از کسب امتیاز شخصی سبب جایگزینی زمینه‌های هنجاری عام به جای الزامات خاص می‌شود (شعبی، ۱۳۹۵: ۳۱)؛ و با نظریه ساختاربندی گیدنز که بر دیالکتیک فعالیت و شرایط تأکید دارد نیز قابل تبیین است (ریتزر، ۱۳۹۰: ۶۳).

قومیت: برچسب‌های قومی می‌تواند سبب جناح‌بندی میان ما و آن‌ها (گیدنز، ۱۳۸۹: ۳۶) شود. از نظر روان‌شناسی نیز حفاظت از خود و شیوه زندگی سبب نگرش قوم‌گرایانه می‌شود (بژی، ۱۹۷۶: ۱۱)؛ و طبق نظر سیلورستون (۲۰۰۳)، می‌توان دیالکتیک بین اقلیت و اکثریت را در نظر گرفت (جورجیو، ۲۰۰۵: ۱۳).

۲-۶. مدل مفهومی تحقیق



شکل ۱. مدل مفهومی تحقیق محقق ساخته

۳. روش‌شناسی

۳-۱. روش، جامعه و نمونه آماری

پژوهش کمی از دسته تحقیقات پیمایشی از نوع علی است. جامعه آماری شامل شهروندان ۱۸ تا ۶۵ سال شهر همدان است که ضمن برآورد با فرمول کوکران، با در نظر گرفتن بزرگی جامعه، حجم نمونه به ۵۰۰ نفر افزایش یافت؛ و با روش خوشه‌ای چندمرحله‌ای و نمونه‌گیری تصادفی نمونه‌ها تعیین گردید.

۳-۲. فنون گردآوری

گردآوری اطلاعات مرتبط با مطالعات نظری با شیوه کتابخانه‌ای و اطلاعات آماری با پرسشنامه محقق ساخته گردآوری شده است. سنجش روایی با اعتبار صوری و اعتبار سازه با تحلیل عاملی بررسی و نتایج قابل قبولی به دست آمد. روایی همگرایی مدل اندازه‌گیری با استفاده از ضریب پایایی اشتراکی، روایی واگرا با آزمون فورنل و لاکر بررسی و پایایی ابزار تحقیق و مدل اندازه‌گیری، بر اساس آزمون آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی و اسپیرمن سنجیده شد؛ ضریب آلفای کرونباخ کل پرسشنامه نیز ۰/۷۹۸ است.

۳-۳. روش تحلیل داده

تجزیه و تحلیل داده‌ها، با نرم‌افزار SPSS و PLS و آمار توصیفی و استنباطی انجام شده است.

۳-۴. تعریف مفهومی و عملیاتی متغیرها

خاص‌گرایی فرهنگی: عبارت است از: «توسل به عناصر هویت‌بخش فرهنگی خاص که بر بی‌همتایی شیوه‌ها، اعمال و ایده‌های یک گروه یا جماعت معین تأکید می‌شود» (گل محمدی، ۱۳۹۶: ۱۵۴) که شاخص‌های شناخت آن، واکنش فرهنگی در مقابل جهانی شدن؛ توسل به عناصر هویت‌بخش زبانی، دینی، قومی و نژادی، و پابندی به عقاید دینی و سنت‌ها است.

جهانی شدن^{۱۲}: فرآیند فشرده‌گی زمان و فضا، ادغام کم و بیش مردم دنیا در جامعه جهانی (همان) تشدید وابستگی متقابل جهانی (گیدنز، ۱۳۸۹). و تبادل افکار، عقاید و فرهنگ است (آلبرو و کینگ^{۱۳}، ۱۹۹۰). سنجش این مؤلفه با میزان اثرپذیری از شرایط جهان و احساس نسبت به غرب و زندگی مدرن و پشت کردن به فرهنگ خودی انجام شده است. سنت‌گرایی: طرز تلقی است که به باورهای اجتماعی گذشته و آزموده شده ارج می‌نهد (ساروخانی، ۱۳۷۵: ۸۸۷). شاخص‌های سنت‌گرایی عبارتند از: تعلق خاطر به گذشته‌ها و سنت‌ها؛ التزام به حفظ آداب و رسوم و موارث کهن، مقابله با سنت‌شکنی،

آموزش سنت‌ها و بهتر دانستن سنت‌ها نسبت به نوپدیدها. دینداری: دورکیم دین را یک پدیده اجتماعی و نظامی از باورداشت‌ها، مفاهیم، کنش و مناسک عملی می‌داند (همیلتون، ۱۳۹۰). این متغیر در پنج بُعد مناسکی، پیامدی، اعتقادی، تجربی و شناختی سنجدیده شده است. فضای مجازی: فضای تعاملی و زندگی کاربران اینترنت و شبکه جهانی اطلاعات و ارتباطات است (استریت^۴، ۱۹۹۹)؛ که با میزان و گستره استفاده از فضای مجازی، خدمات و محتوای آن سنجدیده شد. مهاجرت: جابه‌جایی افراد از مکانی به مکان دیگر با هدف اسکان در مکان جدید است (کیوز^۵، ۲۰۱۴). منظور از مهاجر افرادی‌اند که از سایر استان‌ها و شهرستان‌های استان به شهر همدان مهاجرت نموده‌اند. اعتماد اجتماعی، حسن ظن نسبت به افراد جامعه است (شعبی، ۱۳۹۵: ۱۴)؛ که در ابعاد خاص، نهادی، تعمیم‌یافته و عام، و شامل اعتماد به اعضای خانواده و نزدیک، گروه‌ها و اصناف، سازمان‌ها، و میزان رواج ارزش‌ها و ویژگی‌های اخلاقی در بین عموم مردم سنجدیده شده است. احساس محرومیت: وجود اختلاف میان انتظارات ارزشی و توانایی‌های ارزشی است (گر، ۱۳۷۷) که مقایسه بین وضعیت فرد یا گروه را با سایر افراد جامعه امکان‌پذیر می‌سازد (واکر و اسمیت^۶، ۲۰۰۲)؛ و براساس فاصله زندگی با انتظارات، احساس بی‌عدالتی و محرومیت در عین شایستگی سنجدیده شده است. پایگاه اقتصادی-اجتماعی: جایگاه فرد در سلسله‌مراتب گروه براساس منزلت، امتیازات و تفاوت با دیگر اعضا است (رفیع‌پور، ۱۳۸۰: ۴۱۸). که با استفاده از شاخص ترکیبی و معرف‌های تحصیلات، شغل، دارایی، محل سکونت و نیز شغل و تحصیلات والدین سنجدیده شده است. قومیت: از بعد فرهنگی، قومیت نگرش‌ها و شیوه‌های عمل فرهنگی اجتماع معینی از مردم است که آن‌ها را از دیگران متمایز می‌کند (گیدنز، ۱۳۸۹). منظور از قومیت، گروه‌های قومی با زبان و گویش‌های مختلف (فارس، کرد، لر، ترک و...) ساکن در شهر همدان می‌باشند.

۴. یافته‌های پژوهش و تجزیه و تحلیل و تفسیر آن‌ها

۴-۱. یافته‌های توصیفی

۵۳/۸٪ جمعیت نمونه زن و بقیه مرد بوده‌اند. از نظر سنی بیشترین فراوانی (۳۰٪) مربوط به گروه سنی کمتر از ۲۵ سال و در گروه‌های بعدی کمتر شده است. تحصیلات ۳۲/۴٪ لیسانس است. در ضمن ۵۵٪ نمونه بالاتر از دیپلم و دارای تحصیلات دانشگاهی

هستند. پایگاه اقتصادی-اجتماعی پاسخ‌گویان به ترتیب در سطح متوسط، پایین و بالا قرار دارد. از نظر قومیت بعد از فارس (۵۵٪) اقوام ترک (۲۶/۴٪)، کرد (۲٪)، لر (۷/۴٪) و سایر (۱٪) جمعیت نمونه را تشکیل می‌دهند. ۳۵٪ پاسخ‌گویان مهاجر که ۲۰/۶٪ آنان از شهرستان‌های استان به شهر همدان مهاجرت نموده‌اند؛ همچنین بیش از ۸۸٪ شهروندان همدانی از اینترنت و فضای مجازی استفاده می‌کنند.

جدول ۱-۴: بررسی اطلاعات آماری مربوط به میزان متغیرهای پژوهش

| متغیر | میانگین | درصد | انحراف معیار | واریانس |
|------------------------|---------|------|--------------|---------|
| خاص‌گرایی فرهنگی | ۲/۷۴ | ۵۴/۶ | ۰/۴۸۲ | ۰/۲۳۲ |
| جهانی‌شدن | ۳/۲۸ | ۶۵/۶ | ۰/۶۶۹ | ۰/۴۴۹ |
| سنت‌گرایی | ۳/۱۷ | ۶۳/۴ | ۰/۷۲ | ۰/۵۱۹ |
| باورهای دینی | ۳/۶۳ | ۷۲/۶ | ۰/۸۰۳ | ۰/۶۴۶ |
| فضای مجازی | ۲/۶۹ | ۵۳/۸ | ۰/۹۰۳ | ۰/۸۱۶ |
| اعتماد اجتماعی | ۲/۴۷ | ۴۹/۴ | ۰/۴۶۴ | ۰/۲۱۶ |
| پایگاه اجتماعی-اقتصادی | ۲/۲۷ | ۴۵/۴ | ۰/۷۴۱ | ۰/۵۴۹ |
| احساس محرومیت | ۳/۶۵ | ۷۳ | ۰/۷۴۸ | ۰/۵۶ |

۲-۴. یافته‌های استنباطی پژوهش

۴-۲-۱. نتایج آزمون فرضیه‌ها

نتایج بررسی فرضیه‌ها و مقایسه میانگین خاص‌گرایی فرهنگی براساس متغیرهای مختلف، حاکی از تأیید فرضیه‌ها و معنی‌دار بودن رابطه متغیرهای مستقل و خاص‌گرایی فرهنگی شهروندان همدانی است.

جدول ۲-۴: نتایج بررسی فرضیه‌های پژوهش

| نتیجه آزمون | t-value | ضریب مسیر | فرضیه |
|-------------|---------|-----------|---|
| تأیید | ۸/۸۵۳ | -۰/۳۲۸ | جهانی‌شدن بر خاص‌گرایی فرهنگی شهروندان همدانی تأثیر دارد |
| تأیید | ۷/۷۴۶ | ۰/۳۰۳ | سنت‌گرایی شهروندان بر خاص‌گرایی فرهنگی آنان تأثیر دارد |
| تأیید | ۴/۵۴۴ | ۰/۱۳۲ | دین‌داری بر خاص‌گرایی فرهنگی شهروندان همدانی تأثیر دارد |
| تأیید | ۴/۶۶۶ | -۰/۱۶ | فضای مجازی بر خاص‌گرایی فرهنگی شهروندان همدانی تأثیر دارد |
| تأیید | ۳/۶۴۹ | -۰/۱۰۲ | مهاجرت بر خاص‌گرایی فرهنگی شهروندان همدانی تأثیر دارد |
| تأیید | ۲/۵۱۳ | -۰/۰۹۵ | میزان تحصیلات شهروندان بر خاص‌گرایی فرهنگی آنان تأثیر دارد |
| تأیید | ۲/۰۴۹ | -۰/۰۷۹ | اعتماد اجتماعی شهروندان بر خاص‌گرایی فرهنگی آنان تأثیر دارد |
| تأیید | ۲/۹۳۲ | -۰/۰۷۹ | احساس محرومیت شهروندان بر خاص‌گرایی فرهنگی آنان تأثیر دارد |
| تأیید | ۲/۱۹۸ | -۰/۰۷۴ | پایگاه اقتصادی-اجتماعی شهروندان بر خاص‌گرایی فرهنگی آنان تأثیر دارد |
| تأیید | ۲/۲۵۱ | ۰/۰۶۹ | خاص‌گرایی فرهنگی اعضای گروه‌های قومی مختلف متفاوت است |
| تأیید | ۱/۵۸ | -۰/۳۳۱ | جهانی‌شدن بر خاص‌گرایی شهروندان زن و مرد همدانی به‌طور متفاوتی تأثیر دارد |
| تأیید | ۱/۷۲۱ | ۰/۱۴۱ | دین‌داری بر خاص‌گرایی شهروندان با تحصیلات مختلف به‌طور متفاوتی تأثیر دارد |
| تأیید | ۲/۲۰۵ | -۰/۰۷۸ | مهاجرت بر خاص‌گرایی فرهنگی قومیت‌های مختلف به‌طور متفاوتی تأثیر دارد |

همان‌گونه که جدول ۲-۴، نشان می‌دهد نتایج حاکی از تأثیر مثبت و معنادار سنت‌گرایی، قومیت و دین‌داری بر خاص‌گرایی فرهنگی است و تأثیر معکوس و معنادار جهانی‌شدن، تحصیلات، اعتماد اجتماعی، احساس محرومیت، پایگاه اقتصادی-اجتماعی، مهاجرت و فضای مجازی بر خاص‌گرایی فرهنگی تأیید و به معنای تأثیر آن‌ها بر افزایش عام‌گرایی است؛ هم‌چنین تأثیر جنسیت، قومیت و تحصیلات به‌عنوان متغیر میانجی بین جهانی‌شدن، مهاجرت، دین‌داری، و خاص‌گرایی فرهنگی تأیید شده است.

۲-۲-۴ برازش متغیر ملاک

جدول ۳-۴، به بررسی میزان برازش خاص‌گرایی فرهنگی می‌پردازد.

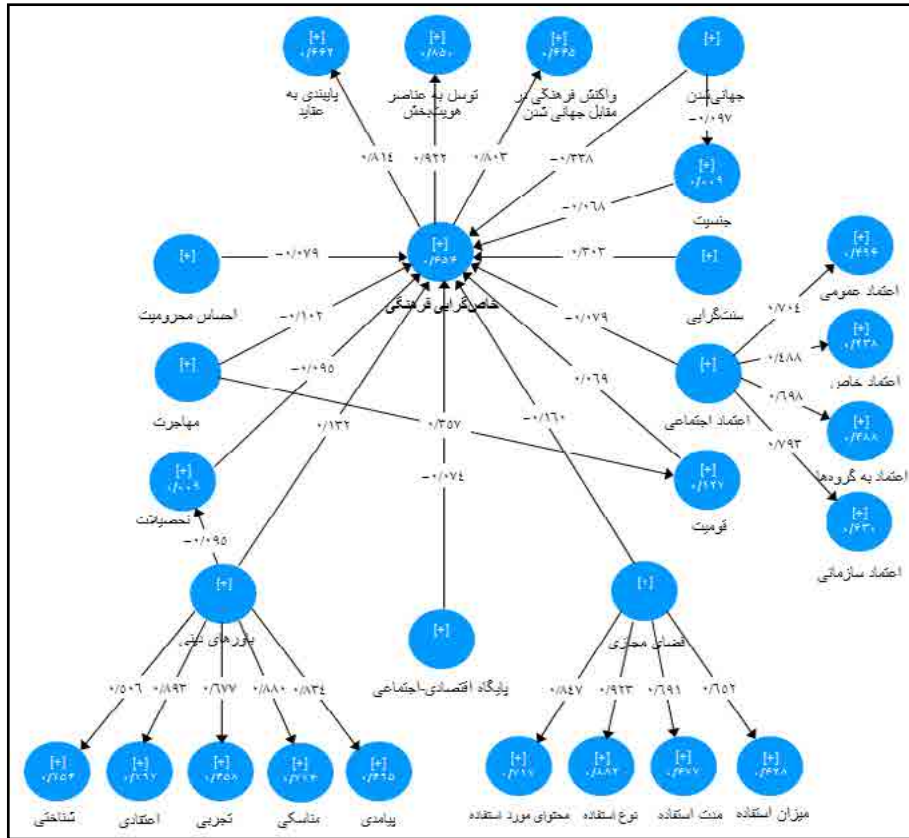
جدول ۳-۴. میزان برازش خاص‌گرایی فرهنگی

| خاص‌گرایی فرهنگی | | متغیر ملاک | | خاص‌گرایی فرهنگی | | متغیر ملاک | |
|------------------|--------------------------------|------------------------|-------|------------------|--------------------------|---------------|--|
| نتیجه | f ² | متغیر پیش‌بین | | نتیجه | f ² | متغیر پیش‌بین | |
| ضعیت | ۰/۰۱۴ | اعتماد اجتماعی | | قوی | ۰/۱۵۸ | جهانی‌شدن | |
| ضعیت | ۰/۰۱۴ | احساس محرومیت | | متوسط | ۰/۱۴۳ | سنت‌گرایی | |
| ضعیت | ۰/۰۱ | پایگاه اقتصادی-اجتماعی | | متوسط | ۰/۰۳۴ | دین‌داری | |
| ضعیت | ۰/۰۱ | قومیت | | متوسط | ۰/۰۴۸ | فضای مجازی | |
| ضعیت | ۰/۰۱۲ | جنسیت | | متوسط | ۰/۰۲۵ | مهاجرت | |
| | | | | ضعیت | ۰/۰۱۶ | میزان تحصیلات | |
| نتیجه | شاخص استون-گیسر Q ² | نتیجه | Gof | نتیجه | R ² تنظیم شده | | |
| قوی | ۰/۲۱۴ | بسیار قوی | ۱/۱۲۶ | قوی | ۰/۶۴۶ | | |

برابر جدول ۳-۴، شاخص f² نشان می‌دهد که سهم متغیر جهانی‌شدن در پیش‌بینی متغیر ملاک در سطح قوی، متغیرهای سنت‌گرایی، مهاجرت، دین‌داری و فضای مجازی در سطح متوسط و سهم متغیرهای تحصیلات، اعتماد اجتماعی، احساس محرومیت، پایگاه اقتصادی-اجتماعی، قومیت و جنسیت در سطح ضعیف بوده و در مجموع نیز متغیرهای مستقل به میزان ۶۵٪ (R² تنظیم شده) و به‌صورتی قوی خاص‌گرایی فرهنگی را به‌عنوان متغیر درون‌زا مورد برازش قرار می‌دهند. از طرفی، آزمون Gof (شاخص نیکویی برازش) با مقدار ۱/۱۲۶ ارزیابی شده و مشخص می‌شود که قدرت برازش این نرم‌افزار جهت بررسی پژوهش در حد بسیار قوی است؛ هم‌چنین کیفیت مدل ساختاری پژوهش برای متغیر خاص‌گرایی فرهنگی براساس شاخص استون-گیسر Q² قوی ارزیابی شده است.

۴-۲-۴. مدل اندازه‌گیری پژوهش

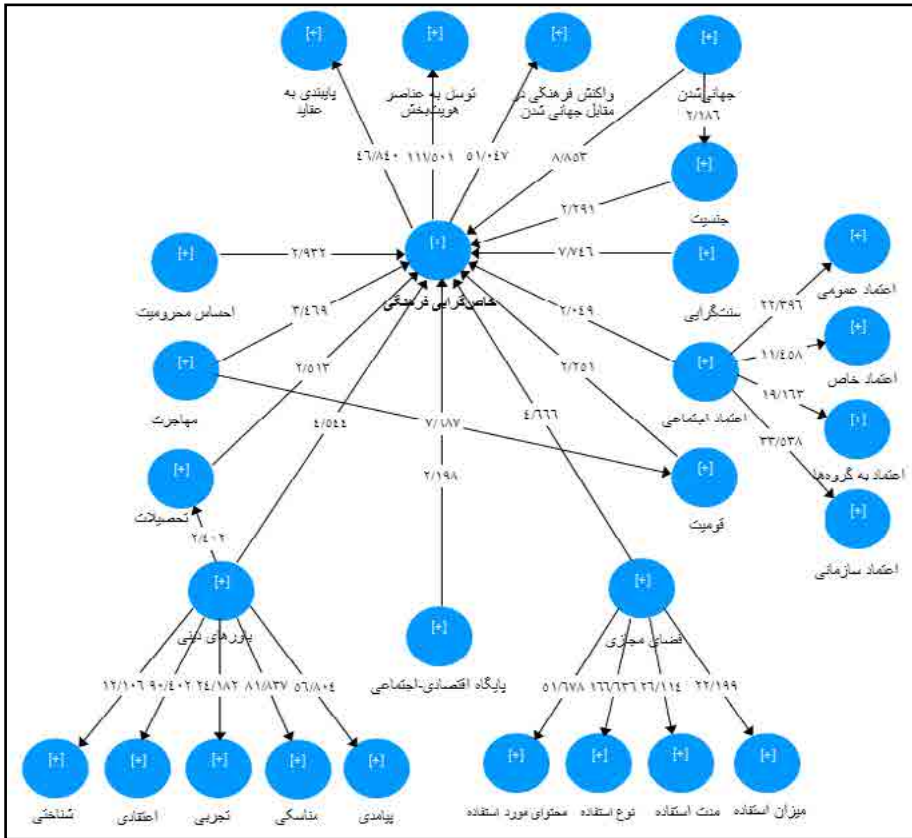
شکل ۴-۱ و ۴-۲ مدل اندازه‌گیری پژوهش را در حالت تخمین و معناداری ضرایب نشان می‌دهد.



شکل ۴-۱: مدل اندازه‌گیری پژوهش در حالت تخمین ضرایب

۵. بحث و تحلیل

براساس مطالعات و بررسی‌ها، خاص‌گرایی فرهنگی در واکنش به بحران هویت و نسبی‌گرایی فرهنگی ناشی از فرآیند جهانی‌شدن؛ تحمیل زبان و فرهنگ از سوی دولت‌های سرزمینی ملی؛ واکنش به نابرابری‌ها و تبعیض‌ها؛ مرزبندی و تمایز با دیگر گروه‌ها و فرهنگ‌ها؛ تکیه بر حافظه مشترک ذهنی؛ جستجوی فرهنگ خالص و پاک و اعتقاد به برتری فرهنگ و سنت بروز و ظهور می‌یابد.



شکل ۲-۴: مدل اندازه‌گیری پژوهش در حالت معناداری ضرایب

نتایج این پژوهش میزان خاص‌گرایی فرهنگی شهروندان همدانی را نزدیک به متوسط نشان می‌دهد. که تحت تأثیر مستقیم و مثبت میزان سنت‌گرایی، قومیت و دین بوده و با افزایش شاخص‌های مدرنیته، مانند جهانی‌شدن و استفاده از فضای مجازی، میزان خاص‌گرایی کاهش می‌یابد. در پژوهش «ربانی» (۱۳۸۸) و «مقدس جعفری» (۱۳۸۹) نیز میانگین خاص‌گرایی شهروندان نزدیک به متوسط است.

جهانی‌شدن دارای تأثیر معکوس بر خاص‌گرایی و به معنای تأثیر بیشتر عام‌گرایی در دیالکتیک عام و خاص بوده است؛ زیرا ضمن پیوند امور محلی و جهانی و کمرنگ شدن مرزهای فرهنگی، به تعبیر «تامپکینز» (۲۰۱۰) نوعی فشار جهان‌گرایی بر فرهنگ‌های خاص، سبب افزایش عام‌گرایی - به ویژه در جوانان - شده است. در ضمن جهانی‌شدن فرآیندی پویا است و نتایج به معنای نابودی خاص‌گرایی نبوده و به تعبیر «رابرتسون»

(۱۹۹۲) عام‌گرایی و هم‌گونی و خاص‌گرایی و ناهم‌گونی هم‌زمان حضور دارند. همان‌گونه که امینی‌زاده (۱۳۹۵) در پژوهش خود حضور نوعی خاص‌گرایی و عام‌گرایی در کنار هم را نتیجه گرفته است. در پژوهش احمدی (۱۳۸۹)، طرد جهانی شدن از ویژگی‌های خاص‌گرایی فرهنگی است. تأثیر سنت‌گرایی بر خاص‌گرایی مثبت و حاکی از پای‌بندی کم‌وبیش به سنت‌ها و تداوم نسبی خاص‌گرایی‌ها به‌رغم حرکت کلی و آرام به سوی جهانی شدن و عام‌گرایی است، که به تعبیر «کِلْمَن» ناشی از آموزه‌های فرهنگی است (ریتزر، ۱۳۹۰). و به گفته دیویس، سنن محلی حصار در برابر ارزش‌های سرمایه‌داری اند (سو، ۱۳۸۰). تأثیر دین‌داری بر خاص‌گرایی فرهنگی مؤید معنابخشی دین به فرهنگ و هویت است (همیلتون، ۱۳۹۰؛ هانتینگتون، ۱۳۷۸)؛ از جمله یافته‌های ربانی (۱۳۸۸) تأثیر مذهب بر خاص‌گرایی است. و در بررسی گل‌محمدی (۱۳۸۰) بنیادگرایی دینی به‌عنوان یکی از ویژگی‌ها و نمودهای خاص‌گرایی‌های فرهنگی شناسایی شده است. فضای مجازی دارای تأثیر معکوس بر خاص‌گرایی و بنابراین در تأثیر دوگانه مورد نظر گیدنز و کاستلز، تسهیل در جریان اطلاعات و تغییر منابع هویتی سبب ترغیب بیشتر به نگرش عام‌گرایی و جهانی است (گیدنز، ۱۳۸۹). همان‌گونه که در پژوهش وطنی (۱۳۹۳) و حبیبی‌فهمیم (۱۳۹۰)، نیز استفاده از اینترنت و فضای مجازی بر رشد عام‌گرایی مؤثر است. تأثیر غیرمستقیم مهاجرت نشانه نبود خاص‌گرایی در مهاجران نیست؛ بلکه عام‌گرایی نسبی آنان در مقابل خاص‌گرایی و نوعی برترانگاری فرهنگی شهروندان بومی است، که اقلیت‌های مهاجر را دیگری و تفاوت‌های فرهنگی را تهدید تلقی می‌کنند (گیدنز، ۱۳۸۹؛ کاستلز، ۱۳۸۲). تغییر هنجارها و ارزش‌ها ناشی از تحرک مکانی (رفیع‌پور، ۱۳۷۸) و آمادگی انطباق با جامعه میزبان، در این نتیجه مؤثر است؛ اما در تحقیق ربانی (۱۳۸۸) خاص‌گرایی مهاجران کمی بیش از افراد بومی است. با بالا رفتن سطح تحصیلات به‌عنوان عامل ارزش‌ها و نگرش‌های نوین (اینکلس، ۱۹۶۴) عام‌گرایی افزایش می‌یابد. نتایج پژوهش رضادوست (۱۳۹۳)، روناسی (۱۳۸۷)، «بلازیو» (۲۰۲۱) و «لرنر» (۱۹۶۴) نیز حاکی از رابطه تحصیلات با عام‌گرایی است. تأثیر اعتماد اجتماعی بر خاص‌گرایی فرهنگی معکوس و ضعیف و مؤید نظر پارسونز مبنی بر تأثیر اعتماد تعمیم‌یافته بر سوگیری عام‌گرایانه و نظر «چلبی» (۱۳۸۴) مبنی بر تأثیر کنش‌های بین‌گروهی در جایگزین شدن روابط عام‌گرا به جای روابط قومی و خاص‌گرا است. نتایج پژوهش رضادوست (۱۳۹۳) نیز مؤید رابطه اعتماد خاص با خاص‌گرایی و اعتماد اجتماعی با عام‌گرایی است؛ و در پژوهش عظیمی‌هاشمی (۱۳۷۳)، روابط درون‌گروهی تقویت‌کننده خاص‌گرایی است. احساس محرومیت نسبی برخلاف نتایج برخی پژوهش‌ها مانند تحقیق رضادوست (۱۳۹۳)، دارای تأثیر غیرمستقیم بر

خاص‌گرایی فرهنگی است. و در توجیه آن می‌توان گفت احساس محرومیت مهاجران (که بیش از افراد بومی است) ناشی از بلندپروازی (آرزویی) است (گر، ۱۳۷۷) که در شرایط جدید انتظارات ارزشی افزایش یافته و به تعبیر «بلانکستون» «تأثیر سرایتی» آشنایی با سطح بالاتر زندگی و نیز مقایسه با یک گروه مرجع برخوردار سبب افزایش انتظارات و محرومیت نسبی است (همان). آمادگی ذهنی مهاجران برای پذیرش فرهنگ میزبان نیز بر کاهش نگرش خاص‌گرایانه آنان تأثیرگذار بوده است. تأثیر معکوس پایگاه اقتصادی-اجتماعی بر خاص‌گرایی فرهنگی با این نظر پارسونز منطبق است که نفوذ پایگاه تحت‌تأثیر کسب امتیاز شخصی به جایگزینی زمینه‌های هنجاری عام به جای الزامات ملموس خاص می‌انجامد. از طرفی خاص‌گرایی نوعی محدودیت در دسترسی به شاخص‌های پایگاه محسوب و به گفته «روشه» (۱۳۷۴) جوانان که جویای پایگاه بالاترند، ضمن کاهش نگرش‌های خاص‌گرایانه و هم‌نوایی کامل‌تر با محیط شهری، از پایگاه اجتماعی بالاتر برخوردار می‌شوند (نتایج مؤید آن است). پژوهش رضادوست (۱۳۹۳) نیز حاکی از رابطه پایگاه اجتماعی-اقتصادی با عام‌گرایی است؛ و نتایج پژوهش پری (۱۹۷۶) نشان داده است که پاسخ‌دهندگان دارای وضعیت اجتماعی و اقتصادی پایین‌تر بیشتر قوم‌گرا بوده‌اند. تحقیق بلازیو (۲۰۲۱) نیز نشان داده است درآمد پایین از متغیرهای مؤثر بر خاص‌گرایی است. تأثیر مثبت قومیت بر خاص‌گرایی گویای سطحی از خاص‌گرایی فرهنگی در بین اعضای قومیت‌ها است. که ناشی از برخورداری آنان از نگرش‌ها و شیوه‌های عمل فرهنگی و هویت خاص و متمایز دانستن خود از دیگران است (گیدنز، ۱۳۸۹). پژوهش احمدی (۱۳۸۹) و پری (۱۹۷۶) مؤید این نتیجه است. اما تغییر محیط و ارتباطات و کاهش وابستگی به فرهنگ خاص، و قرار داشتن قومیت‌ها زیر چتر هویت ملی (کاستلز، ۱۳۸۲)، سبب ضعیف شدن تأثیر قومیت است. نقش میانجی جنسیت، تحصیلات و قومیت در رابطه جهانی‌شدن، دین‌داری و مهاجرت با خاص‌گرایی فرهنگی تأیید شده است. براساس دیدگاه گیدنز (۱۳۸۹) در فرآیند جهانی‌شدن چارچوب‌های سنتی فروریخته و کاهش نقش سنتی مردان به تقویت فرهنگ خاص زنان، یعنی رویکرد بیشتر به جهانی‌شدن و عام‌گرایی می‌انجامد. دین از عناصر مهم فرهنگ است در عین حال گسترش علم و دنیوی شدن اندیشه سبب تضعیف سنت و شکل‌گیری خصوصیت نوآورانه و تأثیر متقابل فرهنگ‌های مختلف شده (گیدنز، ۱۳۸۹). رابطه دین‌داری و خاص‌گرایی را تحت تأثیر قرار می‌دهد. اگرچه میانگین خاص‌گرایی شهروندان بومی بیش از مهاجران است. اما مهاجرت سبب افزایش تنوع قومی شده، با در نظر گرفتن تأثیر قومیت میزان خاص‌گرایی فرهنگی مهاجران کمی افزایش یافته است.

۶. نتیجه‌گیری

با توجه نتایج پژوهش و دیدگاه‌ها و نظریه‌های مرتبط، و شرایط و وضعیت شهر همدان به عنوان محیطی چند قومیتی، مهاجرپذیر و برخوردار از خرده فرهنگ‌ها، وجود تنوع فرهنگی مورد انتظار است؛ هم‌چنین براساس ویژگی‌های متفاوت و تحت تأثیر عوامل گوناگون، شهروندان همدانی (بومی و غیربومی) از سطوح مختلف خاص‌گرایی و یا عام‌گرایی فرهنگی برخوردار و در سه دسته قرار می‌گیرند؛ (۱) با رویکردی خاص‌گرایانه، به فرهنگ بومی وابسته و در برابر دیگر فرهنگ‌ها و فرهنگ جهانی مقاومت نشان می‌دهند. (۲) با نگرشی متعادل ضمن توجه به فرهنگ خودی، متمایل به تبادل و تکامل فرهنگ‌اند. (۳) از رویکردی عام‌گرایانه برخوردار و به ارتباطات بین فرهنگی در سطح ملی و جهانی می‌اندیشند.

بدیهی است وجود حدی از خاص‌گرایی فرهنگی متعادل که با رعایت پیش شرط ارتباط و تبادل بین فرهنگی به حفظ هویت فرهنگی بدون خدشه‌دار شدن انسجام اجتماعی و هویت ملی بی‌انجامد و یا مانعی در برابر پیامدهای منفی جهانی شدن و فرهنگ بیگانه باشد، مفید بوده و تقویت آن با بها دادن و تقویت فرهنگ و هویت بومی - محلی شایسته به نظر می‌رسد؛ هم‌چنین با ایجاد شناخت و آگاهی بیشتر نسبت به اقوام و فرهنگ‌های گوناگون، تکیه بر آئین‌ها و آداب و رسوم و دست‌آوردهای مشترک می‌توان به تقویت احساسات عام‌گرایانه در سطح ملی و کاهش مرزبندی قومیت‌ها و خاص‌گرایی افراطی کمک کرد.

پی‌نوشت

1. Zygodlo
2. Georgiou
3. Berry
4. Chen
5. Tompkins
6. Mark Cartwright
7. Peterson & Mueller
8. NRM (New Religions Movements)
9. Pattern variables
10. Putnam, Robert
11. Ted Robert Gurr
12. Globalization
13. Albrow, Martin & King, Elizabeth
14. Strate, Lance
15. Caves, R.W
16. Walker & Smeth

کتابنامه

- اسماعیلی، نصیبه؛ و محمودیان، حسین، (۱۳۹۶). «زنان و مهاجرت به شهر همدان، تعیین‌کننده‌ها و پیامدهای آن». دوفصلنامه پژوهش‌های جامعه‌شناسی معاصر، ۶(۱۰): ۸۳-۶۱.
- اسمیت، آنتونی، (۱۳۸۳). ناسیونالیسم (نظریه، ایدئولوژی، تاریخ). مترجم: منصور انصاری، تهران: مؤسسه مطالعات ملی، تمدن ایرانی.
- امان‌اللهی بهاروند، سکندر، (۱۳۸۰). «بررسی علل گوناگونی قومی در ایران از دیدگاه انسان‌شناسی». مطالعات ملی، ۳(۹): ۱۳-۳۴.
- امینی‌زاده، سینا؛ و بوستانی، داریوش، (۱۳۹۵). «هم‌گرایی و واگرایی هویت‌های ملی، مذهبی و جهانی». فصلنامه توسعه اجتماعی، ۱۰(۳): ۱۳۸-۱۱۱.
- پورحسین‌درزی، قاسم، (۱۳۸۸). «خاص‌گرایی‌های فرهنگی و فرهنگ جهانی». فصلنامه خط اول رهیافت انقلاب اسلامی، ۳(۹): ۴۵-۶۰.
- تاملینسون، جان، (۱۳۸۱). جهانی‌شدن و فرهنگ. ترجمه: محسن حکیمی، تهران: نشر دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- جهان‌بخش، محمدعلی، (۱۳۹۳). جامعه‌شناسی فرهنگی ایران. چاپ چهارم، تهران: مبنای خرد.
- ربانی، رسول؛ و انصاری، ابراهیم، (۱۳۹۷). جامعه‌شناسی قشرها و نابرابری‌های اجتماعی. چاپ پنجم، سمت.
- ربانی، رسول؛ پورافکاری، نصرالله؛ کتابی، محمود؛ و رئوفی، محمود، (۱۳۸۸). «بررسی موانع فرهنگی-اجتماعی توسعه با تأکید بر خاص‌گرایی». جامعه‌شناسی کاربردی، ۲۰(۳): ۳۵، ۱۳۵-۱۵۶.
- رفیع‌پور، فرامرز، (۱۳۸۰). آناطومی جامعه، مقدمه‌ای بر جامعه‌شناسی کاربردی. چاپ دوم، تهران: انتشار.
- رفیع‌پور، فرامرز، (۱۳۷۸). انومی یا آشفتگی اجتماعی. تهران: سروش.
- روح‌الامینی، محمود، (۱۳۷۴). زمینه فرهنگ‌شناسی. چاپ دوم، تهران: پیام‌نور.
- ریتزر، جورج، (۱۳۹۰). نظریه جامعه‌شناسی در دوران معاصر. ترجمه: محسن ثلاثی، چاپ هفدهم، تهران: علمی.
- ساروخانی، باقر، (۱۳۷۵). دایرةالمعارف علوم اجتماعی. تهران: کیهان.
- سپهرنیا، رزیتا، (۱۳۹۰). «بررسی نقش جهانی‌شدن در شکل‌گیری خاص‌گرایی‌های فرهنگی». مطالعات راهبردی سیاستگذاری عمومی، ۲(۵): ۱۲۱-۱۴۴.
- سو، آوین. ی، (۱۳۸۰). تغییر اجتماعی و توسعه. ترجمه: محمود حبیبی‌مظاهری،

- چاپ دوم، تهران: انتشارات پژوهشکده مطالعات راهبردی.
- شعبی، محیا، (۱۳۹۵). بررسی جامعه‌شناختی هم‌بستگی اجتماعی و عوامل مرتبط با آن در بین شهروندان شهر تهران و ارائه الگوی مطلوب. ابراهیم حاجیانی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکز.
- صادقی، رسول؛ و ولدوند، لیدا، (۱۳۹۴). «جنسیت و مهاجرت: تحلیل جامعه‌شناختی تفاوت‌های جنسیتی در مهاجرت‌های داخلی در ایران». دوفصلنامه پژوهش‌های جامعه‌شناسی معاصر، ۴(۷): ۵۵-۷۸.
- صالحی‌امیری، سیدرضا، (۱۳۹۲). مفاهیم و نظریه‌های فرهنگی. چاپ ششم، تهران: ققنوس.
- صالحی‌امیری، سیدرضا؛ و محمدی، سعید، (۱۳۹۲). دیپلماسی فرهنگی. چاپ دوم، تهران: ققنوس.
- قاسمی، محمدعلی، (۱۳۸۶). «تد رابرت‌گر و روش نوین مطالعه جنبش‌های قومی». مطالعات راهبردی، ۱۰(۳): ۳۷، ۴۵۱-۴۷۹.
- کاستلز، استفان؛ و دیویدسون، آلیستر، (۱۳۸۲). شهروندی و مهاجرت، جهانی شدن و سیاست تعلق. ترجمه: فرامرز تقی‌لو، تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی.
- کاووسی، اسماعیل، (۱۳۹۳). «فرهنگ و جهانی شدن». در: مجموعه مقالات رویکرد چندرشته‌ای به جهانی شدن: ۱۳۹-۱۷۲ (فصل ششم). تهران: مرکز ملی مطالعات جهانی شدن.
- گر، تد رابرت، (۱۳۷۷). چرا انسان‌ها شورش می‌کنند. ترجمه: علی مرشدی‌زاد، تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی.
- گل‌محمدی، احمد، (۱۳۹۶). جهانی شدن، فرهنگ، هویت. چاپ هشتم، تهران: نشر نی.
- گیدنز، آنتونی، (۱۳۸۹). جامعه‌شناسی. ترجمه حسن چاوشیان، چاپ چهارم، تهران: نی.
- گیدنز، آنتونی، (۱۳۸۳). چکیده آثار آنتونی گیدنز. ویراستار: فیلیپ گسل، ترجمه: حسن چاوشیان، تهران: ققنوس.
- گیدنز، آنتونی، (۱۳۷۹). جهان رهاشده. ترجمه: ع. سعیدی و ی. حاجی‌ابوالوهاب، تهران: انتشارات علم و ادب.
- نقدی، اسداله؛ احمدی، امیدعلی؛ و سلطانی‌عزت، محمود، (۱۳۹۴). «بررسی جامعه‌شناختی میزان همگرایی قومیت‌های (فارس، تر، لر) استان همدان». تحلیل اجتماعی نظم و نابرابری، ۷(۱): ۱۳۱-۱۵۴.

- هال، جان آر؛ و نیتس، مری جو، (۱۳۹۱). فرهنگ از دیدگاه جامعه‌شناختی. ترجمه: فریبرز مجیدی، چاپ دوم، تهران: سروش.
- همیلتون، ملکم، (۱۳۹۰). جامعه‌شناسی دین. ترجمه محسن ثلاثی، چاپ سوم، تهران: نشر ثالث.
- هانتینگتون، ساموئل، (۱۳۷۸). برخورد تمدن‌ها و بازسازی نظم جهانی. ترجمه محمد علی حمیدرفیعی، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.

- Albrow, M. & King, E., (Eds.), (1990). *Globalization, Knowledge and Society: readings from international sociology*. London: Sage.

- Amanullahi Baharvand, S., (2001). "An Anthropological Study of the Causes of Ethnic Diversity in Iran". *National studies*, 3(9): 13-34.

- Aminizadeh, S. & Boštani, D., (2016). "Convergence and divergence of national, religious and global identities". *Social Development Quarterly*, 10(3): 111-138.

- Berry, J. W.; Kalin, R. & Taylor, D. M., (1976). "Multiculturalism and Ethnic Attitudes in Canada: A Summary of a National Survey". Ministry of State for Science and Technology. Ottawa.

- Cartwright, M., (2018). *World History Encyclopedia: Ancient Greek Society*. Translation: Nathalie. <https://www.worldhistory.org/trans/fa/2-483>

- Castells, M., (2011). *The power of Identity* (Vol. 14). John Wiley & Sons.

- Castells, S. & Davidson, A. (2003). *Citizenship and Migration: Globalization and the Politics of Belonging*. Translation: Taghilu, F. Tehran: Research Institute of Strategic Studies.

- Caves, R. W., (2004). *Encyclopedia of the City*. New York. Routledge.

- Esmaili, N. & Mahmoudian, H., (2017). "Women and migration to Hamedan city, its determinants and consequences". *Two Quarterly Journal of Contemporary Sociological Researches*, 6(10): 61-83.

- Georgiou, M., (2005). "Diasporic media across Europe: multicultural societies and the universalism-particularism continuum". *Journal of ethnic and migration studies*, 31(3): 481-498.

- Ghasemi, M. A., (2007). "Ted Robert Gurr and the new method of

studying ethnic movements”. *Strategic studies Quarterly*. 10(3) 37: 451-479.

- Giddens, A., (2000). *Runaway world: how globalization is reshaping our lives*. Translation: Saidi, A A. & Haji Abdol vahab, Y. Tehran: Science and Literature.

- Giddens, A., (2004). *Abstract of works*. Editor: Castle, Ph. Translation: Chavoshian, H. Tehran: Qoqnoos.

- Giddens, A., (2010). *Sociology*. Translation: Chavoshian, H. 4th edition, Tehran: Ney

- Golmohammadi, A., (2017). *Globalization, culture, identity*. 8th edition, Tehran, Nashr-e Ney.

- Gurr, T. R., (1998). *Why do people riot?* Translation: Morshidizad, A. Tehran: Research Institute of Strategic Studies

- Hall, J. R. & Neitz, M. J., (2012). *Culture from sociological perspectives*. Translation: Majidi, F. second edition. Tehran: Soroush.

- Hamilton, M. B., (2011). *The Sociology of Religion*. Translation: Thalasi, M. Third edition. Tehran: Saless.

- Huntington, S., (1999). “The clash of civilizations and the remaking of world order”. Translation: HamidRarfeii, M. A. Tehran: Cultural Research Burean.

- Jahanbakhsh, M. A., (2014). *Cultural Sociology of Iran*. fourth edition. Tehran: Mabnay Kherad

- Kavousi, I., (2014). *Culture and globalization. Collection of articles, a multidisciplinary approach to globalization*. 139-172 (Chapter 6). Tehran: National Center for Globalization Studies.

- Naghdi, A. & et al., (2015). “Sociological investigation of the degree of ethnic convergence of Hamadan province”. *Social analysis of order and inequality*, 7(1): 131-154.

- Peterson, R. D.; Wunder, D. F. & Mueller, H. L., (1999). *Social problems: Globalization in the twenty-first century*. New Jerecy: Prentice Hall.

- Pourhasan-Darzi, Q., (2009). “Cultural Peculiarities and World Culture”. *The first line of the Islamic Revolution Quarterly*, 3(9): 45-60.

- Putnam, R. D., (2000). *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. New York, Simon and Schuster.
- Rabbani, R. & Ansari, I., (2018). *Sociology of strata and social inequalities*, fifth edition, side
- Rabbani, R. & et al., (2009). "Investigation of social-cultural barriers to development with emphasis on particularism". *Applied sociology*, 20(3), 35: 135-156.
- Rafipour, F., (1999). *Anomie or social disorder*. Tehran: Soroush
- Rafipour, F., (2001). *The Anatomy of Society: An Introduction to Applied Sociology*. Second edition, Tehran: Publication stock company.
- Ritzer, G., (2011). *Contemporary Sociological theory*. Translation: Thalasi, M. 17th edition. Tehran: elmipublications.
- Robertson, R., (1992). *Globalization: social Theory and Global Culture*. London: Sage.
- Rooholamini, M., (1995). *Culturalogy field*. Second edition, Tehran: pnu.
- Sadeghi, R. & Veldund, L., (2016). "Gender and migration: sociological analysis of gender differences in internal migrations in Iran". *Two Quarterly Journal of Contemporary Sociological Researches*, 4(7): 55-78.
- Salehi-Amiri, S. R. & Mohammadi, S., (2013). *Cultural Diplomacy*. second edition, Tehran: Qoqnoos.
- Salehi-Amiri, S. R., (2013). *Cultural concepts and theories*. 6th edition, Tehran: Qoqnoos.
- Sarukhani, B., (1996). *Encyclopaedia of social sciences*. Tehran: Kayhan.
- Sepehrnia, R., (2011). "Investigation of the role of globalization in the formation of cultural particularisms". *Strategic studies of public policy making*, 2(5): 121-144.
- Shoaibi, M., (2016). *Sociological investigation of social solidarity and its related factors among the citizens of Tehran city and presenting the ideal model*. Ibrahim Hajiani, Islamic Azad University Tehran Branch.
- Smith, A., (2004). *Nationalism (theory, ideology, history)*. Translation: Mansour A, Tehran: Institute of National Studies, Iranian Civilization.

- So, A. Y., (2001). *Social change and development*. Translation: Habibi-Mozaheri, M. second edition. Tehran: Research Institute of Strategic Studies.
- Strate, L., (1999). "The varieties of cyberspace: Problems in definition and delimitation". *Western Journal of Communication*, 63(3): 382-412.
- Tomlinson, J., (2002). *Globalization and culture*. Translation: Hakimi, M. Tehran: Cultural Research Bureau.
- Tompkins, D.; Galbraith, D. & Tompkins, P., (2010). "Universalism, Particularism and cultural self-awareness: a comparison of American and Turkish university students". *Journal of International Business and Cultural Studies*, 3(10): 26-46.
- Walker, I. & Smeth, H., (Eds.), (2002). *Relative Deprivation: Specification, Development, and Integration*. Cambridge University Press.
- Zygadło, P., (2018). "Cultural Particularism and Intercultural Communication: The Case of Chinese Face". *IAFOR Journal of Cultural Studies*, 3 (2): 65-77.

McDonaldization and the Health System: A Study of the Impact of the Four Principles of McDonaldization on the Health System

Soltani-Bahram, S.¹

 <https://dx.doi.org/10.22084/CSR.2022.25843.2075>

Received: 2022/02/18; Accepted: 2022/06/15

Type of Article: **Research**

Pp: 173-195

Abstract

McDonaldization is a way in which social actions and ways of organizing are increasingly driven by hyperrationality. And the persistence of hyperrationality provides producers, consumers, and managers with more efficient, computable, predictable, and controlled means to achieve their goals. In this study, the four principles of McDonaldization in relation to changes in the health system are examined. Findings indicate that conscious or unconscious macdonalization of the health care system has affected the health system in different ways and has caused the health care system to revolve around four principles of efficiency, calculability, predictability and inhumane technologies. To take. Efficiency has led to the formation of minute clinics, completion of questionnaires by patients, extended use of medical assistants, robotic surgery and short visit with physicians. Based on the principle of calculability of receiving health care by patients is a function of cost and financial return to the system and issues such as length of stay and patient admission are considered. The principle of predictability has also caused the whole treatment process from the patient to enter the medical centers to leave it, according to a precise and pre-predicted instruction, which has led to more pressure on physicians to treat all patients equally. Based on the principle of control, nonhumane technologies have begun to become more involved in health care. Electronic medical records have controlled interactions between physicians and patients, and the replacement of technology has eliminated customer satisfaction and increased inefficiency.

Keywords: Mcdonaldization, Health System, Efficiency, Calculability, Predictability, Control.

I. Assistant Professor of Sociology, Department of Sociology, Faculty of Literature & Humanities, Urmia University, Urmia, Iran

Citations: Soltani-Bahram, S., (2022). "McDonaldization and the Health System: A Study of the Impact of the Four Principles of McDonaldization on the Health System". *Two Quarterly Journal of Contemporary Sociological Research*, 11(20): 173-195. doi: 10.22084/csr.2022.25843.2075.

Homepage of this Article: https://csr.basu.ac.ir/article_4665.html?lang=en

1. Introduction

Health care systems have faced many changes in various fields during their lifetime, which have affected how they provide services. One of these important developments is the impact of the health system and its various parts on McDonaldization. George Ritzer, the founder of the idea of “McDonalization” says about the explanation of this concept that “McDonalization is the process of increasing dominance of the principles of fast food restaurants over more and more parts of the American society as well as the rest of the world” (Dorsey, Ritzer, 2016). McDonaldism is a concept that refers to the expansion of formal rationality in the realms of life, and Ritzer expresses his theory of social globalization based on McDonald’s expansion. In this research, the McDonaldization of Ritzer has been investigated in relation to the health system. Broadly speaking, Ritzer’s main goal is to review and expand Max Weber’s analysis of modernity, and in particular, Weber’s idea that social action is increasingly rational, or driven toward rationality, to become the most effective and practical tool for Determine the achievement of desired goals (Ritzer, 2004).

From the point of view of health sociologists, McDonaldization threatens the most valuable and defining value of medicine, including individual care and meaningful patient-doctor relationships (Dorsey & Ritzer, 2016). McDonaldization has led to the loss of key aspects of health care. The advent of McDonalization in health care reveals how societal mindsets drive changes that affect not just one group of people, but an entire society. According to the mentioned materials, this research seeks to analyze the conceptual space of McDonaldization and its four principles, its effects and consequences in the field of health and especially surgery.

2. Materials and Methods

Ritzer’s McDonaldization thesis revises and expands Weber’s conceptualization of formal rationality to examine how more aspects of modern life are subject to rational forms of organization and control. Extreme rationality is manifested not only in production-type processes, but also in the cultural imperatives of everyday activities, especially the contemporary importance of consumption. In particular, his thesis examines how the continuum of strict rationality provides producers, consumers, and managers with more efficient, calculable, predictable, and controllable tools to achieve desirable goals in a dynamic world. (Ritzer, 2004: 5). In line with these four dimensions, Ritzer describes his conceptualization of McDonaldization.

“Efficiency” dimension is the ability to use rational processes in relation to choosing the appropriate means to achieve specific goals. The “computability” dimension highlights how quantitative aspects of social activities are emphasized by rational processes at the expense of quality and for direct measurement. The “predictability” dimension describes how rational processes tend to standard processes that often lead to similar results regardless of spatial and temporal boundaries. Rationalization requires an increasing effort to ensure predictability from time and place to time and place. The “control” dimension explains that the way of emphasizing calculability and predictability, as a means of achieving efficiency, requires more formal means of ordering and managing the activities of producers and consumers.

3. Discussion

According to Ritzer’s four dimensions, it is discussed how extreme rationality has dominated healthcare services. In terms of efficiency, health care services are generally organized in such a way that they provide their services in ways that maintain or expand their level of service by reducing the consumption of financial and human resources. Efficiencies in health care can be achieved not only by increasing margins or value for money, but also by providing coverage or access to services for all people. Adaptability and predictability of health care processes as well as results have become the common goal of reforming the health care system. This is achieved through greater transparency of published results and wider access to data for all healthcare services. In ambulatory surgery centers, we see such practice guidelines that separate the actions required by doctors and patients into individual steps and decision points, and each item is expected to fit on the conveyor belt of care. Computability and quantitative measurement have become a central feature of healthcare work, with contemporary payment systems requiring links to categorize patients, types of conditions, treatment processes and expected costs of care. In ambulatory surgery centers, the double opportunity for measurement has been a key feature of efforts to transparently manage professional work. Placing elective surgery in spaces where the potential for unexpected events is greatly reduced allows direct measurement and comparison of surgical times and resource utilization and other aspects of process and performance. In private centers, data about how each surgeon is performing is often displayed on walls and message boards, reflecting the competitive performance expectations and job control that are increasingly common in health services. In the dimension of control, in short, the aforementioned processes of McDonaldization can be

imagined as aspects of the increased level of control in the field of healthcare. This includes clinicians who are expected to meet optimal performance norms, adhere to standardized processes, and be self-measuring, as well as patients who must qualify for service prior to designation.

4. Conclusion

McDonaldization has made health care revolve around efficiency, calculability, predictability, and dehumanized machines that take away the personal aspects of the clinic visit. The McDonaldization of the health care system has affected and continues to affect societies, making it increasingly efficient, calculable, predictable, and controlled by non-human machines. The McDonaldization has eroded the personal and intentionality of medical visits, replacing it with rationalization and a desire to speed up appointments. Clinics are more and more focused on how to get patients through the door quickly rather than making sure they fully diagnose and treat the underlying medical condition (Collayer, 2015). Doctors no longer take the time to get to know and interact personally with their patients. Aspects of society have led doctors to follow a specific guideline that is provided online to ensure that all patients receive equal attention rather than as much attention as and when their medical conditions may require. McDonaldization is steadily making its way into more aspects of healthcare. As citizens, we must speak up to fight for the health care we deserve.

George Ritzer's idea of McDonaldization offers a powerful and persuasive conceptual approach to interpreting contemporary social change. At the same time, it has been criticized for repeating established theories, oversimplifying the complexity of contemporary life, and not fully addressing the limitations and resistance to rationality. Ritzer's McDonaldization thesis clearly continues to shape and reshape health care services by providing an analysis of contemporary health care reform, particularly the new term of radical rationality. All this can be summed up in two lines.

First; Vertical growth emphasizes hierarchical structures and control through the rationalization of management interests in relation to resource allocation, service planning, and quality control. It can also be considered in terms of horizontal control structures in the standardization and reconfiguration of health care practices through formulaic and evidence-based care processes (Ritzer and Walczak 1988; Harrison 2002).

Acknowledgments

The author expresses his gratitude to all those who helped in this research.

مک‌دونالیزه شدن و نظام سلامت: مطالعه تأثیر اصول چهارگانه مک‌دونالیزه شدن بر نظام سلامت

سعید سلطانی بهرام^۱

شناسه دیجیتال (DOI): <https://dx.doi.org/10.22084/CSR.2022.25843.2075>

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱۱/۲۹، تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۳/۲۵

نوع مقاله: پژوهشی

صص: ۱۶۵-۱۷۳

چکیده

مک‌دونالیزه شدن فرآیندی است که در آن کنش‌های اجتماعی و شیوه‌های سازماندهی به طور فزاینده‌ای توسط عقلانیت شدید هدایت می‌شود؛ و تدوام عقلانیت شدید به تولید کنندگان، مصرف‌کنندگان و مدیران، ابزارهای کارآمدتر، قابل محاسبه، قابل پیش‌بینی و کنترل شده ارائه می‌کند تا به اهداف موردنظر دست پیدا کنند. در این پژوهش، اصول چهارگانه مک‌دونالیزه شدن در ارتباط با تغییرات نظام سلامت مورد بررسی قرار گرفته است. یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که، مک‌دونالیزه شدن آگاهانه یا غیرآگاهانه سیستم مراقبت‌های بهداشتی را به طرق مختلف تحت تأثیر قرار داده و باعث شده است که مراقبت‌های بهداشتی نظام سلامت حول چهار محور کارایی، محاسبه‌پذیری، قابل پیش‌بینی بودن و فناوری‌های غیرانسانی شکل بگیرد. عامل کارایی منجر به شکل‌گیری کلینیک‌های دقیق، تکمیل پرسش‌نامه‌ها توسط بیماران، استفاده گسترده‌تر از دستیاران پزشکی، جراحی رباتیک و ملاقات کوتاه با پزشکان شده است. براساس اصل محاسبه‌پذیری دریافت مراقبت‌های بهداشتی توسط بیماران تابعی از هزینه و بازگشت مالی به سیستم شده و مواردی نظیر مدت اقامت و میزان پذیرش بیمار مورد توجه قرار می‌گیرد. اصل پیش‌بینی‌پذیری هم سبب شده است تمامی فرآیند درمان از ورود بیمار به مراکز درمانی تا خروج از آن، براساس یک دستورالعمل دقیق و از قبل پیش‌بینی شده انجام بگیرد که این امر منجر به فشار بیشتر بر پزشکان شده تا همه بیماران را یکسان درمان کنند. براساس اصل کنترل، فناوری‌های غیرانسانی شروع به مشارکت بیشتر در مراقبت‌های بهداشتی کرده‌اند. سوابق پزشکی الکترونیکی، تعاملات بین پزشک و بیماران را کنترل کرده و جایگزینی فناوری رضایت مشتری را از بین برده و به ناکارآمدی بیشتر دامن زده است.

کلیدواژگان: مک‌دونالیزه شدن، نظام سلامت، کارایی، محاسبه‌پذیری، پیش‌بینی‌پذیری، کنترل.

۱. استادیار گروه جامعه‌شناسی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه ارومیه، ارومیه، ایران.

Email: s.soltani@urmia.ac.ir

ارجاع به مقاله: سلطانی بهرام، سعید، (۱۴۰۱). «مک‌دونالیزه شدن و نظام سلامت: مطالعه تأثیر اصول چهارگانه مک‌دونالیزه شدن بر نظام سلامت». پژوهش‌های جامعه‌شناسی معاصر، ۱۱(۲): ۱۶۵-۱۷۳. doi: 10.22084/csr.2022.25843.2075

صفحه اصلی مقاله در سامانه نشریه: https://csr.basu.ac.ir/article_4665.html

۱. مقدمه

نظام‌های ارائه‌دهنده مراقبت‌های سلامت، در طول حیات خود در زمینه‌های مختلف با تغییرات بسیاری مواجه بوده‌اند که بر چگونگی ارائه خدمات آن‌ها تأثیرگذار بوده است. یکی از این تحولات مهم، تأثیرپذیری نظام سلامت و بخش‌های مختلف آن از قضیه مک‌دونالدیزه شدن است. «جورج ریتزر»^۱ بنیان‌گذار ایده «مک‌دونالدیزه شدن»^۲ درباره توضیح این مفهوم بیان می‌کند که «مک‌دونالدیزه شدن فرآیند سیطره‌فزاینده اصول رستوران‌های فست‌فود بر بخش‌های هرچه بیشتر از جامعه آمریکا و هم‌چنین بقیه جهان است» (Dorsey & Ritzer, 2016). مک‌دونالدیسم مفهومی است که به گسترش عقلانیت صوری در قلمروهای زندگی اشاره می‌کند و ریتزر در کتاب مشهور خود مک‌دونالدی شدن جهان (۱۹۹۳) نظریه جهانی شدن اجتماعی خود را بر پایه گسترش مک‌دونالد بیان می‌کند. در این پژوهش، قضیه مک‌دونالدیزه شدن ریتزر در ارتباط با نظام سلامت مورد بررسی قرار گرفته است؛ به عبارت کلی، هدف اصلی ریتزر، بازبینی و بسط تحلیل «ماکس وبر» در مورد نوگرایی است و به‌ویژه این ایده وبر که، کنش اجتماعی به‌طور فزاینده‌ای عقلانی هست یا به سمت عقلانیت سوق داده می‌شود تا مؤثرترین و کاربردی‌ترین ابزار را برای دستیابی به اهداف مطلوب مشخص کند (ریتزر، ۱۳۹۹). می‌توان گفت که مک‌دونالدیزه شدن مفهوم‌سازی مجدد از عقلانیت و مدیریت علمی است و این ظرفیت را دارد که نهادهای اجتماعی را در همه نقاط دنیا غیرانسانی کند (Ritzer, 2004). از نظر وبر، عقلانیت ابزاری، به بهترین وجه در رشد بوروکراسی که به نهادینه شدن نقش‌ها، قوانین و مقررات دستیابی به شکل مؤثر و کاربردی کنش اجتماعی انجامید، دیده می‌شود. در بازبینی این ایده وبر، ریتزر استدلال مخالفی در رابطه با نظریه‌های اجتماعی اخیر ارائه می‌کند که توصیف‌کننده دوره اخیر یا پسامردن با تنوعی از کنش‌ها هست که جنبه‌های پسابوروکراتیک سازمان‌های اجتماعی را شامل می‌شوند. هدف ریتزر از طرح قضیه مک‌دونالدیزه شدن، نشان دادن ارتباط مفاهیم عقلانیت و بوروکراسی وبر با جامعه معاصر هست تا چگونگی تکامل آن‌ها برای بازتاب تغییرات اجتماعی، به‌ویژه فردگرایی، مصرف‌گرایی و جهانی شدن را نشان دهد (Collyer, 2015). به‌طور خاص، تمرکز اصلی ریتزر بر سازمان اجتماعی مرتبط با زنجیره‌های فست‌فود است؛ مثل مک‌دونالدها که نمونه مشخص عقلانیت شدید^۳ زندگی روزمره هستند.

بررسی ایده ریتزر با اشاره به اصلاحات نظام بهداشت و درمان در کشورهای دارای دموکراسی‌های صنعتی پیشرفته آغاز می‌شود. در طول سه دهه گذشته، نظام‌های بهداشت و درمان در سراسر جهان به‌طور نظام‌مند مورد نوسازی و پیکربندی مجدد

قرار گرفته اند تا اطمینان حاصل شود که استفاده مؤثری از منابع محدود انجام می‌گیرد و گسترش دسترسی همگانی و بهبود استانداردها و کیفیت مراقبت‌های بهداشتی میسر گردد؛ به‌هرحال، ایده ریتزر به توصیف مک‌دونالیزه شدن نظام بهداشت و درمان می‌پردازد. بسیاری از مطالعات امروزی اغلب با تکیه بر ریتزر انجام شده است و به‌ندرت کشف کرده‌اند که چگونه عقلانیت مراقبت‌های بهداشتی، به‌طور فعالانه‌ای، اقدامات متخصصان نظام بهداشت و درمان و بیماران را بازسازی می‌کند. هم‌چنین، ظهور مفاهیمی نظیر «مک‌دکتر» و «مک‌بیمار» مورد بررسی قرار گرفته‌اند؛ اما، این تغییرات اغلب با تضاد و مقاومت همراه هستند که معمولاً در تعامل پزشکان و بیماران آشکار می‌شود.

از منظر جامعه‌شناسان سلامت، مک‌دونالیزه شدن ارزشمندترین و تعیین‌کننده‌ترین ارزش پزشکی، ازجمله مراقبت از فرد و روابط معنادار بیمار و پزشک را تهدید می‌کند (Dorsey & Ritzer, 2016). مک‌دونالیزه شدن باعث شده است جنبه‌های کلیدی مراقبت‌های بهداشتی از بین برود. با درک مک‌دونالیزه شدن و مسائل اجتماعی پشت مراقبت‌های بهداشتی، می‌توان تغییراتی را که نظام سلامت از زمان شکل‌گیری تاکنون و هم‌چنین طی چندین مرحله به خود دیده است، را مورد واکاوی قرار داد. از طرف دیگر، مک‌دونالیزه شدن بسیار جذاب و مسحورکننده به نظر می‌رسد؛ زیرا جنبه‌های بزرگی را در زندگی ما تحت تأثیر قرار داده و با قدرت به راه خود ادامه خواهد داد. ورود مک‌دونالیزه شدن در مراقبت‌های بهداشتی این نکته را آشکار می‌کند که چگونه طرز فکر جامعه باعث تغییراتی می‌شود که نه تنها بر یک گروه از مردم، بلکه بر کل یک جامعه تأثیر می‌گذارد.

برای ترسیم این دیدگاه، تغییرات مداوم در ساختار اجتماعی جراحی موردتوجه و بررسی قرار می‌گیرد، به‌خصوص تغییر به‌سوی مراکز جراحی اختصاصی برای توسعه روش‌های حجم بالا و کم‌خطر موردتوجه است. همه این موارد مک‌دونالیزه شدن جراحی را نشان می‌دهد و بینش جدیدی درباره چالش‌های عقلانیت مراقبت‌های بهداشتی ارائه می‌کند (Collyer, 2015). با توجه به مطالب مطرح شده، این پژوهش در پی آن است که با تشریح فضای مفهومی مک‌دونالیزه شدن و اصول چهارگانه آن، تأثیرها و پیامدهای آن را در حوزه سلامت و به‌ویژه جراحی مورد بررسی قرار دهد.

۲. ادبیات و مبانی نظری

۲-۱. قضیه مک‌دونالیزه شدن و ابعاد آن

درواقع، قضیه مک‌دونالیزه شدن ریتزر صرفاً درباره زنجیره فست‌فود مک‌دونالد نیست؛

بلکه از این شرکت نمادین جهانی، به عنوان نمونه‌ای از روند گسترده سازماندهی مجدد زندگی روزمره استفاده می‌کند تا نشان دهد که اصول رستوران فست فود بیش از پیش بر زندگی آمریکایی و هم‌چنین مردم سایر نقاط جهان تسلط پیدا کرده است. از نظر ریتزر، مک‌دونالدیزه شدن روشی است که در آن کنش‌های اجتماعی و شیوه‌های سازماندهی به طور فزاینده‌ای توسط عقلانیت شدید هدایت می‌شود و با دیگر روندهای جهانی شدن و تجاری برای نشان دادن یک منطق قدرتمند نهادی پیوند یافته است (Ritzer, 2004: 2). پیش از واکاوی قضیه مک‌دونالدیزه شدن، به بررسی ارتباط آن با آراء و اندیشه‌های ماکس وبر پرداخته می‌شود.

قضیه مک‌دونالدیزه شدن ریتزر، بازبینی و بسط مفهوم‌سازی وبر از عقلانیت صوری است تا این‌که بررسی کند که چگونه جنبه‌های بیشتری از زندگی مدرن، تابع اشکال عقلانی سازمان و کنترل است. عقلانیت شدید نه تنها در فرآیندهای نوع تولید آشکار می‌شود؛ بلکه هم‌چنین در الزامات فرهنگی فعالیت‌های روزمره، به‌ویژه اهمیت امروزی‌ن‌مصرف نیز ظاهر می‌شود. در واقع، عقلانیت شدید، ریشه در تغییرات اجتماعی، اقتصادی و سیاسی بنیادین دارد که از اواخر قرن بیستم میلادی مشهود است و شامل مواردی نظیر ظهور نئولیبرالیسم، جهانی شدن سرمایه‌داری غربی، تجاری‌سازی زندگی روزمره و شخصی‌سازی روابط اجتماعی می‌شود؛ با این حال، آثار ریتزر در نقطه مقابل بسیاری از نظریه‌پردازانی هست که سعی دارند تغییرات گسترده اجتماعی را به عنوان ظهور عصر پسا صنعتی، پسا فوردیست یا عصر بوروکراتیک توصیف و تبیین کنند. ریتزر همه امکانات عقلانیت بوروکراتیک مدرنیته فردی شده و مصرف‌کننده-محور را به خدمت می‌گیرد، به جای این‌که آن را با درک فرهنگ‌های شخصی‌تر و پست مدرن جایگزین کند؛ به خصوص، رساله او به بررسی این موضوع می‌پردازد که چگونه تداوم عقلانیت شدید به تولیدکنندگان، مصرف‌کنندگان و مدیران، ابزارهای کارآمدتر، قابل محاسبه، قابل پیش‌بینی و کنترل شده ارائه می‌کند تا به اهداف مطلوب در جهانی پویا دست پیدا کنند (Ritzer, 2004: 5). در راستای همین ابعاد چهارگانه، ریتزر مفهوم‌سازی خود از مک‌دونالدیزه شدن را تشریح می‌کند.

- بُعد «کارایی»^۲ به خدمت گرفتن توانایی فرآیندهای عقلانی در رابطه با انتخاب ابزار مناسب برای دستیابی به اهداف مشخص است. به طور معمول، کارایی بر حسب کمترین استفاده بی‌رویه از منابع موجود برای رسیدن به یک هدف مطلوب مانند پول، سرمایه انسانی، مواد یا زمان بیان می‌شود. در فست فود، این در شیوه تهیه وعده‌های غذایی با کوچک‌ترین تعداد ممکن فعالیت‌های ساده قابل مشاهده است و هم‌چنین در نحوه ارائه و مصرف آن با کمترین اتلاف یا تکرار، مثل کمبود کارد و چنگال یا ظروفی که

نیاز به تمیز کردن داشته باشد. در رستوران‌های فست‌فود، ارائه غذا از پنجره اتومبیل^۸، مثال خوب تشدید کارایی در دستیابی به غذاست (Dorsey & Ritzer, 2016). کارایی به‌طور معمول از طریق استفاده از فرآیندهای صریح و شفاف کار که به‌عنوان رویه‌های مرسوم برای کاهش زباله و به حداکثر رساندن نتایج هست حاصل می‌شود. تأکید بر چنین کارایی در بسیاری از سازمان‌های کاری سنتی به‌عنوان یک امر عادی شناخته می‌شود، اما اکنون به فعالیت‌های اجتماعی دیگر نیز گسترش یافته است.

- بُعد «محاسبه‌پذیری»^۹، این موضوع را برجسته می‌کند که چگونه جنبه‌های کمی فعالیت‌های اجتماعی توسط فرآیندهای عقلانی به قیمت از دست دادن کیفیت و برای اندازه‌گیری مستقیم مورد تأکید قرار می‌گیرند. از یک طرف، این امر باعث رشد این باور که؛ از نظر اندازه یا مقیاس «بزرگ‌تر بهتر است»^{۱۰} شده، و از طرف دیگر، اقدامات اجتماعی را بر روی فعالیت‌هایی که می‌توانند کمی شوند متمرکز می‌کند، یعنی آن‌چه که قابل اندازه‌گیری است و قابل مدیریت است. پیامد محاسبه‌پذیری این است که جنبه‌های کیفی و نامشهود فعالیت‌های اجتماعی بی‌ارزش می‌شوند و از نظر کارکنان باعث نارضایتی و از خودبیگانگی و بالا رفتن میزان گردش کار می‌شود (ریتزر، ۱۳۹۹: ۷۷۹)؛ مثال‌هایی برای تأکید بر جنبه‌های کمی غذاها عبارتند از: حجم یک وعده غذا؛ تولیدات فروخته شده؛ خدمات ارائه شده (زمانی که طول می‌کشد غذا آماده شود)، در نظام‌های مکدونالیدی شده، کمیت با کیفیت یکسان شده است: «زیاد بودن چیزی و یا تحویل چیزی، این معنا را می‌دهد که آن چیز خوب است».

بُعد «پیش‌بینی‌پذیری»^{۱۱} به توصیف نحوه گرایش فرآیندهای عقلانی به فرآیندهای استاندارد می‌پردازد که اغلب به نتایج مشابهی صرف‌نظر از مرزهای مکانی و زمانی منجر می‌شود. عقلایی کردن مستلزم تلاش فزاینده‌ای است تا پیش‌بینی‌پذیری از زمانی و مکانی به زمان و مکان دیگر را تضمین کند. در یک جامعه عقلانی، مردم می‌خواهند بدانند که در تمام مکان‌ها و زمان‌ها چه انتظاری باید داشته باشند. مردم نه رویدادهای غیرمنتظره را می‌خواهند و نه منتظر آن‌ها هستند. می‌خواهند مطمئن شوند، «بیگ‌مکی» که امروز سفارش می‌دهند، با بیگ‌مکی که دیروز خورده‌اند یا فردا خواهند خورد، هیچ تفاوتی ندارد. کارگران هم در نظام مکدونالیدی به شیوه قابل پیش‌بینی رفتار می‌کنند. آن‌ها همان رفتاری را دارند که مدیران دیکته می‌کنند. در مک‌دونالد، طراحی رستوران‌ها، منوها، لباس کارکنان، روش سفارش و تولید غذا بدون توجه به شهر یا کشور، اغلب مشابه است. پیش‌بینی‌پذیری معمولاً از طریق ساماندهی مجدد فرآیندهای اجتماعی حاصل می‌شود، به نحوی که این فرآیندها به صورت معمول، ثابت، منظم، به‌ویژه با استفاده از قوانین استاندارد، روش‌های عملیاتی و الزامات

پیامدی انجام پذیرد؛ اگرچه استانداردسازی از محاسبه‌گری و کارایی پشتیبانی می‌کند، لزوماً با کیفیت یکسان پنداشته می‌شود (Collyer, 2015). درواقع، چالشی که ریتزر برای سازمان‌ها پیشنهاد می‌کند، این است که چگونه کیفیت را عقلانی و از آن محافظت کنیم؛ زیرا کیفیت فدای استانداردسازی قابل اندازه‌گیری می‌شود. به همین ترتیب، استانداردسازی اختیار فردی را محدود می‌کند و به شکل‌گیری پرسش‌هایی در مقابل این ایده که مصرف‌کنندگان با توجه به وسعت استانداردسازی واقعاً حق انتخاب دارند، منجر می‌شود.

- بُعد «کنترل» به تشریح این موضوع می‌پردازد که، نحوه تأکید بر محاسبه‌گری و پیش‌بینی پذیری، به عنوان ابزاری برای دستیابی به کارایی، نیاز به ابزارهای رسمی‌تر سفارش و اداره فعالیت‌های تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان دارد. علاوه بر این، در رستوران مک دونالد، مشتریان از طریق صف سازماندهی می‌شوند، منوها و صندلی‌های ناراحتی که رفتارهای مطلوب خاصی را تشویق می‌کنند؛ به طور مشابه، کارگران موظفند از پروتکل‌های تجویزی و قوانین استاندارد برای تهیه، پخت و پز و سرو غذا پیروی کنند. به طور فزاینده‌ای، این کنترل در فناوری‌های غیرانسانی، مانند استفاده از سیستم‌های نظارتی، هشدارها یا فرآیندهای خودکار که اختیار شخصی را بیشتر محدود می‌کنند پیش‌بینی شده است؛ به همین ترتیب، ریتزر مک‌دونالیزه شدن را به عنوان خرده نظام‌های کنترل تصور می‌کند، که فقط قفس آهنین را معرفی نمی‌کند؛ بلکه مجموعه‌ای از قفس‌های آهنین در مقیاس کوچک‌تر هستند که هر نوع انتخابی در آن منجر به شکل دیگری از کنترل می‌شود.

نظریه ریتزر مانند وبر آشکارا نسبت به مخاطرات و نامعقولی عقلانیت^{۱۲} توجه دارد. همان‌طور که اشاره شد، وی سازوکارهای پیچیده و رسمی کنترل اجتماعی را توصیف می‌کند که خلاقیت فردی را محدود می‌کنند. به‌ویژه، او خطرات جدید ایجاد شده توسط عقلانیت، را برجسته می‌کند، بالأخص تهدید فرهنگ‌های محلی، اثر انسان‌زدایی برای کارگران و مصرف‌کنندگان، از دست دادن مهارت‌های سنتی یا توانایی‌ها، و تأثیر بالقوه بر محیط زیست و سایر منابع کمیاب را مورد توجه قرار می‌دهد؛ به عنوان مثال، «مک‌جایز»^{۱۳} تمایل دارد که تخصص و مهارت خود را فدای پروتکل‌های تجویزی کند، همین‌طور پیگیری برای غذای استاندارد، مخاطرات زیست‌محیطی جدید ناشی از کشاورزی انبوه ایجاد می‌کند (Dustin, 2007).

بنابراین، مک‌دونالیزه شدن ارتباط مستمر عقلانیت بوروکراتیک در عصر فراصنعتی، جهانی و مصرف‌گرایی را برجسته می‌کند. عناصر توصیف‌کننده ساختار زندگی اجتماعی در فعالیت‌های جدید و قراردادی ظهور می‌کند، و احتمال موفقیت آتی و بهره‌برداری

آن‌ها مقدمه‌ای بر وجود مک‌دونالدیزه شدن خواهد بود؛ از این جهت در حال از دست دادن کیفیتی هست که آن را خاص کرده است. این ایده‌ها هم با استقبال علمی و هم مورد استقبال مخاطبان عمومی قرار گرفته‌اند، چون که پدیده مک‌دونالد با قدرت از یک تغییر اجتماعی گسترده صحبت می‌کند (Ritzer, 2013). بر این اساس، این ایده‌ها در بسیاری از جنبه‌های زندگی اجتماعی به کار رفته است که در آن‌ها اصول فست‌فود به تغییر ساختارهایی نظیر: ناهارخوری خوب، هنر و فرهنگ، ورزش و اوقات فراغت، خانواده، کار پلیسی، آموزش عالی و مددکاری اجتماعی انجامیده است.

از طرف دیگر، نوشته‌های ریتزر بحث و انتقادات قابل توجهی را به خود جلب کرده است؛ نخست، بسیاری از نویسندگان به این نکته اشاره می‌کنند که تز مک‌دونالدیزه شدن ریتزر تا حد زیادی کار و بر درمورد عقلانیت و بوروکراسی را بیان می‌کند؛ گرچه برخی شایستگی او را درمورد عقلانیت شدید (ترکیب عقلانیت) مورد توجه قرار می‌دهند، معمولاً اشاره می‌کنند که چهار بعد او از تازگی و پیشرفت نظری کمی برخوردار است. به علاوه، زمانی که کار او انتقادات بیشتری را به دنبال دارد، به نقدهای ثابت دیگر از بوروکراسی صنعتی یا اشکال مدرن حکمرانی می‌پردازد. دوم، ایده‌های ریتزر به دلیل محبوبیت خود مورد انتقاد قرار می‌گیرند، به‌ویژه استفاده از مراجع اجتماعی نمادین یا آشنا برای این‌که گزاره‌های جامعه‌شناسی پیچیده را تبیین کنند؛ همان طوری که «واینستاین»^{۱۴} (۱۹۹۹) اشاره می‌کند در اینجا با استفاده از مک‌دونالدها ضمن ترسیم یک پدیده گسترده‌تر، مفهوم‌سازی دقیق فرآیندهای پیچیده اجتماعی با یک جامعه‌شناسی مک‌دونالدیزه شده خوشایندتر و مسلم جایگزین می‌گردد. سوم، کار او اغلب اهمیت و تأثیرگذاری فرهنگ‌های محلی، به‌ویژه ظرفیت افراد و جوامع برای مقاومت فعال در برابر مک‌دونالدیزه شدن در برخی شرایط را کم اهمیت نشان دهد. همان‌طور که «اسمارت»^{۱۵} مطرح می‌کند؛ هیچ‌وقت مشخص نیست که در برابر چه چیزی مقاومت می‌شود؛ به‌مثال مقاومت در برابر عقلانیت یا از دست دادن تجارت محلی برای بازیگران جهانی. سرانجام، برخی مفهوم عدم عقلانیت ریتزر را برای برجسته کردن دامنه بیشتر پیامدهای منفی مک‌دونالدیزه شدن بسط داده‌اند. همان‌طور که ذکر شد، این موارد اغلب در تأثیر منفی بر کارگران در مواجهه با کنترل مدیریت پیشرفته و مهارت زدایی قابل بررسی است. تحقیقات هم‌چنین پارادوکس انتخاب را که اغلب در قلب مک‌دونالدیزه شدن هست را تشریح می‌کند، به‌ویژه زمانی که، ظاهراً به مصرف‌کنندگان فرصت‌های فراوان پیشنهاد می‌شود، اما این‌ها ذاتاً براساس اصول پیش‌بینی‌پذیری و محاسبه‌پذیری ساختار یافته‌اند. معضل اصلی مربوط به مسائل کیفیت و نابرابری است؛ همان‌طور که پیش‌تر اشاره شد، اتکا به استانداردهای قابل

اندازه‌گیری و استانداردسازی ممکن است موجب غفلت از جنبه‌های ذهنی و نامشهود زندگی اجتماعی شود؛ که در بسیاری از موارد اساس تجربه زیبایی، سلیقه شخصی و کیفیت ذهنی هستند. همین‌طور، استانداردسازی می‌تواند منجر به کاهش کیفیت در پیگیری کمیت و کارایی شود. به نوبه خود، این می‌تواند فرصت‌های جدیدی برای نابرابری ایجاد کند زمانی‌که افراد فقیر یا حاشیه‌نشین تمایل دارند که به خدمات مک‌دونالدیزه اعتماد کنند و افراد برخوردار می‌توانند به خدمات سفارشی و با کیفیت بالا دسترسی پیدا کنند. برای خدمات عمومی و مراقبت‌های بهداشتی، عقلانیت امکان ارائه خدمات «دولایه»^{۱۶} را ایجاد می‌کند (Collyer, 2015).

می‌توان بیان کرد که رساله ریتزر ایده متمایز و بدیعی را ارائه می‌دهد. مک‌دونالدیزه شدن، به طور خاص، گسترش عقلانیت صوری فراتر از قلمرو تولید را به مصرف در یک زمینه جهانی به خدمت می‌گیرد؛ که نفوذ فرهنگی و نمادین قدرتمندی و هم‌چنین ظرفیت سفارش مواد و منابع دارد. بیش از این، ثبت زندگی روزمره به صورت شخصی و خودنوشت برای پیگیری کارایی، پیش‌بینی پذیری و کنترل به عنوان ابزاری برای مقابله با عدم اطمینان از مدرنیته متأخر و حفظ احساس امنیت هستی‌شناختی بود (گیدنز ۱۹۹۱). به علاوه، مک‌دونالدیزه شدن ترکیب عقلانیت شدید با مصرف‌گرایی شدید است، و در مقیاس جهانی، کار ریتزر را از کار وبر متمایز می‌کند.

۳. یافته‌های تحقیق

۳-۱. عقلانیت، مصرف‌گرایی و مک‌دونالدیزه شدن نظام سلامت

نظام سلامت نیز از تأثیر مک‌دونالدیزه شدن مصون نمانده است. از جنبه‌های مختلف، پرداختن به این نکته مهم است که چگونه بیمارستان مدرن، دیدگاه وبر در مورد بوروکراسی، با سلسله‌مراتب اداری، فوق‌تخصص‌های بالینی و طراحی فیزیکی و ساختارهای کنترل را به تصویر می‌کشد. علاوه بر این، ریتزر (۱۹۹۶) بوروکراسی و حرفه‌ای‌گرایی منشعب از فرآیندهای عقلانیت صوری را پیشنهاد می‌دهد؛ اگرچه او، مانند بسیاری دیگر، تشخیص دهد که حرفه‌هایی مانند پزشکی اغلب قادر به جلوگیری از محدودیت‌های بوروکراسی از طریق تأمین سطح نسبتاً بالایی از استقلال داخلی هستند (ریتزر، ۱۳۸۴). در چنین مواردی، ممکن است مراقبت‌های بهداشتی به عنوان بوروکراسی حرفه‌ای تلقی گردد.

اصلاحات معاصر در نظام سلامت، تأکید بر حذف استقلال حرفه‌ای و بوروکراتیزه کردن آن دارد. از اواخر دهه ۱۹۶۰م. سیاست‌گذاران به طور فزاینده‌ای، عدم پاسخ‌گویی سیاسی در مراقبت‌های بهداشتی و هم‌چنین قدرت بیش از حد متخصصین برای

تخصیص منابع را مورد مواخذه قرار داده‌اند. به‌ویژه، در ایالات متحده، این امر با پرداخت‌های پزشکی از بودجه عمومی و معرفی گروه‌های مرتبط با تشخیص که در آن‌ها به‌نظر می‌رسد منافع انحصاری پزشکان در تعارض با مدیران یا بیماران باشد، مشهود است. در انگلستان، سیاست‌گذاران از اوایل دهه ۱۹۷۰ م. قدرت استبدادی پزشکان و نیاز به کنترل بوروکراتیک بیشتر در برنامه‌ریزی خدمات و زایمان را زیر سؤال برده‌اند. از آن زمان، صعود نئولیبرالیسم در اقتصادهای غربی و تأثیر آن بر مدیریت عمومی جدید به تغییرات چشمگیری در سازمان اجتماعی نظام بهداشت و درمان منجر شده است. در ایالات متحده، به‌عنوان مثال، «استار»^{۱۷} (۱۹۸۲) توصیف کرد که چگونه شکست در کنترل هزینه‌های مراقبت‌های بهداشتی منجر به اشکال جدید عقلانیت براساس بازار و ساختارهای سازمانی گردید. این امر پزشکان را به‌طور فزاینده‌ای به‌عنوان کارمندان حقوق بگیر مشغول کار تصور می‌کند، و به ادغام ارائه‌دهندگان خدمات بهداشتی در شرکت‌های بزرگ‌تر و تمرکز مالکیت در شرکت‌های سازمانی یا صندوق‌های بیمه‌ای می‌انجامد. این، برای برخی از مفسران، پایان «عصر طلایی»^{۱۸} حرفه‌ای‌گرایی پزشکی را آشکار کرد و نیز پزشکانی که فرم‌های پیشرفته سازمانی و کنترل بوروکراتیک را به‌شکل «پزشکی خط تولید»^{۱۹} تجربه می‌کنند.

ریتزر در کارهای قبلی خود به جستجوی استفاده فزاینده پروتکل‌ها و رویه‌های عملیاتی مانند دستورالعمل‌های بالینی، چالش تخصص احتیاطی متخصصان مانند پزشکان پرداخته است و فراخوانی اشکال جدیدی از کنترل سازمانی عقلانی و استاندارد را بررسی کرد. بعداً، ریتزر عقلانی‌سازی مراقبت‌های زایمان و خدمات تشخیصی را توصیف کرد که مسیرهای بیمار به روش‌هایی بازطراحی شود که تعداد ویزیت‌ها، رویه‌ها و تعاملات را کاهش دهد؛ زیرا بیماران انتظار دارند خدمات بهداشتی و درمانی بیشتر به فروشگاه‌های فست‌فود شباهت دارد، که ویزیت‌های چندمنظوره^{۲۰} را پیشنهاد می‌دهد که شامل کار آزمایشگاهی، داروهای موردنیاز و مشاوره با پزشکان است. پژوهش‌هایی در نیوزیلند تحولات مشابهی را نشان داد که خدمات پزشکی به‌عنوان مراکز خرید چندمنظوره^{۲۱} ارائه می‌شود، و مراقبت در «مراکز خدمات چرخش سریع»^{۲۲} ارائه می‌شود. این ایده چندمنظوره بیشتر در مطالعات جراحی روز نشان داده می‌شود، که تجربه بیمار حول فرآیند کوتاه یک خط تولید و تعامل بالینی ساختارمند، سازمان یافته است. «گرموف»^{۲۳} (۲۰۰۵) نیز عقلانیت شدید مراقبت‌های بهداشتی در استرالیا را در بستر اصلاحات مدیریتی غیرقابل دسترس توصیف می‌کند. به‌همین ترتیب، «هریسون»^{۲۴} (۲۰۰۲) رشد پزشکی مبتنی بر شواهد را گسترش روش‌های مدیریتی جدید و اولویت بالا (اما اغلب توهمی) در انتخاب بیمار به‌عنوان نتیجه پزشکی بوروکراتیک

علمی تفسیر می‌کند، یعنی کارهای پزشکی به‌طور فزاینده‌ای مطابق با اصول بوروکراسی مک‌دونالدیزه سازماندهی و اداره می‌شود تا نیازهای درحال تغییر بیماران و سیاست‌گذاران را منعکس کند. با توجه به ابعاد چهارگانه ریتزر، به این موضوع پرداخته می‌شود که چگونه عقلانیت شدید خدمات بهداشتی درمانی را تحت سلطه خود درآورده است.

۳-۲. کارایی

نظام خدمات بهداشتی درمانی عموماً به‌نحوی سازمان یافته‌اند که خدمات خود را به روش‌هایی ارائه می‌دهند که سطح خدمات خود را از طریق کاهش مصرف منابع مالی و منابع انسانی حفظ کنند یا گسترش دهند. ایجاد کارایی در مراقبت‌های بهداشتی نه تنها با افزایش حاشیه یا ارزش پول، بلکه با پوشش یا دسترسی به خدمات برای همه مردم امکان‌پذیر است. در سطح سیاست، کارایی در مرکز انگیزه‌های تغییر در ساختارهای بودجه (بیشتر پرداخت‌ها به جای جمعیت مبتنی بر نتایج است) است. فن‌آوری‌ها (با کاهش تلاش و تحرک) و سیستم‌های کاری (با به حداکثر رساندن استفاده از منابع)، با کیفیت خود از کارایی پشتیبانی می‌کنند؛ به‌عنوان مثال، این امر از طریق کاهش تکرار رویه‌های ناموفق تحقق می‌یابد. جابه‌جایی اشتغال، مشاغل، نقش‌های کاری و مهارت آمیخته به دور از هنجارهای حرفه‌ای یک هدف خاص بوده است که به دنبال بهره‌وری بیشتر در سرمایه انسانی است (McGivern & Fisher, 2010).

نمونه‌هایی از فعالیت‌های معاصر نشان می‌دهد که چگونه کارایی بر جهت‌گیری اعمال روزانه در سازمان‌های مراقبت‌های بهداشتی تأثیر می‌گذارد. گسترش اخیر روش‌های «مدیریت ناب»^{۲۵} در بین ارائه‌دهندگان مراقبت‌های بهداشتی گواه بر آن سیاست‌گذاری است که تمایل به کاهش هر نوع «زباله»^{۲۶} دارند. در برخی کشورها، برنامه‌های ملی مدیریت ناب، ابزارها و زبان کاهش زباله را به‌عنوان امری عادی در بخش‌های بیمارستان و سایر فضاها خدماتی بدل کرده است (Waring & Bishop, 2010; Radnor et al., 2012). در مراکز جراحی سرپایی (هم‌چنین معروف به مراکز جراحی و درمان روزانه)، ما «پزشکی خط تولید» را مشاهده می‌کنیم که تا مراقبت‌های جراحی گسترش یافته است. تنها روال درمانی با خطر کم موارد امکان شکل‌گیری خدماتی را فراهم می‌کند که حداقل در نمای ظاهری بسیار شبیه مدل‌های تولید خدمات مدرن در سایر بخش‌ها باشد. شواهد و مدارک از دستاوردهای واقعی کارایی خلط شده است؛ به‌هرحال، جدا کردن موارد ساده ممکن است کارایی را در سایر قسمت‌های سیستم با تمام پیچیدگی و پیش‌بینی ناپذیری کاهش دهد.

۳-۳. پیش‌بینی‌پذیری

سازگاری و پیش‌بینی‌پذیری فرآیندهای مراقبت‌های بهداشتی و هم‌چنین نتایج، به هدف مشترک اصلاح نظام بهداشت و درمان تبدیل شده است. تغییرات سیاستی دولت منجر به رژیم‌های حکمرانی بالینی شده است که انتظارات پیرامون سنجش عملکرد و کیفیت را به ساختارهای مدیریتی و گزارشگری رسمی گره می‌زند؛ بنابراین، هیأت مدیره‌ها پاسخ‌گو و مسئول نتایج بالینی و هم‌چنین سایر جنبه‌های عملکرد سازمانی نظام بهداشتی و درمانی هستند. این امر از طریق شفافیت، هرچه بیشتر نتایج منتشر شده و دسترسی گسترده به داده‌های همه خدمات مراقبت‌های بهداشتی فراهم می‌شود. تشریح این‌گونه نتایج خدمات تا دستیابی به استانداردهای فزاینده فرآیند خدمات ادامه دارد؛ همان طوری که، هر تغییری به‌طور بالقوه شواهدی از ناکارآمدی و بی‌نظمی است.

در اقدامات روز به روز مراقبت‌های بهداشتی، این منجر به تکثیر دستورالعمل‌هایی با بهترین روش یا مبتنی بر شواهد شده است، دستورالعمل‌های عملکرد استاندارد و سیستم‌های بررسی و نظارت بر خدمات خاص و شرایط مراقبت‌های بهداشتی از این موارد هستند. این‌ها ممکن است ترتیب و فضاهای عمل، استفاده از تجهیزات و نقش‌ها و مسئولیت‌های تولید خدمات را مشخص کند (مسعودنیا، ۱۳۸۹).

در درجات مختلف، چنین رهنمودهایی توسط چارچوب‌های ملی و هم‌چنین گردش بین‌المللی شواهد تأمین می‌شوند؛ به طوری که اشکال خدمات می‌تواند در نقاط مختلف استاندارد و قابل پیش‌بینی باشد. در مراکز جراحی سرپایی، ما شاهد چنین رهنمودهایی برای عمل هستیم که اقدامات مورد نیاز پزشکان و بیماران را به صورت مراحل شخصی و نقاط تصمیم‌گیری تفکیک می‌کند و انتظار می‌رود که هر مورد در نوارنقاله کمربند مراقبت قرار گیرد. در کار «مترام»^{۲۷} (۲۰۱۱)، ماهیت سریع و مکانیکی مراقبت‌ها انتظارات بیمار را برای ارائه خدمات مدرن و راحت برآورده کرد، علی‌رغم این واقعیت که در نهایت این ممکن است به‌کار بیشتری از نظر بیماران از لحاظ مسئولیت‌پذیری مراقبت‌های پس از جراحی و در موارد خاص خطر ابتلا به عوارض حین بهبودی نیاز داشته باشد.

۳-۴. محاسبه‌پذیری

حسابداری و اندازه‌گیری کمی به ویژگی اصلی کار مراقبت‌های بهداشتی تبدیل شده است، با سیستم‌های پرداخت معاصر، به پیوندهایی برای طبقه‌بندی بین بیماران، انواع شرایط، فرآیندهای درمان و هزینه‌های موردانتظار مراقبت نیاز وجود دارد (Pettersen, 2001). هر کدام از این‌ها ممکن است نیاز به سیستم‌های اداری جدید

جمع‌آوری و اندازه‌گیری داده‌ها داشته باشد. حسابداری برای هر یک از جنبه‌های عمل بالینی مستلزم تمرکز ویژه‌ای از فعالیت بالینی است که در آن روابط قراردادی جدید شکل گرفته است و کنترل مبتنی بر اعتماد با سیستم‌های گزارش بازویی، از جمله استفاده از شاخص‌های کلیدی عملکرد جایگزین می‌شود، جداول «لیگ»^{۲۸} نتایج در هم سطح سازمان و هم پزشک مراقبت‌های بهداشتی فردی به طور فزاینده‌ای رایج است. در مراکز جراحی سرپایی، فرصت مضاعف برای اندازه‌گیری از ویژگی‌های اصلی تلاش‌ها برای اداره شفاف کار حرفه‌ای بوده است. قرار دادن جراحی انتخابی در فضاهایی که احتمال حوادث غیرمنتظره در آن وجود دارد، بسیار کاهش یافته است و امکان اندازه‌گیری مستقیم و مقایسه‌ی زمان‌های جراحی و استفاده از منابع و سایر جنبه‌های روند و عملکرد را فراهم می‌کند. در مراکز شخصی، داده‌هایی درباره نحوه عملکرد هر جراح اغلب بر روی دیوارها و صفحه‌های پیام نمایش داده می‌شود، که نشان‌دهنده انتظارات عملکرد رقابتی و کنترل کار است که معمولاً به طور فزاینده‌ای در خدمات بهداشتی اتفاق می‌افتد. صرف نظر از این واقعیت که بسیاری ممکن است نسبت به توانایی این اقدامات در گرفتن جنبه‌های مهم کیفیت واقعی «مراقبت» تردید داشته باشند. به علاوه، همان‌طور که بسیاری اشاره کردند اندازه‌گیری و محاسبه، به مقدار قابل توجهی کار اضافی نیاز دارد به طور بالقوه موجب به تحلیل رفتن آرمان نهایی کارایی فزاینده می‌شود (Pettersen, 2001).

۳-۵. کنترل و نظارت

به طور خلاصه، می‌توان فرآیندهای فوق‌الذکر مک‌دونالدیزه شدن را به عنوان جنبه‌های میزان کنترل افزایش یافته در حوزه بهداشت و درمان تصور کرد. این شامل پزشکان بالینی می‌شود که انتظار می‌رود هنجارهای کارایی مطلوب را داشته باشند، به فرآیندهای استاندارد پای‌بند باشند و خود برای اندازه‌گیری آمادگی داشته باشند، و هم‌چنین بیمارانی که باید در شرایط ارائه خدمات قبل از تعیین قرار بگیرند. دستورالعمل انتخاب بیمار را می‌توان به همین ترتیب در این زمینه مشاهده کرد، بیمارانی که انتظار می‌رود به عنوان مصرف‌کنندگان آگاه و عاقل رفتار خود را کنترل کنند. همان‌طور که مشاهده شد، در حالی که این ممکن است توسط بیماران مورد استقبال قرار گیرد، توانایی آن‌ها در انتخاب بین اشکال مختلف خدمات مک‌دونالدیزه شده ممکن است از نظر کیفیت مراقبت خلاف منافع آن‌ها باشد. ما می‌توانیم استفاده و ظرفیت فناوری اطلاعات را به عنوان پشتیبانی از همه فرآیندهای فوق، ارائه ابزاری برای جمع‌آوری و تبلیغات داده‌ها، پشتیبانی از کارایی در تصمیم‌گیری و در نهایت امکان پذیر بودن سیستم‌های

جدید کنترل را افزایش دهیم (Collyer, 2015). در طراحی بسیاری از امکانات بهداشتی درمانی جدید، از جمله مراکز جراحی سرپایی، سیستم‌های جامع IT، نقطه کانونی طراحی مجدد سیستم‌ها هستند که همراه با نرم‌افزار کامپیوتری سفارش وظایف مطابق با روش‌های استاندارد و نیز متعاقباً جمع‌آوری داده‌ها برای تجزیه و تحلیل‌های آینده می‌باشد.

۳-۶. عدم عقلانیت‌ها

همان‌طور که اشاره شد، مک‌دونالیزه شدن مراقبت‌های بهداشتی نیز هرکدام عدم عقلانیت خود را به همراه دارد. با گسترش این موارد، تعدادی عدم عقلانیت‌های اضافی می‌تواند قابل بیان باشد؛ اول، می‌توان تنش‌های واضح بین تمرکز فقط بر روی جنبه‌های قابل اندازه‌گیری مراقبت و توانایی فردی پزشکان در ارائه خدمات ایمن و کیفیت بالا به فرد مشاهده کرد. همان‌طور که «هویسون»^{۲۹} اظهار داشته، یک ارتباط تجاری خالصانه بین پزشک و بیمار ایجاد می‌شود که از نظر اخلاقی غیرعقلانی است و اجازه تفسیر فردی از روابط انسانی را نمی‌دهد (Hewison, 2004: 344). دوم، درحالی‌که پیامدهای منفی مهارت زدایی نیروی کار به عنوان یک انتقاد اصلی از سازماندهی کار با توجه به اصول عقلانی اقتصادی بوده است، به طور خاصی در مورد خدمات مراقبت‌های بهداشتی، به عنوان یک مشکل برجسته به قوت خود باقی مانده است. این شامل سطح بالای درگیری احساسی و اخلاقی مورد نیاز برای کار مراقبت‌های بهداشتی است و هم چنین اجتناب ناپذیری پیچیدگی‌ها که برای مقابله با آن‌ها به بیش از حداقل مهارت نیاز دارند. سوم، تنش طولانی مدت و مداوم بین پزشکی و مدیریت است که عقلانیت ممکن است اعتماد و همکاری مورد نیاز بین این گروه‌ها را بیشتر کاهش دهد. به همین ترتیب، زمینه برای قضاوت بالینی ظاهراً ضروری و اختیاراتی که باید اعمال شود به شدت محدود می‌شود. نهایتاً و بازگشت به مسأله انتخاب بیمار، الزام بیمار برای عمل کردن به عنوان عامل عقلانی در بازار مراقبت‌های بهداشتی، به طور خاصی کنایه آمیز به نظر می‌رسد، با توجه به تحریک یک سیستم احتمال بیمار به داشتن هرگونه مواجهه واقعی در فرآیند مک‌دونالیزه شدن مراقبت خودشان را محدود می‌کند. مک‌دونالیزه شدن آگاهانه یا غیرآگاهانه سیستم مراقبت‌های بهداشتی را به طرق مختلف تحت تأثیر قرار داده و تغییر داده است. در گذشته، مراقبت‌های بهداشتی ماهیت ساده‌ای داشت. پزشکان همه بیماران و خانواده‌هایشان را در سطح شخصی می‌شناختند. قرارهای پیگیری عادی بود، زیرا پزشکان برای آرامش خاطر خود نگران پیشرفت بیماران بودند (Ritzer, 2013). اما، امروزه موضوع نظام سلامت، به طور کلی

جدول ۱: مک‌دونالدیزه شدن و کاربرد اصول چهارگانه آن در فست‌فود و پزشکی

| ابعاد | توضیح | مثال | |
|----------------|--|---|--|
| | | فست‌فود | پزشکی |
| کارایی | انتخاب ابزار مناسب برای رسیدن به اهداف مشخص | ارائه غذا از پنجره اتوموبیل، منوی محدود، ثبت سفارش توسط مشتری، فینگر فود، تمیز کردن میز غذا توسط مشتریان | کلینیک دقیقه، استفاده گسترده از دستیاران پزشکی، جراحی رباتیک، ویزیت‌های کوتاه توسط متخصصین، تکمیل پرسشنامه‌ها توسط خود بیماران |
| محاسبه‌پذیری | محاسبه، شمارش و کمی کردن ابزارها و اهداف، همراه با کمیتی که جایگزین کیفیت باشد | بیگ مک، انتخاب‌هایی در اندازه‌های خیلی بزرگ، تعداد همبرگرهای فروخته شده، اندازه گیری دقیق اندازه همبرگرها (۹/۸۴۳ سانتی‌متر) | بیگ مید، رتبه بندی مدارس پزشکی، استفاده از RUHها برای سنجش بهره‌وری، ICD-10، طول اقامت، نرخ پذیرش مجدد در ۳۰ روز |
| پیش‌بینی‌پذیری | مشا به بودن خدمات و محصولات از زمان و مکانی به زمان و مکانی دیگر | استفاده گسترده از لوگوها، ظاهر استاندارد فروشگاهها، استفاده از محصولات منجمد، خط تولید مواد غذایی، تعامل اسکریپتیک با مشتریان | استفاده گسترده از لوگوها، مجموعه سفارشات استاندارد، چک لیست‌ها و الگوها، مسیرهای بالینی، ساختار و تاریخچه اسکریپت شده |
| کنترل | کنترل فرآیندها انسان از طریق کارگیری فناوری غیرانسانی | مزارع کارخانه جوجه و گاو، حیوانات تحت درمان با هورمون، غذاهای از پیش آماده و برش داده شده، دستگاه توزیع خودکار نوشابه، صندلی‌های ناراحت | کدهای صورتحساب، پرونده پزشکی الکترونیکی، بار بدهی، فرمول‌ها، مرور کاربست‌ها |

دچار تحول شده است. مک‌دونالدیزه شدن راه خود را در مراقبت‌های بهداشتی و دور از جنبه‌های مفید مراقبت‌های بهداشتی پیدا کرده است. اولاً، عامل کارایی منجر به کلینیک‌های دقیق، تکمیل پرسش‌نامه‌ها توسط بیماران، استفاده گسترده‌تر از دستیاران پزشکی، جراحی رباتیک و ملاقات کوتاه با پزشکان شده است. در جوامع امروزی، کلینیک‌ها اغلب از پزشکان کم‌هزینه و ماهر استفاده می‌کنند تا زمان صرف شده توسط پزشکان با بیماران را کاهش دهند. از اولین تعامل فرد با پذیرش، معمولاً به بیماران پرسشنامه داده می‌شود تا زمان موردنیاز با پزشک کاهش یابد. همان‌طور که مک‌دونالدیزه شدن راه خود را به سمت مراقبت‌های بهداشتی عمیق‌تر می‌کند، قابل تشخیص است که دستیاران پزشکی شروع به ایفای نقش بیشتری در بازدید از مشتریان کرده‌اند. به جای این‌که پزشک فشار خون افراد یا سایر آزمایشات پزشکی را انجام دهد، نقش دستیار پزشکی شده است، به این امید که بتواند زمان صرف شده با پزشک را کوتاه کند. دومین عامل مک‌دونالدیزاسیون، محاسبه‌پذیری است. در پرتو مراقبت‌های بهداشتی، بیماران از محاسبه‌پذیری در امان نیستند؛ زیرا مراقبتی که دریافت می‌کنند به طور فزاینده‌ای تابعی از هزینه و بازگشت مالی به سیستم است (Dorsey & Ritzer, 2016). بیماران به جای تمرکز بر کیفیت خدماتی که دریافت می‌کنند، غلبه می‌کنند و

بر میزان هزینه خدمات تمرکز می‌کنند. معیار کیفیت، مانند مدت اقامت، معمولاً کمیت را با کیفیت اشتباه می‌گیرد.

ثالثاً، پیش‌بینی‌پذیری از بسیاری جهات بر مراقبت‌های بهداشتی تأثیر گذاشته است. یک مراجعه ساده به پزشک اکنون تبدیل به فرمول شده است. هنگام ورود به کلینیک، پذیرش با پر کردن مدارک لازم شروع می‌کند و ورود بیمار را به پزشک اطلاع می‌دهد؛ سپس پرستار معمولاً دما، ضربان نبض و فشار خون شما را اندازه‌گیری می‌کند و یافته‌های خود را با تعامل کمی با انسان یادداشت می‌کند. پس از کامل شدن بیمارارن منتظر می‌مانند تا دکتر بیاید و سؤال بپرسد. بیمار علائمی را که تجربه می‌کند به پزشک اطلاع می‌دهد تا پزشک بیماری را تشخیص دهد و نسخه یا توصیه‌های موردنیاز را ارائه دهد. هر مرحله‌ای که بیمار طی می‌کند بخشی از یک دستورالعمل دقیق است. دستورالعمل‌های بالینی ارزشمند هستند، اما منجر به فشار بیشتر بر پزشکان می‌شود تا همه بیمارارن را یکسان درمان کنند. پیش‌بینی‌پذیری منجر به استفاده بیش از حد از چک لیست‌ها به منظور یکسان‌سازی بازدید همه شده است. طول یکنواخت می‌تواند منجر به مراقبت یکسان شود، اما لزوماً نیازهای فردی را برطرف نمی‌کند. درنهایت، ماشین‌های غیرانسانی شروع به مشارکت بیشتر در مراقبت‌های بهداشتی کرده‌اند. این امر بر جنبه‌های کوچک آن تأثیر می‌گذارد؛ به طوری که داروخانه‌ها اکنون می‌توانند نسخه‌هایی را که در خانه به مشتریان تحویل می‌دهند، بسیار شبیه به یک دستگاه داشته باشند. با الکترونیکی شدن سوابق پزشکی، فناوری هم‌چنین بر جنبه‌های بزرگی از سیستم مراقبت‌های بهداشتی تأثیر می‌گذارد. سوابق پزشکی الکترونیکی با مشخص کردن این‌که چه سؤالاتی باید پرسیده شود و چه وظایفی باید انجام شود، تعاملات بین پزشک و بیمارارن را کنترل می‌کند. قضاوت یک کامپیوتر جایگزین قضاوت یک پزشک می‌شود و باعث می‌شود که پزشک زمان بسیار بیشتری را با کامپیوتر بگذراند تا با بیمارارن. جایگزینی فناوری رضایت مشتری را از بین می‌برد و ممکن است ناکارآمد باشد.

۴. نتیجه‌گیری

مک‌دونالدیزه شدن باعث شده است که مراقبت‌های بهداشتی حول محور کارایی، محاسبه‌پذیری، قابل‌پیش‌بینی بودن و ماشین‌های غیرانسانی باشد که جنبه‌های شخصی بازدید از کلینیک را از بین ببرد. مک‌دونالدیزه شدن سیستم مراقبت بهداشتی جوامع را تحت تأثیر قرار داده و هنوز هم دارد و باعث می‌شود که به طور فزاینده‌ای کارآمد، قابل محاسبه، قابل‌پیش‌بینی و توسط ماشین‌های غیرانسانی کنترل شود. مک‌دونالدیزاسیون جنبه شخصی و عمدی ویزیت‌های پزشکی را از بین برده است

و با عقلانی‌سازی و میل به سرعت بخشیدن به قرار ملاقات‌ها جایگزین شده است. کلینیک‌ها بیشتر و بیشتر بر این تمرکز می‌کنند که چگونه می‌توانند بیماران را به سرعت از درب عبور دهند تا این‌که اطمینان حاصل کنند که آن‌ها به‌طور کامل وضعیت پزشکی موجود را تشخیص داده و درمان می‌کنند (Collayer, 2015). پزشکان دیگر برای شناخت و تعامل شخصی با بیماران خود وقت نمی‌گذارند. جنبه‌های جامعه باعث شده است که پزشکان از دستورالعمل خاصی پیروی کنند که به‌صورت آنلاین ارائه می‌شود تا اطمینان حاصل شود که همه بیماران به‌جای توجه و زمانی که ممکن است شرایط پزشکی آن‌ها نیاز داشته باشد، به یک اندازه مورد توجه قرار می‌گیرند. مک‌دونالدیزه شدن به‌طور مداوم راه خود را به جنبه‌های بیشتری از مراقبت‌های بهداشتی باز می‌کند. ما به‌عنوان شهروندان باید نظرات خود را اعلام کنیم تا برای مراقبت‌های بهداشتی که شایسته آن هستیم مبارزه کنیم.

ایده مک‌دونالدیزه شدن جورج ریتزر یک رویکرد مفهومی قدرتمند و متقاعد کننده برای تفسیر تغییرات اجتماعی معاصر ارائه می‌دهد. در عین حال، به دلیل تکرار نظریه‌های ثابت شده، ساده‌سازی بیش از حد پیچیدگی زندگی معاصر و نپرداختن کامل به محدودیت‌ها و مقاومت در برابر عقلانیت مورد انتقاد قرار گرفته است. رساله مک‌دونالدیزه شدن ریتزر به‌روشنی با ارائه تحلیل اصلاحات مراقبت‌های بهداشتی معاصر، به‌ویژه اصطلاح جدید عقلانیت شدید، هم‌چنان به شکل دادن و تغییر شکل خدمات مراقبت‌های بهداشتی تداوم می‌دهد. همه این‌ها در دو خط خلاصه می‌شود؛ نخست، رشد عمودی ساختارها و کنترل سلسله‌مراتبی را از طریق عقلانی‌سازی منافع مدیریت در رابطه با تخصیص منابع، برنامه‌ریزی خدمات و کنترل کیفیت برجسته می‌کند. هم‌چنین از نظر ساختارهای افقی کنترل موجود در استانداردسازی و پیکربندی مجدد اقدامات مراقبت‌های بهداشتی از طریق فرآیندهای مراقبت فرمولیک و مبتنی بر شواهد نیز می‌تواند مورد توجه قرار گیرد (Ritzer & Walczak, 1988; Harrison, 2002). این امر اغلب از تقاضاهای شرکت‌ها یا دولت برای مراقبت استانداردتر شده و قابل پیش‌بینی ناشی می‌شود، همراه با نگرانی درمورد کیفیت پایین استاندارد، که منجر به نوعی پزشکی «خط تولید» شده است (McKinlay & Stoeckle, 1988; Harrison, 2002).

با این حال، مک‌دونالدیزه شدن صرفاً محیط ساختاری سازمان بهداشت و درمان را دگرگون نکرده است، اما تأثیر عمیق‌تر آن در معنادهی اجتماعی حرفه‌ای‌گرایی مراقبت‌های بهداشتی و نیز مصرف‌کننده-بیمار بوده است. امروزه، پزشکان، پرستاران و سایر مراقبان به‌طور فزاینده‌ای به‌واسطه فضیلت کارایی و پیش‌بینی‌پذیری روابط

متقابل بالینی آن‌ها مورد قضاوت قرار گرفته و مشروع شناخته می‌شوند: هنگامی که وقت و توان بیمار ضرورت می‌یابد، موقعی که عملکرد براساس انطباق با دستورالعمل‌های استاندارد و پروتکل‌های مبتنی بر شواهد اندازه‌گیری می‌شود و زمانی که نتایج و خروجی‌ها با جداول لیگ اندازه‌گیری و ارزیابی می‌شوند (Dorsey & Ritzer, 2016). در همان زمان، از بیماران انتظار می‌رود که به مصرف‌کنندگان فعال و عقلانی مراقبت‌های بهداشتی تبدیل شوند از طریق بررسی فعالانه عملکرد داده‌ای موجود، انتخاب خدمات از منوهای موجود ارائه‌دهندگان خدمات و دسترسی به مراقبت‌ها در تعاملات راحت‌تر و محدود به زمان باشد. با این حال، مزایای بیشتر مراقبت‌های بهداشتی قابل پیش‌بینی و ایمن نیز از طرف بیماران یک انتخاب نادرست است، زمانی که خدمات کمتر شخصی شده و کمتر بیمارمحورتر می‌شوند؛ زیرا این خدمات همیشه یکنواخت و استاندارد هستند. به همان اندازه، استانداردهای بیشتری از حد رویه‌های حرفه‌ای، ظرفیت پاسخ‌گویی مؤثر متخصصان در شرایط پویا، تغییرپذیر و نامشخص را به خطر می‌اندازد، یعنی زمانی که دستورالعمل‌ها از اهمیت چندانی برخوردار نیستند. مهارت‌زدایی ذاتی پزشکان در تلاش برای استانداردسازی، ظرفیت حرفه‌ای بودن را برای پاسخ‌گویی به روش‌های یکنواخت تهدید می‌کند.

پی‌نوشت

1. George Ritzer
2. McDonaliation
3. Hyper-Rationalisation
4. McDoctor
5. McPatient
6. High-Volume
7. Efficiency
8. Drive-thru Window
9. Calculability
10. Bigger is Better
11. Predictability
12. Irrationalities of Rationality
13. McJobs
14. Weinstein
15. Smart
16. Two-tier Services
17. Starr
18. Golden age of medical professionalism
19. Assembly-line medicine
20. One-stop visits
21. One-stop shopping centers
22. Fast-turnaround service hubs
23. Germov
24. Harrison

25. Lean Management
26. Waste
27. Mottram
28. League Tables
29. Hewison

کتابنامه

- ریتزر، جورج، (۱۳۸۴). نظریه‌های جامعه‌شناسی در دوران معاصر. ترجمه محسن ثلاثی، انتشارات علمی، چاپ نهم
- ریتزر، جورج، (۱۳۹۹). نظریه‌های جامعه‌شناسی. ترجمه هوشنگ نایبی، تهران: نشر نی، چاپ هفتم.
- محسنی، منوچهر، (۱۳۷۹). جامعه‌شناسی پزشکی. تهران: انتشارات طهوری، چاپ ششم.
- مسعودنیا، ابراهیم، (۱۳۸۹). جامعه‌شناسی پزشکی. تهران: انتشارات دانشگاه تهران، چاپ اول.

- Collyer, F., (2015). *The Palgrave Handbook of Social Theory in Health. Illness and Medicine*, Palgrave Macmillan

- Dorsey, E. R. & Ritzer, G., (2016). "The McDonaldization of Medicine". *JAMA Neurol*, 73(1): 15–16. (doi:10.1001/jamaneurol.2015.3449).

- Dustin, D., (2007). *The McDonaldization of Social Work*. Ashgate: Aldershot.

- Germov, J., (2005). *Second Opinion: An introduction to Health Sociology*. Oxford University Press: South Melbourne

- Harrison, S., (2002). "New Labour, Modernisation and the Medical Labour Process". *Journal of Social Policy*, 31: 465–485.

- Hewison, A., (2004). "Evidence-Based Management in the NHS: Is It Possible?". *Journal of Health Organization and Management*, 18(5): 336–348.

- Masoudnia, E., (2010). *Medical Sociology*. Tehran: University of Tehran Publication, First Edition. [in Persian].

- McGivern, G. & Fisher, M., (2010). "Medical Regulation, Spectacular Transparency and the Blame Business". *Journal of Health Organisation and*

Management 26: 597–610.

- McKinlay, J. & Marceau, L., (2002). “The End of the Golden Age of Medicine’ International”. *Journal of Health Services Research*, 32(2): 379–416.

- Mohseni, M., (2000). *Medical Sociology*. Tehran: Tahoori Publication, Sixth Edition. [in Persian].

- Mottram, A., (2011). ““They Are Marvellous with You Whilst You Are in but the Aftercare Is Rubbish”: A Grounded Theory Study of Patients’ and Their Carers’ Experiences After Discharge Following Day Surgery”. *Journal of Clinical Nursing*, 20(21–22): 3143–3151.

- Pettersen, I. J., (2001). “Implementing Management Accounting Reforms in the Public Sector: The Difficult Journey from Intentions to Effects”. *European Accounting Review*, 10(3): 561–581.

- Radnor, Z. J.; Holweg, M.; & Waring, J., (2012). “Lean in Healthcare: The Unfilled Promise?”. *Social Science and Medicine*, 74(3): 364–371.

- Ritzer, G., (2005). *Contemporary Sociological Theory*. Translated by: Mohsen Solasi, Elmi Publication, Ninth Edition. [in Persian].

- Ritzer, G., (2020). *Sociological Theories*. Translated by: Hooshang Nayebi, Tehran: Ney Publication, Seventh Edition. [in Persian].

- Ritzer G., (2013). *The McDonaldization of Society*. 7th ed. Thousand Oaks, CA: Sage.

- Ritzer, G., (2004). *The McDonaldization Thesis*. Revised New Century Edition, Sage: London.

- Ritzer, G. & Walczak, D., (1988). “Rationalization and Deprofessionalization of Physicians”. *Social Forces*, 67: 1–22.

- Waring, J. J. & Bishop, S., (2010). “Lean Healthcare: Rhetoric, Ritual and Resistance”. *Social Science and Medicine*, 71(7): 1332–1340.

Cohort Study of Value Changes in Iran (Secondary Analysis of 4th and 7th Wave Data in the World Values Survey)

Shiri, H.¹

<https://dx.doi.org/10.22084/CSR.2022.24682.1996>

Received: 2021/08/02; Accepted: 2022/02/14

Type of Article: **Research**

Pp: 197-224

Abstract

This article studies the value and attitude changes in the generational transition of the last two decades in Iran. Its theoretical and conceptual approach is based on Inglehart's post-modernization theory, cultural globalization, and social constructivism theory. Methodologically, the study was conducted using the documentary method and secondary analysis, and it is also one of the longitudinal studies that tries to measure the value changes in Iranian society in the 20-year generational transition, based on the 4th and 7th wave data in the World Values Survey (WVS). The findings indicate that there has been no change in some values and attitudes, in the 20-year generational transition, and in others, there are generational differences, although these changes does not follow a general pattern. In the past, topics such as "friends" and today, such as "leisure" and "politics" have become more important. As much as egalitarian gender attitudes, democratic political culture, and liberal tendencies are seen in one generation, so are patriarchal, non-democratic and Socialist values seen in that generation. Nevertheless, there are signs of value inversion in this generational transition.

Keywords: Generational Study, Generational Transition, Values and Attitudes, Value Changes, Iran.

I. Assistant Professor, Department of social Sciences, Payame Noor University, Tehran, Iran.

Email: hamedshiri2003@yahoo.com

Citations: Shiri, H., (2022). "Cohort Study of Value Changes in Iran (Secondary Analysis of 4th and 7th Wave Data in the World Values Survey)". *Two Quarterly Journal of Contemporary Sociological Research*, 11(20): 197-224. doi: 10.22084/csr.2022.24682.1996.

Homepage of this Article: https://csr.basu.ac.ir/article_4664.html?lang=en

1. Introduction

Late modernity (Giddens, 2018), post-modernization (Inglehart, 1998), post-industrial society (Bell, 1976) and network society (Castells, 2010) are words to describe the contemporary society and express the social changes of the last few decades that have affected our lifeworld in an unprecedented way. The reality of late modernity reveals that not only the structures and institutions of the society are constantly transformed and reconstructed as a result of technical-technological changes, but also the social and cultural system of the modern society undergoes transformation in the same way (Giddens, 2003 and 2018; Huntington, 2018 and Inglehart, 1989).

In the same way, the Iranian society has also experienced a comprehensive structural and institutional transformation in the last few decades, affected by global events and local and national contexts. In this context, one of the important issues is the issue of cultural transfer and its consequences, such as value transformation, cultural rupture and generational differences, which has provoked wide-ranging studies and analyses. It is in this direction that the article specifically studies value changes in the process of generational transition in Iran. The central questions are, how can these value and attitude changes be represented in the generational transition of the last two decades? Are these changes fundamental and meaningful? And how can the direction of these changes be described and interpreted in terms of cultural-value convergence or divergence?

2. Theoretical Approach

The theoretical approach is formulated by referring to the theory of social construction (Berger and Luckman, 1967), Inglehart's theory about value transformation (1971, 1985, 1989) and the theory of cultural globalization (Ritzer, 2015): Social conditions and contexts (objective reality) lead to changes in values and attitudes (subjective reality) and this change, in turn, transforms the economic, social and political reality. The changes caused by globalization as well as the dialectic of objective and subjective phenomena in Inglehart's thought, indicate the determination of socio-historical contexts and situations. This issue is discussed in the theory of "social constructionism" (Berger and Luckman 1967). According to this theory, cultural-value changes do not follow a fixed and deterministic pattern, but social action and value change are the result of the dialectical relationship between objective reality and subjective reality and are affected by primary and secondary socialization processes (Ibid,

185). Although it is possible to identify similar and homogenous trends in the value-cultural system, as a result of structural convergence and homogeneity, but in the final analysis, “different value priorities are a reflection of genetic characteristics, personal experiences, social situation and different processes of acculturation” (Schwartz and Bardi, 2001: 268).

3. Method

Methodologically, the paper was carried out in the documentary method and secondary analysis, and it is also one of the longitudinal studies that tries to measure the value changes in Iranian society in the 20-year generational transition, based on the 4th and 7th wave data in the World Values Survey (WVS, 2021). According to the aims, the research was conducted in the “Cohort study” method. Based on this, the values and attitudes of peers have been compared at two points in time: that is, 15 to 35-year-olds of the previous generation (20 years ago) and 35-55-year-olds of the current generation (now).

4. Findings and Data

The findings indicate that there has been no change in some values and attitudes, in the 20-year generational transition, and in others, there are generational differences, although these changes does not follow a general pattern. In the past, subjects such as “friends” and today, such as “leisure” and “politics” have become more important. As much as egalitarian gender attitudes (such as belief in gender equality in political management), democratic political culture (Such as the priority of democracy and the preference of elites), and liberal tendencies (belief in private ownership, priority of economic growth and individual responsibility) are seen in one generation, so are patriarchal (Education is more important for boys), non-democratic (Interest in authoritative leadership and military management) and Socialist values (Government ownership, environmental protection and government accountability) seen in that generation. Furthermore, there are signs of value inversion in this generational transition. Not only are religious values and beliefs weakened among the current generation (such as believing in life after death, hell, heaven and the likes), but there is divergence and inversion in moral norms, especially in behaviors such as bribery, tax fraud, abortion, and divorce.

5. Conclusion

Based on the findings, it can be argued that attitudes and values are more influenced by lived experiences, specific historical changes, and multi-layered social, economic, and political backgrounds than general and global predictable trends and predetermined paths. It is according to the theoretical approach of the research, whose evolved form is reflected in the theory of social constructionism by Berger and Luckman (1967). It can be expected that the results are less aligned with the theory of value changes (Inglehart, 1989, 1998), because the economic-social changes trends in Iran have followed a different path from the advanced industrial societies. On the other hand, the results has seriously challenged the assumptions of those who believe in the generational gap (Ghadri, 2003), generational discontinuity (Aghajari, 2003) or generational consensus (Bagheri, 2003). It shows how generational values and attitudes can change over time due to different social-historical experiences. Therefore, what is actually seen is the generational difference that occurs in the dialectic of generational objects and subjects.

مطالعه نسلی تغییرات ارزشی در ایران (تحلیل ثانویه داده‌های موج ۴ و ۷ پیمایش ارزش‌های جهانی)

حامد شیرینی^۱

شناسه دیجیتال (DOI): <https://dx.doi.org/10.22084/CSR.2022.24682.1996>

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۵/۱۱، تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۱۱/۲۵

نوع مقاله: پژوهشی

صص: ۲۲۴-۱۹۷

چکیده

مطالعه تغییر ارزش‌ها و نگرش‌ها در ایران در گذار نسلی دو دهه اخیر موضوع اصلی مقاله حاضر است. رویکرد نظری و مفهومی مقاله با استناد به نظریه پسانوسازی اینگلههارت، جهانی شدن فرهنگی و نظریه برساخت‌گرایی اجتماعی صورت‌بندی شده است. از نظر روشی این مطالعه به شیوه اسنادی و تحلیل ثانویه انجام شده و با کاربرد مطالعه طولی نسلی، تغییرات ارزشی در جامعه ایران را براساس داده‌های موج ۴ و ۷ پیمایش ارزش‌های جهانی مورد سنجش قرار داده است. داده‌ها نشان می‌دهد در گذار نسلی ۲۰ ساله در برخی موضوعات ارزش‌ها و نگرش‌ها تغییری نکرده و در برخی دیگر ما شاهد تفاوت‌های نسلی هستیم؛ اگرچه این دگرگونی از یک الگوی عام تبعیت نمی‌کند. در گذشته موضوعی مانند «دوستان» و امروزه موضوعاتی چون «اوقات فراغت» و «سیاست» بیشتر اهمیت پیدا کرده است. همان‌گونه که نگرش‌های جنسیتی برابرخواهانه، فرهنگ سیاسی دموکراتیک و گرایش‌های لیبرالی در یک گروه نسلی دیده می‌شود، ارزش‌ها و نگرش‌های مردسالارانه، غیردموکراتیک و سوسیالیستی هم در همان نسل وجود دارد. با وجود این نشانه‌هایی از وارونگی ارزشی نیز در این گذار نسلی هویدا است.

کلیدواژگان: مطالعه نسلی، گذار نسلی، ارزش‌ها و نگرش‌ها، تغییرات ارزشی، ایران.

۱. استادیار گروه جامعه‌شناسی دانشگاه پیام‌نور، تهران، ایران (نویسنده مسئول).

Email: hamedshiri2003@yahoo.com

۱. مقدمه

تحولات و دگرگونی‌های ساختاری و تکنولوژیکی دوران مدرن و بالتبع پیامدهای اجتماعی آن، اساساً از پدیده‌های استثنایی تاریخ بشریت است. برخلاف تغییرات تدریجی، بطئی و آرام گذشته، تغییرات جامعه جدید - که بعد از رنسانس با انقلاب صنعتی و انقلاب‌های سیاسی دو سده پیش شروع می‌شود - عموماً به شیوه رادیکال و انقلابی منجر به دگرگونی‌های عمیق و فراگیری در جامعه مدرن شده است. توصیف تحولات جامعه معاصر با واژگانی چون: مدرنیته متأخر (گیدنز، ۱۳۹۷)، پسانوسازی (اینگلهارت، ۱۳۷۷)، جامعه فراصنعتی (بل، ۱۹۷۶)، عصر اطلاعات و ارتباطات و جامعه شبکه‌ای (کاستلز، ۱۳۸۹) و جامعه دانش محور (دراکر، ۱۹۹۳) ناظر بر تغییرات اجتماعی چند دهه اخیر است که به شکل بی‌سابقه‌ای زیست جهان اجتماعی ما را متأثر ساخته است. در این میان اجتماع سنت بنیاد کهن و نظام ارزشی - فرهنگی متکی به آن پیش و بیش از هر چیزی دچار تحول شده است. «گیدنز» خاطرنشان می‌سازد که تحول مدرنیته با درهم شکستن صورت‌های قدیم اجتماع به دگرگونی‌های ارزشی مهمی منجر شده است (گیدنز، ۱۳۹۷؛ ۱۹۹۲). واقعیت مدرنیته متأخر آشکار می‌سازد که نه تنها ساختارها و نهادهای جامعه مداماً در نتیجه تغییرات فنی - تکنولوژیکی متحول و بازسازی می‌شود؛ بلکه نظام اجتماعی و فرهنگی جامعه مدرن نیز به همان سان و به سرعت دگرگونی می‌پذیرد (گیدنز، ۱۳۹۲؛ ۱۳۸۲؛ هانتینگتون، ۱۳۹۷؛ اینگلهارت، ۱۳۹۵). آن چه وقوع یافته این است که ارزش‌ها و انتظارات مردم از زندگی در حال تغییر است؛ تغییری که نهایتاً هنجارهای بنیادین حاکم بر سیاست، کار، مذهب، خانواده و رفتارهای جنسی را متأثر خواهد کرد (اینگلهارت، ۱۳۷۷).

از اواسط قرن بیستم میلادی و دوره پس از جنگ جهانی دوم و در پی نوسازی جهانی و تغییرات سریع و رویدادهای بزرگ - نظیر جنگ، انقلاب و جنبش‌های اجتماعی - ما شاهد شکاف وسیع و عمیقی بین اجتماع سنتی و جامعه مدرن هستیم (توکل و قاضی نژاد، ۱۳۸۵). تحت این شرایط جامعه ایران نیز در چند دهه اخیر به طور هم‌زمان متأثر از رخدادهایی است که هم در عرصه جهانی و هم به اشکال مختلف در سطح محلی و ملی تجربه شده است. مدرنیزاسیون، جهانی شدن، کاربرد فزاینده تکنولوژی‌های اطلاعاتی و ارتباطی، در کنار رویدادهای سیاسی، اجتماعی و اقتصادی چند دهه اخیر زمینه‌ساز دگرگونی ساختاری و نهادی فراگیری در جامعه ایران شده است. این موضوع به طرح پرسش‌های مهم و مباحثی دامنه‌دار در حوزه تغییرات اجتماعی - فرهنگی منجر شده است.

نظام‌های اجتماعی در فرآیند جامعه‌پذیری و به واسطه کارگزاران این فرآیند تمایل

دارند الگوها و نظام ارزشی ایده‌آل خود را نهادینه کرده و به شیوه‌ای مستمر بازتولید کنند. با وجود این به دلیل پیچیدگی و کنترل ناپذیری فرآیندهای جامعه‌پذیری، تنوع نهادی و تغییرات زمینه‌ای و ساختاری، هم‌گرایی ارزشی و گذار نسلی همیشه مطابق انتظارات کارگزاران اجتماعی نیست. در این رابطه یکی از مسائل و چالش‌های پیش‌رو در ایران پس از انقلاب، مسأله‌ی دگرگونی ارزشی، گسست فرهنگی و اختلافات نسلی و به‌ویژه فرآیند انتقال فرهنگی است که به بررسی‌ها و تحلیل‌های دامنه‌داری در حوزه‌ی تغییرات ارزشی - فرهنگی منجر شده است. برخی از پژوهش‌ها با تأکید بر کم‌وکیف این دگرگونی گرایش به عرفی‌شدن و مادی‌گرایی را در تقابل با ارزش‌های فرامادی‌گرایانه سنتی و دینی جامعه‌ی پساانقلابی مورد تأکید قرار داده‌اند (رفیع‌پور، ۱۳۹۶؛ ۱۳۹۷؛ طالبان و همکاران، ۱۳۸۹). دیگران تشتت و تنوع فرهنگی دوران مدرن را می‌بینند که جایگزین تجانس فرهنگی جامعه‌ی سنتی شده است (آزادارمکی و ملکی، ۱۳۸۶) و یا بر وضعیت پیوستاری این تغییرات فرهنگی در ایران اشاره می‌کنند که دربرگیرنده‌ی روندهای توافقی - تعارضی است (عسکری خانقاه و آزادارمکی، ۱۳۸۰). برخی دیگر موضوع تغییرات ارزشی را ذیل مطالعات نسلی قرار داده و دگرگونی نسلی را پیامد تحولات اجتماعی - فرهنگی در جامعه‌ی معاصر می‌دانند که در خوشبینانه‌ترین حالت به تفاوت نسلی (توکلی، ۱۳۸۲) و در بدترین وضعیت به شکاف یا انقطاع نسلی (آقاجری، ۱۳۸۲؛ قادری، ۱۳۸۲؛ و سریع‌القلم، ۱۳۸۲) انجامیده است.

در این چارچوب، مقاله حاضر به‌طور خاص به مطالعه‌ی تغییرات ارزشی در ایران در فرآیند گذار نسلی می‌پردازد. این مطالعه طولی که از نوع «مطالعات نسلی»^۱ است با استفاده از داده‌های موج ۴ و موج ۷ پیمایش ارزش‌های جهانی^۲، دگرگونی ارزش‌ها و نگرش‌ها را در دو دهه‌ی اخیر مورد سنجش قرار می‌دهد. این موضوع از یک‌طرف شناخت تحول در نظام ارزشی ایران را در یک دوره‌ی زمانی مورد هدف قرار می‌دهد و از طرف دیگر می‌تواند پاسخی به پرسش‌های معطوف به دگرگونی نسلی در جامعه‌ی معاصر ایران باشد. مسأله‌ی محوری این است که تغییرات ارزشی و نگرشی در گذار نسلی دو دهه‌ی اخیر چگونه قابل بازنمایی است؟ آیا این نظام فرهنگی در گذار نسلی دگرگونی مهم و معناداری را تجربه کرده است و این‌که سمت و سوی این تغییرات از نظر هم‌گرایی یا واگرایی ارزشی - فرهنگی چگونه قابل توصیف و تفسیر است؟

۲. مروری بر مطالعات پیشین

با جستجو و ارزیابی مطالعات انجام‌شده، طیف گسترده و متنوعی از پژوهش‌ها دیده می‌شوند که از جنبه‌های مختلفی مسأله‌ی تغییرات ارزشی و فرهنگی در ایران را مورد

بررسی قرار داده‌اند. در ارتباط و هم‌سو با پژوهش حاضر برخی از این پژوهش‌ها به تغییرات ارزشی-فرهنگی ایران در طول زمان توجه نشان داده‌اند؛ «رفیع‌پور» (۱۳۹۶)؛ (۱۳۹۷) در مطالعات خود با هدف سنجش تغییر ارزش‌ها در سه دوره زمانی ۱۳۵۶، ۱۳۶۵ و ۱۳۷۱ به این نتیجه رسیده است که بعد از انقلاب در نتیجه برنامه‌ها و فرآیندهای مدرنیزاسیون گرایش به سمت ارزش‌های مادی افزایش و در مقابل ارزش‌های مذهبی تضعیف شده است. «طالبان» و همکاران (۱۳۸۹) نیز نشان داده‌اند که از دهه پنجاه تا دهه سوم انقلاب اهمیت ارزش‌های مادی افزایش و از اهمیت ارزش‌های معنوی کاسته شده است. در پژوهشی مشابه «عیوضی» و «جهان‌بین» (۱۳۹۱) البته ضمن نفی سکولاریسم، نشانه‌هایی از گرایش به ارزش‌های مادی، تضعیف فرهنگ کار و کاهش امید به آینده را در ایران پس‌انقلاب شناسایی کرده‌اند.

بخش عمده‌ای از مطالعه تغییرات فرهنگی-ارزشی در ایران پژوهش‌هایی است که موضوع دگرگونی نسلی را تحلیل کرده‌اند. بررسی شکاف یا انقطاع نسلی، تفاوت نسلی و توافق نسلی مسأله اصلی در این قبیل تحقیقات نظری-تجربی است. «آقاجاری» (۱۳۸۲) از مدافعان گرایش نخست، انقطاع نسل‌ها در ایران را نتیجه برخورد نظام اجتماعی بومی با نظام اجتماعی و فرهنگ مدنی و عقلانیتی می‌داند که از غرب وارد شده است. در تحلیلی مشابه «قادری» (۱۳۸۲) شکاف نسلی را نتیجه تلاقی پارادایم مدرنیته و سنت در جامعه ایران می‌داند. او بر این باور است که مجموعه تغییرات اجتماعی و فرهنگی، جمعیتی و فرآیند جهانی شدن زمینه‌ساز بحران نسلی و گسست نسلی شده است؛ هم‌چنین بررسی دانش و همکاران (۱۳۹۳) در مورد شکاف نسلی نشان می‌دهد که گرایش نوجوانان و جوانان به ارزش‌های مدرن و احساس بحران هویت ناشی از جداافتادگی آن‌ها از نسل‌های پیشین در حال افزایش است. «معیدفر» (۱۳۸۳) در مقاله «شکاف نسلی یا گسست فرهنگی» استدلال می‌کند که آن‌چه در حال وقوع است بیش از آن‌که بیانگر شکاف نسلی باشد معرف گسست فرهنگی به واسطه شرایط انقلابی و پدیده جهانی شدن است؛ در مقابل، دیگران در دفاع از «تفاوت نسلی» نشان می‌دهند که وجود ساختارهای نهادی مانند دین، خانواده و سیاست (آزادارمکی، ۱۳۸۶) و تکثر شیوه‌های فرهنگی (عبداللهیان، ۱۳۸۲) در جامعه ایران از انقطاع نسلی ممانعت کرده است. نتایج پژوهش «غلام‌رضا کاشی» و «گودرزی» (۱۳۸۴) نیز باور به تعارض ارزشی و نگرشی میان گروه‌های نسلی را تأیید نمی‌کند، اما بر نقش تجربیات نسلی در بروز تفاوت میان نسل‌های گوناگون تأکید دارد. از رویکردی دیگر «باقری» (۱۳۸۲) و «ساروخانی» و «صداقتی‌فرد» (۱۳۸۸) معتقدند که نتیجه مطالعات آن‌ها نه تفاوت یا شکاف و انقطاع نسلی، بلکه مؤید توافق نسلی است.

پژوهشگران دیگر، جنبه‌های دیگر تغییرات ارزشی را واکاوی کرده‌اند؛ «عسکری خانقاه» و «آزادارمکی» (۱۳۸۰) ضمن بهره‌گیری از نظریات ریتزر، گیدنز و اینگلهارت در جامعه‌شناسی نظری متأخر و طرح پژوهشی تجربی نتیجه‌گیری می‌کنند که تغییرات فرهنگی در ایران براساس پیوستاری که دربرگیرنده‌ی دو فرآیند مکملی تعارضی و توافقی است، صورت گرفته است. یافته‌های مطالعه‌ی «آزادارمکی» و «غیاثوند» (۱۳۸۳) نیز نشان می‌دهد که تحولات فرهنگی-اجتماعی دهه‌های اخیر به تغییر در ساختار نظام ارزشی-منجر شده است. آنومی هنجاری، ابهام هنجاری و پایداری نظام هنجاری گونه‌های سه‌گانه‌ی تغییرات ارزشی است که آن‌ها در مناطق مختلف شناسایی می‌کنند؛ هم‌چنین «وثوقی» و «اکبری» (۱۳۸۹) با بررسی تغییر ارزش‌ها در دو سطح خرد و کلان و با استناد به داده‌های تطبیقی جهانی به این نتیجه می‌رسند که ارزش‌ها در کشورهای مختلف در حال تغییر است؛ اگرچه نمی‌توان الگوی عامی برای جهت و سرعت این تغییرات تشخیص داد. پژوهش حاضر در تداوم و تکمیل مطالعات پیشین تلاش می‌کند به شیوه‌ی «مطالعات طولی نسلی» دگرگونی ارزشی-فرهنگی در جامعه‌ی معاصر ایران را مورد بررسی قرار دهد. در واقع، بیشتر مطالعات انجام شده در ایران به شیوه‌ی «مقطعی» بوده و مطالعات طولی هم عمدتاً به شیوه‌ی «روند پژوهشی» انجام شده و توجه کمتری به مطالعات طولی «پانلی» یا «نسلی» نشان داده‌اند. رویکرد خاص روش‌شناختی و کاربرد «مطالعه‌ی نسلی» در بررسی تغییرات فرهنگی و بازتحلیل جدیدترین مطالعات انجام شده در این حوزه وجه تمایز پژوهش حاضر است.^۳

۳. تأملات نظری-مفهومی

تغییر و دگرگونی واقعیت اجتناب‌ناپذیر همه‌ی جوامع و فرهنگ‌های بشری در همه‌ی ادوار تاریخی است. با وجود این تنها در تاریخ جامعه‌ی مدرن است که در نتیجه‌ی مواجهه با پدیده‌ی «سرعت تاریخ» (روشه، ۱۳۹۹) و دگرگونی‌های بنیادین پرسش در باب تغییرات اجتماعی به سوژه‌ی محوری تحلیل‌های جامعه‌شناختی مدرنیته تبدیل می‌شود؛ از این رو، تغییرات فرهنگی و تحول در نظام‌های ارزشی، از جمله شاخص‌ها و مؤلفه‌های تغییر اجتماعی است که در ادبیات و بررسی‌های سطح خرد و کلان جامعه‌شناسی مورد توجه قرار گرفته است.

رویکرد مفهومی-نظری پژوهش حاضر با استناد به نظریه‌ی «پسانوسازی اینگلهارت»، «جهانی‌شدن فرهنگی» و نظریه‌ی «تعامل‌گرایی اجتماعی» صورت‌بندی شده است؛ نظریه‌ی نوسازی عام‌ترین تحلیل و تبیین از دگرگونی‌های فرهنگی-اجتماعی را در چارچوب رویکردهای نوتکاملی توسعه ارائه کرده است. اینگلهارت به‌عنوان شاخص‌ترین

اندیشمند نظریه‌نوسازی به تأکید نظریه‌دگرگونی ارزشی جامعه پیشرفته صنعتی را مورد تأمل قرار داده است (۱۹۷۱؛ ۱۹۸۵؛ ۱۳۹۵). وی جامعه پیشرفته جدید دوران پسانوسازی را مرحله‌ای متأخر در توسعه می‌داند که با باورها و ارزش‌هایی بسیار متفاوت از ارزش‌های عصر نوسازی تشخیص می‌یابد. طبق این نظریه، اولویت‌های ارزشی در جامعه پیشرفته صنعتی یا پسانوسازی از سمت مسائل و دل‌بستگی‌های مادی پیرامون امنیت اقتصادی و جانی به سوی تأکید بیشتر بر آزادی، ابراز عقیده و کیفیت زندگی یا ارزش‌های فرامادی گرایش پیدا کرده است (اینگلهارت و آبرامسون، ۱۳۷۸؛ ۱۰۲). اینگلهارت مدعی است این تحول در طی چند دهه گذشته سراسر جامعه صنعتی پیشرفته را در نوردیده است؛ اگرچه چرخش از ارزش‌های مادی به فرامادی منحصراً پدیده‌ای غربی نیست، چراکه ظهور ارزش‌های فرامادی رابطه نزدیکی با رونق اقتصادی دارد و هر جامعه‌ای که از رشد اقتصادی کافی بهره برده باشد این چرخش در آن روی خواهد داد (اینگلهارت، ۱۳۷۸؛ ۹۶؛ اینگلهارت و آبرامسون، ۱۳۷۸؛ ۹۹). نظریه‌نوسازی مطابق تحلیل اینگلهارت مبتنی بر این فرض است که تغییر صنعتی و اقتصادی (توسعه) به تغییر فرهنگی (ارزش‌ها) منجر می‌شود و این خود زمینه‌ساز تغییرات گسترده‌تر سیاسی (دموکراسی) است. رشد فزاینده صنعتی شدن و توسعه اقتصادی، ارزش‌های سنتی را به سمت ارزش‌های عقلانی-سکولار متمایل می‌سازد. با گذار به جامعه فراصنعتی این ارزش‌های فرامادی (ارزش‌های ابراز وجود) هستند که جایگزین ارزش‌های مادی (ارزش‌های بقا) می‌شوند (اینگلهارت و لزل، ۱۳۹۴؛ ۲۰-۱). اینگلهارت، دگرگونی ارزشی را با دو فرضیه پیش‌بینی‌کننده تبیین می‌کند؛ براساس فرضیه‌کیامی «اولویت‌های فرد بازناب محیط اقتصادی-اجتماعی اوست» (اینگلهارت، ۱۹۸۵؛ ۱۰۳). این فرضیه که عملاً صورت‌بندی ویژه اینگلهارت از نظریه سلسله‌مراتبی نیازهای مازلو است نیازهای مادی (معطوف به بقای فیزیکی) را در پایین‌ترین و اساسی‌ترین سطوح قرار می‌دهد که برای افراد جنبه تعیین‌کننده دارند؛ بنابراین اولویت بخشی به نیازهای فرامادی (معطوف به خودابرازی و شکوفایی) فقط در مراحل اهمیت می‌یابند که نیازهای سطح نخست برآورده شده باشند. بر پایه این استدلال نظام ارزشی-فرهنگی تابعی از شرایط محیطی اقتصادی-اجتماعی است. به این معنا که دوره‌های رونق به افزایش فرامادی‌گرایی و دوره‌های کمیابی به مادی‌گرایی می‌انجامد (۱۳۹۵؛ ۱۳۷۸). فرضیه‌کیامی به دگرگونی‌های کوتاه‌مدت یا آثار دوره‌ای اشاره دارد، اما اینگلهارت با تأکید بر اثرات بلندمدت فرآیندهای جامعه‌پذیری و در تکمیل نظریه خود مبنی بر جایگزینی نسلی ارزش‌های فرامادی به «فرضیه اجتماعی شدن» متوسل می‌شود. «ارزش‌های اساسی فرد به شکلی گسترده انعکاس شرایطی است که طی سال‌های قبل از بلوغ فراهم شده

است» (اینگلهارت، ۱۹۸۵: ۱۰۳)؛ از این رو، نظام‌های ارزشی نسل‌های جوان‌تر، که در نتیجه برخورداری از رفاه اقتصادی و امنیت وجودی دارای ارزش‌های فرامادی هستند، سرانجام جایگزین ارزش‌های مادی نسل‌های پیرتر خواهد شد که در شرایط اقتصادی و اجتماعی دشوارتری زیسته‌اند (اینگلهارت و آبرامسون، ۱۳۷۸: ۶۲). اینگلهارت نشان می‌دهد که تفاوت میان اجتماعی‌شدن تکوینی جوانان اروپایی با بزرگسالانشان موجب شده تا جوان‌ترها اولویت نسبتاً بالایی برای آزادی و ابراز عقیده قائل شوند. در نتیجه با جای‌گیری نسل جدید در آینده نوعی جابه‌جایی به سوی اولویت‌های ارزشی فرامادی روی خواهد داد (همان: ۶۰). فرضیه‌ی جامعه‌پذیری بیان می‌کند که تغییرات ذهنی روی داده (سیطره‌ی ارزش‌های فرامادی در بین نسل جدید) در رابطه‌ای دیالکتیکی خود به تغییر شرایط عینی و اجتماعی می‌انجامد.

مسئله‌ی دگرگونی ارزشی در جامعه‌ی معاصر - علاوه بر چشم‌انداز نظری پسانوسازی اینگلهارت و ملازم با آن - از منظر «جهانی‌شدن فرهنگی» و چشم‌اندازهای نظری معطوف آن نیز تئوریزه شده است. جهانی‌شدن که به «دهم فشرده‌شدن جهان و تراکم آگاهی نسبت به جهان به‌عنوان یک کل» (رابرتسون، ۱۳۹۳: ۳۵) اشاره دارد؛ نخست در حوزه اقتصاد، و سپس در سال‌های پایانی این دهه متأثر از انقلاب ارتباطات و تقسیم کار جهانی به سایر حوزه‌های سیاسی، اجتماعی و فرهنگی کشیده شده است (نش، ۱۳۹۹: ۱۰). جنبه‌های فرهنگی جهانی‌شدن از سه چشم‌انداز متمایز مورد بحث قرار گرفته است؛ پارادایم «هم‌گرایی فرهنگی»، هم‌سانی و هم‌گونی فزاینده فرهنگی جهانی در نتیجه جهانی‌شدن عقلانیت و بری، منطق سرمایه‌داری متأخر و رشد و کاربرد تکنولوژی‌های اطلاعاتی و ارتباطی را مورد تأکید قرار می‌دهد که حاصل آن مشابه شدن فرهنگ‌های جهان و در وجهی دیگر «غربی‌شدن»، «آمریکایی‌شدن» و «مک‌دونالدی‌شدن» فرهنگ جهانی است. در وجه مقابل پارادایم «تمایزگرایی فرهنگی» قرار دارد که معتقد است علی‌رغم تأثیرگذاری جهانی‌شدن تفاوت‌های ماندگار درون و بین فرهنگ‌ها همیشه وجود داشته و همیشه باقی خواهد ماند. در این چشم‌انداز جهانی‌شدن فقط در سطح رخ می‌دهد و ساختار ژرف فرهنگ‌ها تا حد زیادی، اگر نه تماماً، از آن تأثیر نمی‌گیرد. تکثر فرهنگی فزاینده در ایالات متحده (عمدتاً رشد جمعیت آمریکاییان اسپانیایی‌تبار) و اروپای غربی (عمدتاً جمعیت‌های مسلمانان در حال رشد) نمونه‌های عینی در پارادایم تمایزگرایی فرهنگی است. نهایتاً پارادایم «پیوندی‌شدن فرهنگی» بر آمیزش فرهنگ‌ها به مثابه پیامد جهانی‌شدن و تولید فرهنگ‌های هیبریدی نوین و منحصر به فرد بر اثر ادغام جهانی و محلی تأکید می‌کند. فرهنگ‌هایی که قابل تقلیل یافتن به هیچ‌یک از دو فرهنگ محلی یا جهانی نیستند (ریتزر، ۱۳۹۴: ۴۷۰-۴۵۳).

علیرغم نگرش‌ها و بینش‌های متمایز حقیقت این است که جهانی شدن باعث مبادله ایده‌ها و ارزش‌ها در سرتاسر مرزهای بین‌المللی شده است و استانداردهای رفتاری، هنجارهای اجتماعی و رفتار انسانی را تغییر داده است (مک‌کوی، ۲۰۰۰؛ به نقل از: وثوقی و اکبری، ۱۳۸۹: ۱۰۱). اکنون تکنولوژی‌های ارتباط الکترونیکی امکان اشاعه سبک‌های زندگی فرهنگی نوینی را پدید آورده است که سبب بروز شکل‌های جدید از تضاد و وفاق بر بستر جهانی-محلی‌گرایی گردیده است. جهانی شدن با تلفیق و آمیزش زمینه و فرهنگ جهانی-محلی موجد مدرنیته پیوندی است که به بازآفرینی و دگرگونی فضای اجتماعی زندگی روزمره در تلاقی مدرنیته غربی و سنت‌های تاریخی-فرهنگی محلی منجر شده است (مقدس و غفاری نسب، ۱۳۸۳: ۱۷۶-۱۷۳).

رویکرد نظری پژوهش حاضر، معطوف به چارچوب گسترده‌تری است که به نوعی نظریه دگرگونی ارزشی اینگلهارت و جهانی شدن فرهنگی را نیز دربرمی‌گیرد؛ شرایط و زمینه‌های عینی و اجتماعی منجر به تغییر ارزش‌ها و نگرش‌ها (واقعیت ذهنی) می‌شود و این تغییر به نوبه خود واقعیت اقتصادی، اجتماعی و سیاسی را دگرگون می‌سازد. تغییرات ناشی از جهانی شدن و هم‌چنین دیالکتیک سطوح خرد و کلان در بینش اینگلهارت در واقع بیانگر تعیین‌بخشی زمینه‌ها و موقعیت‌های اجتماعی-تاریخی است. دگرگونی‌های اقتصادی اجتماعی و فرهنگی در مسیرهایی منسجم به موازات هم پیش می‌روند، اما بیش از آن‌که بیانگر تحول خطی و جبرگرایانه باشند در نتیجه تأثیرپذیری از عوامل گوناگون اشکال غیرخطی، متکثر و انعطاف‌پذیر دارند. این رویکرد منطبق با نظریه تعامل‌گرایی اجتماعی است که تجارب جامعه‌پذیری را به مثابه فرآیندی مادام‌العمر و چندوجهی در شکل‌دهی به شخصیت و باورها و نگرش‌های افراد مورد تأکید قرار می‌دهد. جامعه‌پذیری گاهی آگاهانه و آشکارا و گاهی ناآگاهانه و پنهان، نظام فرهنگی-ارزشی را به‌طور مداوم و بازاندیشانه دگرگون می‌سازد؛ بنابراین تغییرات فرهنگی-ارزشی از الگویی ثابت و جبرگرایانه پیروی نمی‌کند. این موضوع همان چیزی است که در نظریه «برساخت‌گرایی اجتماعی» «برگر» و «لاکمن» (۱۳۹۹) - که صورت تکامل‌یافته تعامل‌گرایی اجتماعی است - تئوریزه شده است. طبق این نظریه کنش اجتماعی و تغییر ارزشی محصول رابطه دیالکتیکی واقعیت عینی و واقعیت ذهنی است (همان: ۱۸۵). این رابطه دیالکتیکی متأثر از فرآیندهای جامعه‌پذیری اولیه و ثانویه است. تغییر یا استحاله زمانی روی می‌دهد که بین جریان‌های اجتماعی شدن عدم هماهنگی و تطابق به وجود می‌آید. در چارچوب این نظریه و در جستجوی کشف فرآیند تغییر ارزش‌ها، زمینه‌ها و منابع شناختی قدیم و جدید فرد مورد توجه قرار می‌گیرد (رضایی و همکاران، ۱۳۹۸: ۱۹-۱۶)؛ اگرچه بتوان در نتیجه هم‌گرایی و هم‌گونی ساختاری، روندهایی مشابه و هم‌گون را در نظام ارزشی-فرهنگی

شناسایی کرد، اما در تحلیل نهایی «اولویت‌های ارزشی متفاوت افراد بازتاب خصوصیات ژنتیکی، تجربیات شخصی، موقعیت اجتماعی و فرآیند فرهنگ‌سازی متفاوت آن‌هاست» (شوارتز و باردی، ۲۰۰۱: ۲۶۸).

در پژوهش حاضر، مطالعه‌ی نسلی تغییرات ارزشی در جامعه‌ی ایران از منظر نظریه‌ی تعامل‌گرایی اجتماعی و تأکید این رویکرد بر نقش تجارب متفاوت اجتماعی شدن در تغییرات ارزشی مورد توجه قرار گرفته است و در این چارچوب با استناد به مفروضات نظری جهانی شدن فرهنگی و تحلیل مفهومی اینگلههارت مبنی بر تمایزگذاری ارزشی از مادی‌گرایی به فرامادی‌گرایی، روند و الگوی تغییرات ارزشی جامعه‌ی ایران در دو دهه‌ی اخیر مورد بررسی قرار گرفته است.

۴. روش‌شناسی

از نظر روش‌شناختی این مطالعه به شیوه‌ی اسنادی و با تحلیل ثانویه‌ی داده‌های «پیمایش ارزش‌های جهانی»^۴ به اجرا درآمده است و از نظر زمانی در زمره‌ی «مطالعات طولی»^۵ است که تلاش می‌کند تغییرات فرهنگی-ارزشی جامعه‌ی ایران را در ۲۰ سال اخیر مورد بررسی قرار دهد. بدین منظور داده‌های موج ۴ و موج ۷ پیمایش ارزش‌های جهانی که به ترتیب در سال ۲۰۰۰ م. (۱۳۷۹ ه.ش.) و ۲۰۲۰ م. (۱۳۹۹ ه.ش.) - یعنی در فاصله‌ی ۲۰ سال - گردآوری شده و داده‌های آن برای ایران در دسترس است، مورد بازتحلیل قرار گرفته‌اند (پیمایش ارزش‌های جهانی، ۲۰۲۱). تحقیقات طولی عموماً به سه شیوه‌ی «روندپژوهی»، «پانل» و «نسلی یا کوهورت»^۶ انجام می‌شوند (بیکر، ۱۳۹۹: ۶۳) که در بررسی حاضر با توجه به هدف تحقیق و داده‌های موجود از شیوه‌ی «مطالعه‌ی نسلی»^۷ استفاده شده است؛ بدین معنا که داده‌های مربوط به افراد هم سن و سال با گذشت زمان و در دو مقطع به فاصله‌ی زمانی ۲۰ سال مورد مقایسه قرار گرفته‌اند. بر این اساس «نسل گذشته» در دامنه‌ی سنی ۳۵-۱۵ سال با نسل ۲۰ سال بعد (یعنی ۵۵-۳۵ ساله‌های حال حاضر) مورد مقایسه قرار گرفته‌اند. داده‌های «نسل گذشته» از موج ۴ و داده‌های «نسل حاضر» از موج ۷ پیمایش ارزش‌های جهانی استخراج شده‌اند.

جدول ۱: ویژگی‌های جامعه‌ی مورد مطالعه

| تعداد نمونه | سال انجام پیمایش در ایران (موج) | گروه نسلی | گروه‌های سنی |
|-------------|---------------------------------|-----------|--------------|
| ۱۵۸۵ | ۲۰۰۰ (موج ۴) | نسل گذشته | ۱۵-۳۵ سال |
| ۶۹۸ | ۲۰۲۰ (موج ۷) | نسل حاضر | ۳۵-۵۵ سال |
| ۲۲۸۳ | - | - | جمع |

شاخص‌ها و متغیرها: تغییرات فرهنگی و ارزشی در پیمایش ارزش‌های جهانی در قالب شاخص‌های متعددی از قبیل: «ارزش‌ها و نگرش‌های اجتماعی»، «اعتماد اجتماعی»، «ارزش‌های اقتصادی»، «ارزش‌های دینی»، «هنجارهای اخلاقی»، «علائق سیاسی و مشارکت سیاسی» و شاخص‌های ترکیبی مانند «ارزش‌های سکولار» و «ارزش‌های رهایی‌بخش» مورد سنجش قرار گرفته است (پیمایش ارزش‌های جهانی، ۲۰۲۱).

۵. یافته‌ها و نتایج

بررسی حاضر با استناد به داده‌های پیمایش ارزش‌های جهانی دگرگونی و تغییر ارزش‌ها و نگرش‌های یک گروه نسلی را در ایران در گذار ۲۰ ساله (۲۰۲۰-۲۰۰۰ م.) به شیوه مطالعات طولی نسلی مورد سنجش قرار داده است. بررسی این تغییرات و مقایسه نسلی از طریق شاخص‌ها و متغیرهای مختلفی انجام شده است.

۵-۱. ارزش‌ها و نگرش‌های اجتماعی

«نگرش به موضوعات مهم در زندگی» و پای‌بندی و باور به ارزش‌های اجتماعی از قبیل «مدارای اجتماعی» و «برابری جنسیتی»، از جمله مؤلفه‌هایی هستند که در پیمایش ارزش‌های جهانی در قالب شاخص «ارزش‌های اجتماعی و نگرش‌ها» مورد بررسی قرار گرفته‌اند (WVS, 2021).

در موضوع «نگرش به موضوعات مهم در زندگی» در برخی معرف‌ها (از قبیل: خانواده، کار و دین) بین دو نسل تفاوتی دیده نمی‌شود، اما در برخی موضوعات دیگر (مانند: سیاست، دوستان و اوقات فراغت) نگرش‌ها متفاوت است؛ به طوری که برای نسل گذشته موضوعی مانند «دوستان» و برای نسل امروز موضوعاتی چون «اوقات فراغت» و «سیاست» بیشتر اهمیت پیدا کرده است.

ارزش‌های اجتماعی در پیمایش ارزش‌های جهانی در قالب دو شاخص «مدارای اجتماعی» و «نگرش جنسیتی» مورد سنجش قرار گرفته است. نتایج تحلیل آماری در مورد شاخص «مدارای اجتماعی» بیانگر میانگین‌های متفاوت دو نسل است. به این معنا که مدارای اجتماعی در بین ۳۵-۱۵ ساله‌های ۲۰ سال پیش، «بیشتر» از نسل ۳۵-۵۵ ساله‌های حاضر است. در شاخص «نگرش جنسیتی» نیز در معرف‌های «رضایت‌بخش بودن خانه‌داری» و «شغل به مثابه حقی مردانه» تفاوتی بین نگرش نسل گذشته و نسل حاضر وجود ندارد، اما در معرف‌های «برتری مردان در رهبری سیاسی» و «اهمیت تحصیلات برای پسران» نگرش‌های نسلی متفاوت است؛ اگرچه

جدول ۲: مقایسه شاخص ارزش‌ها و نگرش‌های اجتماعی و مؤلفه‌های آن در بین دو نسل

| T آزمون | آزمون لون | | میانگین | | گویه‌ها | ارزش‌ها و نگرش‌های اجتماعی |
|------------|-----------|-------|---------|------|---------|-------------------------------|
| | Sig. | T | Sig. | F | | |
| ۰/۳۳۳ | ۰/۹۷ | ۰/۰۴۵ | ۴/۰۴ | ۳/۹۲ | ۳/۹۳ | اهمیت خانواده |
| ۰/۰۰۱ | ۳/۲۳ | ۰/۶۳۴ | ۰/۲۳ | ۳/۰۴ | ۳/۱۵ | اهمیت دوستان |
| ۰/۰۰۰ | -۷/۴۱ | ۰/۰۰۷ | ۷/۲۳ | ۳/۲۸ | ۳/۰۲ | اهمیت اوقات فراغت |
| ۰/۰۰۴ | -۲/۸۵ | ۰/۲۲۴ | ۱/۴۸ | ۲/۶۴ | ۲/۵۱ | اهمیت سیاست |
| ۰/۹۵۲ | ۰/۰۶۰ | ۰/۶۶۵ | ۰/۱۹ | ۳/۷۴ | ۳/۷۵ | اهمیت کار |
| ۰/۱۴۰ | ۱/۴۸ | ۰/۰۱۴ | ۶/۱۱ | ۳/۶۸ | ۳/۷۲ | اهمیت دین |
| ۰/۰۰۰ | ۵۰/۱۱ | ۰/۰۰۰ | ۲۸۵/۲۷ | ۲/۲۷ | ۵/۴۰ | مدارای اجتماعی ^{***} |
| ۰/۰۳۸ | -۱/۸۱ | ۰/۲۱۸ | ۱/۵۲ | ۲/۲۹ | ۲/۲۱ | برتری مردان در رهبری سیاسی |
| ۰/۰۰۰ | ۵/۴۲ | ۰/۶۴۳ | ۰/۲۱ | ۲/۴۷ | ۲/۷۲ | اهمیت تحصیلات برای پسران |
| ۰/۵۵۲ | -۰/۵۹ | ۰/۰۰۰ | ۷۲/۸۳ | ۱/۹۳ | ۱/۹۱ | رضایت‌بخش بودن خانه‌داری |
| ۰/۰۷۰ | ۰/۵۵ | ۰/۳۹۰ | ۱/۱۲ | ۱/۳۴ | ۱/۳۵ | شغل به مثابه حقی مردانه |

* دامنه متغیر: از اصلا (۱) تا ... خیلی مهم (۴)
** دامنه متغیر: از اتفاق خوب (۱) تا ... اتفاق بد (۳)
*** دامنه متغیر: از کم (۱) تا ... زیاد (۶)
**** دامنه متغیر: از کاملاً موافق (۱) تا ... کاملاً مخالف (۴)

نسل حاضر (۳۵-۵۵ ساله‌ها) با این گویه که «مردان نسبت به زنان رهبران سیاسی بهتری هستند» مخالفند، اما بالعکس با گویه «اهمیت تحصیلات برای پسران» موافق‌اند. این درحالی‌ست که نگرش جنسیتی نسل گذشته (۳۵-۱۵ ساله‌های ۲۰ سال پیش) در این دو گویه کاملاً متفاوت با نسل حاضر است، یعنی آن‌ها در گویه نخست، نگرش مردسالارانه و در گویه دوم نگرش برابری‌خواهانه دارند.

۲-۵. خوشبختی و بهزیستی

شاخص «خوشبختی و بهزیستی» از دیگر شاخص مورد بررسی در پیمایش ارزش‌های جهانی است. کم و کیف این شاخص در گذار نسلی ۲۰ ساله در جدول ۳، مورد بررسی قرار گرفته است.

براساس یافته‌ها تفاوتی از نظر «احساس خوشبختی» و «آزادی انتخاب و کنترل زندگی» بین دو نسل دیده نمی‌شود، اما در سایر گویه‌ها میانگین‌های این دو نسل از هم متفاوت بوده و نسل گذشته میانگین بالاتری نسبتاً به نسل حاضر دارد. این بدان معناست که «وضعیت سلامتی» و هم‌چنین میزان «رضایت از زندگی» و «رضایت از وضعیت مالی خانواده» در گذشته نسبت به امروز بهتر بوده است.

جدول ۳: مقایسه شاخص خوشبختی و بهزیستی و مؤلفه‌های آن در بین دو نسل

| آزمون T | | آزمون لون | | میانگین | | گویه‌ها | شاخص |
|---------|-------|-----------|------|------------------|------------------|--------------------------------|-------------------|
| Sig. | T | Sig. | F | ۱۵-۲۵ سال (۲۰۰۰) | ۵۵-۳۵ سال (۲۰۲۰) | | |
| ۰/۲۲۱ | ۱/۲۲ | ۰/۰۰۵ | ۷/۹۸ | ۲/۷۵ | ۲/۸۰ | احساس خوشبختی* | خوشبختی و بهزیستی |
| ۰/۰۰۰ | ۸/۹۵ | ۰/۰۰۲ | ۹/۷۷ | ۳/۷۶ | ۴/۰۹ | وضعیت سلامتی** | |
| ۰/۳۱۷ | -۱/۰۱ | ۰/۰۰۵ | ۸/۰۹ | ۶/۷۹ | ۶/۶۷ | آزادی انتخاب و کنترل زندگی*** | |
| ۰/۰۰۰ | ۳/۵۱ | ۰/۱۳۶ | ۲/۲۲ | ۶/۰۰ | ۶/۴۰ | رضایت از زندگی*** | |
| ۰/۰۰۰ | ۵/۹۵۴ | ۰/۹۹۶ | ۰/۰۰ | ۵/۲۷ | ۵/۹۰ | رضایت از وضعیت مالی خانواده*** | |

* دامنه متغیر: از اصلا (۱) ... تا ... خیلی زیاد (۴)
 ** دامنه متغیر: از خیلی بد (۱) ... تا ... خیلی خوب (۵)
 *** دامنه متغیر: از اصلا (۱) ... تا ... خیلی زیاد (۱۰)

۳-۵. اعتماد اجتماعی

اعتماد اجتماعی از مهم‌ترین پدیده‌ها در سنجش تغییرات اجتماعی است. یکی از مؤلفه‌های اعتماد اجتماعی، شاخص «اعتماد نهادی» است که با استفاده از تحلیل عاملی به سه عامل اعتماد به «نهادهای عمومی رسمی» (از قبیل: مطبوعات، تلویزیون، پلیس)، «نهادهای سیاسی» (مانند: دولت، مجلس، احزاب سیاسی) و «NGOها» (شامل سازمان‌های خدمات عمومی، سازمان‌های زیست محیطی، انجمن‌های زنان) تفکیک شده است. از مؤلفه‌های دیگر اعتماد اجتماعی شاخص «اعتماد عمومی» است که در پیمایش ارزش‌های جهانی با گویه «قابل اعتماد بودن اکثریت مردم» اندازه‌گیری شده است.

جدول ۴: مقایسه شاخص اعتماد اجتماعی و مؤلفه‌های آن در بین دو نسل

| آزمون T | | آزمون لون | | میانگین | | گویه‌ها و عامل‌ها | اعتماد اجتماعی |
|---------|--------|-----------|-------|------------------|------------------|------------------------------|----------------|
| Sig. | T | Sig. | F | ۱۵-۲۵ سال (۲۰۰۰) | ۵۵-۳۵ سال (۲۰۲۰) | | |
| ۰/۰۰۰ | -۱۱/۳۹ | ۰/۷۲۵ | ۰/۱۲ | ۰/۵۵ | ۰/۱۶ | عامل (۱) نهادهای عمومی رسمی | اعتماد نهادی* |
| ۰/۰۵۸ | ۱/۹۰ | ۰/۰۰۱ | ۱۰/۳۰ | ۰/۲۸ | ۰/۳۸ | عامل (۲) نهادهای سیاسی | |
| ۰/۰۰۰ | -۳/۹۱۸ | ۰/۰۰۰ | ۵۶/۸۶ | ۰/۳۸ | ۰/۱۹ | عامل (۳) NGOها | |
| ۰/۰۰۰ | ۲۵/۰۴ | ۰/۰۰۰ | ۴۵/۱۷ | ۱/۱۶ | ۱/۶۵ | قابل اعتماد بودن اکثریت مردم | اعتماد عمومی** |

* متغیر در دامنه +۳ تا -۳
 ** متغیر دو وجهی: اصلا (۱) و کاملاً (۲)

مقایسه شاخص‌های اعتماد اجتماعی بین دو گروه نسلی نشان می‌دهد که جز در شاخص «اعتماد به نهادهای سیاسی» در سایر شاخص‌ها میانگین‌های دو گروه متفاوت است. در شاخص «اعتماد عمومی» میانگین گروه نسلی ۳۵-۱۵ ساله و در شاخص‌های اعتماد به «نهادهای عمومی رسمی» و اعتماد به «NGO»ها میانگین گروه نسلی ۵۵-۳۵ ساله بیشتر است؛ به عبارتی، اگرچه اعتماد به نهادهای عمومی رسمی (از قبیل: مطبوعات، تلویزیون و پلیس) و نهادهای غیردولتی و NGOها (از قبیل: سازمان‌های خدمات عمومی، سازمان‌های زیست‌محیطی، انجمن‌های زنان) در بین نسل حاضر نسبت به گذشته افزایش یافته است، اما در شاخص «اعتماد عمومی»، نسل حاضر (۳۵-۵۵ ساله‌ها) کمتر از نسل ۲۰ سال پیش (۳۵-۱۵ ساله‌ها) اکثریت مردم را قابل اعتماد می‌دانند.

۴-۵. ارزش‌های اقتصادی

ارزش‌های اقتصادی و به‌بیانی دیگر نگرش به برخی موضوعات اقتصادی از متغیرهای با مقولاتی از قبیل نگرش به: «درآمد»، «مالکیت»، «مسئولیت‌پذیری در تأمین نیازها» و «اولویت محیط‌زیست یا رشد اقتصادی» در پیمایش ارزش‌های جهانی مورد سنجش قرار گرفته‌اند.

جدول ۵: مقایسه شاخص ارزش‌های اقتصادی و مؤلفه‌های آن در بین دو نسل

| آزمون T | | آزمون لون | | میانگین (۱۰-۱) | | گویه‌ها |
|---------|-------|-----------|--------|------------------|------------------|--|
| Sig. | T | Sig. | F | ۳۵-۵۵ سال (۲۰۲۰) | ۱۵-۲۵ سال (۲۰۰۰) | |
| ۰/۰۰۰ | -۸/۹۹ | ۰/۰۰۰ | ۷۹/۸۳ | ۶/۹۱ | ۵/۶۸ | درآمد برابر در مقابل درآمد نابرابر |
| ۰/۰۰۰ | -۴/۴۳ | ۰/۰۰۰ | ۱۱۵/۹۹ | ۶/۲۴ | ۵/۵۸ | گسترش مالکیت خصوصی در مقابل مالکیت دولتی |
| ۰/۰۰۰ | -۹/۲۶ | ۰/۰۰۰ | ۳۹/۹۳ | ۶/۹۹ | ۵/۷۰ | مسئولیت‌پذیری فرد یا دولت |
| ۰/۰۰۰ | -۵/۱۴ | ۰/۰۰۰ | ۹۹/۸۰ | ۱/۶۷ | ۱/۵۴ | تأکید بر رشد اقتصادی یا محیط‌زیست * |

* متغیر دو وجهی (۱. تأکید بر رشد اقتصادی، ۲. حفاظت از محیط‌زیست)

مقایسه میانگین‌ها بیانگر این است که در همه گویه‌های این شاخص بین گروه‌های نسلی تفاوت وجود دارد؛ نسل جدید بیشتر مدافع «نابرابری درآمدی» است، اگرچه این گروه نسلی در عین حال «مالکیت دولتی» را شایسته‌تر و «مسئولیت‌پذیری دولت» در تأمین نیازها را بیشتر می‌پسندد و هم‌چنین «حفاظت از محیط‌زیست» را بر «رشد اقتصادی» ترجیح می‌دهد. در مقابل گروه نسلی ۲۰ سال پیش (نسل گذشته) بر

«درآمد برابر»، «مالکیت خصوصی»، «مسئولیت‌پذیری فردی» و «رشد اقتصادی» بیشتر تأکید داشته است.

۵-۵. ارزش‌های دینی

شاخص «ارزش‌های دینی» با معرف‌هایی چون: «اعتقاد به خدا»، «اعتقاد به زندگی پس از مرگ»، «اعتقاد به جهنم»، «اعتقاد به بهشت»، «اهمیت خدا در زندگی» و «مذهبی پنداشتن خود» عملیاتی شده است.

جدول ۶: مقایسه شاخص ارزش‌های دینی و مؤلفه‌های آن در بین دو نسل

| T | | ازمونی لون | | میانگین | | گویه‌ها |
|-------|-------|------------|--------|------------------|------------------|----------------------------|
| Sig. | T | Sig. | F | ۱۵-۳۵ سال (۲۰۰۰) | ۳۵-۵۵ سال (۲۰۲۰) | |
| ۰/۱۱۳ | -۱/۵۸ | ۰/۰۱۱ | ۶/۵۰ | ۰/۹۹ | ۱ | اعتقاد به خدا* |
| ۰/۰۰۰ | ۴/۲۴ | ۰/۰۰۰ | ۱۰۳/۲۹ | ۰/۹۸ | ۰/۹۳ | اعتقاد به زندگی پس از مرگ* |
| ۰/۰۰۰ | ۶/۳۶ | ۰/۰۰۰ | ۲۶۹/۳۸ | ۰/۹۸ | ۰/۹۰ | اعتقاد به جهنم* |
| ۰/۰۰۰ | ۴/۳۱ | ۰/۰۰۰ | ۱۰۹/۳۰ | ۰/۹۸ | ۰/۹۴ | اعتقاد به بهشت* |
| ۰/۵۸۹ | ۰/۵۴ | ۰/۱۱۵ | ۲/۴۸ | ۹/۵۴ | ۹/۵۱ | اهمیت خدا در زندگی** |
| ۰/۰۰۰ | ۴/۲۸ | ۰/۰۰۰ | ۹۷/۸۸ | ۲/۹۱ | ۲/۸۰ | خود را مذهبی پنداشتن*** |

** دامنه متغیر: از اصلا (۱) ... تا ... خیلی مهم (۱۰)

* متغیر دو وجهی: خیر (۰) و بلی (۱)

*** دامنه متغیر: غیر مذهبی (۱) - التقاطی (۲) - مذهبی (۳)

داده‌ها نشان می‌دهد جز در دو معرف «اعتقاد به خدا» و «اهمیت خدا در زندگی» در سایر معرف‌های شاخص ارزش‌های دینی میانگین‌ها در گذار نسلی تغییر کرده است. در معرف‌های «اعتقاد به زندگی پس از مرگ»، «اعتقاد به جهنم»، «اعتقاد به بهشت» و «خود مذهبی پنداشتن» میانگین نسل ۱۵-۳۵ ساله ۲۰ سال پیش بیشتر از میانگین ۳۵-۵۵ ساله‌های حال حاضر است که به معنای کم‌رنگ‌تر شده ارزش‌ها و اعتقادات دینی در گذار نسلی است.

۵-۶. هنجارهای اخلاقی

شاخص «هنجارهای اخلاقی» از طریق گویه‌های متعددی - که البته ناظر بر وجه معکوس آن، یعنی توجیه‌پذیری رفتارهای نابهنجار است - به شرح جدول ۷، مورد سنجش قرار گرفته است.

«خودکشی» و «هم‌جنس‌گرایی» از جمله معرف‌های این شاخص است که پاسخ‌گویان هر دو نسل آن‌ها را «اصلاً» قابل توجیه نمی‌دانند؛ اما در سایر گویه‌های این

جدول ۷: مقایسه شاخص هنجارهای اخلاقی و مؤلفه‌های آن در بین دو نسل

| گویه‌ها* | میانگین (۱۰-۱) | | آزمون لون | | آزمون T | |
|------------------------------------|------------------|------------------|-----------|-------|---------|-------|
| | سال ۱۵-۳۵ (۲۰۰۰) | سال ۳۵-۵۵ (۲۰۲۰) | Sig. | F | T | Sig. |
| مطالبه کمک‌های دولتی (غیراستحقاقی) | ۲/۹۴ | ۳/۵۶ | ۰/۱۸ | ۰/۶۷۵ | -۴/۴۳ | ۰/۰۰۰ |
| نپرداختن کرایه حمل‌ونقل عمومی | ۲ | ۲/۷۱ | ۲۸/۴۵ | ۰/۰۰۰ | -۶/۱۶ | ۰/۰۰۰ |
| تقلب مالیاتی | ۱/۵۴ | ۲/۳۳ | ۱۵۳/۷۵ | ۰/۰۰۰ | -۷/۷۵۴ | ۰/۰۰۰ |
| رشوه گرفتن | ۱/۳۲ | ۱/۴۶ | ۶/۵۴ | ۰/۰۱۱ | -۲/۳۹ | ۰/۰۰۰ |
| هم‌جنسگرایی | ۱/۳۱ | ۱/۴۱ | ۶/۳۲ | ۰/۰۱۲ | -۱/۴۵ | ۰/۱۴۸ |
| سقط جنین | ۱/۹۵ | ۲/۴۵ | ۶۱/۳۷ | ۰/۰۰۰ | -۴/۷۹ | ۰/۰۰۰ |
| طلاق | ۳/۰۹ | ۳/۵۲ | ۲/۷۷ | ۰/۰۹۶ | -۳/۵۷ | ۰/۰۰۰ |
| خودکشی | ۱/۳۱ | ۱/۳۲ | ۰/۲۲ | ۰/۶۴۰ | -۰/۱۴ | ۰/۸۸۶ |
| اتانازی | ۲/۳۷ | ۲/۹۸ | ۳۲/۶۵ | ۰/۰۰۰ | -۴/۴۵ | ۰/۰۰۰ |

* دامنه متغیر: اصلا قابل توجیه نیست (۱) تا همیشه قابل توجیه است (۱۰)

شاخص، نگرش‌ها در گذار نسلی تغییر کرده است. طبق داده‌ها نسل ۳۵-۵۵ ساله‌های حال حاضر میانگین بالاتری داشته و به عبارتی رفتارهای غیراخلاقی را «بیشتر» از نسل ۳۵-۱۵ ساله ۲۰ سال پیش قابل توجیه می‌داند.

۷-۵. علائق سیاسی و مشارکت سیاسی

از دیگر موضوعات مورد مقایسه علائق و نگرش‌های سیاسی نسلی است که در ۸ گویه تحلیل شده است.

جدول ۸: مقایسه شاخص علائق و نگرش‌های سیاسی و مؤلفه‌های آن در بین دو نسل

| گویه‌ها | میانگین | | آزمون لون | | آزمون T | |
|---------------------------|------------------|------------------|-----------|-------|---------|-------|
| | سال ۱۵-۳۵ (۲۰۰۰) | سال ۳۵-۵۵ (۲۰۲۰) | Sig. | F | T | Sig. |
| رهبری قدرتمند* | ۲/۳۳ | ۲/۵۴ | ۱/۵۰ | ۰/۲۲۱ | -۴/۱۷ | ۰/۰۰۰ |
| تصمیم‌گیری نخبگان سیاسی* | ۱/۸۲ | ۳/۰۴ | ۱۵/۴۸ | ۰/۰۰۰ | -۲۲/۱۹ | ۰/۰۰۰ |
| اداره کشور توسط نظامیان* | ۳/۳۲ | ۲/۲۷ | ۵۳/۰۸ | ۰/۰۰۰ | ۲۲/۶۱ | ۰/۰۰۰ |
| نظام سیاسی دموکراتیک* | ۳/۲۶ | ۳/۵۹ | ۱۲۲/۳۹ | ۰/۰۰۰ | -۹/۳۸ | ۰/۰۰۰ |
| احترام به حقوق افراد** | ۲/۸۱ | ۲/۷۱ | ۰/۲۸ | ۰/۵۹۷ | ۲/۷۷ | ۰/۰۰۶ |
| علاقه به مسائل سیاسی** | ۲/۶۵ | ۲/۶۰ | ۴/۵۱ | ۰/۰۳۴ | ۱/۰۷ | ۰/۲۸۵ |
| انتخاب به ملیت (ایرانی)** | ۳/۸۳ | ۳/۸۵ | ۳/۶۳ | ۰/۰۵۷ | -۰/۷۶ | ۰/۴۴۹ |
| عملکرد نظام سیاسی*** | ۵/۷۹ | ۵/۷۳ | ۱۱۱/۸۷ | ۰/۰۰۰ | ۰/۴۷ | ۰/۶۳۶ |

** دامنه متغیر: از اصلاً (۱) ... تا ... خیلی زیاد (۴)

* دامنه متغیر: از خیلی بد (۱) تا خیلی خوب (۴)

*** دامنه متغیر: از خیلی بد (۱) تا خیلی خوب (۱۰)

براساس یافته‌ها در برخی گویه‌ها از قبیل: «علاقه به مسائل سیاسی»، «افتخار به ملیت ایرانی» و «عملکرد نظام سیاسی» تفاوتی بین دو گروه نسلی وجود ندارد، اما در برخی دیگر نگرش‌های نسلی متفاوت است؛ اگرچه به نظر می‌رسد نسل حاضر (یعنی ۵۵-۳۵ ساله‌ها) از فرهنگ سیاسی دموکراتیک‌تری برخوردار است، به این معنا که «نظام سیاسی دموکراتیک» را بیشتر می‌پسندد و به «تصمیم‌گیری نخبگان سیاسی» بیشتر اهمیت می‌دهد، اما به گونه‌ای متناقض دارای تمایلات غیردموکراتیک هم هست، به ویژه آنجا که وجود «رهبری قدرتمند» را بیشتر از نسل گذشته ترجیح می‌دهد. چنین گرایش سیاسی متضادی در میان نسل گذشته (یعنی ۳۵-۱۵ ساله‌ها) نیز دیده می‌شود؛ از یک طرف اعتقاد به «اداره کشور توسط نظامیان»، گرایشات غیردموکراتیک آن‌ها را منعکس می‌کند و از طرف دیگر «احترام به حقوق افراد» را به مثابه یک مؤلفه فرهنگ دموکراتیک بیشتر از نسل امروز مورد تأکید قرار می‌دهد.

۵-۸. شاخص‌های ترکیبی: ارزش‌های سکولار و ارزش‌های رهایی‌بخش

از شاخص‌های ترکیبی مهم در پیمایش ارزش‌های جهانی، شاخص «ارزش‌های سکولار»^۹ و شاخص «ارزش‌های رهایی‌بخش»^{۱۰} است (پیمایش ارزش‌های جهانی، ۲۰۲۱: ۱۹۷-۱۹۲). تغییرات این شاخص‌ها در گذار نسلی به شرح زیر است:

جدول ۹: مقایسه شاخص ارزش‌های سکولار و مؤلفه‌های آن در بین دو نسل

| شاخص | میانگین (دامنه ۱-۰) | | آزمون لون | | آزمون T | |
|---------------------------|---------------------|------------------|-----------|--------|---------|--------|
| | ۳۵-۱۵ سال (۲۰۰۰) | ۵۵-۳۵ سال (۲۰۲۰) | Sig. | F | T | Sig. |
| ارزش‌های سکولار | +۰/۸۴ | +۰/۷۵ | +۰/۰۰۰ | ۱۵/۰۶ | ۱۲/۸۴ | +۰/۰۰۰ |
| ۱) نفی اقتدار یا نافرمانی | -۰/۸۵ | -۰/۷۹ | +۰/۰۰۸ | ۷/۱۵ | ۷/۱۱ | +۰/۰۰۰ |
| ۲) ناباوری | -۰/۷۹ | -۰/۷۸ | +۰/۰۰۰ | ۳۳/۵۴ | ۱/۲۳ | +۰/۲۲۰ |
| ۳) نسبیّت‌باوری | -۰/۸۶ | -۰/۶۷ | +۰/۰۰۰ | ۲۳۵/۰۳ | ۱۲/۷۷ | +۰/۰۰۰ |

تحلیل داده‌ها در مورد شاخص «ارزش‌های سکولار» تفاوت میانگین‌ها را نشان می‌دهد. به این معنا که گرایش به ارزش‌های سکولار در میان نسل حاضر (۵۵-۳۵ ساله‌ها) کمتر از نسل ۲۰ سال پیش است و این گزاره در مورد مؤلفه‌های این شاخص - به جز مؤلفه «ناباوری» - نیز صادق است؛ به طوری که «نفی اقتدار یا نافرمانی» در میان نسل گذشته بیشتر از نسل حاضر بوده و گرایشات «نسبیّت‌باورانه» بیشتری هم نسبت به نسل حاضر دارد.

جدول ۱۰: مقایسه شاخص ارزش‌های رهایی‌بخش و مؤلفه‌های آن در بین دو نسل

| شاخص | میانگین (دامنه ۱-۰) | | | |
|------------------------------|---------------------|------------------|---------|-------|
| | آزمون لون | | آزمون T | |
| | ۱۵-۳۵ سال (۲۰۰۰) | ۳۵-۵۵ سال (۲۰۲۰) | F | Sig. |
| ارزش‌های رهایی‌بخش | ۰/۳۴ | ۰/۳۲ | ۰/۲۶۵ | ۰/۰۰۴ |
| ۱) استقلال | ۰/۴۳ | ۰/۴۱ | ۴/۶۴ | ۰/۰۰۰ |
| ۲) برابری جنسیتی | ۰/۴۲ | ۰/۳۹ | ۱۴/۷۸ | ۰/۰۰۵ |
| ۳) انتخاب‌گری (آزادی انتخاب) | ۰/۱۳ | ۰/۱۶ | ۲۶/۳۱ | ۰/۰۰۰ |
| ۴) ابراز وجود | ۰/۳۷ | ۰/۳۱ | ۱/۸۱ | ۵/۰۱ |

در شاخص ارزش‌های رهایی‌بخش و همه مؤلفه‌های آن نیز بین گروه‌های نسلی تفاوت وجود دارد. به استثنای شاخص «انتخاب‌گری»، در سایر شاخص‌ها میانگین نسل ۱۵-۳۵ ساله‌ها (نسل گذشته) بیشتر از میانگین نسل ۳۵-۵۵ ساله (نسل حاضر) است؛ به عبارتی گرایش به ارزش‌های رهایی‌بخش در گذار نسلی تضعیف شده است؛ نسل ۱۵-۳۵ ساله از نظر «مستقل بودن» میانگین بالاتری داشته، باور بیشتری به برابری جنسیتی داشته و تمایل به «ابراز وجود» و ارزش‌های پسامادگرا در میان آن‌ها بالاتر بوده است. این در حالی است که نسل حاضر، یعنی نسل ۳۵-۵۵ فقط در شاخص «انتخاب‌گری» است که نسبت به نسل گذشته از میانگین بالاتری برخوردار بوده و توجیه‌پذیری رفتارهای ناظر بر این شاخص در میان آن‌ها بیشتر است.

۶. نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف بررسی تغییرات ارزشی در ایران و با استفاده از روش مطالعه نسلی به تحلیل ثانویه داده‌های موج ۴ و موج ۷ پیمایش ارزش‌های جهانی پرداخته است. داده‌های نسل گذشته (نسل ۱۵-۳۵ سال ۲۰ سال پیش) از موج ۴ و داده‌های نسل حاضر (نسل ۳۵-۵۵ سال امروز) از موج ۷ استخراج شده‌اند. این داده‌ها امکان مقایسه دگرگونی در ارزش‌ها و نگرش‌های یک نسل را در طول زمان - به شیوه مطالعه طولی نسلی - فراهم کرده است.

بارزترین و مهم‌ترین نتیجه به دست آمده از روند تغییرات ارزشی در مطالعه نسلی حاضر این است که نمی‌توان یک الگوی عام از تغییر ارزش‌ها و نگرش‌ها را در گذار نسلی مشاهده کرد؛ به طوری که در بسیاری از شاخص‌ها و مقولات مورد سنجش در گذار نسلی تغییری دیده نمی‌شود و در مواردی هم اگرچه تفاوت‌های نسلی وجود دارد، اما این تفاوت‌ها از الگو و چارچوب عام و مشخصی تبعیت نمی‌کند. براساس نتایج در

مقوله «نگرش به موضوعات مهم در زندگی» و در اهمیت موضوعاتی چون «خانواده»، «کار» و «دین» در گذار نسلی تغییری ایجاد نشده است و این سه موضوع هم در گذشته و هم در حال حاضر از اهمیت بالایی برخوردارند. هم‌چنین در برخی معرف‌های شاخص نابرابری جنسیتی، از قبیل: «رضایت‌بخش بودن خانه‌داری» و «شغل به مثابه حقی مردانه» و یا موضوعاتی چون: «احساس خوشبختی»، «آزادی انتخاب و کنترل زندگی»، «اعتماد به نهادهای سیاسی» نیز دگرگونی خاصی در روند ۲۰ ساله مشاهده نمی‌شود. این نتیجه در پاسخ به گویه‌های «اعتقاد به خدا» و «اهمیت خدا در زندگی» (به مثابه برخی از معرف‌های شاخص ارزش‌های دینی) و موضوعاتی چون «خودکشی» و «هم‌جنس‌گرایی» هم تکرار شده است؛ هر دو گروه نسلی «اعتقاد به خدا» و «اهمیت خدا در زندگی» را بسیار مهم ارزیابی می‌کنند و در مقابل هر دو نسل نگرش منفی به رفتارهایی چون «خودکشی» و «هم‌جنس‌گرایی» داشته و آن را قابل توجیه نمی‌دانند. در حوزه علائق و نگرش‌های سیاسی هم نتایج بیانگر این است که نگرش‌ها در موضوعاتی چون: «علاقه به مسائل سیاسی»، «افتخار به ملیت ایرانی خود» و «عملکرد نظام سیاسی» تغییر نکرده است.

اگرچه در موضوعات مورد اشاره، نظام ارزشی و نگرشی گروه‌های نسلی در روند ۲۰ ساله تفاوتی را نشان نمی‌دهد، اما در شاخص‌ها و مقولات دیگری این تفاوت کاملاً مشخص و بیانگر دگرگونی در ارزش‌ها و نگرش‌های نسلی است. با وجود این، تغییرات ارزشی در گذار نسلی را نمی‌توان بر یک قاعده یا الگوی عام - آن‌گونه که نظریه اینگلهارت یا جهانی شدن فرهنگی مدعی است - منطبق دانست. برخی نگرش‌ها، ارزش‌ها و باورها در گذشته و برخی در حال حاضر بیشتر مورد توجه قرار گرفته است؛ در گذشته موضوعی مانند «دوستان» و امروزه موضوعاتی چون «اوقات فراغت» و «سیاست» بیشتر اهمیت پیدا کرده است. در گویه‌های «نگرش جنسیتی» نیز علیرغم شباهت‌ها، تفاوت‌های قابل ملاحظه‌ای هم وجود دارد؛ نسل حاضر با این گویه که «مردان نسبت به زنان رهبران سیاسی بهتری هستند» مخالف است (یعنی نگرش جنسیتی برابرخواهانه دارد)، اما بالعکس در گویه «اهمیت تحصیلات برای پسران» نگرش مردسالارانه دارد. این در حالی است که نسل گذشته در این دو گویه نگرش جنسیتی کاملاً متفاوتی با نسل حاضر اتخاذ کرده است. در شاخص «اعتماد اجتماعی» اگرچه اعتماد به «نهادهای عمومی رسمی» و «نهادهای غیردولتی» افزایش یافته اما «اعتماد عمومی» در این فاصله کاهش یافته است. در شاخص «ارزش‌های اقتصادی» نیز نسل گذشته بیشتر به ارزش‌های سرمایه‌دارانه (مالکیت خصوصی، اهمیت رشد اقتصادی و مسئولیت‌پذیری فردی) گرایش داشته و نسل حاضر به ارزش‌های سوسیالیستی

(مالکیت دولتی، حفاظت از محیط‌زیست و مسئولیت‌پذیری دولت)؛ اگرچه این نتیجه چندان قطعیت ندارد، چون در گویه «نگرش به درآمد» (به‌عنوان یکی از گویه‌های شاخص ارزش‌های اقتصادی) نسل گذشته بیشتر از نسل جدید مدافع «برابری درآمد» هاست. در شاخص‌های «ارزش‌های دینی» و «هنجارهای اخلاقی» نیز علیرغم این‌که در برخی موضوعات نگرش‌ها و ارزش‌های نسلی تغییری نکرده است، اما در مواردی عدیده این تغییرات قابل توجه است؛ در گذار نسلی نه‌تنها ارزش‌ها و اعتقادات دینی (از قبیل: «اعتقاد به زندگی پس از مرگ»، «اعتقاد به جهنم»، «اعتقاد به بهشت» و «خود را مذهبی دانستن») در بین نسل حاضر کم‌رنگ شده است؛ بلکه شاهد واگرایی و وارونگی هنجارهای اخلاقی، به‌ویژه در رفتارهایی چون: رشوه، تقلب مالیاتی، سقط جنین و طلاق هستیم. «علائق و نگرش سیاسی» نیز مانند سایر شاخص‌ها در گذار نسلی به اشکال مختلفی دگرگون شده است؛ همان‌گونه که معرف‌های فرهنگ سیاسی دموکراتیک در یک نسل دیده می‌شود معرف‌های فرهنگ غیردموکراتیک هم در آن نسل هویدا است. تحلیل شاخص‌های ترکیبی (ارزش‌های سکولار و ارزش‌های رهایی‌بخش) نیز نتایج مشابهی را منعکس می‌کند؛ داده‌ها نشان می‌دهند که دگرگونی نسلی با تغییر معکوس در ارزش‌های سکولار همراه است و این ارزش‌ها در میان نسل حاضر نسبت به نسل ۲۰ سال پیش کم‌رنگ‌تر شده است و در شاخص «ارزش‌های رهایی‌بخش» (به استثنای مؤلفه «انتخاب‌گری») گرایش به این ارزش‌ها در نسل گذشته بیشتر از نسل حاضر است؛ به عبارتی هر دو شاخص «ارزش‌های سکولار» و «ارزش‌های رهایی‌بخش» در گذار نسلی روند نزولی داشته است.

با استناد به این یافته‌ها می‌توان استدلال کرد که نگرش‌ها و ارزش‌های افراد بیش از آن‌که در مسیر معین و تابع روندهای کلی و جهانی پیش‌بینی‌پذیر باشد متأثر از تجارب زیسته، تحولات خاص تاریخی و زمینه‌های چندلایه اجتماعی، اقتصادی و سیاسی است. این تحلیل مؤید رویکرد نظری پژوهش است که صورت تکامل یافته آن در نظریهٔ برساخت‌گرایی اجتماعی برگر و لاکمن (۱۳۹۹) منعکس شده است. تغییرات ارزشی عمدتاً محصول رابطهٔ دیالکتیکی واقعیت عینی و واقعیت ذهنی است. نتایج این مطالعه تا حدی منطبق با یافته‌های پژوهش وثوقی و اکبری (۱۳۸۹) است که نشان می‌دهند نمی‌توان الگوی عامی برای جهت و سرعت تغییرات فرهنگی تشخیص داد. قابل انتظار است که تحلیل و تحقیق حاضر هم‌سویی کمتری با نظریهٔ تغییرات ارزشی اینگلهارت (۱۳۷۷؛ ۱۳۷۸) داشته باشد چون روندهای دگرگونی اقتصادی-اجتماعی در جامعهٔ ایران مسیری متفاوت از جوامع پیشرفته صنعتی مورد نظر اینگلهارت پیموده است. از سوی دیگر، یافته‌های پژوهش مبنی بر تغییر در ارزش‌ها و نگرش‌های

یک نسل در طول زمان، مفروضات باورمندان به شکاف نسلی (قادری، ۱۳۸۲)، انقطاع نسلی (آقاجاری، ۱۳۸۲) یا توافق نسلی (باقری، ۱۳۸۲) را با چالش جدی مواجه می‌سازد و نشان می‌دهد که چگونه تجربه‌های متفاوت تاریخی-اجتماعی می‌تواند ارزش‌ها و نگرش‌ها را حتی در یک گروه نسلی و در گذر زمان دگرگون سازد. آن‌چه که در حقیقت وجود دارد تفاوت نسلی است که در دیالکتیک ابژه‌های عینی و ذهنیت نسلی رخ می‌دهد.

داعیه پژوهش مبنی بر فقدان جهت‌گیری عام در مسیر تغییرات ارزشی نافی این موضوع نیست که می‌توان از موضع ارزش‌مدارانه و البته با استناد به یافته‌های تحقیق خاطر نشان ساخت که ما در مواردی شاهد روند قهقرایی و وارونگی در نظام ارزشی جامعه هستیم؛ کاهش مدارای اجتماعی، اُفت شاخص خوشبختی و بهزیستی، زوال اعتماد عمومی، کم‌رنگ شدن ارزش‌های دینی و فقدان عدم پای‌بندی به هنجارهای اخلاقی از مهم‌ترین نشانگان این وارونگی ارزشی و مخاطره اجتماعی در گذار نسلی ۲۰ سال اخیر است.

پی‌نوشت

1. Cohort study
2. World Value Survey (WVS)
۳. انجام این مهم مدیون پژوهش اینگلهارت در قالب طرح پیمایش ارزش‌های جهانی است که موج اخیر آن (یعنی موج ۷ در سال ۲۰۲۰) علاوه بر موج ۴ (در سال ۲۰۰۰) و موج ۵ (در سال ۲۰۰۷) در ایران انجام شده است (World Value Survey, 2021).
4. World Values Survey (WVS)
5. Longitudinal studies
6. Trend Study, Panal and Cohort
7. Cohort Study
۸. شاخص «مدارای اجتماعی» ترکیب گویه‌هایی است که تمایل به همسایگی با گروه‌های اجتماعی (معتادان به مواد مخدر، نژادهای دیگر، مبتلایان به ایدز، مهاجران و کارگران خارجی، سایر ادیان و افراد الکلی) را می‌سنجد.
9. Secular values
10. Emancipative values

کتابنامه

- آزادارمکی، تقی؛ و ملکی، امیر، (۱۳۸۶). «تحلیل ارزش‌های سنتی و مدرن در سطوح خرد و کلان». مجله مطالعات جامعه‌شناختی، دوره جدید، ۳۰: ۹۷-۱۲۱.
- آزادارمکی، تقی؛ و غیاثوند، احمد، (۱۳۸۳). «بررسی وضعیت نظام ارزشی در مناطق فرهنگی-اجتماعی کشور». مطالعات ملی، ۵(۲۰): ۱۶۲-۱۳۵.
- آزادارمکی، تقی، (۱۳۸۶). «فرآیند تغییر نسلی: بررسی فراتحلیلی در ایران». فصلنامه جوانان و مناسبات نسلی، ۱(۱): ۶۸-۴۱.

- آقاجری، سیدهاشم، (۱۳۸۲). «انقطاع نسل‌ها-انسداد نسل‌ها». در: مجموعه مقالات نگاهی به پدیده گسست نسل‌ها، ویراسته علی اکبر علیخانی: ۲۱-۳۷، پژوهشکده علوم انسانی و اجتماعی: جهاد دانشگاهی.
- اینگلهارت، رونالد، (۱۳۷۷). «نوسازی و پسانوسازی». ترجمه علی مرتضویان. ارغنون، ۱۳: ۳۳-۱.
- اینگلهارت، رونالد، (۱۳۹۵). تحول فرهنگی در جامعه پیشرفته صنعتی. ترجمه مریم وتر، انتشارات: کویر.
- اینگلهارت، رونالد؛ و آبرامسون، پل. آر.، (۱۳۷۸). «امنیت اقتصادی و دگرگونی ارزشی». ترجمه شهناز شفیع‌خانی، نامه پژوهش، ۱۴ و ۱۵: ۱۰۵-۵۹.
- اینگلهارت، رونالد؛ و ولزل، کریس، (۱۳۹۴). نوسازی، تغییر فرهنگی و دموکراسی. ترجمه یعقوب احمدی، تهران: کویر.
- باقری، خسرو، (۱۳۸۲). «امکان و عوامل گسست نسل‌ها». در: مجموعه مقالات نگاهی به پدیده گسست نسل‌ها، ویراسته علی اکبر علیخانی، پژوهشکده علوم انسانی و اجتماعی: جهاد دانشگاهی.
- برگر، پیتر. ال؛ و لوکمان، توماس، (۱۳۹۹). ساخت اجتماعی واقعیت (رساله‌ای در جامعه‌شناسی شناخت). ترجمه فریبرز مجیدی، تهران: شرکت انتشارات علمی و فرهنگی.
- بیکر، ترز. ال.، (۱۳۹۹). روش تحقیق نظری در علوم اجتماعی. ترجمه هوشنگ ناییبی، ویراستار: محمدجواد زاهدی، تهران: دانشگاه پیام‌نور.
- توکل، محمد؛ و قاضی‌نژاد، مریم، (۱۳۸۵). «شکاف نسلی در رویکردهای کلان جامعه‌شناختی: بررسی و نقد رهیافت‌های نسل تاریخی و تضاد با تأکید بر نظرات مانهایم و بوردیو». نامه علوم اجتماعی، دوره جدید، ۲۷: ۱۲۴-۹۵.
- توکلی، مهناز، (۱۳۸۲). «بررسی ویژگی‌های دو نسل در چارچوب نظام ارزشی». در: مجموعه مقالات نگاهی به پدیده گسست نسل‌ها، ویراسته علی اکبر علیخانی، پژوهشکده علوم انسانی و اجتماعی: جهاد دانشگاهی.
- دانش، پروانه؛ ذاکری نصرآبادی، زهرا؛ و سادات‌عبداللهی، عظیمه، (۱۳۹۳). «تحلیل جامعه‌شناختی شکاف نسلی در ایران». جامعه‌پژوهی فرهنگی، ۵(۳): ۳۰-۱.
- رابرتسون، رونالد، (۱۳۹۳). جهانی شدن، تئوری‌های اجتماعی و فرهنگ جهانی. ترجمه کمال فولادی. تهران: ثالث.
- رضایی بحرآباد، حسن؛ مجدی، علی‌اکبر؛ صدر نبوی، رامپور؛ و بهروان، حسین،

- (۱۳۹۸). «فرآیند تغییرات فرهنگی ایرانیان (تحلیل روایت تغییرات در چند دهه اخیر)». مطالعات فرهنگی و ارتباطات، ۱۵(۵۷): ۵۰-۱۱.
- رفیع‌پور، فرامرز، (۱۳۹۶). توسعه و تضاد. تهران: شرکت سهامی انتشار.
- رفیع‌پور، فرامرز، (۱۳۹۷). آناطومی جامعه: مقدمه‌ای بر جامعه‌شناسی کاربردی. تهران: شرکت سهامی انتشار.
- روزه، گی، (۱۳۹۹). تغییرات اجتماعی. ترجمه منصور وثوقی، تهران: نشر نی.
- ریتزر، جرج، (۱۳۹۴). مبانی نظریه جامعه‌شناختی معاصر و ریشه‌های کلاسیک آن. ترجمه شهناز مسمی پرست، تهران: نشر ثالث.
- ساروخانی، باقر؛ و صدافتی‌فرد، مجتبی، (۱۳۸۸). «شکاف نسلی در خانواده ایرانی، دیدگاه‌ها و بینش‌ها». پژوهش‌نامه علوم اجتماعی، ۳(۴): ۳۱-۷.
- سریع‌القلم، محمود، (۱۳۸۲). «ابعاد فرهنگی انقطاع نسل‌ها در ایران». در: مجموعه مقالات نگاهی به پدیده گسست نسل‌ها. ویراسته علی‌اکبر علیخانی، پژوهشکده علوم انسانی و اجتماعی: جهاد دانشگاهی.
- طالبان، محمدرضا؛ مبشری، محمد؛ و مهرآیین، مصطفی، (۱۳۸۹). «بررسی روند دگرگونی ارزشی در ایران (۱۳۵۳-۱۳۸۸)». دانشنامه علوم اجتماعی، ۱(۳): ۶۳-۲۳.
- عبداللهیان، حمید، (۱۳۸۲). «تغییرات فرهنگی و شکاف نسل‌ها در ایران». در: مجموعه مقالات نگاهی به پدیده گسست نسل‌ها. ویراسته علی‌اکبر علیخانی، پژوهشکده علوم انسانی و اجتماعی: جهاد دانشگاهی.
- عسگری خانقاه، اصغر؛ و آزادارمکی، تقی، (۱۳۸۰). «وضعیت پیوستاری تغییرات فرهنگی در ایران». نامه علوم اجتماعی، ۹(۱۸): ۲۵۰-۲۳۳.
- عیوضی، محمدرحیم؛ و جهان‌بین، فرزاد، (۱۳۹۱). «روند دگرگونی‌های ارزشی در ایران پس از انقلاب اسلامی از ۱۳۵۷ تا ۱۳۸۸». فصلنامه مطالعات انقلاب اسلامی، ۹(۲۹): ۲۴۲-۲۱۳.
- غلامرضا کاشی، محمدجواد؛ و گودرزی، محسن، (۱۳۸۴). «نقش شکاف‌انداز تجربیات نسلی در ایران». رفاه اجتماعی، ۴(۱۶): ۲۹۲-۲۵۱.
- قادری، حاتم، (۱۳۸۲). «انقطاع نسل‌ها، انقلابی کامل». در: مجموعه مقالات نگاهی به پدیده گسست نسل‌ها، ویراسته علی‌اکبر علیخانی، پژوهشکده علوم انسانی و اجتماعی: جهاد دانشگاهی.
- کاستلز، مانوئل، (۱۳۸۹). عصر اطلاعات: اقتصاد، جامعه و فرهنگ: ظهور جامعه شبکه‌ای. ترجمه علی‌پایا، تهران: طرح نو.
- گیدنز، آنتونی، (۱۳۹۲). «مقدمه‌ای بر تحلیل نهادین مدرنیته». در مدرنیته و

- مدرنیسم: مجموعه مقالاتی در سیاست، فرهنگ و نظریه‌ی اجتماعی. ترجمه و تدوین حسین نوذری. تهران: نشر نی.
- گیدنز، آنتونی، (۱۳۹۷). پیامدهای مدرنیته. ترجمه‌ی محسن ثلاثی، تهران: نشر مرکز.
- معیدفر، سعید، (۱۳۸۳). «شکاف نسلی یا گسست فرهنگی (بررسی شکاف نسلی در ایران)». نامه‌ی علوم اجتماعی، ۱۱(۲۴): ۸۰-۵۵.
- مقدس، علی اصغر؛ و غفاری نسب، اسفندیار، (۱۳۸۳). «مدرنیته، بازاندیشی و تغییر نظام ارزشی در طایفه دهدار». مجله انسان‌شناسی، ۳(۵): ۱۹۶-۱۶۹.
- نش، کیت، (۱۳۹۹). جامعه‌شناسی سیاسی معاصر: جهانی شدن، سیاست و قدرت. ترجمه‌ی محمدتقی دلفروز، تهران: کویر.
- وثوقی، منصور؛ و اکبری، حسین، (۱۳۸۹). «روندها و عوامل مؤثر بر تغییر ارزش‌ها، تحلیل اجتماعی نظم و نابرابری اجتماعی». مجله‌ی تحلیل اجتماعی نظم و نابرابری اجتماعی، ۱(۱): ۱۲۸-۹۳.
- هانتینگتون، ساموئل، (۱۳۹۷). سامان سیاسی در جوامع دستخوش دگرگونی. ترجمه‌ی محسن ثلاثی، تهران: نشر علمی.

- Aghajari, S. H., (2003). "Interruption of generations - Obstruction of generations". In: A. Alikhani, *A look at the generation gap phenomenon*, Research College of Humanities and Social Sciences: Jihad e Daneshgahi (In Persian).

- Bagheri, Kh., (2003). "The possibility and factors of generation gap". In: A. Alikhani, *A look at the generation gap phenomenon*. Research College of Humanities and Social Sciences: Jihad e Daneshgahi (In Persian).

- Bell, D., (1976). *The Coming of Post Industrial Society: A Venture in Social Forecasting*. New York: Basic Books.

- Berger, P. L. & Luckmann, T., (1967). *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge*. Anchor Books.

- Castells, M., (2010). *The Rise of the Network Society (The Information Age: Economy, Society and Culture)*. Translated by A. Paya. Tehran: Tarheno (In Persian).

- Ghaderi, H., (2003). *Interruption of generations, complete revolution*. In

A. Alikhani, *A look at the generation gap phenomenon*. Research College of Humanities and Social Sciences: Jihad e Daneshgahi (In Persian).

- Giddens, A., (2003). "An introduction to the institutional analysis of modernity". In: H. Nozari. *Modernity and modernism: a collection of essays in politics, culture and social theory*. Tehran: Ney Publication (In Persian).

- Giddens, A., (2018). *The Consequences of Modernity*. Translated by M. Solasi. Tehran: Markaz Publication (In Persian).

- Huntington, S. P., (2018). *Political Order in Changing Societies*. Translated by M. Solasi. Tehran: Elmi Publication (In Persian).

- Inglehart, R., (1971). "The Silent Revolution in Europe: Intergenerational change in Post-Industrial Society". *American political Science Review*, 65: 991-1017

- Inglehart, R., (1985). "Aggregate Stability and Individual Level Flux in Mass Belief Systems: The Level of Analysis Paradox". *American political Science Review*, 79: 97-116

- Inglehart, R., (1989). *Culture Shift in Advanced Industrial Society*. Princeton, NJ: Princeton University Press

- Inglehart, R., (1998). "Modernization and Postmodernization". Translated by :A. Mortazavian, *Arqanoon*: 13: 1-33 (In Persian).

- Ritzer, G., (2015). *Contemporary Sociological Theory and Its Classical Roots The Basics*. Translated by: S.-Mosammaparast, Tehran: Sales Publication (In Persian).

- Schwartz, Sh. & Bardi, A., (2001). "Value Hierarchies across Cultures: Taking a Similarities Perspective". *Journal of Cross Cultural Psychology*, 32(3): 268-290

- World Values Survey (WVS). (2021). "Statistical Data Files: Wave 4 (1999-2004) & Wave 7 (2017-2020)". In: <https://www.worldvaluessurvey.org/WVSContents.jsp> (Accessed in February 2021).

Meta-Analysis of Sociological Factors Affecting the Tendency to Cosmetic Surgery in Iran

Talebi Dalir, M.^I, Yaghoobi Choobari, A.^{II}

 <https://dx.doi.org/10.22084/CSR.2022.25467.2042>

Received: 2021/12/29; Accepted: 2022/06/14

Type of Article: **Research**

Pp: 225-260

Abstract

Due to the high statistics of cosmetic surgery in Iran in the Middle East, many internal types of research in the field of sociology concerning the tendency to cosmetic surgery have been conducted among different groups and with different methods. Since, these investigations are single and scattered, the present study aims to use the meta-analysis method to analyze and combine the results of studies on the tendency to cosmetic surgery in Iran. The research method of this article is meta-analysis. To perform a meta-analysis, 55 authoritative scientific articles that were published between the years (2001-2011) on the subject of cosmetic surgery in Iran, and they were suitable for this analysis, were selected and analyzed using the second version of CMA software. The results showed that the “inferiority feeling” had the greatest effect on the tendency to cosmetic surgery ($r = 0.59$). So, the effect size is positive and strong. After that, the most influential factors on the tendency to cosmetic surgery were normative pressure, negative body image, reference group, media, and body management with positive and moderate effect sizes, respectively. This study has emphasized the effectiveness of sociological variables on the subject.

Keywords: Meta-Analysis, Sociological Variables, Cosmetic Surgery, Effect Size.

I. Ph.D. Student in Sociology, Department of Sociology, Faculty of Humanism and Literature Faculty, Guilan University, Rasht, Iran.

II. Professor, Department of Sociology, Faculty of Humanism and Literature Faculty, Guilan University, Rasht, Iran, (Corresponding Author). **Email:** aliyaghoobi2002@yahoo.com

Citations: Talebidalir, M. & Yaghubi, A., (2022). “Meta-Analysis of Sociological Factors Affecting the Tendency to Cosmetic Surgery in Iran”. *Two Quarterly Journal of Contemporary Sociological Research*, 11(20): 225-260. doi: 10.22084/csr.2022.25467.2042.

Homepage of this Article: https://csr.basu.ac.ir/article_4662.html?lang=en

1. Introduction

The trend toward cosmetic and plastic surgery in Iran has expanded a lot. The high statistics of the tendency toward cosmetic surgery in Iranian society and its second rank in the Middle East region is a remarkable phenomenon and cannot be ignored. So far, several studies have been conducted on sociological factors affecting the tendency to cosmetic surgery in Iran, which have been scattered and individual. This research is quantitative and descriptive, and its purpose is to combine and integrate these studies with the meta-analysis method.

The questions of this research are: 1) what theories and conceptual models have been used more in sociological research related to the trend toward cosmetic surgery in Iran? 2) What variables have been studied in sociological research related to the trend toward cosmetic surgery in Iran? 3) And what is the overall effect size of each of these variables?

The issue of the present article is that many diverse articles and numerous types of research have been conducted, in different parts of Iran, over the years, in the field of “sociological factors affecting the tendency toward cosmetic surgery”. They are widely accumulated. Now, what is the single result and overall perspective in this subject area, in our society? The importance of this research lies in the fact that these articles, regarding a single subject, have not reached the same and close results. Giving coherence to the dispersion and disorder of research findings in this field and their combination and analysis highlights the importance of this research.

2. Materials and Methods

In the field of thematic literature of this research, French anthropologist Didier Gazagnadou (2006) has mentioned the cultural model of diffusion in promoting rhinoplasty for women in Iran. He believes that self-practices are under the influence of new global social currents. Zokaei (2007) also emphasized the issue of agency and individuality in his study in this context. In the “Tripartite Influence Model”, J. Kevin Thompson and his colleagues (1999) have stated that pressure for appearance, from the media, peers, and family, directly and indirectly, affect body image disorders. Another theory is the “social comparison theory” presented by Leon Festinger (1954); and Marika Tiggeman (2013) has used this theory in the context of media influence on body dissatisfaction, especially among women. In addition, in this research, due to the meta-analysis of this study, a systematic review and summary of

the theoretical literature of the reviewed articles have been done. Therefore, the most important and major theories used in these articles have been taken into consideration. This research is quantitative and descriptive and its method is meta-analysis. Meta-analysis is the art of combining research and analysis of analyses and a quantitative method for the integration of independent and similar research, which is done to identify the relationship or impact of variables based on multiple types of research. In this research, 55 articles about “socio-sociological factors affecting the trend towards cosmetic surgery in Iran” were selected and analyzed using the second version of CMA software. These articles had analysis conditions and criteria and were published in Iranian magazines in the years (1387-1399). The essential element in meta-analysis is the effect size. In this study, the effect size is based on (r) which is interpreted using Cohen’s table.

3. Discussion

Out of the 55 articles that were analyzed, the statistical population of 27 articles (49.1%) only included women and the other 28 articles included both women and men. No article included exclusively men. In this research, 29 different sociological variables affecting the trend toward cosmetic surgery in Iran have been analyzed.

The theoretical sociological literature that was often used in these articles in the field of plastic surgery was Giddens, Bourdieu, Goffman, Turner, Veblen, feminist theorists, and media theorists. These theories are mainly centered on body management and conspicuous consumption. In the field of identity formation, they have emphasized “agency and individuality” along with the social structure.

The findings showed that “inferiority feeling” has the largest effect size on the tendency to cosmetic surgery ($r=0.59$). The direction of this effect size is positive and its level is strong. According to the findings, after that, the largest effect size was assigned to normative pressure, negative body image, reference group, media, and body management, respectively. The directions of these effect sizes were positive and their levels were moderate. The effect size of some variables, regarding the tendency to cosmetic surgery, has been estimated at a low level. The average effect size in the religious belief variable is low and negative. In the same way, the variables of social acceptance, use of Instagram social networking, preoccupation with being overweight, and tendency toward appearance, have small and positive effect sizes.

4. Conclusion

The role of sociological variables and factors in the “tendency to cosmetic surgery in Iran” is important and requires social and cultural criticism. The findings of this study supported the theory of Gazagnadou (2016), the “Tripartite Influence Model” of Thompson and his colleagues (1999), the social comparison theory of Festinger (1954), and Zokaei’s study (2017). There is a kind of entanglement between normative pressure, negative body image, reference group, media, and body management. The media play an important role in social comparison, emulation, following famous characters (celebrities), normative pressure, and especially, inferiority feeling. The media produces and reproduces norms and standards in society and gives legitimacy to a certain format and lifestyle. Of course, the influence of the media on people is not one-sided and people can interfere with media messages. In addition to the media, social pressures are also applied by friends, peers, and the social environment, which cause social comparisons and the internalization of beauty ideals. According to the ideal models and Aesthetic criteria and following fashionable standards and popular patterns, the people of the society not only find a negative image of their body; also, they suffer from “self-deprecation” and “dissatisfaction” in other material matters of life.

In the cultural and social atmosphere of Iranian society, people want to find a better social status in the society through body management. They try not to fail in social comparison and material competition with others. This issue, in our society (Iran), shows the importance of appearance and body in gaining social positions. It reflects the formation of a person’s identity through “body management”. So, these social and cultural mechanisms that dominate our society have become a challenging and worrying issue. As such, people with their heart’s desire and satisfaction fall into the trap of the vicious circle of a pretend lifestyle. They compete in the conspicuous lifestyle. So, they use cosmetic surgeries to achieve success.

Acknowledgments

Hereby, I sincerely thank Seyed Taha Hassan Nangir, the author of the book “Practical Guide to Metaanalysis with CMA2 Software”, who helped us in conducting this research.

فرا تحلیل عوامل جامعه‌شناختی مؤثر بر گرایش به جراحی زیبایی در ایران

معصومه طالبی دلیر^I، علی یعقوبی چوبری^{II}

شناسه دیجیتال (DOI): <https://dx.doi.org/10.22084/CSR.2022.25467.2042>

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱۰/۰۸، تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۳/۲۴

نوع مقاله: پژوهشی

صص: ۲۶۰-۲۲۵

چکیده

با توجه به آمار بالای جراحی زیبایی در کشور ایران در منطقه خاورمیانه، تحقیقات داخلی فراوانی در حوزه جامعه‌شناختی در رابطه با گرایش به جراحی زیبایی، در بین گروه‌های مختلف و با روش‌های متفاوت، انجام شده است. از آنجا که این تحقیقات به صورت منفرد و پراکنده هستند، هدف از پژوهش حاضر، به‌کارگیری روش فراتحلیل به منظور تحلیل و ترکیب نتایج مطالعات صورت گرفته پیرامون گرایش به جراحی زیبایی در ایران است. روش پژوهش جستار حاضر فراتحلیل است. به منظور انجام فراتحلیل، ۵۵ مقاله معتبر علمی که در بین سال‌های (۱۳۸۰-۱۳۹۹ ه.ش.) با موضوع گرایش به جراحی زیبایی در ایران منتشر شده و مناسب این تحلیل بودند؛ انتخاب و با استفاده از نسخه دوم نرم افزار CMA تحلیل شدند. نتایج اندازه اثرها نشان داد که «احساس کهنتری» بیشترین تأثیر را بر گرایش به جراحی زیبایی ($r=0/59$) دارد؛ به طوری که، اندازه اثر آن مثبت و قوی است. بعد از آن، بیشترین عوامل تأثیرگذار بر گرایش به جراحی زیبایی به ترتیب فشار هنجاری، تصویر بدنی منفی، گروه مرجع، رسانه و مدیریت بدن با اندازه اثر مثبت و متوسط بوده‌اند. این پژوهش تأکید بر اثربخشی متغیرهای جامعه‌شناختی بر موضوع مورد بررسی داشته است.

کلیدواژگان: فراتحلیل، متغیرهای جامعه‌شناختی، جراحی زیبایی، اندازه اثر.

I. دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی فرهنگی، گروه علوم اجتماعی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه گیلان، رشت، ایران.

II. دانشیار گروه علوم اجتماعی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه گیلان، رشت، ایران (نویسنده مسئول).

Email: aliyaghoobi2002@yahoo.com

۱. مقدمه

حساسیت به زیبایی مربوط به دوره مدرن نیست و از ایام قدیم در فرهنگ‌های مختلف وجود داشته است (کلانترهرمزی و همکاران، ۲۰۱۶: ۳۵۹). از نظر «مارگ برر»^۱ (۲۰۱۰) کنشگر بین‌المللی حقوق زن، «فرهنگ تغییر بدن پدیده تازه‌ای نیست؛ اما در دهه‌های اخیر شاهد محبوبیت و فراگیری تغییرات شدیدی در بدن، به ویژه در کشورهای درحال توسعه بوده‌ایم» (پورنصیری و بوستانی، ۱۳۹۵: ۱۳۸). موضوع پزشکی‌سازی رفتارها به طور کلی، و جراحی زیبایی به طور خاص، بر اهمیت استانداردهای و هنجارسازی معیارهای زیبایی تأکید می‌کنند (سویسا، ۲۰۰۸: ۶۲۷). این استانداردهای و هنجارسازی افراد را به جراحی زیبایی ترغیب می‌نماید. تحقیقات نشان داده است که در میان جراحی‌های زیبایی مختلف، مردم بیشترین انگیزه را برای جراحی زیبایی بینی^۲ و بعد، زیبایی پلک^۳، لیفت صورت^۴، لاغری شکم و پهلو^۵ دارند (موسوی‌زاده و همکاران، ۲۰۱۲: ۷۸).

در حال حاضر، جراحی زیبایی در سرتاسر جهان گسترش یافته است. چندین عامل باعث این تحول سریع شده‌اند؛ توسعه اقتصادی و اجتماعی، تغییرات در هنجارهای فرهنگی و اجتماعی، جهانی شدن، تأثیر فرهنگ غربی، تبلیغات، رسانه و اختلالات روانی. پس، به جرأت می‌توان گفت امروزه جراحی زیبایی به یک کسب و کار سودآور تبدیل شده است (نژادسوری و همکاران، ۲۰۱۶: ۲۰۷). جراحی بینی^۶، محبوب‌ترین روش جراحی زیبایی در ایران است. در تحقیق «اکبری ساری» و همکارانش (۲۰۱۲) ۱۸۰ مورد جراحی بینی در هر ۱۰۰ هزار نفر جمعیت (مجموع ۱۳۴،۷۶۶ جراحی در هر سال) گزارش شده است. ایران یکی از بالاترین نرخ‌های جهان در جراحی زیبایی را دارد. در میان ایرانیان، عمل بینی یک عمل لوکس^۷ است. بعضی افراد می‌خواهند از این طریق اعتماد به نفسشان^۸ را افزایش دهند. حتی در شرایط بحرانی اقتصاد، افراد زیربار وام‌های سنگین بانکی می‌روند تا هزینه جراحی زیبایی را تأمین کنند (نژادسوری و همکاران، ۲۰۱۶: ۱). به طور کلی، در جامعه ایران، در چند دهه اخیر بدن محملی برای گفتمان‌های مختلف بوده است. در دهه ۶۰ ه.ش. و شرایط جنگ بدن در مقابل روح، وجه ثانویه داشته است که این امر صبغه ایدئولوژیک و مناسکی دارد؛ اما با اتمام جنگ و اواخر دهه ۶۰، بدن سکولار ظهور می‌یابد. «بدنی که می‌خواهد جنگ و نشانه‌هایش را از یاد ببرد و خود را به مثابه یک امر زیبایی‌شناختی آشکار کند» پدیدار می‌شود (جهان‌دیده، ۱۴۰۰).

تاکنون، مطالعات متعددی در مورد عوامل جامعه‌شناختی مؤثر بر گرایش به جراحی زیبایی در ایران انجام شده است که شکل پراکنده و فردی داشته‌اند. این پژوهش، از

نوع کمی و توصیفی می‌باشد و هدف آن ترکیب و انسجام بخشی به این مطالعات با روش فراتحلیل است. هدف از فراتحلیل یکی کردن^۱، ترکیب^۲ و معنادار کردن^۳ تحقیقات متعدد در یک زمینه است. این روش در بسیاری از حوزه‌ها مانند: علوم اجتماعی، رفتاری و زیست‌پزشکی کاربرد دارد (ولف، ۱۹۸۶: ۵). پرسش‌های این تحقیق عبارتند از: (۱) در تحقیقات جامعه‌شناختی مربوط به گرایش به جراحی زیبایی در ایران از چه نظریه‌ها و الگوهای مفهومی استفاده بیشتری شده است؟ (۲) در تحقیقات جامعه‌شناختی مربوط به گرایش به جراحی زیبایی در ایران چه متغیرها (فرضیاتی) مورد مطالعه قرار گرفته است؟ (۳) و اندازه اثر^۴ کلی هر کدام از این متغیرها (با توجه به فرضیات مورد بررسی) چه قدر است؟

مسئله پژوهش حاضر این است که با توجه به انباشته شدن گسترده مقالات و پژوهش‌های متنوع و متعددی که در طی سال‌های متمادی در زمینه عوامل جامعه‌شناختی مؤثر بر گرایش به جراحی زیبایی، در اقصی نقاط ایران، انجام شده است؛ چه نتیجه واحد و چشم‌انداز کلی در این حوزه موضوعی، در جامعه ما، وجود دارد؟ اهمیت این پژوهش در این مطلب جای دارد که این مقالات، در مورد موضوع واحدی، کماکان، به نتایج یکسان و نزدیک به هم دست نیافته‌اند. انسجام بخشی به پراکندگی و نابسامانی یافته‌های پژوهشی در این حوزه و ترکیب و تحلیل آن‌ها بایستگی این پژوهش را برجسته می‌کند؛ برای مثال، در مورد هم‌بستگی رسانه و گرایش به جراحی زیبایی در پژوهش عطاذخت و همکارانش (۱۳۹۱) ضریب (۰/۰۹) و بی‌معنایی و در پژوهش دانش (۱۳۹۵) ضریب (۰/۶۶) و معناداری نسبتاً قوی گزارش شده است. هم‌چنین، نتایج پژوهش فراتحلیلی (متآنالیز) حاضر در چند مورد کاربرد خواهند داشت که اهم آن‌ها عبارتند از: (۱) ارائه شمای و دید کلی و واحد نسبت به پژوهش‌های گذشته در این حوزه که شناسایی متغیرهای جامعه‌شناختی مورد بررسی در پژوهش‌های پیشین و محاسبه ترتیب اندازه اثر و معناداری آن‌ها را دربر می‌گیرد؛ (۲) روشن‌تر ساختن استراتژی و مسیر پژوهشی آینده برای پژوهشگران این حوزه و مشخص کردن شفاف‌تر خلأ و شکاف‌های پژوهشی در این زمینه؛ (۳) ارائه اطلاعات کلی و جامعی به برنامه‌ریزان اجتماعی، سیاست‌گذاران فرهنگی و فعالان حوزه پزشکی اجتماعی، در مورد ویژگی‌های افراد متقاضی جراحی زیبایی و علل اجتماعی آن در ایران، از طریق فراتحلیل (متآنالیز) پژوهش‌های پیشین، تا آن‌ها در جهت به حداقل رساندن اثرات نامطلوب صنعت جراحی زیبایی گام بردارند؛ (۴) استفاده بهینه از پژوهش‌های پیشین، کاهش هزینه‌های مالی و زمانی در جهت حذف پژوهش‌های تکراری؛ و اختصاص آن به کاوش‌های نوآورانه و خلاق در این زمینه، از دیگر موارد جوانب کاربردی این پژوهش است.

۲. پیشینه پژوهش

برخی تحقیقات اجتماعی با روش فراتحلیل در زمینه گرایش به جراحی زیبایی و موضوعات نزدیک به آن (مدیریت بدن، ساخت بدن و...) در جوامع مختلف و ایران انجام شده است. «جسیکا ام. آلو» و همکاران^{۱۳} (۲۰۱۵) با روش فراتحلیل به بررسی مداخلات مستقل و مؤثر بر «بهبود تصویر بدنی» پرداخته‌اند. هدف آن‌ها تخمین اثربخشی چنین مداخلات و شناسایی «تکنیک‌های تغییر» در جهت «بهبود تصویر بدنی» بود. آن‌ها با جستجوی ۳,۸۴۶ ادبیات تحقیق مرتبط، ۶۲ آزمون مداخله را شناسایی کردند. مداخلات باعث بهبود کم تا متوسط تصویر بدنی، کاهش کم تا متوسط درونی‌سازی زیبایی ایده‌آل و کاهش زیاد تمایل به مقایسه اجتماعی می‌شدند. «آلیسا این. سایفو»^{۱۴} و «زهرا واحدی» (۲۰۱۹) معتقدند رسانه‌های اجتماعی همانند رسانه‌های سنتی، انواع منحصر به فرد مقایسه‌های اجتماعی را ایجاد می‌کنند که یکی از آن‌ها مربوط به تصویر بدنی است. آن‌ها با فراتحلیل ۶۳ پژوهش مناسب و مدل اثر تصادفی اندازه اثر کوچک، مثبت و مهم رسانه‌های اجتماعی بر اختلال تصویر بدنی را نشان دادند. در این پژوهش‌ها، انواع استفاده از شبکه‌های اجتماعی، ابعاد تصویر بدنی، گروه‌بندی کشورها و سن، متغیر تعدیل‌گر و معنادار بودند. «سنقو یون»^{۱۵} و «یونگ آکیم»^{۱۶} (۲۰۱۹) به مرور سیماتیک و متاآنالیز جراحی زیبایی و عزت نفس در کره جنوبی پرداخته‌اند. هدف از این تحقیق، شناسایی متغیرهای مرتبط و تعیین اندازه اثر کلی آن‌ها بود. مطابق با اندیشه یون و کیم، پیشرفت در فناوری پزشکی به همراه رشد رسانه‌های توده‌ای مبتنی بر وب و سرویس‌های شبکه‌های اجتماعی، فرصت دسترسی به جراحی زیبایی را افزایش داده است. آن‌ها به تحلیل ۱۶ مقاله پرداخته‌اند؛ بعضی مقاله‌ها فقط شامل زنان و بعضی هر دو جنس را شامل می‌شدند. هم‌چنین متغیرهای نگرش اجتماعی-فرهنگی، BMI، استرس هم‌بستگی ضعیف و معنادار؛ و متغیرهای قصد مدیریت ظاهر، قصد جراحی زیبایی و رضایت از بدن هم‌بستگی متوسط و معناداری با عزت نفس داشتند. از این دست مطالعات فراتحلیل در ایران نیز انجام شده است. «پورکاو دهکردی» و همکاران (۱۳۹۹) به «فراتحلیل عوامل گرایش زنان ایرانی به عمل‌های جراحی زیبایی» پرداخته‌اند. آن‌ها این مطالعه را با گزینش ۵۰ و در مرحله بعد، ۳۲ پژوهش مربوطه، در سال‌های ۸۶ تا ۱۳۹۶ ه.ش. انجام نمودند. در این پژوهش از روش «هگز» و «الکین» و از معکوس واریانس فرضیه‌ها به عنوان وزن‌دهی به مطالعات استفاده شده است. نتایج نشان داد متغیرهای تعدیل‌گر هویت اجتماعی، مقبولیت اجتماعی، هوش هیجانی و خودکارآمدی عمومی بیشترین تأثیر را بر جراحی زیبایی داشته‌اند. در این مطالعه، تأثیر چهار متغیر مذکور مورد بررسی قرار

گرفته بود که با مطالعه پیش‌رو، متفاوت است. هدف و نوآوری مطالعه حاضر توجه به متغیرهای جامعه‌شناختی مؤثر بر گرایش به جراحی زیبایی و بررسی آن‌ها است. با این حال، «شعاع» و «نیازی» (۱۳۹۵)، نیز، ارتباط سرمایه فرهنگی و مدیریت بدن را با روش فراتحلیل مورد بررسی قرار داده‌اند. در این مطالعه، ۱۰ پژوهش دارای شرایط آزمایش ۳۸ پژوهش جستجو و انتخاب شدند. در این پژوهش با عنایت به نتایج بررسی ناهمگنی (مدل اثرات تصادفی)، مشخص شد سرمایه فرهنگی (۳۲٪) نقش متوسطی را در تبیین واریانس مدیریت بدن ایفا می‌کند. در این راستا، «اخلاصی» و همکاران (۱۳۹۸) به فراتحلیل مطالعات ناظر به بساخت اجتماعی بدن در جامعه ایرانی پرداخته‌اند. آن‌ها به بررسی این موضوع پرداخته‌اند که در پژوهش‌های داخلی ۱۳۹۵-۱۳۸۶ ه.ش. پدیده مدیریت بدن در نسبت با چه متغیرهایی مورد توجه محققان علوم اجتماعی قرار گرفته است. در این مطالعه، فراتحلیل ۲۹ مقاله پژوهشی منتخب نشان می‌دهد، متغیرهای مستقل شناسایی شده در مطالعات منتخب، به ترتیب اهمیت، قابل سنخ‌بندی به چهارگونه اجتماعی (۵۷/۸٪)، روان‌شناختی (۵۱٪)، زمینه‌ای (۳۷/۴٪) و فرهنگی (۲۷/۲٪) بوده‌اند.

۳. مرور مبانی نظری

در حوزه موضوعی این پژوهش، برخی اندیشمندان اجتماعی بر عوامل جهانی شدن و انتشار فرهنگی تأکید کرده‌اند. «دیدیر گزگندو»^{۱۷} (۲۰۰۶) انسان‌شناس فرانسوی به مدل فرهنگی انتشار در ترویج جراحی زیبایی بینی زنان در ایران اشاره می‌کند؛ وی معتقد است گسترش رسانه‌ها، ارتباطات و تکنولوژی باعث تسریع تمدن غربی می‌شود. در جریان انتشار فرهنگی، تمام آداب و رسوم و ادراک از خود^{۱۸}، به طور ریشه‌ای، تغییر پیدا می‌کند. با انتشار فرهنگی و گسترش سیستم‌های ارتباطات و تکنولوژی در سراسر جهان، بسیاری از اقدامات بر روی خود^{۱۹} (همانند تغییر و اصلاح بدن خود^{۲۰}) و جریان‌های جدید اجتماعی (همانند: جنبش ضد جهانی شدن^{۲۱} در هند) رواج پیدا می‌کند و پذیرفته می‌شود. در این راستا، مردم‌شناسان از پدید آمدن نوع جدیدی از «فاعلیت»^{۲۲} خبر می‌دهند که در عملکردهای خرد^{۲۳} زندگی روزمره در ایران - همانند انجام جراحی زیبایی - قابل مشاهده است. «ذکایی» (۱۳۸۷) با همکاری «فرزانه»، مطالعه‌ایی در این زمینه انجام می‌دهد و بر موضوع فاعلیت و فردیت صحنه می‌گذارد؛ وی اظهار می‌کند جراحی زیبایی زنان تهرانی در چرخه میان انتخاب فردی و ساختارهای اجتماعی قرار گرفته است؛ و به طور کلی جراحی زیبایی را باید توازنی میان اختیار انسانی و اجبار ساختاری دانست. یکی از دیدگاه‌های نظری ارزشمند در این زمینه «مدل اثر سه‌گانه»^{۲۴} است. این مدل

را «جی کوین تامپسون»^{۲۵} و همکاران (۱۹۹۹) پیشنهاد می‌کنند. براساس این مدل، فشار برای ظاهر ازسوی رسانه، هم‌سالان و خانواده، به‌طور مستقیم و غیرمستقیم، بر اختلال تصویر بدنی اثر می‌گذارند. این فرآیند از طریق درونی‌سازی زیبایی ایده‌آل و مقایسه اجتماعی صورت می‌پذیرد. در مطالعات بین فرهنگی، نیز، به نقش واسطه‌ایی درونی‌سازی زیبایی ایده‌آل در گرایش به جراحی زیبایی توجه شده است (وو و همکاران، ۲۰۲۲: ۳۱). یکی از نظریه‌های برجسته دیگر «نظریه مقایسه اجتماعی» است که توسط «لئون فستینگر»^{۲۶} (۱۹۵۴) ارائه شده است و «ماریکا تیگمن»^{۲۷} (۲۰۱۳) این نظریه را در زمینه تأثیرگذاری رسانه‌ها بر نارضایتی بدن به‌خصوص زنان به‌کار برده است. براساس این نظریه، انسان‌ها تمایل به ارزیابی خود دارند و در جایی که سنجش عینی ویژگی‌های افراد ممکن نیست، همانند ظاهر و سیمای افراد، این‌کار از طریق مقایسه با دیگران صورت می‌پذیرد؛ یعنی، هنگامی که ارزیابی مستقیم در دسترس نیست؛ تا حدود زیادی، جستجوی اطلاعات یک تکنیک منطقی است. در این صورت قضاوت‌های ارزشمند در مورد خود، به هدف‌گزینش شده بستگی دارد و فرد خود را با آن‌ها مقایسه می‌کند. در «مقایسه رو به بالا»، فرد خود را با افراد و موقعیتی مقایسه می‌کند که در صفت خاصی بالاتر هستند. این مقایسه منجر به ارزیابی نامطلوب از خود می‌شود. مقایسه اجتماعی، همواره، به‌عنوان یکی از فرآیندهای تعیین‌کننده نارضایتی بدن اثبات شده است. پس، هنگامی که تصاویر رسانه‌ایی ایده‌آل به‌عنوان استانداردهای مقایسه مورد استفاده قرار می‌گیرند، مقایسه رو به بالا منجر به برداشت‌های بیشتر منفی از ظاهر و بدن می‌شود (مک‌کالوم و ویدوز، ۲۰۱۶؛ ۲۳۹). با این حال، با توجه به فراتحلیل بودن این مطالعه، در این بخش، به مرور نظام‌مند و تلخیص ادبیات نظری مقالات مورد بررسی پرداخته خواهد شد. در زمینه جامعه‌شناختی گرایش به جراحی زیبایی مطالعات متنوعی انجام شده است. در ادبیات نظری هر یک از این مطالعات، عوامل مختلف جامعه‌شناختی در زمینه گرایش به جراحی زیبایی مطرح نظر قرار گرفته است. مهم‌ترین و عمده‌ترین تئوری‌های به‌کاررفته در این مقالات در قسمت جدول ۱، گردآوری شده است.

۴. روش تحقیق

این پژوهش از نوع کمی و توصیفی است و روش آن فراتحلیل است؛ فراتحلیل، مجموعه‌ای از روش‌های آماری است که از آن برای تلفیق نتایج حاصل از پژوهش‌های هم‌بستگی و نیمه‌تجربی بهره می‌برند (شفیعی و زارع، ۱۳۹۸). فراتحلیل، هنر ترکیب پژوهش‌ها و تحلیل تحلیل‌ها و روش کمی برای یکپارچه‌سازی پژوهش‌های مستقل و مشابه است که به‌منظور شناسایی رابطه یا تأثیر متغیرها براساس پژوهش‌های

جدول ۱: پرکاربردترین تئوری‌های جامعه‌شناختی مقالات مورد بررسی

| نظریه پرداز | چکیده‌ای از مهم‌ترین نظریه‌های به کار رفته در مقالات مربوطه |
|-------------|---|
| گیدنز | از نظر «گیدنز» مدیریت بدن بازتابی از سبک‌های زندگی و اشکال هویتی و مرتبط با پویایی خویش است. افراد از طریق این جراحی‌ها زندگی خود را پنهان و هویت شخصی متمایزی را نمایان می‌سازند (ابراهیمی و ضیاپور، ۱۳۹۱؛ عباس‌زاده و همکار، ۱۳۹۳ و ۱۳۹۱؛ اسماعیلی‌بیگی و مرادی، ۱۳۹۷؛ عطادخت، ۱۳۹۱؛ یزدخواستی و همکاران، ۱۳۹۰؛ حسینی‌پاکدهی و مرادیان، ۱۳۹۵؛ قادرزاده و همکاران، ۱۳۹۱؛ اکبرزاده‌چهرمی و همکاران، ۱۳۹۸). او به کنترل منظم بدن، بدن نقطه‌ای برای ساختن خود و نشانه‌ایی برای تفسیر اشاره می‌کند (میرسادو و همکاران، ۱۳۸۹؛ نوغانی و همکاران، ۱۳۸۹). از نظر گیدنز، پزشکی مدل به فناوری پیشرفته شده است و او رسانه را در پروژه مدیریتی بدن دخیل می‌داند و معتقد است آن‌ها در مسیر افزایش توانایی افراد برای پرداختن به موضوع زیبایی و بدن‌های غیرواقعی حرکت می‌کنند (توسلی و مدبری، ۱۳۹۱؛ دانش، ۱۳۹۵؛ صفری‌شالی، ۱۳۹۸). از دیدگاه گیدنز، صنعت گسترده‌ای به نام «صنعت زیبایی» شکل گرفته است که شامل طیف گسترده‌ای از تجارت لوازم آرایشی، طراحی و عرضه مدهای جدید، طیف گسترده‌ای از جراحی‌های زیبایی و امور تجاری این فعالیت‌ها می‌شود (عباسی‌اسفجیر و قاسمی، ۲۰۱۷: ۱۴). |
| بورديو | «بورديو» تحلیل خود از بدن را به تولید و تبدیل سرمایه پیوند می‌زند و به حضور اشکال مختلف سرمایه در میدان‌های مختلف اذعان می‌کند. بورديو هدف مدیریت بدن را اکتساب منزلت، تمایز و پایگاه می‌داند. از نظر او، بدن در جوامع مدرن کالایی می‌شود و به صورت سرمایه فیزیکی ظاهر می‌گردد. بورديو میان عادتواره و بدن پیوندی ناگسستنی می‌بیند (حسینی‌پاکدهی و مرادیان، ۱۳۹۵؛ اسماعیلی‌بیگی و مرادی، ۱۳۹۷؛ قادرزاده و همکاران، ۱۳۹۱؛ میرسادو و همکاران، ۱۳۸۹؛ پیراهری، ۱۳۹۶؛ صفری‌شالی، ۱۳۹۸؛ قیادی، ۱۳۹۸؛ حاجی‌ابول‌لو و همکاران، ۱۳۹۷). او برداشته و فاصله‌گذاری بین خود و دیگران تأکید می‌کند (یزدخواستی و همکاران، ۱۳۹۰؛ حسینی‌پاکدهی و مرادیان، ۱۳۹۵؛ کیوان‌آرا و همکاران، ۱۳۸۹). |
| الیاس | «الیاس» نیز مانند بورديو، بدن را مرکزی برای اکتساب پایگاه، منزلت اجتماعی و دیگر تمایزات ذکر می‌کند (نوغانی و همکاران، ۱۳۸۹: ۷۹). «زیبایی» و «تلاش برای زیباتر بودن» نمونه‌ای از ارائه نمایشی بدن ^{۱۱} است. براساس برخی نظریات اجتماعی، هدف از «زیباتر شدن» بیان احساسات شخصی از طریق تعامل برای کسب قدرت اجتماعی و دستیابی به ارزش‌های فرهنگی است (عباسی‌اسفجیر و قاسمی، ۲۰۱۷: ۱۴) و (عباس‌زاده و همکاران، ۱۳۹۱: ۱۲۶-۱۲۸). نوربرت الیاس از ضرورت کنترل و مدیریت بدن، در قالب جوان و شاداب نگاه داشتن آن به عنوان اجتماعی‌سازی بدن، عقلانی‌سازی بدن و شخصی‌سازی آن یاد می‌کند (اخلاصی و همکاران، ۱۳۹۸). |
| زیمل | «زیمل» همانند «بولن» می‌گوید، مد به مثابه یکی از نمادهای منزلت، کارکرد دوگانه همسان شدن و متمایز شدن را، در یک فرایند اجتماعی رقابتی، دارا می‌باشد (کیوان‌آرا و همکاران، ۱۳۸۹: ۷۹). از نظر او افراد می‌کوشند تا از طریق مصرف هویتی را که دوست دارند بسازند (قادرزاده و همکاران، ۱۳۹۱: ۱۲۹)؛ و حتی فردیتی را که سرکوب شده است، برملا سازند (قیادی، ۱۳۹۸). |
| هومنز | افراد در هر وضعیت، رفتاری را از خود بروز می‌دهند که کمترین ضرر و بیشترین پاداش را داشته باشد و این تحت تأثیر ارزش‌های فرهنگی جامعه است (میرسادو و همکاران، ۱۳۸۹؛ پیراهری، ۱۳۹۶). |
| گافمن | کارهای «گافمن» به موضوع‌های کنش متقابل‌نمادین نزدیک است (عباسی‌اسفجیر و قاسمی، ۲۰۱۷: ۱۴). از دیدگاه اروینگ گافمن، ظاهر که برای خود شخص و برای دیگران دیدنی و نمایش دادنی است می‌تواند به منزله نشانه‌ای برای تفسیر کنش به کار رود. بدن موجودیتی ساده نیست. نشانه‌هایی است که ارتباطات روزمره ما مشروط به آن است. گافمن مدیریت تأثیرگذاری را مطرح می‌کند و به نظر او افراد می‌خواهند در کنش متقابل جنبه‌ای از خود را نمایش دهند که مورد پذیرش دیگران و جامعه‌پسند باشند (حسینی‌پاکدهی و مرادیان، ۱۳۹۵؛ اسماعیلی‌بیگی و مرادی، ۱۳۹۷؛ میرسادو و همکاران، ۱۳۸۹؛ دانش، ۱۳۹۵؛ صفری‌شالی، ۱۳۹۸؛ قیادی، ۱۳۹۸؛ اکبرزاده‌چهرمی و همکاران، ۱۳۹۸). او بر مفاهیم شان اجتماعی و داغ ننگ خوردن تأکید می‌کند (یزدخواستی و همکاران، ۱۳۹۰؛ پیراهری و بیداران، ۱۳۹۶؛ صفری‌شالی، ۱۳۹۸). |
| فوکو | «فوکو» نیز بدن را بدنی اجتماعی دیده که به صورت اجتماعی ساخته شده و کانون قدرت است (نوغانی و همکاران، ۱۳۸۹؛ یزدخواستی و همکاران، ۱۳۹۰). از نظر فوکو افراد می‌توانند در بدن‌های خود دستکاری کنند، و آن را به اطاعت و دارند و این خود منبث از گفتن‌های اجتماعی، سیاسی و فرهنگی است (عباسی‌اسفجیر و قاسمی، ۲۰۱۷: ۱۵). |
| وبلن | «وبلن» با طرح مفاهیمی چون مصرف تظاهری و فراغت تظاهری موضوع زیبایی را به پدیده مصرف، نشان دادن ثروت و در سطحی بالاتر به حوزه قشریندی پیوند می‌زند. از نظر او فایده اشیاء معطوف به زیبایی و وابسته به گرانی‌شان است. از نظر او طبقات پایین، از شهرت و احترام طبقات بالایی محروم هستند و سعی می‌کنند حداقل در ظاهر و سبک‌زندگی از آن‌ها تقلید و با قوانین و هنجارهایشان هم‌نوايي کنند. وبلن، مفاهیم فراغت نیابتی و مصرف نیابتی را مطرح می‌کند؛ یعنی مردان قدرت و ثروت خود را از طریق زنان‌شان نمایش می‌دهند (کیوان‌آرا و همکاران، ۱۳۸۹؛ عباس‌زاده و همکاران، ۱۳۹۳؛ عطادخت، ۱۳۹۱؛ دانش، ۱۳۹۵؛ قادرزاده و همکاران، ۱۳۹۱؛ میرسادو و همکاران، ۱۳۸۹؛ پیراهری و بیداران، ۱۳۹۶؛ قیادی، ۱۳۹۸؛ اکبرزاده‌چهرمی و همکاران، ۱۳۹۸)؛ و زیبایی نماد منزلت زن است (یزدخواستی و همکاران، ۱۳۹۰). |

| نظریه پرداز | چکیده‌ای از مهم‌ترین نظریه‌های به کار رفته در مقالات مربوطه |
|-----------------|---|
| تورنر | «برایان تورنر»، سعی دارد مقوله بدن را در نظریه اجتماعی احیا کند. وی آن را به عنوان نظامی از نشانه‌ها مفهوم‌پردازی کرده که حامل معانی و نمادهای اجتماعی است. او بدن انسان را به عنوان نظامی از علائم تفسیر می‌کند که روابط قدرت را نشان می‌دهد (توسلی و مدیری، ۱۳۹۱: ۶۳). تغییراتی چون صنعتی‌شدن، فردگرایی و مدرنیته سبب توجه به بدن شده و بدن در این دوران با هویت و مفهوم «خود» ارتباط یافته است که با مصرف و مصرف‌گرایی در رابطه است. ایده «خلق بدن» که با یاری تکنولوژی پزشکی ایجاد شده است، به حساب‌های عقلانی نسبت به بدن و به کارگیری دانش در دستگاه کنترل اجتماعی ارتباط می‌یابد (حسینی‌باکدهی و مرادیان، ۱۳۹۵: پیراهری و بیداران، ۱۳۹۶: قیادی، ۱۳۹۸). |
| نظریات رسانه | تأثیرات رسانه از جانب نظریه‌پردازان مختلفی مطرح شده است. رسانه‌ها منبع اصلی اطلاعاتند و به پندارهای مردم شکل می‌دهند. تأثیرگذاری آن‌ها تراکمی و افزایشی است و کل زندگی فرهنگی و اجتماعی را دگرگون می‌کنند (قادرزاده و همکاران، ۱۳۹۱: عباس‌زاده و همکاران، ۱۳۹۳). نظریه بازنمایی اجتماعی، «بازنمایی رسانه‌ای» را در بازتعریف هویت افراد و گروه‌های اجتماعی مهم می‌داند (حسینی‌باکدهی و مرادیان، ۱۳۹۵: ۱۲۴-۱۲۵). «گرینز» ^{۲۰} در نظریه کاشت ^{۲۱} بیان می‌کند، ایده‌آل‌های ترجیحی بدن که غیرواقعی هستند، در رسانه‌ها نمایش داده می‌شود. مردم تصاویر تقریباً غیرواقعی رسانه‌ها را به عنوان نرم زیبایی می‌پندند و ناراضی از بدن و تصویر بدنی منفی را تأیید می‌کنند (مینوسپهر و همکاران، ۲۰۱۴: ۲۶۳ و ایمانی و همکاران، ۱۳۹۹). «بوداری» و «فدراستون» نیز نمایش اندام و بدن در رسانه‌ها و اثر آن بر تنظیم و مدیریت بدن را مورد توجه قرار می‌دهند (قیادی، ۱۳۹۸: اکبرزاده‌چهرمی و همکاران، ۱۳۹۸). |
| رویکرد فمینیستی | در رویکردهای فمینیستی ارزش‌های مردانه، جامعه مردسالاری، فرهنگ مصرفی و بازنمایی‌های کلیشه‌ای از جنسیت محوریت می‌یابند. نظریه‌پردازان فمینیست، از رویکرد پراساختگی اجتماعی استفاده می‌کنند. به باور آن‌ها، تجارب منفی بدنی و نگرانی در زنان به واسطه نقش و فشار رسانه‌ها در نمایش زن ایده‌آل و استانداردسازی زیبایی ایجاد می‌شود. از نظر فمینیست‌ها، هنجارها منعکس‌کننده نفوذ و فشار اجتماعی بر زنان در فضای نظام سرمایه‌داری و تجارت مصرفی هستند (دانش، ۱۳۹۵: عباس‌زاد و همکاران، ۱۳۹۳: عطادخت، ۱۳۹۱: قادرزاده و همکاران، ۱۳۹۱: نوغانی و همکاران، ۱۳۸۹: حاجی‌ابول و همکاران، ۱۳۹۷). آن‌ها زیبایی را ظلم و تعدی به زنان می‌دانند (بزدخواستی و همکاران، ۱۳۹۰). |

متعدد صورت می‌پذیرد (نوغانی دخت بهمنی و میرمحمدتبار، ۱۳۹۶). عنصر اساسی در فراتحلیل اندازه اثر است؛ اندازه اثر نشان‌دهنده میزان یا درجه حضور یک پدیده در جامعه است. هرچه اندازه اثر بزرگ‌تر باشد درجه حضور پدیده هم بیشتر است (خامه‌چی و رنگریز، ۱۴۰۰: ۷۸). هدف از استفاده اندازه اثر، یک شکل کردن یافته‌های آماری گوناگون مطالعات در یک شاخص عددی و اندازه مشترک است تا امکان مقایسه و ترکیب نتایج آماری مطالعات فراهم شود (نوغانی دخت بهمنی و میرمحمدتبار، ۱۳۹۶). پس، برای انجام فراتحلیل و ترکیب نتایج تحقیقات، باید آماره‌های آزمون به مقادیر اندازه اثر تبدیل شوند. در این مطالعه، اندازه اثر براساس (r) انجام می‌شود. با دسترسی به آماره‌های مانند Z ، F ، X^2 ، t و... می‌توان شاخص اندازه اثر (r) را محاسبه کرد. برای تفسیر اندازه اثر از جدول کوهن (جدول ۶) استفاده می‌شود؛ در این جدول مقدار شاخص (r) کمتر از $۰/۳$ اندازه اثر کم، $۰/۳$ تا $۰/۵$ اندازه اثر متوسط و بیشتر از $۰/۵$ اندازه اثر زیاد فرض شده است (قربانی‌زاده و حسن نانگیر، ۱۳۹۳؛ نوغانی دخت بهمنی و میرمحمدتبار، ۱۳۹۶).

در این پژوهش، در پایگاه‌های اطلاعات فارسی، از جمله بانک اطلاعات نشریات کشور^{۲۲}، پایگاه مجلات تخصصی نور^{۲۳}، بانک اطلاعاتی جهاد دانشگاهی^{۲۴}، پایگاه مرکز اسناد و مدارک علمی ایران^{۲۵}، بانک داده پرتال جامع علوم انسانی^{۲۶}، پایگاه اطلاعاتی آستان قدس رضوی (ویراساینس^{۲۷}) مطالعات پیرامون موضوع گرایش به جراحی زیبایی

در ایران مورد بررسی قرار گرفتند. در این مطالعه کلیه مقالات علمی مصوب مربوطه موجود در این پایگاه‌ها (مقالات علمی-پژوهشی و علمی-ترویجی) بررسی شدند. از نظر بازه زمانی، این پژوهش، قدیمی‌ترین مقالات موجود مربوطه در این پایگاه‌ها تا زمان فعلی مطالعه، یعنی از سال ۱۳۸۰ تا سال ۱۳۹۹ ه.ش. را دربر گرفته است. انتخاب مقالات مناسب تحلیل مطابق جدول (۲) در چند مرحله انجام شده است.

جدول ۲: نحوه انتخاب مقالات پژوهش

| مرحله سوم | | مرحله دوم | | مرحله اول | | | | | | | | | | | | | |
|-------------------------------|--|-------------------------------|--|--|---|-----|---------------------------------|-----|------------------------|-----|-----------------------------|----|--------------------------------------|----|----------------------------------|-------|----------|
| مقالات حائز شرایط برای مطالعه | بررسی متن مقالات و حذف مقالات فاقد شرایط تحلیل | مقالات با عنوان و چکیده مناسب | حذف مقالات فاقد شرایط عنوان و چکیده و کلیدواژگان مناسب و مقالات تکراری | تعداد کل مقالات جستجو شده با موضوع مرتبط | مقالات جستجو شده با موضوع مرتبط به تفکیک بانک داده | | | | | | | | | | | | |
| ۵۵ | | ۱۲۱ | | ۲۰۸۲۹ | <table border="1"> <tr> <td>۳۷۲</td> <td>پایگاه بانک اطلاعات نشریات کشور</td> </tr> <tr> <td>۱۰۹</td> <td>پایگاه مجلات تخصصی نور</td> </tr> <tr> <td>۳۰۶</td> <td>بانک اطلاعاتی جهاد دانشگاهی</td> </tr> <tr> <td>۵۸</td> <td>پایگاه مرکز اسناد و مدارک علمی ایران</td> </tr> <tr> <td>۵۶</td> <td>بانک داده پرتال جامع علوم انسانی</td> </tr> <tr> <td>۲۰۰۲۸</td> <td>ویراسینس</td> </tr> </table> | ۳۷۲ | پایگاه بانک اطلاعات نشریات کشور | ۱۰۹ | پایگاه مجلات تخصصی نور | ۳۰۶ | بانک اطلاعاتی جهاد دانشگاهی | ۵۸ | پایگاه مرکز اسناد و مدارک علمی ایران | ۵۶ | بانک داده پرتال جامع علوم انسانی | ۲۰۰۲۸ | ویراسینس |
| ۳۷۲ | پایگاه بانک اطلاعات نشریات کشور | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ۱۰۹ | پایگاه مجلات تخصصی نور | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ۳۰۶ | بانک اطلاعاتی جهاد دانشگاهی | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ۵۸ | پایگاه مرکز اسناد و مدارک علمی ایران | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ۵۶ | بانک داده پرتال جامع علوم انسانی | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ۲۰۰۲۸ | ویراسینس | | | | | | | | | | | | | | | | |

در این تحقیق، در مرحله اول، به جستجوی ساده و پیشرفته در پایگاه‌های اطلاعات فارسی ذکر شده در بالا پرداخته شد. در این پایگاه‌ها کلید واژه‌های «جراحی زیبایی»، «جراحی پلاستیک»، «جراحی بینی»، «رینوپلاستی» و در صورت لزوم کلمات مشابه دیگر در عنوان، چکیده و کلیدواژگان مقالات جستجو شد. در صورتی که پایگاه داده از امکانات جستجوی بالاتری برخوردار بود، جستجوی دقیق‌تر و راحت‌تری صورت می‌گرفت. تعداد کل مقالات جستجو شده مرتبط با موضوع جراحی زیبایی در این شش پایگاه «۲۰،۸۲۹» مقاله بود.

در مرحله دوم، مقالات تکراری و مقالاتی که با توجه به عنوان، چکیده و کلیدواژه مناسب این تحقیق نبودند از مطالعه خارج شدند؛ بدین ترتیب، مقالاتی که از نظر عنوان، چکیده و کلیدواژگان مناسب تحقیق بودند، برگزیده شدند. در این مرحله تعداد «۱۲۱» مقاله تأیید شد.

در مرحله سوم، متن مقالات مورد بررسی قرار گرفتند و مقالات فاقد شرایط تحلیل، از مطالعه و بررسی کنار گذاشته شدند. فقدان شرایط تحلیل برای این مطالعه مشمول مقالات تکراری، مقالات فاقد اعتبار علمی (مقالاتی به جز مقالات علمی-پژوهشی و علمی-ترویجی)، پژوهش کیفی، عدم دسترسی به متن مقالات و مقالات حاوی آماره‌های ناقص، نامعتبر و غیرمرتبط می‌شد؛ بنابراین در این مرحله، مقالاتی که

مناسب و حائز شرایط یرای این مطالعه بودند، گزینش شدند. در نهایت، در این مطالعه «۵۵» مقاله وارد تحلیل شدند.

در این پژوهش، ۵۵ مقاله درباره «عوامل اجتماعی-جامعه‌شناختی مؤثر بر گرایش به جراحی زیبایی در ایران» که حائز شرایط و هم‌چنین ملاک‌های اولیه (آماره، حجم نمونه‌گیری، شیوه نمونه‌گیری و...) بودند و در سال‌های (۱۳۸۷-۱۳۹۹ ه.ش.) در مجلات ایرانی منتشر شده بودند، گزینش و تحلیل شدند. در جدول ۳، اطلاعات این مقالات شرح داده شده است. به منظور تحلیل اطلاعات جمع‌آوری شده از پژوهش‌های موردنظر، از نسخه دوم برنامه فراتحلیل جامع^{۳۸} استفاده گردید.

۵. یافته‌های پژوهش

جدول ۴، فراوانی متغیرهای فرضیات پژوهش‌های مرور شده «عوامل مؤثر بر گرایش به جراحی زیبایی» را نشان می‌دهد. در این مطالعه، ۲۹ متغیر در فرضیات پژوهش‌های مرور شده مورد واکاوی قرار گرفتند. بیشترین فراوانی، به ترتیب، مربوط به متغیرهای سن (۱۶)، تحصیلات (۱۵)، فشار هنجاری (۱۱) است. فراوانی دیگر متغیرها عبارتند از: پایگاه اقتصادی و اجتماعی (۱۰)، تصویر بدنی منفی، رسانه (۹)، درآمد (۶)، پذیرش اجتماعی، تبلیغات، سرمایه فرهنگی (۵)، ارزیابی وضعیت ظاهری، باور مذهبی، احساس کهنتری، رضایت از نواحی بدن، سرمایه فرهنگی تجسم یافته، سرمایه فرهنگی عینیت یافته، سرمایه فرهنگی نهادینه شده (۴)، ارزیابی تناسب اندام، پذیرش بدن توسط فرد، دل مشغولی با اضافه وزن (۳)، استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام، سرمایه اجتماعی، کمال‌گرایی، گرایش به تناسب، گرایش به ظاهر، گروه مرجع، مدیریت بدن، نگرش به جراحی زیبایی و نمایه توده بدنی (۲). از آنجا که بخشی از این پژوهش از نوع کمی و توصیفی است، همه متغیرهای فرضیات مقالات مربوطه که فراوانی آن‌ها دو یا بیش از دو متغیر بود، در این مطالعه مورد بررسی و تحلیل قرار گرفتند. در واقع، متغیرهایی که شامل یک مورد می‌شدند به دلیل کثرت در مقاله و جدول گزارش نشدند.

ترکیب اندازه اثر را در فراتحلیل می‌توان با به‌کار بردن یکی از دو مدل «اثرات ثابت^{۳۹}» و «اثرات تصادفی^{۴۰}» انجام داد. برای یک مدل اثر ثابت فرض می‌شود که مطالعات تحت بررسی در یک اندازه اثر حقیقی مشترک سهیم هستند و تفاوت‌های اندازه اثر واقعی تنها ناشی از خطای نمونه‌گیری است. در مدل اثرات تصادفی، برخلاف مدل‌های اثرات ثابت، فرض بر این است که توزیعی از اندازه اثر وجود دارد و تفاوت‌های اندازه اثر میان مطالعات، فقط ناشی از خطای نمونه‌گیری به تنهایی نیست؛ بلکه ناشی از عوامل دیگری مانند خطای اندازه‌گیری و تفاوت‌های ذاتی بین تحقیقات است

جدول ۳: اطلاعات کلی پژوهش‌های مورد بررسی

| شماره | محقق | سال | حجم نمونه (نفر) | جامعه آماری | نوع نمونه‌گیری | روش تحقیق |
|-------|-------------------------------------|------|-----------------|---|----------------------------|-------------------------|
| ۱ | پورمحمدی کوری و شیرمحمدی | ۱۳۸۵ | ۱۲۰ | کلیه افراد متقاضی و غیرمتقاضی (همراه متقاضی) مراجعه کننده و افراد عادی شهر اردبیل | در دسترس | علی-مقایسه‌ای |
| ۲ | خانجانی، باباپور و سیا | ۱۳۹۱ | ۱۳۴ | متقاضی عمل جراحی زیبایی در شهر ارومیه | در دسترس و همسازی | علی-مقایسه‌ای |
| ۳ | نوعانی، مظالم خراسانی و ورنوی | ۱۳۸۹ | ۸۰ | زنان ۱۷ تا ۳۵ ساله شهر مشهد | اتفاقی، گلوله برفی و قضایی | علی-مقایسه‌ای |
| ۴ | محمدنیا اردکان و یوسفی | ۱۳۹۰ | ۵۰ | کلیه افراد مراجعه کننده شهرستان تبریز | در دسترس | پژوهش موردی شاهدهی |
| ۵ | خسروی و نظری | ۱۳۹۴ | ۲۰۰ | کلیه متقاضیان و غیر متقاضیان شهر ساری | در دسترس و همسازی | نوصیفی و تحلیلی |
| ۶ | دهداری، خانی پور، ختیز و دهداری | ۱۳۹۳ | ۳۳۳ | دانشجوی دختر ساکن در خوابگاه دانشگاه علوم پزشکی تهران | طبقه‌ای | پیمایش |
| ۷ | کوهی و علیزاده | ۱۳۹۲ | ۳۷۸ | زنان ۱۵ سال به بالای کلان شهر تبریز | خوشه‌ای چندمرحله‌ای | پیمایش |
| ۸ | نیلپوروشان، نوبیدان، شامحمدی | ۱۳۹۴ | ۱۲۰ | کلیه زنان مراجعه کننده و افراد عادی شهرستان اصفهان | در دسترس | تحلیلی - مقایسه‌ای |
| ۹ | خانجانی، باباپور، سیا (۳) | ۱۳۹۱ | ۱۱۴ | کلیه متقاضیان در شهر ارومیه | غیر تصادفی و در دسترس | تحلیلی - مقایسه‌ای |
| ۱۰ | بیزهروی، بیداران | ۱۳۹۶ | ۱۸۳ | زنان ۱۸ سال به بالای ساکن مناطق ۲ و ۹ شهر تهران | تصادفی ساده | پیمایش |
| ۱۱ | حاجی ابولولو، حاجیزاده و مسعودیان | ۱۳۹۷ | ۳۸۳ | زنان ۱۵ ساله و بالاتر از ۱۵ سال شهر رشت | نمونه‌گیری در دسترس | طرح مورد-شاهدهی |
| ۱۲ | توروزی شادهی، ملکی پیربازاری، صالحی | ۱۳۹۸ | ۶۰ | زنان عمل جراحی کرده بالای ۱۸ سال شهروندان اصفهان | در دسترس | نوصیفی و علی-مقایسه‌ای |
| ۱۳ | صبا، خانجانی | ۱۳۹۱ | ۱۳۴ | کلیه متقاضیان و غیر متقاضیان در شهر ارومیه | غیر تصادفی و در دسترس | مقایسه‌ای تحلیلی |
| ۱۴ | کیوان آرا، ربانی و ژانپور | ۱۳۸۹ | ۱۲۰ | کلیه افراد مراجعه کننده به یکی از مراکز از شهر اصفهان | مطلق و سیستماتیک | پیمایش |
| ۱۵ | توسلی و مدیری | ۱۳۹۱ | ۴۲۶ | کلیه زنان ۱۵-۵۰ سال ساکن شهر تهران | خوشه‌ای چندمرحله‌ای | پیمایش |
| ۱۶ | احادی، لطیفی، پختیاری و همکاران | ۱۳۹۲ | ۸۰۰ | کلیه افراد بین ۱۲ تا ۵۰ ساله تهرانی مراجعه کننده | تصادفی منظم | پیمایش |
| ۱۷ | محمدنیا، اردکان، یعقوبی و یوسفی | ۱۳۹۲ | ۱۶۰ | تمام افراد مراجعه کننده شهرستان یزد | در دسترس | همبستگی |
| ۱۸ | محمدزاده، جعفری و همکاران | ۱۳۹۳ | ۱۰۰ | بیماران متقاضی شهر تبریز | در دسترس | علی - مقایسه‌ای |
| ۱۹ | عسری، اردکان، خسرویان و همکاران | ۱۳۸۵ | ۴۰ | مراجمین دو کلینیک مربوطه در شهرستان ارومیه | تصادفی و همسازی | علی-مقایسه‌ای |
| ۲۰ | صفری‌شالی | ۱۳۹۸ | ۶۵۶ | کلیه زنان ۱۵ تا ۵۴ سال ساکن در شهر ملایر | خوشه‌ای چندمرحله‌ای | پیمایش |
| ۲۱ | صادقی، مرادی، حسینی، محمدحاجی | ۱۳۹۷ | ۶۰۰ | دختران دانشجویی ۱۸ تا ۳۵ سال دانشگاه‌های دولتی تهران | تصادفی خوشه‌ای | علی-مقایسه‌ای و پیمایشی |

| شماره | محقق | سال | حجم نمونه (نفر) | جامعه آماری | نوع نمونه‌گیری | روش تحقیق |
|-------|--|------|-----------------|---|-----------------------|--------------------|
| ۲۲ | ذوقی‌پایدار، کریمی و نینی‌زاده | ۱۳۹۷ | ۳۰۰ | دانشجویان دانشگاه بوعلی‌سینا و مراجه‌کنندگان به مراکز مربوطه شهرهای همدان و ایلام | در دسترس | علی-مقایسه‌ای |
| ۲۳ | اناباش گر، خاتونی، رضایی | ۱۳۹۸ | ۳۶۰ | پرستاران در بیمارستان‌های آموزشی کرمانشاه | طبقه‌بندی تصادفی | مقایسه‌ای |
| ۲۴ | آخجاری، محسنی‌پویا، رخشانی و همکاران | ۱۳۹۸ | ۴۰۰ | زنان مراجعه‌کننده به بیمارستان‌های دانشگاه شهید بهشتی | نمونه‌گیری خوشه‌ای | تحلیلی و مقایسه‌ای |
| ۲۵ | خریر، دهگاری و محمودی | ۱۳۹۲ | ۳۲۰ | دانشجویان دختر خوزستان دانشگاه علوم پزشکی تهران | تصادفی | پیمایش |
| ۲۶ | نیکبام، فراوانی، کلکار، فولادی، محمدی | ۱۳۹۱ | ۱۰۰ | مراجعه‌کنندگان در مطبوعات مربوطه در شهر یاسوج | چفت همتراز و در دسترس | علی-مقایسه‌ای |
| ۲۷ | طهماسبی، طهماسبی و نعمانی | ۱۳۹۳ | ۴۹۶ | دانشجویان دانشگاه آزاد واحد شهرکرد | تصادفی - طبقه‌بندی | مقطعی-پیمایشی |
| ۲۸ | ایمانی، دهقان و شرفی‌زادگان | ۱۳۹۹ | ۲۰۰ | افراد متقاضی مراجعه‌کننده به کلینیک‌های زیبایی منتقله یک و شش شهرداری شهر شیراز | غیر تصادفی و در دسترس | علی-مقایسه‌ای |
| ۲۹ | عبادت، عنبری، روزبهانی | ۱۳۹۶ | ۴۰۰ | زنان ۱۵-۵۰ ساله ساکن شهر شیراز | خوشه‌ای چند مرحله‌ای | پیمایش |
| ۳۰ | سهرابی، محمودعلوی و رسولی‌زاد | ۱۳۹۰ | ۱۰۰ | متقاضیان مراجعه‌کننده به کلینیک‌های جراحی و همراهانشان در دامنه سنی ۱۸ تا ۴۵ | نمونه‌گیری قضاوتی | توصیفی مقطعی |
| ۳۱ | تورج هاشمی، محمدپناه اردکان | ۱۳۹۷ | ۲۰۰ | کلینیک افراد متقاضی در کلینیک‌های مربوطه شهرستان یزد | در دسترس | توصیفی و همبستگی |
| ۳۲ | اسمعیل‌بیگی، مرادی | ۱۳۹۷ | ۳۵۲ | دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد ایلام | تصادفی طبقه‌بندی | پیمایشی |
| ۳۳ | پوراآقاجان، آزادلاخ و عطری | ۱۳۸۷ | ۱۴۰ | زنان متقاضی شهر تهران ۱۸ تا ۳۰ ساله | در دسترس | علی - مقایسه‌ای |
| ۳۴ | پاشا، نادری و اکبری | ۱۳۸۷ | ۳۰۰ | کلینیک افراد جراحی شده متقاضی و عادی شهرستان بهبهان | تصادفی خوشه‌ای | مقایسه‌ای |
| ۳۵ | محب، حسینی‌نسب، کلاهی | ۱۳۸۸ | ۱۰۰ | کلینیک مراجعین مربوطه به کلینیک شیخ‌الرئیس تبریز | در دسترس | علی-مقایسه‌ای |
| ۳۶ | میرسازوند، کندی و عطایی | ۱۳۸۹ | ۱۴۸ | زنانی تحت عمل جراحی زیبایی در بیمارستان‌های کرج | تصادفی ساده | پیمایش |
| ۳۷ | عباس‌زاده، اقدسی‌علمداری و همکاران | ۱۳۹۱ | ۳۸۵ | زنان و دختران ۱۶-۶۴ ساله شهر تبریز | تصادفی طبقه‌بندی | پیمایش |
| ۳۸ | عباس‌زاده، محمودعلوی و اقدسی‌علمداری | ۱۳۹۳ | ۳۸۵ | زنان ساکن شهر تبریز | طبقه‌بندی تصادفی | پیمایش |
| ۳۹ | صدرالساداتزاده، تقی افراهانی و همکاران | ۱۳۹۲ | ۴۴ | دختران ۳۰-۳۰۰ ساله متقاضی در منطقه ۱ و ۶ شهر تهران | نمونه‌گیری در دسترس | نیمه آزمایشی |
| ۴۰ | مهریار، اصغری، شادمان و همکاران | ۱۳۹۷ | ۳۷۲ | متقاضیان رینوپلاستی بیمارستان امیرالمؤمنین شهر رشت | نمونه در دسترس | مورد-شاهد |
| ۴۱ | قنبری، جهیری و روشن | ۱۳۹۴ | ۱۲۰ | زنان متقاضی جراحی زیبایی مراکز مربوطه شهر تهران | در دسترس | علی-مقایسه‌ای |
| ۴۲ | چوراجی و درکاتیانی فرد | ۱۳۹۵ | ۳۰ | دختران مراجعه‌کننده به مراکز مربوطه شهر تهران | داوطلبانه و تصادفی | شبه آزمایشی |
| ۴۳ | عزادخت و همکاران | ۱۳۹۱ | ۲۵۰ | دانشجویان دختر دانشگاه‌های اصفهان | تصادفی ساده | پیمایش |

| روش تحقیق | نوع نمونه‌گیری | جامعه آماری | حجم نمونه (نفر) | سال | محقق | شماره |
|------------------------|-------------------------|---|-----------------|------|-----------------------------------|-------|
| پیمایش | خوشه‌ای چندمرحله‌ای | زنان ۱۹ تا ۴۴ سال شهر ایلام | ۳۲۰ | ۱۳۶۸ | فادی، مهدی و کلدی | ۴۴ |
| پیمایش | نمونه‌گیری خوشه‌گیری | کلید زنان و مردان سنین ۱۸ تا ۴۰ ساله شهر رشت | ۴۰۰ | ۱۳۹۰ | بزدخواستی، یعقوبی چوبری و همکاران | ۴۵ |
| پیمایش | تصادفی چندمرحله‌ای | زنان ۱۷ تا ۴۰ ساله شهر بانه | ۴۸۰ | ۱۳۹۱ | قادرزاده، قادرزاده و پناه | ۴۶ |
| علی-مقایسه‌ای | در دسترس | افراد ۲۰ تا ۳۰ ساله دارای سابقه عمل مربوطه در شهر اهواز | ۱۰۰ | ۱۳۸۹ | حسینی، قاسمی و همکاران | ۴۷ |
| علی-مقایسه‌ای | نمونه‌گیری در دسترس | زنان متقاضی جراحی زیبایی بینی به مراکز مربوطه شهر رشت | ۱۴۰ | ۱۳۹۸ | زارع، حسنی اسطخانی و دوستی | ۴۸ |
| پیمایش | احتمالی و چندمرحله‌ای | زنان ۱۵ تا ۵۵ سال منطقه ۱ و ۲ تهران | ۴۰۰ | ۱۳۹۸ | اکبرزاده چهرمی، رضوی زاده و شیخی | ۴۹ |
| پیمایش | خوشه‌ای چندمرحله‌ای | جوانان ۱۵-۲۹ ساله ساکن در شهر گیلان غرب | ۴۰۲ | ۱۳۹۱ | ابراهیمی و ضیاءپور | ۵۰ |
| آزمایشی | تصادفی ساده | افراد مراجعه‌کننده به مراکز مربوطه شهر کرمانشاه | ۵۰ | ۱۳۹۲ | فلاح | ۵۱ |
| مقایسه‌ای غیرمداخله‌ای | نمونه‌گیری تصادفی | زنان متقاضی و خانه‌دار غیرمتقاضی در شهر شیراز | ۱۲۶ | ۱۳۹۸ | گیانی‌ده‌گیانی و ماردپور | ۵۲ |
| علی-مقایسه‌ای | در دسترس | افراد متقاضی جراحی رینوپلاستی در دو مرکز شهر اراک | ۱۶۰ | ۱۳۹۳ | زارع پیرام‌آبادی و دهقانی | ۵۳ |
| پیمایش | چندمرحله‌ای و سه‌پیمایی | شهروندان بالای ۱۸ سال کرمانشاه | ۴۰۰ | ۱۳۹۵ | حسینی پاکدهی و مرادیان | ۵۴ |
| پیمایشی | تصادفی | دانشجویان دختر دانشگاه هرمزگان | ۳۲۰ | ۱۳۹۵ | یونس‌دانش | ۵۵ |

(هومن، ۱۳۸۷: ۱۲۶). آزمون ناهم‌گونی^{۴۱} (Q) مشخص می‌کند که مدل اثرات ثابت باید استفاده شود یا از مدل اثرات تصادفی. اگر آزمون ناهم‌گونی معنادار باشد، نشانگر این است که برآورد اثر صحیح عمل آزمایشی در هر تحقیق متفاوت از دیگری است و باید از نتایج مدل اثرات تصادفی استفاده کرد. این درحالی است که اگر آزمون ناهم‌گونی معنادار نباشد مؤید این مطلب است که اثر صحیح عمل آزمایشی در تمامی پژوهش‌ها مشابه هم است و باید از نتایج مدل اثرات ثابت استفاده کرد (نوغانی‌دخت بهمنی و میرمحمدتبار، ۱۳۹۶). آماره دیگری به اسم I^2 برای تشخیص ناهم‌گونی به کار می‌رود که عبارت است از «نسبت تغییراتی که به علت ناهم‌گونی ایجاد شده است نه به علت شانس». بالا بودن مقدار آن دال بر وجود ناهم‌گونی است. به‌طورکلی، مقادیر آن اگر برابر با ۰/۲۵، ۰/۵۰ و ۰/۷۵ باشد، به‌ترتیب به‌عنوان ناهم‌گونی پایین، متوسط و بالا تعبیر و تفسیر می‌شوند (همان، ۱۳۹۶).

جدول ۴: فراوانی متغیرهای تأثیرگذار بر «گرایش به جراحی زیبایی»

| شماره | متغیر | فراوانی* | شماره | متغیر | فراوانی |
|-------|--------------------------|----------|-------|------------------------------------|---------|
| ۱ | سن | ۱۶ | ۱۶ | سرمایه فرهنگی عینیت‌یافته | ۴ |
| ۲ | تحصیلات | ۱۵ | ۱۷ | سرمایه فرهنگی نهادینه‌شده | ۴ |
| ۳ | فشار هنجاری | ۱۱ | ۱۸ | ارزیابی تناسب اندام | ۳ |
| ۴ | پایگاه اقتصادی و اجتماعی | ۱۰ | ۱۹ | پذیرش بدن | ۳ |
| ۵ | تصویر بدنی منفی | ۹ | ۲۰ | دل‌مشغولی با اضافه وزن | ۳ |
| ۶ | رسانه | ۹ | ۲۱ | استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام | ۲ |
| ۷ | درآمد | ۶ | ۲۲ | سرمایه اجتماعی | ۲ |
| ۸ | پذیرش اجتماعی | ۵ | ۲۳ | کمال‌گرایی | ۲ |
| ۹ | تیلیغات | ۵ | ۲۴ | گرایش به تناسب | ۲ |
| ۱۰ | سرمایه فرهنگی | ۵ | ۲۵ | گرایش به ظاهر | ۲ |
| ۱۱ | ارزیابی وضعیت ظاهری | ۴ | ۲۶ | گروه مرجع | ۲ |
| ۱۲ | باور مذهبی | ۴ | ۲۷ | مدیریت بدن | ۲ |
| ۱۳ | احساس کمتری | ۴ | ۲۸ | نگرش به جراحی زیبایی | ۲ |
| ۱۴ | رضایت از نواحی بدن | ۴ | ۲۹ | نمایه توده بدنی | ۲ |
| ۱۵ | سرمایه فرهنگی تجسم‌یافته | ۴ | | | |

* تعداد پژوهش‌هایی که دربردارنده این متغیرها می‌باشند.

جدول ۵، یافته‌های فراتحلیل پژوهش با ترکیب اندازه اثر را نشان می‌دهد. نتایج آزمون ناهم‌گونی (Q) حکایت از معناداری این آزمون درمورد همه متغیرهای فرضیات

مقالات مربوطه، به جز متغیرهای «دل مشغولی با اضافه وزن»، «استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام»، «سرمایه اجتماعی»، «گرایش به ظاهر» و «مدیریت بدن» دارد؛ هم‌چنین آزمون (I2) نشان می‌دهد میزان ناهم‌گونی در این مطالعات بالاست. در این موقعیت، هنگامی که مطالعات تا حد زیادی ناهم‌گون اند تلفیق آن‌ها با مدل آثار ثابت موجه نیست و از مدل آثار تصادفی به منظور ترکیب نتایج استفاده می‌شود. پس، در فرضیات مورد بررسی این مطالعه، در رابطه با متغیرهای دل مشغولی با اضافه وزن، استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام، سرمایه اجتماعی، گرایش به ظاهر و مدیریت بدن هم‌گونی وجود دارد؛ یعنی، بین تحقیقات مورد مطالعه -در مورد این فرضیات- تفاوت کیفیت وجود ندارد و به منظور ترکیب نتایج از مدل آثار ثابت استفاده می‌شود. آزمون‌ها به ما نشان می‌دهد در مدل اثرات تصادفی، اندازه اثر فرضیه‌های مربوط به رابطه متغیرهای فشارهنجاری (۰/۴۵)، تصویر بدنی منفی (۰/۳۹)، رسانه (۰/۳۳)، پذیرش اجتماعی (۰/۲۷)، احساس کهنتری (۰/۵۹) و گروه مرجع (۰/۳۷) با «گرایش به جراحی زیبایی» مثبت و معنادار است. هم‌چنین، نتیجه اندازه اثر تصادفی در مورد فرضیه‌های مربوط به رابطه متغیر «باور مذهبی» و «گرایش به جراحی زیبایی» (۰/۲۹) منفی و معنادار می‌باشد. در مدل اثرات ثابت، اندازه اثر فرضیه‌های مربوط به رابطه متغیرهای مدیریت بدن (۰/۳۱)، استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام (۰/۲۵)، دل مشغولی با اضافه وزن (۰/۱۴)، گرایش به ظاهر (۰/۱۴)، با «گرایش به جراحی زیبایی» مثبت و معنادار است. میانگین اندازه اثر در متغیرهای دیگر معنادار نیست.

جدول ۶، تفسیر اندازه اثر از طریق جدول کوهن (۱۹۷۷) را نشان می‌دهد. نتایج اندازه اثرها نشان داد که «احساس کهنتری» بیشترین تأثیر را بر گرایش به جراحی زیبایی (۲=۰/۵۹) دارد؛ به طوری که، میانگین اندازه اثر آن مثبت و زیاد است. بعد از آن، بیشترین عوامل تأثیرگذار بر گرایش به جراحی زیبایی به ترتیب فشارهنجاری (۰/۴۵)، تصویر بدنی منفی (۰/۳۹)، گروه مرجع (۰/۳۷)، رسانه (۰/۳۳) و مدیریت بدن (۰/۳۱) با اندازه اثر مثبت و متوسط هستند. میانگین اندازه اثر در متغیر باور مذهبی (۰/۲۹-) کم و منفی است. در رابطه با متغیرهای پذیرش اجتماعی (۰/۲۷)، استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام (۰/۲۵)، دل مشغولی با اضافه وزن (۰/۱۴) و گرایش به ظاهر (۰/۱۴)، میانگین اندازه اثر کم و مثبت است. متغیرهایی که میانگین اندازه اثر در آن‌ها بی‌معنا است در جدول ۷، حذف شده‌اند.

۶. ارزیابی سوگیری انتشار

یکی از بخش‌های فراتحلیل ارزیابی سوگیری انتشار^{۴۲} است. سوگیری اشاره به برآورد

جدول ۵: یافته‌های فراتحلیل با ترکیب اندازه اثر پیرامون موضوع «گرایش به جراحی زیبایی»

| آزمون ناهمگونی (heterogeneity) | | | فاصله اطمینان | | اثرات ترکیبی | | متغیر |
|--------------------------------|-----------------|---------|---------------|--------------|--------------|--------|----------------------------|
| I-squared | درجه آزادی (df) | Q-Value | اثرات تصادفی | اثرات ثابت | تصادفی | ثابت | |
| ۸۹,۱۴ | ۱۵ | ۱۳۸,۱۲* | ۰,۰۳ _ ۰,۰۸ | -۰,۰۲ _ ۰,۰۳ | -۰,۰۲ | -۰,۰۲* | سن |
| ۹۸,۲۹ | ۱۴ | ۸۶۹,۵۳* | ۰,۳۴ _ ۰,۰۵ | ۰,۱۸ _ ۰,۱۳ | ۰,۱۵ | ۰,۱۶* | تحصیلات |
| ۹۷,۲۷ | ۱۰ | ۳۶۶,۰۵* | ۰,۶۰ _ ۰,۲۸ | ۰,۵۰ _ ۰,۴۵ | ۰,۴۵* | ۰,۴۷* | فشار هنجاری |
| ۹۴,۷۴ | ۹ | ۱۷۱,۱۷* | ۰,۲۰ _ ۰,۱۳ | ۰,۱۱ _ ۰,۰۴ | ۰,۰۴ | ۰,۰۷* | پایگاه اقتصادی و اجتماعی |
| ۸۷,۱۶ | ۸ | ۶۲,۳۰* | ۰,۴۷ _ ۰,۲۹ | ۰,۴۰ _ ۰,۳۴ | ۰,۳۹* | ۰,۳۷* | تصویر بدنی منفی |
| ۹۶,۶۵ | ۸ | ۲۳۸,۸۲* | ۰,۴۸ _ ۰,۱۶ | ۰,۳۳ _ ۰,۲۸ | ۰,۳۳* | ۰,۳۱* | رسانه |
| ۹۸,۲۹ | ۵ | ۲۹۲,۴۶* | ۰,۳۹ _ ۰,۲۸ | ۰,۰۳ _ ۰,۰۶ | ۰,۰۶ | -۰,۰۲ | درآمد |
| ۹۵,۷۷ | ۴ | ۹۴,۶۸* | ۰,۴۷ _ ۰,۰۴ | ۰,۴۴ _ ۰,۳۷ | ۰,۳۷* | ۰,۳۱* | پذیرش اجتماعی |
| ۷۴,۴۹ | ۴ | ۱۵,۶۸* | ۰,۰۹ _ ۰,۰۸۱ | ۰,۰۵ _ ۰,۰۴ | ۰,۰۱ | ۰,۰۱ | تبلیغات |
| ۹۹,۲۳ | ۴ | ۵۹۶,۲۹* | ۰,۴۷ _ ۰,۴۹ | ۰,۰۱ _ ۰,۰۷ | -۰,۰۱ | -۰,۰۳ | سرمایه فرهنگی |
| ۹۲,۴۴ | ۳ | ۳۹۶,۷* | ۰,۱۱ _ ۰,۴۸ | -۰,۲۵ _ ۰,۴۰ | -۰,۲۰ | -۰,۲۳* | ارزیابی وضعیت ظاهری |
| ۷۱,۲۲ | ۳ | ۱۰,۴۲* | -۰,۲۰ _ ۰,۳۷ | -۰,۲۴ _ ۰,۳۴ | -۰,۲۹* | -۰,۲۹* | باور مذهبی |
| ۹۵,۵۰ | ۳ | ۶۶,۷۳* | ۰,۸۱ _ ۰,۲۲ | ۰,۵۹ _ ۰,۴۶ | ۰,۵۹* | ۰,۵۳* | احساس کمتری |
| ۹۸,۵۱ | ۳ | ۲۰۰,۸۱* | ۰,۵۵ _ ۰,۵۸ | ۰,۰۹ _ ۰,۰۵ | -۰,۰۲ | ۰,۰۲ | رضایت از نواحی بدن |
| ۹۹,۴۴ | ۳ | ۵۳۹,۷۶* | ۰,۶۳ _ ۰,۶۱ | ۰,۰۲ _ ۰,۰۸ | ۰,۰۱ | -۰,۰۳ | سرمایه فرهنگی تجسم یافته |
| ۹۹,۵۳ | ۳ | ۶۳۴,۷۳* | ۰,۶۸ _ ۰,۶۴ | ۰,۰۹ _ ۰,۰۱ | ۰,۰۳ | ۰,۰۴ | سرمایه فرهنگی عینیت یافته |
| ۹۸,۸۷ | ۳ | ۲۶۴,۶۹* | ۰,۵۲ _ ۰,۴۲ | ۰,۱۳ _ ۰,۰۲ | ۰,۰۶ | ۰,۰۸* | سرمایه فرهنگی نهادینه شده |
| ۷۰,۷۹ | ۲ | ۶۸۵* | ۰,۰۷ _ ۰,۳۳ | -۰,۱۱ _ ۰,۲۹ | -۰,۱۳ | -۰,۲۰* | ارزیابی تناسب اندام |
| ۹۲,۲۲ | ۲ | ۲۵,۷۰* | ۰,۰۱ _ ۰,۲۹ | -۰,۰۲ _ ۰,۰۷ | -۰,۱۴ | -۰,۰۴* | پذیرش بدن |
| ۰,۰۰ | ۲ | ۰,۷۷ | ۰,۲۳ _ ۰,۰۴ | ۰,۲۳ _ ۰,۰۴ | ۰,۱۴* | ۰,۱۴* | دل مشغولی با اضافه وزن |
| ۰,۰۰ | ۱ | ۰,۱۵۷ | ۰,۲۷ _ ۰,۱۳ | ۰,۲۷ _ ۰,۱۳ | ۰,۲۰* | ۰,۲۰* | از شبکه اجتماعی اینستاگرام |
| ۶۲,۲۰ | ۱ | ۳,۰۵ | ۰,۱۳ _ ۰,۰۹ | ۰,۰۹ _ ۰,۰۳ | ۰,۰۲ | ۰,۰۳ | سرمایه اجتماعی |
| ۸۳,۲۷ | ۱ | ۵,۹۸* | ۰,۶۸ _ ۰,۱۵ | ۰,۵۵ _ ۰,۲۹ | ۰,۳۲ | ۰,۴۳* | کمال گرایی |
| ۹۳,۶۳ | ۱ | ۱۵,۷۰* | ۰,۶۵ _ ۰,۱۵ | ۰,۴۷ _ ۰,۳۰ | ۰,۳۰ | ۰,۳۹* | گرایش به تناسب |
| ۰,۰۰ | ۱ | ۰,۰۲ | ۰,۲۴ _ ۰,۰۴ | ۰,۲۴ _ ۰,۰۴ | ۰,۱۴* | ۰,۱۴* | گرایش به ظاهر |
| ۹۳,۴۸ | ۱ | ۱۵,۳۵* | ۰,۵۶ _ ۰,۱۴ | ۰,۳۹ _ ۰,۲۸ | ۰,۳۷* | ۰,۳۴* | گروه مرجع |
| ۰,۰۰ | ۱ | ۰,۹۸ | ۰,۴۰ _ ۰,۲۲ | ۰,۴۰ _ ۰,۲۲ | ۰,۳۱* | ۰,۳۱* | مدیریت بدن |
| ۹۸,۲۵ | ۱ | ۵۷,۲۰* | ۰,۷۷ _ ۰,۲۰ | ۰,۳۹ _ ۰,۲۵ | ۰,۳۹ | ۰,۳۲* | نگرش به جراحی زیبایی |
| ۸۹,۸۶ | ۱ | ۹,۸۶* | ۰,۳۸ _ ۰,۱۹ | ۰,۱۸ _ ۰,۰۲ | ۰,۱۰ | ۰,۰۹ | نمایه توده بدنی |

*به معنای سطح معناداری کمتر از ۰,۰۵ و معناداری است.

بالتر یا پایین‌تر از مقدار اثر واقعی دارد. تمام تحقیقات اعم از تحقیقات فردی، یا مستقل و ترکیبی مثل فراتحلیل در معرض سوگیری هستند. علت سوگیری در مطالعات فراتحلیل ممکن است مربوط به عدم دسترسی به تمام مطالعات، مشکل در گردآوری داده‌ها، انتخاب نامناسب و... باشد. سوگیری انتشار بدین معناست که یک مطالعه فراتحلیل مشمول کلیه مطالعات انجام‌گرفته درباره موضوع مورد بررسی نیست (قربانی‌زاده و حسن‌نانگیر، ۱۳۹۳: ۴۹). برای بررسی سوگیری انتشار از روش‌های مختلفی همانند روش نمودار قیفی^{۴۳}، رگرسیون خطی اگر^{۴۴}، N ایمن از خطا^{۴۵} و... استفاده می‌شود (همان: ۱۳۹۳: ۱۳۵-۱۴۲). در این مطالعه از همگی این روش‌ها استفاده گردید، اما به دلیل محدودیت‌های حجم مقاله، روش رگرسیون خطی اگر در این پژوهش گزارش شده است.

جدول ۶: تفسیر اندازه اثر بر مبنای برآورد آماره‌ها (کوهن، ۱۹۹۷)

| مقدار d | مقدار r | معنی اندازه اثر |
|---------------|---------------|------------------|
| کمتر از ۰٫۵ | کمتر از ۰٫۳ | اندازه اثر کم |
| از ۰٫۵ تا ۰٫۸ | از ۰٫۳ تا ۰٫۵ | اندازه اثر متوسط |
| ۰٫۸ و بیشتر | ۰٫۵ و بیشتر | اندازه اثر زیاد |

جدول ۷: میزان اندازه اثر متغیرهای اثرگذار بر گرایش به جراحی زیبایی براساس اولویت

| متغیر | تعداد مطالعه پیدا شده | اندازه اثر | سطح اثر |
|------------------------------------|-----------------------|------------|---------|
| احساس کهنتری | ۴ | ۰٫۵۹ | زیاد |
| فشار هنجاری | ۱۱ | ۰٫۴۵ | متوسط |
| تصویر بدنی منفی | ۹ | ۰٫۳۹ | متوسط |
| گروه مرجع | ۲ | ۰٫۳۷ | متوسط |
| رسانه | ۹ | ۰٫۳۳ | متوسط |
| مدیریت بدن | ۲ | ۰٫۳۱ | متوسط |
| باور مذهبی | ۴ | -۰٫۲۹ | کم |
| پذیرش اجتماعی | ۵ | ۰٫۲۷ | کم |
| استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام | ۲ | ۰٫۲۰ | کم |
| دل‌مشغولی با اضافه وزن | ۳ | ۰٫۱۴ | کم |
| گرایش به ظاهر | ۲ | ۰٫۱۴ | کم |

ns به معنای بدون معناداری است.

در نبود سوگیری انتشار انتظار این است، پژوهش‌های کوچک اثر استاندارد کوچک و پژوهش‌های بزرگ، اثر استاندارد بزرگ را نشان بدهند. این حالت خط رگرسیونی را ایجاد می‌کند که برشی از خط رگرسیون اصلی است. اگر برش خط رگرسیونی با سطح مورد انتظار تفاوت داشته باشد، علت آن ممکن است سوگیری انتشار باشد (همان: ۱۳۹۳: ۱۴۰-۱۴۱). نتایج این آزمون در جدول ۸، به شرح زیر است.

جدول ۸: نتایج حاصل از بررسی روش رگرسیون خطی اگر

| سطح معناداری (P-Value) | | t-Value | خطای استاندارد (SE) | برش (B) | متغیر |
|------------------------|----------|---------|---------------------|---------|---------------------------|
| دو دامنه | یک دامنه | | | | |
| ۰,۸۸ | ۰,۴۴ | ۰,۱۵ | ۱,۳۴ | -۰,۲۰ | سن |
| ۰,۹۰ | ۰,۴۵ | ۰,۱۳ | ۵,۸۰ | ۰,۷۵ | تحصیلات |
| ۰,۷۷ | ۰,۳۸ | ۰,۳۱ | ۹,۹۷ | -۲,۱۳ | فشار هنجاری |
| ۰,۵۳ | ۰,۲۶ | ۰,۶۶ | ۴,۴۶ | -۲,۹۶ | پایگاه اقتصادی و اجتماعی |
| ۰,۵۴ | ۰,۲۷ | ۰,۶۵ | ۲,۷۶ | ۱,۷۹ | تصویر بدنی منفی |
| ۰,۴۹ | ۰,۲۵ | ۰,۷۲ | ۹,۳۹ | ۶,۷۵ | رسانه |
| ۰,۳۲ | ۰,۱۶ | ۱,۱۲ | ۱۶,۰۸ | ۱۷,۱۰ | درآمد |
| ۰,۱۷ | ۰,۰۹ | ۱,۷۷ | ۵,۵۲ | -۹,۷۵ | پذیرش اجتماعی |
| - | - | - | - | - | تبلیغات** |
| ۰,۹۷ | ۰,۴۸ | ۰,۰۴ | ۲۰,۶۴ | -۰,۹۳ | سرمایه فرهنگی |
| ۰,۱۵ | ۰,۰۸ | ۲,۱۹ | ۴,۰۰ | ۸,۸۰ | ارزیابی وضع ظاهری |
| ۰,۵۶ | ۰,۲۸ | ۰,۶۸ | ۱۰,۶۱ | ۷,۲۷ | باور مذهبی |
| ۰,۵۲ | ۰,۲۶ | ۰,۷۸ | ۱۰,۲۶ | ۷,۹۷ | احساس کهنتری |
| ۰,۸۸ | ۰,۴۴ | ۰,۱۷ | ۱۴,۵۸ | -۲,۴۹ | رضایت از نواحی بدن |
| ۰,۹۵ | ۰,۴۷ | ۰,۰۷ | ۳۱,۱۳ | ۲,۳۶ | سرمایه فرهنگی تجسم‌یافته |
| ۰,۹۱ | ۰,۴۵ | ۰,۱۳ | ۳۳,۶۵ | -۴,۴۹ | سرمایه فرهنگی عینیت‌یافته |
| ۰,۸۶ | ۰,۴۳ | ۰,۲۰ | ۲۱,۶۱ | -۴,۳۱ | سرمایه فرهنگی نهادینه‌شده |
| ۰,۰۰* | ۰,۰۰* | ۹۹۳,۷۷ | ۰,۰۰ | ۴,۳۹ | ارزیابی تناسب اندام |
| ۰,۲۹ | ۰,۱۵ | ۲,۰۲ | ۲,۴۲ | -۴,۹۰ | پذیرش فردی بدن |
| ۰,۷۰ | ۰,۳۵ | ۰,۵۲ | ۱,۲۹ | ۰,۶۸ | دل‌مشغولی با اضافه وزن |

* سطح معناداری کمتر از ۰,۰۵ است. در این جدول به معنای وجود سوگیری انتشار است.

** بدون واریانس در خطای استاندارد

با توجه به فرضیات مورد بررسی در مقالات مربوطه، متغیرهایی که شامل دو مورد بودند مورد ارزیابی سوگیری انتشار قرار نمی‌گیرند؛ همان‌طور که در قسمت‌های قبل ذکر شد، بخشی از این مطالعه از نوع توصیفی است و متغیرهای مقالات مربوطه که دو مورد یا بیش از دو مورد بوده‌اند، در این تحلیل مطمح نظر قرار گرفته‌اند. در این مطالعه، نتایج روش رگرسیون خطی اگر، بیانگر این مطلب است؛ فرض صفر مبنی بر متقارن بودن نمودار قیفی و عدم سوگیری انتشار، در مورد همه متغیرهای فرضیات مربوطه با فراوانی بیش از دو مورد - به جز متغیرهای «تبلیغات» و «ارزیابی تناسب اندام» - تأیید می‌شود. در متغیر «ارزیابی تناسب اندام» p یک دامنه و دو دامنه (۰,۰۰) است. متغیر «تبلیغات» نیز بدون واریانس در خطای استاندارد است. این آزمون نشان‌دهنده سوگیری انتشار و عدم قابلیت اعتماد به نتایج این دو متغیر است. پیرو آن، میانگین اندازه اثر در این دو متغیر معنادار به دست نیامد. (رجوع کنید به بخش یافته‌ها).

۷. نتیجه‌گیری

افزایش تغییر، بازسازی و زیباسازی قسمتی از صورت یا بدن، از طریق عمل جراحی، و عادی‌سازی آن در دنیای امروز حائز اهمیت است. گرایش به جراحی زیبایی و پلاستیک در ایران نیز، گسترش زیادی پیدا کرده است. آمار بالای گرایش به جراحی زیبایی در جامعه ایران و رتبه دوم آن در منطقه خاورمیانه پدیده‌ای قابل توجه است و نمی‌توان با بی‌اعتنایی با آن مواجه شد (خبرگزاری فارس، ۱۳۹۹/۶/۱۷). تاکنون تحقیقات متعددی در خصوص جراحی‌های زیبایی در ایران انجام گرفته که منجر به انباشت پژوهش‌های مزبور شده است. نتایج پژوهش‌های انجام شده ممکن است مشابه یا متناقض و یا دارای هم‌بستگی ضعیف و قوی باشند. در مقاله حاضر، پژوهشگران سعی کردند به تحلیل، ترکیب و انسجام بخشی این مقالات بپردازند و عوامل جامعه‌شناختی مؤثر بر گرایش به جراحی زیبایی در ایران را مورد بررسی قرار بدهند. در واقع، روش فراتحلیل این امکان را فراهم کرد تا به درک جامع‌تر، کلی‌تر و یکپارچه‌تر از نتایج تحقیقات کمی در زمینه عوامل جامعه‌شناختی مؤثر بر گرایش به جراحی زیبایی در ایران دست یابیم؛ بنابراین، هدف پژوهش حاضر، شناسایی متغیرهای جامعه‌شناختی مؤثر بر گرایش به جراحی زیبایی در ایران و پیش‌بینی و تخمین اندازه اثر آن‌ها، با استفاده از پژوهش‌های موجود، بوده است.

ادبیات نظری جامعه‌شناختی که غالباً در مقالات کمی پیرامون گرایش به جراحی زیبایی وجود داشت مربوط به: گیدنز، بوردیو، گافمن، ترنر، وبلن، نظریات فمینیستی و نظریات مربوط به رسانه و... بود. این نظریات به‌طور عمده بر محوریت مدیریت بدن

و مصرف متظاهرانه‌اند؛ و در شکل‌گیری هویت بر «فاعلیت و فردیت» در کنار ساختار اجتماعی تأکید می‌کنند. از آنجا که مطالعه حاضر با رویکرد فراتحلیل و هم‌سو با اهداف مقالات پیشین انجام شد، مروری بر این ادبیات نظری صورت گرفت (جدول ۱). این ادبیات نظری در بسیاری از مقالات تکرار شده بودند.

در این پژوهش، مقالات فارسی علمی مصوب درباره «گرایش به جراحی زیبایی در ایران» در شش پایگاه اطلاعات داخلی مورد بررسی قرار گرفته‌اند. ۵۵ مقاله علمی که مناسب و حائز شرایط تحلیل بودند و متغیرهای اجتماعی را بررسی می‌کردند، انتخاب شدند (ر. ک. به: جدول ۲) و با استفاده از نسخه دوم نرم‌افزار CMA تحلیل شدند. این مقالات منتخب مربوط به سال‌های (۱۳۸۷-۱۳۹۹ ه.ش.) بودند که در مجلات علمی معتبر ایرانی منتشر شده بودند. از ۵۵ مقاله منتخب، جامعه آماری ۲۷ مقاله (۴۹/۱٪) فقط زنان و ۲۸ مقاله دیگر زنان و مردان را شامل می‌شد. در واقع، هیچ مقاله‌ای منحصراً مردان را دربر نمی‌گرفت. این پژوهش به متغیرهای گوناگون جامعه‌شناختی مؤثر بر گرایش به جراحی زیبایی ایران - که در این مقالات علمی مورد بررسی قرار گرفته بود - تمرکز کرد. در واقع، ۲۹ متغیر جامعه‌شناختی - براساس فرضیات مشترک مقالات منتخب - مورد واکاوی قرار گرفتند. بیشترین فراوانی، به ترتیب مربوط به متغیرهای سن (۱۶)، تحصیلات (۱۵)، فشار هنجاری (۱۱) بودند (ر. ک. به: جدول ۴). از آنجا که هدف این مطالعه توصیفی و کمی است، متغیرهای فرضیات با فراوانی دو مورد نیز گزارش شدند.

به منظور انجام فراتحلیل، در گام نخست به ارزیابی سوگیری انتشار پرداخته شد. در این ارزیابی، درمورد هر متغیر جامعه‌شناختی تأثیرگذار بر گرایش به جراحی زیبایی - مثلاً یک فرضیه مشابه در مقالات متعدد منتخب - بررسی سوگیری مقالات مرتبط مطرح نظر قرار گرفت. برای بررسی سوگیری انتشار از روش‌های مختلف استفاده شد که در این مطالعه روش خطی اگر گزارش شده است. نتایج حاصل از آن، درمورد پژوهش‌های مورد استفاده در این مطالعه، درمورد متغیرهای «تبلیغات» و «ارزیابی تناسب اندام» نشان‌دهنده سوگیری و تورش بودند؛ یعنی، نتایج اندازه اثر مبتنی بر فراتحلیل برای این دو قابل اعتماد و تأیید نیست. درمورد بقیه متغیرها (متغیرهای بیش از دو مورد) و مقالات مرتبط با آن‌ها، سوگیری انتشار مشاهده و ارزیابی نشد؛ یعنی نتایج اثر اندازه، حاصل از فراتحلیل، برای آن‌ها می‌تواند قابل اعتماد باشد (ر. ک. به: جدول ۸).

در این مطالعه از آزمون ناهم‌گونی (Q) درمورد همه متغیرهای فرضیات مقالات منتخب، استفاده گردید. نتایج به دست آمده از آزمون (Q)، با اطمینان ۹۵٪، فرض مبتنی بر ناهم‌گون بودن همه متغیرهای فرضیات مقالات منتخب (۲۴ متغیر)، به جز

متغیرهای «دل‌مشغولی با اضافه وزن»، «استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام»، «سرمایه اجتماعی»، «گرایش به ظاهر» و «مدیریت بدن» را تأیید می‌کند. هنگامی که مطالعات تا حد زیادی ناهم‌گون‌اند تلفیق آن‌ها با مدل آثار ثابت موجه نیست و از مدل آثار تصادفی به منظور ترکیب نتایج استفاده می‌شود. با استفاده از نتایج حاصل از آزمون (Q) و مدل آثار ثابت و تصادفی، معنادار بودن «اندازه اثر» محاسبه گردید. در مطالعه حاضر، اندازه اثر براساس (r) انجام می‌شود و آماره‌های دیگر به (r) تبدیل شده‌اند. براساس آزمون‌های فراتحلیل، از ۲۹ متغیر فرضیات مورد بررسی پیرامون عوامل مؤثر بر گرایش به جراحی زیبایی، «اندازه اثر» ۱۱ متغیر در مدل اثر ثابت و تصادفی معنادار نشان داده شدند (ر. ک. به: جدول ۷). در «مدل اندازه اثر ثابت»، میانگین اندازه اثر در ۴ متغیر، مدیریت بدن، استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام، دل‌مشغولی با اضافه وزن، گرایش به ظاهر، مثبت و معنادار شد. در «مدل اندازه اثر تصادفی (ترکیبی)»، میانگین اندازه اثر در ۶ متغیر، فشارهنجاری، تصویر بدنی منفی، رسانه، پذیرش اجتماعی، احساس کهنتری و گروه مرجع، مثبت و معنادار نشان داده شد؛ و برای یک متغیر «باور مذهبی» میانگین اندازه اثر منفی و معنادار محاسبه گردید. پیرو این یافته‌ها، میانگین اندازه اثر متغیرها یا عوامل جامعه‌شناختی مؤثر بر گرایش به جراحی زیبایی بر مبنای نظام تفسیری کوهن تشریح شد. نتایج تحلیل‌ها نشان داد که «احساس کهنتری» دارای بیشترین اندازه اثر (هم‌بستگی) در مورد گرایش به جراحی زیبایی ($r=0/59$) است. جهت این اندازه اثر مثبت و میزان آن قوی بود. بر طبق این مطالعه، بعد از آن، بیشترین اندازه اثر، به ترتیب، به فشارهنجاری، تصویر بدنی منفی، گروه مرجع، رسانه و مدیریت بدن اختصاص داشت؛ که جهت این اندازه اثرها مثبت و میزان آن‌ها متوسط است. میزان اندازه اثر برخی متغیرها در مورد گرایش به جراحی زیبایی کم برآورد شد. میانگین اندازه اثر در متغیر باور مذهبی کم و منفی می‌باشد. به همین ترتیب، متغیرهای پذیرش اجتماعی، استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام، دل‌مشغولی با اضافه وزن و گرایش به ظاهر، نیز دارای اندازه اثر کم و مثبت بودند. این نتایج با یافته‌های مطالعه داخلی «پورکاوه‌دهکردی» و همکاران (۱۳۹۹) و مطالعات خارجی «سایفو» و «واحدی» (۲۰۱۹) و یون و کیم (۲۰۱۹) هم‌سو است؛ هم‌چنین در مورد متغیر رسانه، یافته‌های این پژوهش با مطالعه سایفو و واحدی (۲۰۱۹) و نظریات رسانه هم‌راستا بودند و نشان دادند، رسانه‌های جدید (شبکه‌های اجتماعی) همانند رسانه‌های سنتی دارای اثرگذاری معناداری بر گرایش به جراحی زیبایی هستند. در واقع، نقش متغیرها و عوامل جامعه‌شناختی بر «گرایش به جراحی زیبایی در ایران» حائز اهمیت و مستلزم نقد اجتماعی و فرهنگی است. یافته‌های این مطالعه

علاوه بر ادبیات نظری جامعه‌شناختی استفاده شده در مقالات منتخب، از نظریه «دیدیر گزگندو» (۲۰۱۶) انسان‌شناس فرانسوی، مدل اثر سه‌گانه «تامپسون» و همکاران (۱۹۹۹؛ به نقل از: وو و همکاران، ۲۰۲۲)، نظریه مقایسه اجتماعی «فستینگر» (۱۹۵۴؛ به نقل از: مک‌کالوم و ویدوز، ۲۰۱۶) و مطالعه ذکایی (۱۳۸۷) پشتیبانی و حمایت کردند. به نظر می‌رسد بین فشار هنجاری، تصویر بدنی منفی، گروه مرجع، رسانه و مدیریت بدن نوعی درهم‌تنیدگی وجود دارد. در این باره، رسانه‌ای شدن جامعه مبنای مهمی برای مقایسه و تقلید از دیگران مهم، فشار هنجاری و در امتداد آن احساس کهنتری است. رسانه‌ها با بازنمایی و هژمونی کردن استانداردهایی برای بدن، زیبایی و وانمودگی و... سبک زندگی مصرفی خاص را به عنوان معیار معرفی می‌کنند. رسانه‌ها به تولید و بازتولید هنجار و استانداردها در جامعه می‌پردازند و به قالب و سبک زندگی خاصی مشروعیت می‌بخشند؛ البته تأثیر رسانه بر افراد یک‌جانبه نیست و افراد توانایی دخل و تصرف در پیام‌های رسانه را دارند. فشارهای اجتماعی علاوه بر رسانه، از جانب دوستان، هم‌سالان و محیط اجتماعی نیز اعمال می‌گردند که باعث درونی‌شدن زیبایی ایده‌آل و مقایسه‌های اجتماعی می‌شوند. افراد جامعه با دنبال‌روی از این نرم‌های ایده‌آل و استانداردهای ترجیحی، نه تنها تصویر منفی در مورد بدنشان پیدا می‌کنند؛ بلکه در دیگر امور مادی زندگی، دچار «خودکم‌بینی» و «نارضایتی» می‌شوند. در فضای فرهنگی و اجتماعی جامعه ایران نیز، افراد از طریق مدیریت بدن می‌خواهند منزلت اجتماعی بهتری در جامعه پیدا کنند و در مقایسه و چشم‌وهم‌چشمی با دیگران عقب نمانند. این موضوع، در جامعه ما، نشان‌دهنده درک و اهمیت ظاهر و بدن در کسب موقعیت‌های اجتماعی و بازتاب‌دهنده شکل‌گیری هویت شخص از طریق «مدیریت بدن» است؛ به طوری که، این سازوکار اجتماعی و فرهنگی مستولی بر جامعه ما به مسأله چالش‌انگیز و نگران‌کننده‌ای تبدیل شده است؛ چنان‌که، افراد با میل و رضایت قلبی خود گرفتار دور باطل زندگی وانمودی و رقابت در سبک زندگی متظاهرانه، و این‌گونه جراحی‌ها می‌شوند.

در این مقاله، این مطلب نیز قابل تأمل است که احساس کهنتری یک مفهوم روان‌شناختی اجتماعی است؛ اما، این مفهوم، مضمون نزدیک و مشابهی با محرومیت نسبی و شکاف در مقایسه اجتماعی در جامعه‌شناسی دارد. برای همین در این پژوهش مورد توجه قرار گرفته است. براساس یافته‌ها، بیشترین میزان اندازه اثر در مورد این متغیر تخمین زده شده است؛ و اندازه اثر این متغیر قوی و مثبت ارزیابی شده است. این یافته نشان می‌دهد افرادی که گرایش به جراحی زیبایی دارند؛ در مورد ظاهر و بدن، خود را با استانداردهای گروه مرجع و هدف‌های گزینش‌شده‌ایی مقایسه می‌کنند که بالاتر از خودشان هستند. در نتیجه دچار احساس کهنتری، حقارت و نارضایتی بدنی

می‌شوند. برای همین، آن‌ها در راه تفوق و برتری تلاش می‌کنند و برای دستیابی به موفقیت و پذیرش اجتماعی با ارزش‌های مادی‌گرایانه و ظاهرگرا هم‌سو می‌شوند و حتی به تغییر و ویرایش بدن خود از طریق جراحی می‌پردازند. براساس یافته‌های این فراتحلیل، باورهای مذهبی و معنوی می‌توانند به عنوان عامل مداخله‌گر عمل کرده و اثر کاهنده‌ای بر مقایسه‌های اجتماعی مبتنی بر ظاهر و ارزش‌های مادی‌گرایانه داشته باشند و به تبع آن گرایش به این جراحی را کاهش دهند. فرآیند شکاف در مقایسه اجتماعی در زمینه ظاهر موکد نظرات فستینگر (۱۹۵۴) و تامپسون و همکاران (۱۹۹۹) است.

انتظار می‌رود نتایج این مطالعه به عنوان پایه‌ای ملموس برای توسعه استراتژی‌های پژوهش‌های آینده و سیاست‌گذاری‌های اجتماعی و فرهنگی، در زمینه‌های مرتبط، به‌کار گرفته شود تا اثرات نامطلوب صنعت جراحی زیبایی در حال رشد، به حداقل برسد. این اطلاعات می‌تواند به روشن شدن «ویژگی‌های کلی جامعه‌ای» که به دنبال جراحی زیبایی هستند کمک کند و به نتایج مطلوب پزشکی بیانجامد. در این پژوهش بر اندازه اثر قوی و معنادار «احساس کهنتری» در جامعه ایران در کنار متغیرهای اجتماعی دیگر تأکید شد. از سوی دیگر، با استفاده از مطالعات مروری و فراتحلیل، دید کلی نسبت به پژوهش‌های انجام شده در این زمینه به دست آمد؛ برای مثال، در این مطالعه مشخص شد در قاطبه موارد در ادبیات نظری این پژوهش‌ها به «فاعلیت فرد» و «ساختار» به طور توأمان توجه شده است؛ هم‌چنین نشان داده شد در مطالعات کمی به چه متغیرهای جامعه‌شناختی بیشتر توجه شده است؛ و ارزیابی کلی از اثر اندازه هر یک از این متغیرها به چه میزان بوده است؛ و یا بررسی چه متغیرهایی مغفول مانده است یا به آن‌ها توجه کمی شده است؛ بنابراین، از طریق این دست از مطالعات، امکان جهت‌گیری‌های آتی و خط‌های پژوهشی آینده در زمینه گرایش به جراحی زیبایی، مدیریت بدن و اختلال تصویر بدنی و... فراهم می‌شود. طرح پژوهشی خارجی مطالعه «آلوا» و همکاران (۲۰۱۵) نمونه خوبی از بررسی مداخلات در این زمینه است. پیشنهاد می‌شود به مطالعات بین‌رشته‌ای پرداخته شود و با تلفیق رویکرد جامعه‌شناختی، روان‌شناختی، پزشکی و... عوامل مؤثر بر گرایش به جراحی زیبایی بررسی شود؛ تا تکنیک‌های مؤثری را که می‌تواند در مداخلات آینده به‌کار گرفته شوند، شناسایی گردند.

در این پژوهش، ناهم‌گن بودن نتایج پژوهش‌های اولیه در بیشتر متغیرهای مورد بررسی (۲۴ متغیر) نشان داده شد. مطالعات آینده در این زمینه، تحقیقات گسترده با کیفیت بالاتر و مقیاس وسیع‌تر را می‌طلبد؛ هم‌چنین، بهتر است در مطالعات فراتحلیل بعدی در این زمینه، اثر متغیرهای تعدیل‌گر و میانجی مورد توجه ویژه‌ای قرار بگیرد.

این کار، به پیامدهای علمی و کاربردی مفیدی می‌انجامد و موکد خلاقیت بیشتر در پژوهش است.

گرچه از طریق تحقیقات فراتحلیل درک کلی خوبی نسبت به پیش‌بینی‌کننده‌ها و هم‌بستگی‌ها به دست می‌آید، اما این تحقیقات ماهیت کمی دارند؛ ولیکن، تحقیقات کیفی این قابلیت را دارند که درک غنی و مفصلی نسبت به موضوع مورد مطالعه ارائه دهند که می‌تواند این‌گونه تحقیقات کمی را تکمیل نمایند. مطالعه کیفی ذکایی و فرزانه (۱۳۸۷) و عباسی و همکاران (۱۳۹۸) و... از این قبیل مطالعات هستند که به شفافیت و فهم عمیق موضوع یاری می‌رسانند.

پی‌نوشت

1. Marge Berer
2. Rhinoplasty
3. Blepharoplasty
4. Face Lift
5. Abdominoplasty
6. Rhinoplasty
7. Luxury
8. Self-Confidence
9. Integrating
10. Synthesizing
11. Making Sense
12. Effect Size
13. Jessica M. Alleva
14. Alyssa N.Saiphoo
15. Sanghoo Yoon
16. Young A Kim
17. Didier Gazagnadou
18. Self-Perceptions
19. Self-Practices
20. Modification of One's Body
21. Alter-Mondialist Movement
22. Subjectivity
23. Micro-Practices
24. Tripartite Influence Model
25. J Kevin Thompson
26. Leon Festinger
27. Marika Tiggemann
28. Beauty Industry
29. Esoteric Representing
30. George Gerbner
31. Cultivation Theory
32. <https://www.magiran.com>
33. <https://www.noormags.ir>
34. <https://www.sid.ir>
35. <https://irandoc.ac.ir>
36. <http://ensani.ir>

37. <https://www.virascience.com>
38. Comprehensive Meta-Analysis
39. Fixed Effects Model
40. Random Effects Model
41. Heterogeneity
42. Publication Bias
43. Funnel Plot
44. Egger's Linear Regression
45. Rosenthal's Fail-Safe N Test

کتابنامه

- ابراهیمی، قربانعلی؛ ضیاء پور، آرش، (۱۳۹۱). «بررسی جامعه‌شناختی تأثیر سرمایه فرهنگی بر مدیریت بدن (مطالعه تجربی جوانان شهر گیلان غرب)». فصلنامه جامعه‌شناسی کاربردی، ۲۳(۱): ۱۲۵.
- اخلاصی، ابراهیم؛ رستگار، یاسر؛ و راسخی، زهرا، (۱۳۹۸). «فرا تحلیل مطالعات ناظر به برساخت اجتماعی بدن در جامعه ایرانی (مورد کاوش: مقالات علمی پژوهشی داخلی ۱۳۹۵-۱۳۸۶)». جامعه‌پژوهی فرهنگ، ۱۰(۳): ۱-۲۵.
- اسمعیل بیگی، زهرا؛ و مرادی، علی، (۱۳۹۷). «بررسی رابطه بین سرمایه جسمانی و میزان پذیرش اجتماعی (جامعه آماری: دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد ایلام)». نشریه فرهنگ ایلام، ۱۹(۶۰): ۲۰-۴۳.
- اکبرزاده جهرمی، سیدجمال‌الدین؛ رضوی زاده، سیدنورالدین؛ و شیخی، محدثه، (۱۳۹۸). «نقش اینستاگرام در مدیریت بدن زنان: مطالعه موردی زنان منطقه یک و بیست تهران». مطالعات رسانه‌های نوین، ۵(۲۰): ۳۷-۷۹.
- ایمانی، مهدی؛ دهقان، مریم؛ و شرفی زادگان، میلاد، (۱۳۹۹). «مقایسه اجتناب تجربه‌ای، بهشیاری، نارضایتی از تصویر بدن، اضطراب، افسردگی و استرس در افراد متقاضی جراحی زیبایی و افراد غیرمتقاضی». فصلنامه علوم روان‌شناختی، ۱۹(۸۸): ۴۲۱-۴۲۹.
- پورکاوه دهکردی، الهه؛ خان‌محمدی اطاقسرا، ارسلان؛ و عباسی‌اسفنجیر، علی‌اصغر، (۱۳۹۹). «فرا تحلیل عوامل گرایش زنان ایرانی به عمل‌های جراحی زیبایی». فصلنامه روان‌شناسی سلامت، ۹(۳۴): ۷-۲۴.
- پورنصیری، ثریا؛ و بوستانی، داریوش، (۱۳۹۵). «کندوکاو کیفی پدیده جراحی زیبایی بینی (مورد مطالعه: زنان و مردان جراحی شده شهر آستارا)». مجله علوم اجتماعی دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه فردوسی مشهد، ۱۳(۲): ۱۳۷-۱۶۰.
- پیراهری، نیر؛ و بیداران، صنم، (۱۳۹۷). «عوامل اجتماعی مؤثر بر گرایش زنان به جراحی زیبایی». فصلنامه زن و جامعه، ۸(۴): ۲۲۹-۲۴۶.

- توسلی، غلامعباس؛ و مدیری، فاطمه، (۱۳۹۱). «بررسی گرایش زنان به جراحی زیبایی در شهر تهران». مطالعات اجتماعی - روان‌شناختی زنان (مطالعات زنان)، ۱۱(۱) (پیاپی ۳۰): ۶۱-۸۰.
- جهان‌دیده، سینا، (۱۴۰۰). «شیوع کرونا ویروس و فهم دیگرگونه از بدنمندی». کانال تبارشناسی کتاب.
- حاجی‌ابول‌لو، کبری؛ حلاج‌زاده، هدا؛ و مسعودنیا، ابراهیم، (۱۳۹۷). «مقایسه سرمایه فرهنگی بین دو گروه زنان با سابقه عمل‌های جراحی زیبایی و بدون انجام جراحی زیبایی در شهر رشت». فصلنامه جامعه‌شناسی کاربردی، ۲۹(۴): ۱۶۷-۱۸۲.
- حسینی‌پاکدهی، علیرضا؛ و مرادیان، یعقوب، (۱۳۹۵). «تأثیر تبلیغات بازرگانی بر نگرش به مدیریت بدن (مورد مطالعه: شهروندان بالای ۱۸ سال کرمانشاه)». مطالعات میان فرهنگی، ۱۱(۲۹): ۱۱۳-۱۴۲.
- خامه‌چی، حامد؛ و رنگریز، حسن، (۱۴۰۰). «فرا تحلیل پیشایندها و پیامدهای توانمندسازی روان‌شناختی کارکنان». مجله مدیریت فرهنگ سازمانی، ۱۹(۱): ۷۳-۹۵.
- خبرگزاری فارس، (۱۳۹۹/۶/۱۷). «ایران دومین کشور دارای بالاترین آمار جراحی زیبایی در منطقه». لینک: <http://fna.ir/ezidne>
- دانش، یونس، (۱۳۹۵). «بررسی عوامل مؤثر بر گرایش به جراحی زیبایی بین دانشجویان دختر در دانشگاه هرمزگان». دوفصلنامه مشارکت و توسعه اجتماعی، ۲(۱): ۶۲-۷۹.
- ذکایی، سعید؛ فرزانه، حمیده، (۱۳۸۷). «زنان و فرهنگ بدن: زمینه‌های زیبایی‌های انتخاب جراحی‌های تهرانی در زنان». فصلنامه مطالعات فرهنگی و ارتباطات، ۴(۱۱): ۴۳-۵۹.
- شعاع، صدیقه؛ و نیازی، محسن، (۱۳۹۵). «فرا تحلیلی بر ارتباط سرمایه فرهنگی و مدیریت بدن». فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران، ۹(۱): ۶۱-۸۱.
- شفیعی، سلیمان؛ و زارع، امین، (۱۳۹۸). «روش‌شناسی فراتحلیل در علم اطلاعات و دانش‌شناسی (چیستی، ویژگی‌ها و چالش‌ها)». مطالعات کتابداری و علم اطلاعات، ۱۱(۱) (پیاپی ۲۷): ۵۷-۷۲.
- صفری‌شالی، رضا، (۱۳۹۸). «گرایش زنان به جراحی زیبایی به مثابه مقبولیت اجتماعی (نمایش برخورداری از رفاه عینی)». فصلنامه علوم اجتماعی، ۸۴: ۶۹-۹۶.
- عباس‌زاده، محمد؛ اقدسی‌علمداری، فرانک؛ سعادت، موسی؛ و مبارک‌بخش‌ایش، مرتضی، (۱۳۹۱). «مطالعه جامعه‌شناختی گرایش به زیبایی با عمل جراحی پلاستیک و عوامل مرتبط با آن (مورد مطالعه: زنان و دختران ۱۶-۶۴ ساله شهر تبریز)». جامعه‌شناسی کاربردی، ۲۳ (۴۷): ۱۲۳-۱۴۰.

- عباس‌زاده، محمد؛ محمودمولایی کرمانی، بتول؛ و اقدسی‌علمداری، فرانک، (۱۳۹۳). «مطالعه جامعه‌شناختی نقش مداخله‌گرایانه متغیر پذیرش اجتماعی در تأثیرگذاری رسانه‌ها بر گرایش زنان به زیبایی با عمل جراحی». فصلنامه زن و جامعه، (۳): ۴۷-۶۶.
- عطادخت، اکبر؛ بابامیری، محمد؛ قاسمی، داود؛ و کی‌خسروانی، مولود، (۱۳۹۱). «بررسی عوامل اجتماعی و روان‌شناختی مؤثر بر نگرش نسبت به عمل‌های جراحی زیبایی». مجله مطالعات علوم اجتماعی ایران، ۹(۱): ۹۸-۱۱۲.
- قادرزاده، امید؛ خالق‌پناه، کمال؛ و خزایی، سارا، (۱۳۹۳). «تحلیل تجربه‌های زنانه از جراحی زیبایی (مطالعه کیفی دلایل و پیامدهای جراحی زیبایی)». نشریه زن در توسعه و سیاست، ۱(۱۲): ۱-۲۰.
- قبادی، حشمت؛ کلدی، علیرضا؛ و مهدوی، محمدصادق، (۱۳۹۸). «مدل معادلات ساختاری علل اجتماعی-فرهنگی گرایش به جراحی‌های زیبایی (مورد مطالعه زنان شهر ایلام)». مجله مطالعات علوم اجتماعی ایران، ۱۶(۴): ۱۰۱-۱۱۹.
- قربانی‌زاده، وجه‌الله؛ و حسن‌نانگیر، سیدطه، (۱۳۹۳). راهنمای کاربردی فراتحلیل یا نرم‌افزار CMA2. تهران: جامع‌شناسان
- کیوان‌آرا، محمود؛ ربانی، رسول؛ و ژیانپور، مهدی، (۱۳۸۹). «قشربندی اجتماعی و اصلاح بدن: جراحی-زیبایی به مثابه نماد پایگاه اجتماعی». فصلنامه مطالعات راهبردی زنان، ۱۲(۴۷): ۷۳.
- میرساردو، طاهره؛ کلدی، علیرضا؛ و عطایی، بهناز، (۱۳۸۹). «رابطه بین عوامل اجتماعی-فرهنگی و گرایش زنان به جراحی زیبایی در بین زنان شهر کرج». زن و مطالعات خانواده، ۳ (۱۰): ۱۴۵-۱۶۴.
- نوغانی‌دخت بهمنی، محسن؛ و میرمحمدتبار، سید احمد، (۱۳۹۶). فراتحلیل (مبانی و کاربردها) همراه با کاربرد نرم‌افزار CMA2. ناشر: دانشگاه فردوسی مشهد.
- نوغانی، محسن؛ مظلوم‌خراسانی، محمد؛ و ورشوی، سمیه، (۱۳۸۹). «عوامل اجتماعی مؤثر بر انجام جراحی زیبایی زنان». مطالعات اجتماعی-روان‌شناختی زنان (مطالعات زنان)، ۸(۴) (پیاپی ۲۶): ۷۵-۱۰۱.
- هومن، حیدرعلی، (۱۳۸۷). راهنمای عملی فراتحلیل در پژوهش علمی. انتشارات سمت.
- یزدخواستی، بهجت؛ یعقوبی چوبری، علی؛ کاردوست، مژگان؛ و عنانهاد، محبوبه، (۱۳۹۰). «بررسی میزان گرایش جوانان جوانان شهر رشت نسبت به جراحی‌های زیبایی». پژوهشنامه جامعه‌شناسی جوانان، دوره ۱ (۱): ۱۴۵-۱۷۰.

- Abbasi Asfajir, A., & Ghasemi, M., (2017). "A study on the socio-cultural factors affecting women's cosmetic surgery (a case study of women in Noor City)". *Sociological Studies of Youth (Jame Shenasi Motaleate Javanan)*, 7(25): 9-26.

- Abbaszadeh, M.; Aghdasi, F.; Saadati, M. & Mobaraki, M., (2012). "A sociological study of tendency towards beauty by plastic surgery and its related factors (case study: 16- 64 year-old women and girls of Tabriz)". *Journal of Applied Sociology*, 23(3 (47)): 123-140, (Persian).

- Abbaszadeh, M.; Mahmud Molaei Kermani, B. & Aghdasi Alamdari, F., (2014). "Sociological study of the intervening variable of social acceptance in the effectiveness of mass media on the tendency of women to cosmetic surgery". *Sociology of Women (Journal of Woman and Society)*, 5(3 (19)): 47-65, (Persian).

- Akbari Sari, A.; Babashahy, S.; Olyaeimanesh, A. & Rashidian, A., (2012). "Estimating the frequency and rate of first 50 common types of invasive procedures in Iran healthcare system". *Iranian Journal of Public Health*, 41(10): 60-64.

- Akbarzade Jahromi, S.; Razavizadeh, S. & Sheikhi, M., (2020). "The role of Instagram in women body management case study: districts 1 and 20 of Tehran". *New Media Studies*, 5(20): 37-79 (Persian).

- Alleva, J. M.; Sheeran, P.; Webb, T. L.; Martijn, C. & Miles, E., (2015). "A meta-analytic review of stand-alone interventions to improve body image". *Plos One*, 10(9): 1-32.

- Atadokht, A.; Babamiri, M.; Ghasemi, D. & Ki Khosravani, M., (2019). "Investigation of social and psychological factors affecting the attitude towards cosmetic surgery". *Iranian Journal of Social Science Studies*, 9(1): 112-98 (Persian).

- Danesh, Y., (2015). "Investigation of the influencing factors on the tendency to cosmetic surgery among female students in Hormozgan university". *Journal of Social Participation and Development*, (1)2: 62-79, (Persian).

- Ebrahimi, G. & Zeyapoor, A., (2012). "The investigation of the effects of cultural capital on body management from a sociological perspective (case study of the youth of Guilan-e-Gharb)". *Journal of Applied Sociology*, 23(1 (45)): 125-148, (Persian).
- Ekhlesi, E.; Rastegar, Y. & Rasekhi, Z., (2018). "Meta-analysis of the studies regarding social construction of body in Iranian society (case study: native research papers 2008-2017)". *Sociology of Culture*, 10(3): 1-25 (Persian).
- Esmailbaigi, Z. & Moradi, A., (2019). "Survey of the relationship between physical capital and social acceptance (a case study of students of Islamic Azad university, Ilam branch)". *Ilam Culture*, 19(60): 20-43, (Persian).
- Fars News Agency, (6/17/2019). "Iran is the second country with the highest statistics of cosmetic surgery in the region". Link (<http://fna.ir/ezidne>) (Persian).
- Gazagnadou, D., (2006). "Diffusion of cultural models, body transformations and technology in Iran: Iranian women and cosmetic nose surgery". *Anthropology of the Middle East*, 1(1): 111-106.
- Ghaderzadeh, O.; Khalegh Panah, K. & Khazai, S., (2014). "Women's experiences of cosmetic surgery; qualitative study of reasons and consequences". *Women in Development and Politics*, 12(1): 1-20, (Persian).
- Ghobadi, H.; Kaldi, A. & Mahdavy, M., (2020). "The structural equations models of socio- cultural reasons on tendency to cosmetic surgeries (a case study among in the city of Ilam)". *Journal of Socio - Cultural Changes*, 16(4): 101-119, (Persian).
- Ghorbanizadeh, V. & Hasan Nangir, S., (2013). *Application guide for meta-analysis or cma2 software*. Sociologists Publications, (Persian).
- Hajiablo, K.; Hallajzadeh, H. & Masoudnia, E., (2019). "Comparison of social capital among the two groups of women with a history of cosmetic surgery and without performing cosmetic surgeries in Rasht". *Journal of Applied Sociology*, 29(4 (72)): 167-182, (Persian).
- Homan, H., (2007). *A practical guide to meta-analysis in scientific research*. Samt Publications, (Persian).

- Hosseini Pakdehi, A. & Moradian, Y., (2016). "The role of advertisements in body management. (Case study of Kermanshah citizens)". *Journal of Intercultural Studies*, 11(29): 113-142, (Persian).

- Imani, M.; Dehghan, M. & Sharafi Zadegan, M., (2020). "A comparative analysis of experiential avoidance, mindfulness, body image dissatisfaction, anxiety, depression and stress in applicants and non-applicants of cosmetic surgery". *Journal of Psychological Science*, 19(88): 421-429, (Persian).

- Jahan-Dideh, S., (1400). *Coronavirus outbreak and a different understanding of fitness*. Book Genealogy Channel, (Persian).

- Kalantar Motamedi, M. H.; Ebrahimi, A.; Shams, A., & NejadSarvari, N., (2016). "Health and social problems of rhinoplasty in Iran". *World journal of plastic surgery*, 5(1): 75-76.

- Kalantar-Hormozi, A.; Jamali, R. & Atari, M., (2016). "Interest in cosmetic surgery among Iranian women: The role of self-esteem, narcissism, and self-perceived attractiveness". *European Journal of Plastic Surgery*, 39(5): 359-364.

- Keivanara, M.; Rabbani, R. & Zhianpour, M., (2010). "Social stratification and physical improvements (plastic surgery as a symbol for social class)". *Women's Strategic Studies (Ketabe Zanan)*, 12(47): 73-98, (Persian).

- Khomehchi, H. & Rangriz, H., (2021). "A meta-analysis of the antecedents and consequences of psychological empowerment of employees". *Organizational Culture Management*, 19(1): 73-95, (Persian).

- MacCallum, F. & Widdows, H., (2016). "Altered images: Understanding the influence of unrealistic images and beauty aspirations". *Health Care Analysis*, 26(3): 235-245.

- Minoosepehr, S.; Nikoogoftar, M. & Sarami Froushani, G., (2014). "Predictors of tendency toward cosmetic surgery: media influences, appearance perfectionism and investment". *Practice in Clinical Psychology*, 2(4): 285-292.

- Mirsardoo, T.; Kaldi, A. & Atae, B., (2011). "Relationship between socio-cultural factors and women's tendency toward beauty surgery among the women in Karaj". *Woman & Study of Family*, 3(10): 145-164, (Persian).

- Moosavizadeh, S. M.; Niazi, F. & Kalantar-Hormozi, A., (2012). "Evaluation of female patients motivating factors for aesthetic surgery". *World journal of plastic surgery*, 1(2): 76–82.
- NejadSarvari, N.; Ebrahimi, A.; Ebrahimi, A. & Hashem-Zade, H., (2016). "Medical ethics in plastic surgery: a mini review". *World journal of plastic surgery*, 5(3): 207–212.
- Noghani Dokht Bahmani, M. & Mir Mohammad Tabar, S., (2016). *Meta-analysis (fundamentals and applications) along with the application of cma2 software*. Publisher: Ferdowsi University of Mashhad, (Persian).
- Noghani, M.; Khorasani, M. & Varshoe, S., (2010). "Social factors influencing women to have cosmetic surgery". *Women's Studies Sociological And Psychological*, 8(4): 75-101, (Persian).
- Pirahari, N. & Bidaran, S., (2018). "Social factors affecting on women's tendency to cosmetic surgery". *Sociology of Women (Journal of Woman and Society)*, 8(4 (32)): 229-246, (Persian).
- Pourkaveh Dehkordi, E.; Khanmohammadi Otagsara, A. & Abbasi Asfajir, A., (2020). "Meta-analysis of the causes of Iranian women's tendency to cosmetic surgery". *Quarterly Journal of Health Psychology*, 9(2 (34)): 7-24, (Persian).
- Pournasiri, S. & Boostani, D., (2017). "A qualitative investigation of rhinoplasty phenomenon (the case of operated males and females in Astara)". *Journal of Social Sciences*, 13(2): 137-160, (Persian).
- Safarishali, R., (2019). "Women's tendency towards cosmetic surgery as social acceptability: displaying objective welfare". *Social Sciences*, 26(84): 69-96, (Persian).
- Saiphoo, A. N. & Vahedi, Z., (2019). "A meta-analytic review of the relationship between social media use and body image disturbance". *Computers in Human Behavior*, 101: 259-275.
- Shafiei, S. & Zare, A., (2019). "Methodology of meta-analysis in information science: nature, characteristics and challenges". *Studies in Library & Information Science (Journal of Education and Psychology)*, 11(1 (27)): 57-72, (Persian).

- Shooa, S. & Niazi, M., (2016). "Meta-analysis of the relationship between cultural capitals and body management". *Iranian Journal of Cultural Research*, 9(1 (33)): 61-81, (Persian).
- Suissa, A. J., (2008). "Addiction to cosmetic surgery: Representations and medicalization of the body". *International Journal of Mental Health and Addiction*, 6(4): 619–630. <https://doi.org/10.1007/s11469-008-9164-2>
- Tavassoli, G. & Modiri, F., (2012). "Women's tendency toward cosmetic surgery in Tehran". *Women Studies*, 10(1 (30)): 61-80, (Persian).
- Wolf, F. M., (1986). *Meta-analysis: Quantitative methods for research synthesis*. SAGE.
- Wu, Y.; Mulkens, S. & Alleva, J. M., (2022). "Body image and acceptance of cosmetic surgery in China and The Netherlands: A qualitative study on cultural differences and similarities". *Body Image*, 40: 30-49.
- Yazdkhasti, B.; Yaghoobi Choobari, A.; Kardust, M. & Ananhad, M., (2019). "Investigation of the tendency of young people of Rasht city towards cosmetic surgery". *Journal of Youth Sociology*, 1 (1): 145-170, (Persian).
- Yoon, S. & Kim, Y. A., (2019). "Cosmetic surgery and self-esteem in South Korea: A systematic review and meta-analysis". *Aesthetic Plastic Surgery*, 44(1): 229-238.
- Zokaie, M. & Farzaneh, H., (2008). "Women and body culture: the basis for choosing cosmetic surgery among Tehran women". *Cultural Studies & Communication*, 4(11): 45-61, (Persian).

Sociological Study of Job Satisfaction as a Factor of Organizational Development

Gholami-Kotanaei, K.^I, Sajedi, F.^{II}

<https://dx.doi.org/10.22084/CSR.2022.25908.2084>

Received: 2022/03/02; Accepted: 2022/05/31

Type of Article: **Research**

Pp: 261-284

Abstract

Human power is very important in organizations. Productivity, effectiveness and development of organizations depends on the efficiency and effectiveness of human resources of that organization, so one of the important issues that should be considered in any organization is job satisfaction and satisfaction of employees of that organization. Because it can directly lead to organizational development. In order to realize the productivity of human resources in the organizational field, the necessary solutions must be identified. One of the effective solutions is to pay attention to the intellectual capital of the organization and the job satisfaction of the employees. The present study investigates the factors affecting job satisfaction among employees of the Bojnourd Education Department. In this study, Herzberg motivational-health theory was used as a theoretical framework that health factors include: uniformity at work, salaries and benefits, organizational hierarchy, relationships in the workplace and access and power, as well as motivational factors including: job category, job category And the type of employment, this research is done by survey method. The data collection tool was a researcher-made questionnaire. The validity of the questionnaire has been confirmed by a group of experts in this field. The statistical population of the study includes the staff of the Education Department of Bojnourd (250 people). The statistical sample in this study is 150 employees of this organization, the sampling method was simple random. Based on the results, salaries and the level of power and access of individuals have played a major role in increasing job satisfaction of employees. With increasing salaries and access and power of people, the level of job satisfaction of employees increases.

Keywords: Job Satisfaction, Productivity, Rights, Power, Access, Organizational Development.

I. Assistant Professor, Department of Sociology, Faculty of Humanities, Golestan University, Golestan, Iran, (Corresponding Author). **Email:** korosh_gholamiko@yahoo.com

II. A Graduate of BA, Department of Sociology, Faculty of Humanities, Golestan University, Golestan, Iran.

Citations: Gholami Koutanaei, K. & Sajedi, F., (2022). "Sociological Study of Job Satisfaction as a Factor of Organizational Development". *Two Quarterly Journal of Contemporary Sociological Research*, 11(20), 261-284. doi: 10.22084/csr.2022.25908.2084.

Homepage of this Article: https://csr.basu.ac.ir/article_4644.html?lang=en

1. Introduction

Identifying factors affecting job satisfaction is very important because it plays a significant role in the productivity of the organization and even in individual life (Lucai et al., 2007). In general, every organization seeks to identify the job attitudes of its employees. If these attitudes are clearly explained, organizations can obtain useful information for human resource management. Job satisfaction is considered as one of the most important research variables in organizational behavior and also as a central variable in organizational research and theories (Darvish, 2007)

Today, employees are considered as intangible assets and strategic capitals of the organization, which directly affect the performance and productivity of the organization. Therefore, getting their satisfaction and optimizing their behavior according to the goals of the organization is extremely important for the managers of various organizations.

Knowing about level of job satisfaction of employees can help managers in advancing and improving the productivity of human resources, and finally developing participation in decision-making in the organization. Studies have shown that job satisfaction has a wide range of importance from certain aspects and dimensions in different environments and for different groups. Other studies consider personality variables and personal characteristics to be effective on job satisfaction, and some others have considered working conditions and activities that lead to dissatisfaction to be effective. (Foroghi et al., 2016).

The achievement factors of any organization depend on the effort and job satisfaction of the organization's employees. In the survey report of American faculty members, it is stated that 40 percent of American university faculty members are dissatisfied with insufficient salaries and benefits and cumbersome procedures in some cases (Safi et al., 2009). According to the conducted studies and researches, as well as the effects and consequences of increasing or decreasing job satisfaction towards the goals set by the organization. We decided to answer the basic question in this research: What are the factors of increasing or decreasing the job satisfaction of the employees of Bojnord Education Department?

2. Materials and Methods

This research is survey and can be considered as applied one. The statistical population of the research is 250 employees of the education department of

Bojnord city. Based on Morgan's formula, 150 employees were selected as the sample of this study. The validity of the content of the research questionnaire has been confirmed by experts in relation to the subject under study. The reliability of each of the independent and dependent variables of the research, through Cronbach's alpha, is as follows.

3. Discussion

According to the results of the table Pyerson s test shows a significant difference between the variables of job satisfaction and strength of the respondents, that is, less than 0.05% And due to the directness of the relationship, the research hypothesis is confirmed and can be generalized to the society The results of Pearson's test show that there is no significant difference between the variables of job satisfaction and service history of the respondents (more than 0.05%). The relationship is direct, so the research hypothesis is rejected and cannot be generalized to the society. Also, the Pearson test results show that there is no significant difference between the variables of job satisfaction and organization hierarchy of the respondents (more than 0.05%). The relationship is direct, so the research hypothesis is rejected and cannot be generalized to the society.

According to the results of the Pearson test significance level table, it shows that there is a significant difference between the job satisfaction variable and the salary variable of the respondents (less than 0.05%). The relationship is direct, so the research hypothesis can be confirmed and can be generalized to the society. On the other hand, the Pearson test results show that there is no significant difference between the variables of job satisfaction and uniformity in the respondents' work (more than 0.05 percent). The relationship is direct. Therefore, the research hypothesis is rejected and cannot be generalized to the society. Also, the findings of Pearson's test show that there is no significant difference between the variables of job satisfaction and age of the respondents (more than 0.05 percent). The relationship is direct. Therefore, the research hypothesis is rejected and cannot be generalized to the society. The relationship is direct, so the research hypothesis is acceptable and can be generalized to the society

3. Conclusion

According to the obtained information, three research variables, i.e., power, salary, and working relationships with colleagues had a significant

relationship with job satisfaction, so they can be effective in increasing job satisfaction. There is a direct relationship between the relationships in the work environment and job satisfaction, that is, when people have good intra-organizational relationships, their job satisfaction also increases. There is a direct and significant relationship between salary and job satisfaction of employees. In other words, according to Maslow's hierarchy of needs, people in this organization pay more attention to basic needs, and the higher their salary, the higher their job satisfaction. There is a direct relationship between the hierarchy of the organization and job satisfaction, in other words, it can be said that the higher the regulations in the hierarchy of the organization, the higher the level of people's satisfaction. The relationship between the variable of uniformity in work and the job satisfaction of employees is direct but not significant, that is, it cannot be generalized to the society, considering the low variance of this variable, one of the reasons for the non-significance of this relationship can be found in this issue. There is no significant relationship between the age variable and job satisfaction. The age variable is one of those factors that the higher the level of expectations, experience and maturity of a person provides this possibility. The relationship between the variable of income and job satisfaction is not significant, which means that it can be concluded that as the amount of salary and benefits that are considered for the individual increases, the level of his expectation also increases and as a result, satisfaction in case of insufficient income leads to dissatisfaction.

بررسی جامعه‌شناختی رضایت شغلی به عنوان عامل توسعه سازمانی

کوروش غلامی کوتنایی^۱، فاطمه ساجدی^{II}

شناسه دیجیتال (DOI): <https://dx.doi.org/10.22084/CSR.2022.25908.2084>

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱۲/۱۱، تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۳/۱۰

نوع مقاله: پژوهشی

صص: ۲۶۱-۲۸۴

چکیده

نیروی انسانی در سازمان‌ها از اهمیت زیادی برخوردار است. بهره‌وری، اثربخشی و توسعه سازمان‌ها به کارایی و اثربخشی نیروی انسانی آن سازمان بستگی دارد؛ لذا یکی از مسائل مهمی که در هر سازمانی باید مورد توجه قرار گیرد، خشنودی و رضایت شغلی کارکنان آن سازمان می‌باشد؛ چراکه این امر می‌تواند مستقیماً منجر به توسعه سازمانی گردد. برای تحقق بخشیدن به بهره‌وری نیروی انسانی در حوزه سازمانی، باید راهکارهای لازم شناسایی شود؛ از جمله راهکارهای مؤثر توجه به سرمایه‌های فکری سازمان و رضایت شغلی کارکنان است با توجه به اهمیت پژوهش حاضر به بررسی عوامل مؤثر بر رضایت شغلی در بین کارکنان اداره آموزش و پرورش شهرستان بجنورد پرداخته است. در این پژوهش از نظریه انگیزشی-بهداشتی هرزبرگ و تاحدی نظریه مبادله اجتماعی «ویت» و «ویلسون» به عنوان چارچوب نظری استفاده شد که عوامل بهداشتی شامل: یکنواختی در کار، حقوق و مزایا، سلسله مراتب سازمان، روابط در محیط کاری و دسترسی و قدرت و هم‌چنین عوامل انگیزشی شامل: رده شغلی، رسته شغلی و نوع استخدامی است. این تحقیق با روش پیمایشی انجام شده است. ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه محقق ساخته است. اعتبار پرسشنامه توسط جمعی از افراد اهل فن در این حوزه تأیید گردیده است؛ جمعیت آماری تحقیق شامل کارکنان اداره آموزش و پرورش شهرستان بجنورد (۲۵۰ نفر) دربر می‌گیرد که نمونه آماری در این تحقیق ۱۵۰ نفر از کارکنان این سازمان است. روش نمونه‌گیری به شکل تصادفی ساده بوده است. براساس نتایج به دست آمده حقوق و میزان قدرت و دسترسی افراد نقش اصلی را در افزایش رضایت شغلی کارکنان داشته است. با افزایش میزان حقوق و دسترسی و قدرت افراد میزان رضایت شغلی کارکنان افزایش می‌یابد..

کلیدواژگان: رضایت شغلی، بهره‌وری، حقوق، قدرت، دسترسی، توسعه سازمانی.

I. استادیار گروه جامعه‌شناسی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه گلستان، گلستان، ایران (نویسنده مسئول).

Email: korosh_gholamiko@yahoo.com

II. دانش‌آموخته کارشناسی، گروه جامعه‌شناسی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه گلستان، گلستان، ایران.

ارجاع به مقاله: غلامی کوتنایی، کوروش؛ و ساجدی، فاطمه، (۱۴۰۱). «بررسی جامعه‌شناختی رضایت شغلی به عنوان عامل توسعه سازمانی». پژوهش‌های جامعه‌شناسی معاصر، ۱۱(۲۰): ۲۶۱-۲۸۴. doi: 10.22084/csr.2022.25908.2084
صفحه اصلی مقاله در سامانه نشریه: https://csr.basu.ac.ir/article_4644.html?lang=fa

۱. مقدمه

آموزش زیربنای اصلی پیشرفت‌های علمی و تکنولوژی در جهان امروزی محسوب می‌شود. تمدنی که بشر امروزی به وجود آن افتخار می‌کنند، در حقیقت نتیجه انباشت تجربه‌ها و انتقال آن از راه آموزش از نسلی به نسل دیگر است و کشوری که نتوانسته باشد ویژگی‌های لازم یک جامعه علمی را به دست آورد، علت اصلی را باید در نظام آموزشی خویش جستجو کند؛ بنابراین، به دلیل اهمیت بسیار نظام آموزشی، باید رکن اصلی این نظام، یعنی معلمان و دبیران در همه دوره‌های تحصیلی اعم از: ابتدایی، راهنمایی و متوسطه مورد توجه ویژه قرار گیرند؛ زیرا معلمان چنان چه در طول زندگی حرفه‌ای خویش دچار امراض جسمانی و روانی گوناگون گردند، به یقین رضایت از زندگی و شغل را از دست داده و نظام آموزشی در زمینه ارتباط عناصر اصلی خویش، یعنی معلم و دانش‌آموز و حتی عناصر تشکیل‌دهنده این نظام با مشکل جدی مواجه می‌گردد و به تبع آن، در جهت اهداف مشخص خویش عمل نخواهد کرد. معلمان و مربیان، مهم‌ترین مؤلفه در دستیابی به توسعه پایدار از طریق آموزش استاندارد محسوب می‌شوند (ترکمان و همکاران، ۱۳۸۶). امروزه کارکنان سازمان‌ها، دارایی‌های ناملموس و سرمایه‌های راهبردی سازمان به شمار می‌آیند که به طور مستقیم بر عملکرد و بهره‌وری سازمان تأثیرگذار هستند؛ بنابراین جلب رضایت و بهینه‌سازی رفتار آن‌ها متناسب با اهداف سازمان از اهمیت فوق‌العاده‌ای برای مدیران سازمان‌های گوناگون برخوردار است.

کشورهای مختلفی به بررسی وضعیت رضایت شغلی در نظام کاری پرداخته‌اند و این موضوع از دیدگاه‌های مختلف، مورد بررسی قرار گرفته است. مسأله رضایت شغلی همواره به عنوان یک مشکل در سازمان‌ها مطرح بوده و هست؛ به طوری که تا سال ۱۹۸۰م. بیش از چهار هزار مقاله درباره آن انتشار یافته است (رومن، ۲۰۰۸). بیشترین میزان رضایت شغلی در کشور آمریکا است؛ (۴۱٪) پس از آن، کشورهای اسکاتلند (۳۸٪) انگلستان (۳۶٪)، کانادا (۳۳٪) و آلمان (۱۷٪) قرار دارند (پاپ و همکاران، ۲۰۰۳).

شناسایی عوامل مؤثر بر رضایت شغلی بسیار مهم است؛ زیرا این مقوله در بهره‌وری سازمان و حتی زندگی فردی نقش بارزی ایفا می‌کند (لوکای و همکاران، ۲۰۰۷) در واقع، بهره‌وری نیروی انسانی، یکی از اساسی‌ترین پیش‌فرض‌های بهره‌وری سازمانی محسوب می‌شود و هرگونه سعی و تلاش در بهره‌وری سازمان بدون وجود بهره‌وری کارکنان بی‌معناست (محمدی پیراسته و همکاران، ۱۳۹۰: ۲۰۵). به طور کلی، هر سازمانی درصدد آگاهی از نگرش‌های شغلی کارکنانش است و اگر این نگرش‌ها به صورت مشخص بیان شوند سازمان‌ها می‌توانند جهت مدیریت نیروی انسانی اطلاعات

مفیدی به دست آورند. رضایت شغلی بیشترین متغیر سازمانی اندازه‌گیری شده در هر جنبه پژوهشی و کاربردی است، دلایل متعددی برای توجه به این نگرش کاری وجود دارد؛ نخست، سازمان‌ها علاقه دارند که وضعیت کنونی رضایت شغلی کارکنان‌شان را ارزیابی کنند؛ و دوم، پژوهش‌های زیادی انجام شده تا بتوانند رضایت شغلی کارکنان را مورد ارزیابی قرار دهند (ترکمان و همکاران، ۱۳۸۶).

مطالعات نشان می‌دهد که همه‌ساله بسیاری از شرکت‌ها و سازمان‌ها درخصوص احساس و نگرش کارکنان نسبت به شغلشان نظرسنجی‌های متعددی انجام می‌دهند. رضایت شغلی، یکی از مهم‌ترین متغیرهای تحقیق در رفتار سازمانی و هم‌چنین به عنوان متغیر محوری در تحقیقات و تئوری‌های سازمان قلمداد گردیده است. تاکنون صدها مطالعه درخصوص رضایت شغلی در فصلنامه‌های رفتار سازمانی و رشته‌های مرتبط با آن ارائه گردیده است (درویش، ۱۳۸۶).

شناخت میزان رضایت شغلی کارکنان می‌تواند مدیران را در پیش‌برد و پیشرفت و بهبود بهره‌وری منابع انسانی، و درنهایت توسعه مشارکت در تصمیم‌گیری‌ها در سازمان یاری کند. عوامل رضایت شغلی در هر سازمانی می‌تواند به اقتضای شرایط آن سازمان متفاوت باشد. در دستگاه‌های دولتی که به دنبال تأمین آسایش و آرامش مردم و تحقق آرمان‌های سیاسی و اقتصادی و اجتماعی و فرهنگی مدون می‌باشند، رضایت منابع انسانی نقش به‌سزایی دارد. بی‌شک کارمندان راضی‌تر اثربخشی بیشتری دارند و با انگیزه بیشتری به فعالیت‌های روزمره خود می‌پردازند؛ از همین‌روست که کارایی بیشتری نیز دارند.

مطالعات متون مربوط به رضایت شغلی نشان می‌دهد که رضایت شغلی از جنبه‌ها و ابعاد خاص در محیط‌های مختلف و برای گروه‌های متفاوت اهمیت گسترده دارد. مطالعات دیگری متغیرهای شخصیت و ویژگی‌های شخصی را بر رضایت شغلی مؤثر می‌دانند و بعضی دیگر شرایط کاری و فعالیت‌هایی را که منجر به نارضایتی می‌گردند، مؤثر قلمداد کردند. عدم رضایت شغلی باعث کاهش روحیه کارکنان می‌شود و روحیه پایین در کار بسیار نامطلوب است. مدیران وظیفه دارند علائم روحیه پایین و عدم رضایت شغلی را به‌طور مستمر زیر نظر بگیرند و در اولین فرصت اقدامات لازم را انجام دهند (فروغی و همکاران، ۱۳۸۶).

رضایت شغلی، عاملی مهم در افزایش بهره‌وری، افزایش روحیه، تعهد سازمانی، سلامت فیزیکی و ذهنی، رضایت از زندگی و سرعت در آموزش مهارت‌های جدید شغلی و عدم وجود آن باعث به‌وجود آمدن تشویش، غیبت، تأخیر کاری، ترک خدمت، اعتصاب و بازنشستگی زودرس کارکنان یک سازمان می‌گردد (کومبر و باریبال، ۲۰۰۷).

رضایت شغلی باعث می‌شود که بهره‌وری افزایش یافته و فرد نسبت به سازمان متعهد شود؛ سلامت فیزیکی و ذهنی فرد تضمین شده، از زندگی راضی گردد و مهارت‌های جدید شغلی را به سرعت بیاموزد. عدم رضایت موجب تشویش، کم‌کاری، غیبت، استعفا، ترک خدمت، بازنشستگی زودرس و ناراحتی‌های جسمی و روحی می‌گردد. مطالعه‌ای که در دانشگاه کالیفرنیا انجام شد نشان داد که اعضای هیأت علمی از حجم زیاد کار، ناکافی بودن هزینه‌های سفر علمی و میزان دریافتی خود گلّه‌مند هستند؛ به طوری که ۱۹.۱٪ افراد معتقد بودند که در صورت ادامه وضعیت موجود محل کار خود را ترک خواهند کرد. عوامل موفقیت هر سازمان بستگی به تلاش و رضایت شغلی کارکنان سازمان دارد. در گزارش نظرسنجی اعضای هیأت علمی آمریکا عنوان گردیده است که ۴۰٪ اعضای هیأت علمی دانشگاه‌های آمریکا در پاره‌ای از موارد از حقوق و مزایای ناکافی و رویه‌های دست‌وپاگیر ناراضی‌اند. در این میان عواملی مانند فرصت برای تربیت دانشجویان، فعالیت در محیط علمی، آموزش دروس موردعلاقه و وقت کافی برای گذراندن با خانواده از عوامل مهم در رضایت شغلی ذکر شده است (صافی و همکاران، ۱۳۸۸).

با توجه به مطالعات و پژوهش‌های انجام شده و نیز اثرات و پیامدهایی که به وسیله افزایش و یا کاهش میزان رضایت شغلی متوجه اهداف تعیین شده از سوی سازمان مورد نظر می‌نماید، بر آن شدیم تا به پرسش اساسی در این تحقیق پاسخ دهیم؛ چه عواملی باعث افزایش یا کاهش میزان رضایت شغلی کارکنان اداره آموزش و پرورش شهرستان بجنورد می‌شود؟

۲. پیشینه پژوهش

۲-۱. مطالعات داخلی

«علوی لنگرودی» و همکاران (۱۳۹۳)، «رابطه بین رضایت شغلی، تعهد سازمانی با فرسودگی شغلی دبیران» هدف از این پژوهش بررسی رابطه رضایت شغلی، تعهد سازمانی و فرسودگی شغلی معلمان مقطع متوسط شهرستان خاتم است. نتایج نشان داد که مؤلفه‌های فرسودگی شغلی معلمان به تفکیک جنسیت تنها در احساس کفایت در سطح ۵٪ تفاوت معنی‌داری وجود داشت و به تفکیک سطح تحصیلات و سن تفاوت معنی‌داری مشاهده نشد. تعهد سازمانی و رضایت شغلی در پیش‌بینی خستگی هیجانی و احساس کفایت نقش داشتند؛ اما در پیش‌بینی مسخ شخصیت، تنها تعهد سازمانی نقش داشت.

«قلتاش» (۱۳۹۲)، در پژوهش «رابطه فرهنگ سازمانی و هوش سازمانی با رضایت شغلی کارکنان» با هدف از انجام این پژوهش مطالعه رابطه بین فرهنگ سازمانی و

هوش سازمانی با رضایت شغلی بوده است. تحلیل داده‌ها نشان داد که بین فرهنگ سازمانی و رضایت شغلی و بین هوش سازمانی و رضایت شغلی رابطه مستقیم و بین تمامی ابعاد هوش سازمانی و رضایت شغلی رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد. بیشترین میزان هم‌بستگی را مؤلفه‌های چشم‌انداز مشترک با رضایت شغلی و کمترین هم‌بستگی را مؤلفه توافق با رضایت شغلی داشته‌اند. تمامی ابعاد فرهنگ سازمانی با رضایت شغلی رابطه مستقیم معناداری داشته‌اند.

«صفری» و همکاران (۱۳۸۹)، در «بررسی عوامل مؤثر بر رضایت شغلی پرستاران» با هدف تعیین عوامل مؤثر بر رضایت شغلی پرستاران را انجام داده‌اند. طبق یافته‌های این مطالعه چنانچه پرستاران شاغل در بیمارستان‌های آموزشی شهر رشت با توجه به سن و جنس خود در بخش مناسب و مورد علاقه خود کار کنند و مسئولیت‌های مدیریت را عهده‌دار شوند (مانند: تفویض اختیار) احتمالاً رضایت شغلی بیشتری خواهند داشت. ترکمان و همکاران (۱۳۸۶)، «شناسایی عوامل مؤثر در رضایت شغلی دبیران» را با هدف پژوهش بررسی عوامل مؤثر بر رضایت شغلی انجام داده‌اند؛ که نتایج حاصل از تحقیق نشان داد بین چهار عامل رشته تحصیلی، بومی بودن، سابقه خدمت و ارتباط با زیردستان با رضایت شغلی دبیران رابطه وجود ندارد. بین عوامل انگیزشی شامل: استقلال در عمل، علاقه به کار، شناخت، پیشرفت و ترقی، مسئولیت‌های شغلی و عوامل محیطی مانند: ارتباط با مافوق، ارتباط با همکاران، امنیت، شرایط کاری و عوامل واسطه‌ای شامل: حقوق پایگاه و موقعیت، امکان رشد یا ترقی و عوامل فردی چون: محل تولد، جنس، سن، وضعیت تأهل، رضایت کلی از زندگی، اعتقادات مذهبی، با رضایت شغلی رابطه وجود دارد؛ هم‌چنین مشخص شد شدت روابط، شرایط کاری و امکان رشد و ارتقاء از سایر متغیرهای مستقل با رضایت شغلی، رابطه بیشتری دارد.

۲-۲. مطالعات خارجی

«جونور» و «بار ترام» (۲۰۰۸)، در پژوهشی درباره استرس و رضایت شغلی در پرستاران دریافتند که بین استرس و رضایت شغلی در پرستاران رابطه معناداری وجود دارد. «واریند» (۲۰۰۵)، مطالعه‌ای در مورد سخت‌رویی، رضایت شغلی و استرس در میان پرستاران مراقبت خانه انجام داده است؛ نتیجه مطالعات نشان داد که پرستاران با سطح بالایی سخت‌رویی، استرس پایین‌تر و سطوح بالای رضایت شغلی دارند. «تامپسون» (۲۰۰۵)، در تحقیق در زمینه بررسی رابطه سبک رهبری و تعهد سازمانی به این نتیجه رسیده است که بین سبک رهبری رهبران با تعهد سازمانی بالا و آن‌هایی که تعهد سازمانی کمی دارد، تفاوت معناداری وجود دارد؛ بین معلمین به صورت

معناداری با تعهد سازمانی در ارتباط است و سنوات صفت تجربی معلم با تعهد سازمانی هم‌بستگی معناداری دارد.

«هارت» و همکاران (۲۰۰۳)، مطالعه‌ای را در مورد رابطه بین سخت‌رویی، حمایت سرپرست، هم‌بستگی گروهی و استرس شغلی به‌عنوان پیش‌بینی‌کننده‌های رضایت شغلی در بین ۱۶۰ نفر کارمند تمام‌وقت انجام دادند؛ نتیجه پژوهش بیانگر این بود که سخت‌رویی بالا، حمایت سرپرست و هم‌بستگی گروهی با سطوح پایین، استرس شغلی با سطوح بالای رضایت شغلی ارتباط دارند.

نتایج تحقیقات «کولی» و «تدورالس» (۲۰۰۳)، نشان می‌دهد که بین امنیت شغلی و رضایت شغلی رابطه مستقیمی وجود دارد. آن‌ها به‌ویژه بر این مطلب تأکید می‌کنند که امنیت مداوم در شغل با متغیرهایی از قبیل: حقوق و دستمزد، تشویق و خود شغل که از ابعاد رضایت شغلی نیز هستند، رابطه مستقیمی وجود دارد.

۳. چارچوب نظری پژوهش

۳-۱. نظریه انگیزشی-بهداشتی هرزبرگ

یکی از نظریه‌های شناخته شده در مورد رضایت شغلی، نظریه دو عاملی یا نظریه انگیزشی-بهداشتی «فردریک هرزبرگ» می‌باشد. نظریه‌ای که هم مربوط به عملکرد شغلی و هم رضایت شغلی است. استدلال اساسی این نظریه آن است که یک شغل پرمایه به‌خشنودی می‌انجامد، زیرا شخص را برانگیخته می‌سازد تا خوب کار کند و به حصول خشنودی نائل آید؛ از سوی دیگر یک شغل کم‌مایه تنها می‌تواند در بهترین صورت خود، به عدم رضایت منجر شود، در نتیجه نمی‌تواند به‌عنوان یک انگیزه برای عملکرد به‌کار رود. هرزبرگ به دو نوع نیاز شامل نیازهای بدنی و نیازهای روانی معتقد است. بر طبق نظر وی این دو نوع نیاز براساس دو اصل متفاوت عمل می‌کنند. نیازهای بدنی که در جهت اجتناب از درد و ناراحتی عمل می‌نمایند (عوامل بهداشتی) و عواملی که این نیازها را برآورده می‌سازد می‌تواند ناراحتی را کاهش داده یا از آن اجتناب کند، اما نمی‌تواند موجب رضایت شود؛ از طرف دیگر، نیازهای روانی، امکانات رشد، دانش پیشرفت و خلاقیت فردیت است که براساس اصل لذت عمل می‌کند. ارضاکننده‌های آن که برانگیزاننده خوانده می‌شود، می‌تواند موجب رضایت گردند؛ اما نبود آن نمی‌تواند موجب عدم لذت یا ناراحتی را فراهم آورد؛ لذا هرزبرگ رضایت و عدم رضایت را مستقل از هم می‌داند.

نظریه هرزبرگ برخلاف دیدگاه سنتی که معتقد است، رضایت شغلی و ناراضی شغل عوامل مشترکی دارند و در صورت وجود این عوامل، رضایت شغلی حاصل می‌شود و در

فقدان این عوامل نارضایتی به وجود می‌آید؛ وی معتقد است که نارضایتی از کار نقطهٔ مخالف رضایت نمی‌باشد و اگر عوامل نارضایتی از محیط کار حذف شود الزاماً موجب رضایت شغلی نخواهد شد.

اصولاً دیدگاه سنتی معتقد بود که رضایت و نارضایتی دو انتهای یک پیوستار بوده و دارای عوامل مشترکی هستند؛ درحالی‌که هرزبرگ معتقد بود نارضایتی شغلی تابعی است از محیط، سرپرستی، همکاران و زمینهٔ کلی شغل که آن‌ها را عوامل بهداشتی یا عوامل ناراضی‌کننده می‌داند که عبارتند از:

- امنیت شغلی
 - زندگی شخصی
 - شرایط کار
 - حقوق
 - ماهیت و میزان سرپرستی
 - خط مشی و قوانین و مقررات سازمان
 - روابط متقابل با همکاران
 - روابط متقابل با سرپرستان
 - روابط متقابل با زیردستان
 - مقام و موقعیت
- هرگاه در محیط کار، عوامل فوق تأمین نشود، افراد احساس نارضایتی خواهند کرد. به نظر هرزبرگ رضایت شغلی تابعی است از آن فعالیت‌های شغلی یا محتوای شغلی که محرک باشند و آن‌ها را عوامل «برانگیزنده» یا «انگیزشی» می‌نامد، که عبارتند از:
- ترفیع و پیشرفت
 - مسئولیت
 - ماهیت کار (خودکار)
 - رشد فردی
 - به رسمیت شناخته شدن
 - کسب موفقیت
- بنابراین فرد با کسب عوامل فوق در درون خود احساس رضایت و خشنودی خواهد کرد، همواره به کار خود علاقمند خواهد شد و به احتمال زیاد به کوشش‌های بیشتری دست خواهد زد؛ به‌همین دلیل، بازده شغلی او زیادتر خواهد شد. از موارد فوق می‌شود چنین نتیجه گرفت که رضایت یا عدم رضایت به‌طور یک‌جانبه نتیجهٔ یک عامل نمی‌باشد، بلکه ماحصل تأثیر و تأثر عوامل فوق است.

براساس نظریهٔ هرزبرگ، در جامعهٔ معاصر نیازهای اساسی مردم تضمین و برآورده شده‌اند؛ در نتیجه: اولاً کامروایی نیازهای پایین‌تر منجر به خشنودی از شغل نمی‌شود، بلکه فرد را از حالت نارضایتی به حالت بی‌تفاوتی می‌کشاند؛ ثانیاً خشنودی شغلی، به‌طور اساسی تابعی از کامروائی نیازهای بالاتر مانند «خودشکوفایی» است و برای ایجاد رضایت شغلی باید به این نیازهای کارکنان پاسخ گفت؛ اگرچه عدم ارضای نیازها نیز به بی‌تفاوتی می‌انجامد نه به نارضایتی.

رضایت شغلی، ترکیبی از موارد روان‌شناختی، فیزیولوژیکی و محیطی است که باعث می‌شود شخص اظهار نماید که «من از شغل خود رضایت دارم» (نیکپور و سلاجقه، ۱۳۹۱: ۳۵).

پنج عامل عمده که به‌عنوان ابعاد رضایت شغلی مطرح هستند، عبارتند از (مقیمی، ۱۳۸۵: ۳۹۱):

- پرداخت^۱: میزان حقوق دریافتی و انصاف و برابری در پرداخت.
- فرصت‌های ارتقا و پیشرفت^۲: قابلیت دسترسی به فرصت‌ها برای پیشرفت.
- سرپرست^۳: توانایی‌های سرپرست برای نشان دادن علاقه و توجه به کارکنان.
- شغل^۴ (ماهیت کار): حدی که وظایف شغلی، فرصت را برای آموزش و پذیرش مسؤولیت فراهم می‌آورد.
- همکاران^۵: حدی که همکاران، دوستانه، شایسته و حمایتی هستند.

۳-۲. نظریهٔ مبادلهٔ اجتماعی

بعد مهم این نظریه «احساس شخص» نسبت به منصفانه یا غیرمنصفانه بودن پاداش‌ها و عایدات دریافتی است. «ویت» و «ویلسون» (رابرت و ویلسون، ۲۰۰۱) در چارچوب این تئوری مفهوم ایدئولوژی مبادله را به مثابه سوگیری نگرشی افراد نسبت به پاداشی که در مقابل آن‌چه در اختیار سازمان نهاده‌اند (اعم از: خدمات، معلومات و اطلاعات) تعریف کرده‌اند. «یوچمن» (یوچمن، ۱۹۹۷) بر مبنای نظریهٔ مبادلهٔ اجتماعی و با فرض این نکته که رضایت شغلی بیش از آن‌که به خود شغل معطوف باشد به جنبهٔ جامعه‌شناختی آن مربوط است، به مطالعهٔ مدیران و کارگران می‌پردازد. یافته‌های او از مقایسهٔ این دو گروه نشان داد که مدیران اگرچه از کارشان پاداش‌های بیشتری دریافت می‌کردند، اما کمتر از کارگران تولید، شغل خود را دوست می‌داشتند و خشنودی شغلی آنان کمتر از کارگران بود. یوچمن این یافته‌ها را با نظریهٔ انصاف توضیح می‌دهد. وی پاداش‌های (ستاندهای) مدیران را با مسؤولیت آشکار آنان (داده‌ها) در شغلشان مقایسه کرده و اظهار داشت که این وظایف شغلی، اگرچه از نظر روانی و مادی پاداش‌دهنده

بوده‌اند، اما به نظر مدیران میزان پاداش‌ها به اندازه کافی منصفانه توزیع نشده و تفاوت چندانی با پاداش کسانی که دارای مسئولیت‌های کمتری بودند، نداشت؛ لذا از شغلشان ناخشنود بودند. عدالت توزیعی در نظریه مبادله جامعه‌شناختی هومنز نشانگر این واقعیت است که افراد و کارکنان در روابط مبادله‌ای، مقایسه‌های خود را صرفاً به کسانی که با آن‌ها به مبادله می‌پردازند، محدود نمی‌کنند (رابینز، ۱۳۷۸: ۸۵).

۳-۳. فرضیات تحقیق

فرضیات پژوهش بر این اساس است:

- بین رضایت شغلی کارکنان و میزان دسترسی قدرت کارکنان رابطه وجود دارد.
- بین رضایت شغلی کارکنان و میزان سابقه خدمت کارکنان رابطه وجود دارد.
- بین رضایت شغلی کارکنان و میزان سلسله‌مراتب سازمانی کارکنان رابطه وجود دارد.
- بین رضایت شغلی کارکنان و میزان حقوق آنان رابطه وجود دارد.
- بین رضایت شغلی کارکنان و میزان یکنواختی در کار آنان رابطه وجود دارد.
- بین رضایت شغلی کارکنان و سن آنان رابطه وجود دارد.
- بین رضایت شغلی کارکنان و میزان روابط در محیط کاری آنان رابطه وجود دارد.
- میان رضایت شغلی کارکنان زن و مرد تفاوت معناداری وجود دارد.
- رضایت شغلی کارکنان براساس نوع استخدام آنان تفاوت معناداری دارد.

۳-۴. روش پژوهش

روش تحقیق در این پژوهش به صورت پیمایشی و از زمره پژوهش‌های کاربردی است. براساس آمارهای اخذ شده از مسئول نیروی انسانی اداره آموزش و پرورش شهرستان بجنورد، ۲۵۰ نفر در اداره آموزش و پرورش این شهر مشغول به کار هستند که جامعه آماری این پژوهش را تشکیل می‌دهند. با توجه به فرمول مورگان از جامعه آماری ۲۵۰ نفری کارکنان اداره آموزش و پرورش شهرستان بجنورد حدود ۱۵۰ نفر به عنوان نمونه آماری این پژوهش مورد سنجش قرار گرفته‌اند.

اعتبار محتوای پرسشنامه موردنظر توسط افراد متخصص در رابطه با موضوع مورد مطالعه، تأیید شده است. میزان روایی هر یک از متغیرهای مستقل و وابسته پژوهش، از طریق الفای کرونباخ به شرح ذیل است:

روایی همه متغیرهای وابسته پژوهش به جز سلسله‌مراتب سازمان به میزان ۰/۴۲۰، با توجه به آلفای کرونباخ مورد تأیید واقع شده است؛ لذا لازم است گویه‌های مذکور در تحقیقات بعدی اصلاح شوند.

| متغیر | تعداد گویه | میزان آلفای کرونباخ |
|-------------------------|------------|---------------------|
| رضایت شغلی | ۴ | ۰/۶۱۸ |
| خستگی و یکنواختی در کار | ۴ | ۰/۶۴۵ |
| حقوق و مزایا | ۶ | ۰/۶۳۲ |
| سلسله‌مراتب سازمان | ۴ | ۰/۴۲۰ |
| روابط در محیط کاری | ۴ | ۰/۶۱۰ |
| دسترسی و قدرت | ۴ | ۰/۷۳۸ |

۳-۵. تعاریف نظری و عملیاتی متغیر مستقل

الف) تعریف مفهومی

با این‌که عناصر تعریف مفهومی رضایت شغلی از دیدگاه‌های مختلف شباهت‌های زیادی با هم دارند و اغلب بر احساس مثبت نسبت به شغل متمرکز است، اما تفاوت دیدگاه‌ها در تعاریف عملیاتی و تبیین ابعاد آن آشکار می‌شود. می‌توان گفت رضایت شغلی واکنش‌های عاطفی و احساسی شخص نسبت به جنبه‌های مختلف شغل است (کریتنر، ۱۳۸۴).

ب) تعریف عملیاتی

در این پژوهش برای ارزیابی رضایت شغلی از پرسشنامه محقق ساخته بهره گرفته شده است که با چهار گویه که محتوای رضایت شغلی را می‌سنجد، مورد بررسی قرار گرفته است.

با توجه به آن چه گفته شد می‌توان متغیرهای مستقل تحقیق را این‌چنین تعریف نمود:

- **خستگی از کار:** خستگی عبارت است: از خسته شدن جسم یا روان که می‌تواند به وسیله استرس، کار زیاد و یا مصرف دارو و بیماری‌های جسمی و روحی ایجاد شود؛ به عبارت دیگر، خستگی حالتی است که موجب کم شدن مقاومت بدن می‌گردد و شخص رغبت خود را نسبت به کار و فعالیت و انجام امور از دست می‌دهد. سندروم خستگی مزمن یک بیماری ناتوان‌کننده پیچیده‌ای است که به وسیله فعالیت‌های شدید جسمی و روحی در محیط‌های نامناسب ایجاد و با استراحت بهبود نمی‌یابد. خستگی در محیط‌های مختلف شروع متفاوتی دارد؛ از عوامل ایجادکننده خستگی ساعات کار طولانی و گرمای بیش از حد محیط است که منجر به افزایش ضربان قلب می‌گردد (حلوانی و همکاران، ۱۳۸۶).

- **یکنواختی در کار:** تکرار حرکات و عملیات و فعالیت‌ها (توسلی، ۱۳۹۳)، متغیر موردنظر با این شاخص‌ها مورد بررسی قرار خواهد گرفت.

- **رابطه با سازمان:** عدم امنیت شغلی، عدم امنیت پست کار، ساعات کار اجباری، دقت در اجرای استانداردها، روزمرگی و عادی شدن، محرومیت از کسب اطلاعات و معلومات جدید (توسلی، ۱۳۹۳)؛ از جمله شاخص‌های مربوط به متغیر رابطه با سازمان است که مورد بررسی قرار خواهد گرفت.

- **سلسله‌مراتب سازمان:** متغیر سلسله‌مراتب با شاخص‌های اطاعت محض از دستورات، مورد قضاوت و داوری قرار گرفتن، جریمه شدن، وابستگی، الزام به رعایت دقیق انضباط و نظم کار، رعایت سلسله‌مراتب فشار و کنترل (توسلی، ۱۳۹۳)؛ مورد بررسی قرار خواهد گرفت.

- **دستمزد:** برآوردن نیازهای حیاتی هم‌چون: مصرف و هزینه‌ها، حیثیت اجتماعی قدرت و توانایی در زندگی (توسلی، ۱۳۹۳)؛ در این پژوهش متغیر دستمزد با شاخص درآمد و رتبه، مورد ارزیابی قرار خواهد گرفت.

- **روابط محیط کار:** تعلق به گروه‌های رسمی و غیررسمی، روابط میان افراد، ارزیابی نقش کار، جو صمیمانه و دوستانه (توسلی، ۱۳۹۳)؛ در این پژوهش متغیر روابط محیط کار با شاخص‌های جو صمیمی و دوستانه، هم‌چنین روابط میان همکاران مورد ارزیابی قرار خواهد گرفت.

- **قدرت:** درجه آزادی فرد در برابر حرفه و سازمان، استقلال در کار، اثر گذاشتن بر کارخانه و تولید، تأیید فرد توسط مافوق‌ها و تثبیت او (توسلی، ۱۳۹۳)؛ در این تحقیق متغیر قدرت با گویه‌های مربوط به تأیید فرد توسط مافوق و هم‌چنین استقلال وی در کار و اثر گذاشتن بر تولید مورد بررسی قرار خواهد گرفت.

- **متغیرهای فردی:** سن، تحصیلات، رتبه، میزان خدمت، بومی بودن، وضعیت تأهل، محل تولد، محل سکونت؛ قسمت تعریف عملیاتی «گویه‌های مربوط به سن»، تحصیلات و میزان خدمت به صورت فاصله‌ای در نظر گرفته شده است و متغیر مربوط به رتبه در چهار گزینه به ترتیب: مدیر، معاون، منشی و کارکنان بخش‌های مختلف بررسی شده است؛ هم‌چنین گویه مربوط به وضعیت تأهل به سه گزینه‌های مجرد، متأهل و طلاق گرفته، تقسیم شده است و گویه‌های مربوط به محل تولد و سکونت به دو گزینه شهر و روستا تقسیم شده است. گویه مربوط به بومی بودن نیز با دو گزینه بلی و خیر مورد ارزیابی قرار خواهد گرفت.

۴. یافته‌های تحقیق

۴-۱. آمارهای توصیفی

باتوجه به اطلاعات به دست آمده، ۳۸/۷٪ شرکت‌کنندگان مرد و ۶۱/۳٪ از پاسخ‌گویان

زن بوده‌اند. ۴۴/۷٪ پاسخ‌گویان بین سنین ۲۵ تا ۴۰ سال، ۵۵/۳٪ آنان بین ۴۰ تا ۵۰ سال به بالا بوده‌اند و میانگین رده سنی، ۴۱ سال بوده است. به لحاظ سطح تحصیلات ۰/۷٪ در سطح ابتدایی، ۱/۳٪ در سطح سیکل، ۸٪ در سطح دیپلم، ۶٪ در سطح فوق دیپلم، ۵۰/۷٪ در سطح لیسانس، ۲۹/۳٪ در سطح فوق لیسانس و ۴/۴٪ در سطح دکترا هستند. ۱۸٪ از پاسخ‌گویان بین ۱ تا ۱۰ سال سابقه خدمت، ۳۶/۷٪ آنان بین ۱۰ تا ۲۰ سال، ۴۵/۳٪ آنان بین ۲۰ تا ۳۰ سال سابقه خدمت داشتند. براساس نوع استخدام ۸۰/۷٪ پاسخ‌گویان دارای استخدام رسمی، ۱۴٪ استخدام پیمانی، ۱/۳٪ قراردادی بوده و ۴٪ دارای وضعیت استخدامی متفاوت، از جمله شرکتی و... بودند. ۶۶٪ پاسخ‌گویان در رشته شغلی آموزشی، ۲۶٪ اداری، ۲٪ مالی، و ۶٪ در بخش خدماتی فعالیت دارند. ۸۸٪ پاسخ‌گویان بومی و ۱۲٪ پاسخ‌گویان غیربومی هستند. ۶۵/۳٪ پاسخ‌گویان شهری و ۳۴/۷٪ پاسخ‌گویان در روستا متولد شده‌اند. ۹۶/۷٪ پاسخ‌گویان در شهر و ۳/۳٪ پاسخ‌گویان در روستا سکونت داشته‌اند. به لحاظ درآمد ۱۸/۷٪ پاسخ‌گویان یک تا دومیلیون، ۴۶٪ بین دو تا سه میلیون، ۳۱/۳٪ بین سه تا چهار میلیون، ۲/۷٪ چهار تا پنج میلیون، ۱/۳٪ در سطح پنج میلیون به بالا درآمد دارند. ۳۹/۳٪ پاسخ‌گویان فارس زبان، ۳/۳٪ ترکمن، ۲٪ لر، ۱۲/۷٪ کرد، ۲۲/۷٪ ترک بوده و ۲۰٪، زبان مادری شان کرمانجی است. ۲۰٪ پاسخ‌گویان در رده شغلی مدیر، ۲۶/۷٪ معاون، ۲۰/۷٪ منشی، ۲۲٪ پرسنل بخش خدماتی و ۱۰/۷٪ پرسنل بخش خصوصی بودند.

در نهایت میانگین پاسخ‌گویی به مقیاس‌ها به شرح زیر بود:

- یکنواختی در کار ۳/۱۱
- رضایت شغلی ۴/۰۴
- حقوق ۲/۲۶
- سلسله مراتب سازمان ۳/۸
- روابط در محیط کاری ۳/۷
- قدرت ۳/۲۶

۲-۴. تحلیل استنباطی

با توجه به آزمون کولموگروف اسمیرنوف متغیر روابط در محیط کاری به دلیل معنی دار بودن، نرمال نیستند و از آزمون اسپیرمن استفاده می‌شود. با توجه به اطلاعات به دست آمده متغیرهای رضایت شغلی، حقوق و مزایا، یکنواختی در کار، قدرت، سلسله مراتب سازمان به دلیل معنی دار نبودن، نرمال هستند و از آزمون پیرسون استفاده می‌شود.

۴-۳. آزمون فرضیه‌های پژوهش

با توجه به آزمون کولموگروف اسمیرنوف بین متغیرهای قدرت، سابقه خدمت، سلسله‌مراتب سازمان، حقوق و مزایا، یکنواختی در کار، سن با رضایت شغلی از شاخص هم‌بستگی پیرسون استفاده شده است.

| متغیرها | سطح معنی‌داری (sig) | نرمال بودن / نرمال نبودن |
|--------------------|---------------------|--------------------------|
| رضایت شغلی | ۰/۰۷۲ | نرمال |
| روابط در محیط کاری | ۰/۰۳۹ | - |
| حقوق و مزایا | ۰/۱۰۷ | نرمال |
| یکنواختی در کار | ۰/۱۳۸ | نرمال |
| قدرت | ۰/۴۰۳ | نرمال |
| سلسله‌مراتب سازمان | ۰/۱۲۹ | نرمال |

با توجه به نتایج یافته‌های جدول، آزمون پیرسون اختلاف و تفاوت معناداری بین متغیر رضایت شغلی و متغیر قدرت پاسخ‌گویان، یعنی کمتر از ۰/۰۵٪ را نشان می‌دهد و با توجه به مستقیم بودن رابطه، فرضیه تحقیق قبول و قابل تعمیم به جامعه است؛ یعنی می‌توان گفت در سازمان مورد بررسی میزان بالایی از عوامل دسترسی و قدرت وجود دارد و هرچه این میزان بالا رود با توجه به نتایج، میزان رضایت شغلی نیز بالا می‌رود. نتایج آزمون پیرسون نشان می‌دهد اختلاف معناداری بین متغیر رضایت شغلی و متغیر سابقه خدمت پاسخ‌گویان (بیشتر از ۰/۰۵٪ است) وجود ندارد. رابطه مستقیم بوده؛ لذا فرضیه تحقیق رد و قابل تعمیم به جامعه نیست.

هم‌چنین نتایج آزمون پیرسون نشان می‌دهد که تفاوت معناداری بین متغیر رضایت شغلی و متغیر سلسله‌مراتب سازمان پاسخ‌گویان (بیشتر از ۰/۰۵٪) وجود ندارد، رابطه مستقیم بوده؛ لذا فرضیه تحقیق رد و قابل تعمیم به جامعه نیست.

با توجه به نتایج یافته‌های جدول سطح معنی‌داری آزمون پیرسون نشان می‌دهد اختلاف و تفاوت معناداری بین متغیر رضایت شغلی و متغیر حقوق پاسخ‌گویان (کمتر از ۰/۰۵٪) وجود دارد. رابطه مستقیم بوده؛ لذا فرضیه تحقیق قبول و قابل تعمیم به جامعه است، یعنی با توجه به نتایج به دست آمده به همان اندازه که میزان حقوق و مزایای افراد بالا رود میزان رضایتمندی کارکنان نیز ارتقا می‌یابد.

از سوی دیگر، نتایج آزمون پیرسون نشان می‌دهد اختلاف و تفاوت معناداری بین متغیر رضایت شغلی و متغیر یکنواختی در کار پاسخ‌گویان (بیشتر از ۰/۰۵٪) وجود ندارد،

| نتیجه | سطح معناداری | مقدار آزمون | نام آزمون | متغیر مستقل | متغیر وابسته |
|-------|--------------|-------------|---------------------|--------------------|--------------|
| قبول | ۰/۰۰۰ | ۰/۵۳۴ | ضریب همبستگی پیرسون | قدرت | رضایت شغلی |
| رد | ۰/۰۷۳ | ۰/۱۴۷ | ضریب همبستگی پیرسون | سابقه خدمت | |
| رد | ۰/۳۲۵ | ۰/۰۸۱ | ضریب همبستگی پیرسون | سلسله مراتب سازمان | |
| قبول | ۰/۰۰۰ | ۰/۳۳۳ | ضریب همبستگی پیرسون | حقوق | |
| رد | ۰/۳۱۷ | ۰/۰۸۲ | ضریب همبستگی پیرسون | یکنواختی در کار | |
| رد | ۰/۰۶۱ | ۰/۱۵۴ | ضریب همبستگی پیرسون | سن | |

رابطه مستقیم بوده؛ لذا فرضیه تحقیق رد و قابل تعمیم به جامعه نیست. با توجه به بررسی میزان واریانس متغیر یکنواختی در کار می‌توان چنین برداشت کرد که کارکنان در یک سطح هستند و میزان فعالیت آنان را نمی‌توان با یکنواختی فعالیتشان مرتبط دانست؛ به عبارت دیگر، می‌توان گفت دلیل بی‌معنا بودن این رابطه کم بودن مقدار واریانس آن بوده است.

هم‌چنین یافته‌ها آزمون پیرسون نشان می‌دهد تفاوت معناداری بین متغیر رضایت شغلی و متغیر سن پاسخ‌گویان (بیشتر از ۰/۰۵٪) به چشم نمی‌خورد، رابطه مستقیم بوده؛ لذا فرضیه تحقیق رد و قابل تعمیم به جامعه نیست.

با توجه به نتایج آزمون پیرسون اختلاف معناداری بین متغیر رضایت شغلی و متغیر درآمد پاسخ‌گویان (بیشتر از ۰/۰۵٪) وجود ندارد، رابطه منفی بوده؛ لذا فرضیه تحقیق رد و قابل تعمیم به جامعه نیست.

- آزمون بین متغیر روابط و تحصیلات با رضایت شغلی از شاخص هم‌بستگی

اسپیرمن

با توجه به نتایج یافته‌های جدول تفاوت معناداری بین متغیر رضایت شغلی و روابط در محیط کاری پاسخ‌گویان (کمتر از ۰/۰۵٪) وجود دارد، رابطه مستقیم بوده، لذا فرضیه تحقیق قبول و قابل تعمیم به جامعه است، به‌گونه‌ای که میزان همکاری بالا میان همکاران باعث افزایش میزان رضایت شغلی کارمندان می‌شود. براساس آزمون اسپیرمن، اختلاف معناداری بین متغیر رضایت شغلی و تحصیلات پاسخ‌گویان (بیشتر از ۰/۰۵٪) وجود ندارد، رابطه منفی بوده؛ لذا فرضیه تحقیق رد و قابل تعمیم به جامعه نیست، می‌توان چنین نتیجه گرفت که هرچه میزان تحصیلات کارمندان این اداره بالاتر می‌رود میزان رضایت شغلی آنان کاهش پیدا می‌کند.

- شاخص آماری تفاوت بین متغیر رضایت شغلی در متغیر جنسیت از مقدار

آزمون (t)

همان‌طور که مقدار آزمون t و سطح معنی‌داری نشان می‌دهد زنان به‌طور میانگین حدود ۱٪ نسبت به مردان رضایت شغلی بیشتری دارند که البته به لحاظ آماری معنی‌دار نیست. نتایج به‌دست آمده (بیشتر از ۰/۰۵ نیست)؛ بدین ترتیب فرضیه تحقیق رد و قابل تعمیم به جامعه نیست.

| نتیجه | سطح معناداری | مقدار آزمون | نام آزمون | متغیر مستقل | متغیر وابسته |
|-------|--------------|-------------|-----------|--------------------|--------------|
| قبول | ۰/۰۰۰ | ۰/۴۹۱ | اسپیرمن | روابط در محیط کاری | رضایت شغلی |
| رد | ۰/۰۳۷ | -۰/۱۷۰ | اسپیرمن | تحصیلات | |

- تفاوت رضایت شغلی با نوع استخدام پاسخ‌گویان براساس آزمون (f)

با توجه به نتایج یافته‌های جدول، مشاهده می‌شود میانگین افراد دارای نوع استخدام قراردادی بیشتر از سایر گروه‌ها است. سطح معنی‌داری آزمون (F) نشان می‌دهد، تفاوت معناداری بین متغیر رضایت شغلی کارکنان و نوع استخدام (بیشتر از ۰/۰۵٪ می‌باشد) وجود ندارد، اما رابطه مستقیم بوده، لذا فرضیه تحقیق رد و قابل تعمیم به جامعه نیست.

| سطح معنی‌داری (sig) | مقدار آزمون t | میانگین | فراوانی | گزینه‌های مستقل | متغیر مستقل | متغیر وابسته |
|---------------------|---------------|---------|---------|-----------------|-------------|--------------|
| ۰/۰۶۳ | ۱/۸۷۱ | ۱۶/۴۱ | ۵۸ | زن | جنسیت | رضایت شغلی |
| | ۱ | ۱۵/۵۲ | ۹۲ | مرد | | |

۵. نتیجه‌گیری

هدف اصلی پژوهش، بررسی عوامل مؤثر بر رضایت شغلی کارکنان بود؛ لذا با توجه به اطلاعات به‌دست آمده سه متغیر تحقیق، یعنی متغیرهای قدرت، حقوق و روابط کاری با همکاران با رضایت شغلی رابطه معنی‌داری داشتند و در افزایش میزان رضایت شغلی می‌توانند مؤثر باشند؛ به‌گونه‌ای که افراد در اداره آموزش و پرورش بجز میزان بالایی از دسترسی و قدرت را در اختیار دارند که این خود باعث افزایش رضایت شغلی آنان می‌شود. بین متغیر روابط در محیط کاری و رضایت شغلی رابطه مستقیمی وجود دارد، یعنی افراد هنگامی روابط درون سازمانی خوبی داشته باشند میزان رضایت شغلی آنان نیز افزایش می‌یابد. در رابطه با میزان سابقه خدمت و رضایت شغلی؛ به عبارتی می‌توان گفت که هرچه میزان سابقه خدمت بیشتر باشد، میزان رضایت بیشتر است. بین میزان

| متغیر وابسته | متغیر مستقل | گزینه‌های مستقل | فراوانی | میانگین | مقدار آزمون F | سطح معنی‌داری (sig) |
|--------------|-------------|-----------------|---------|---------|---------------|---------------------|
| رضایت شغلی | نوع استخدام | رسمی | ۱۲۱ | ۱۵/۸۸ | ۰/۷۶۵ | ۰/۵۱۶ |
| | | پیمانی | ۲۱ | ۱۵/۳۳ | | |
| | | قراردادی | ۲ | ۱۸ | | |
| | | سایر | ۶ | ۱۶/۶۷ | | |

حقوق و رضایت شغلی کارکنان رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد؛ به عبارتی با توجه به سلسله هرم نیازهای مازلو، افراد در این سازمان بیشتر به نیازهای اولیه توجه دارند و هرچه میزان حقوق آنان بالاتر رود میزان رضایت شغلی آنان نیز بالا می‌رود. بین سلسله مراتب سازمان و رضایت شغلی رابطه مستقیمی وجود دارد؛ به عبارتی می‌توان گفت که در سلسله مراتب سازمان هرچه مقررات بیشتر باشد، میزان رضایتمندی افراد بیشتر است.

رابطه میان متغیر یکنواختی در کار و رضایت شغلی کارکنان مستقیم، اما معنادار نیست؛ یعنی قابل تعمیم به جامعه نیست نظر به کم بودن واریانس این متغیر می‌توان یکی از دلایل معنادار نبودن این رابطه را در همین موضوع جستجو کرد. بین متغیر سن و رضایت شغلی رابطه معنادار نیست در اینجا می‌توان گفت که متغیر سن یکی از آن عواملی است که هرچه بالاتر می‌رود میزان توقعات و تجربه و پختگی فرد این امکان را برایش فراهم می‌آورد که چنین اظهار کند با وجود تجربیاتی که دارد نباید در این رده شغلی باشد؛ در نتیجه میزان رضایت بالا و پایین می‌شود و هر چه سن بالاتر می‌رود میزان رضایت کمتر می‌شود.

رابطه بین متغیر درآمد و رضایت شغلی معنادار نیست، یعنی چنین می‌توان نتیجه گرفت که هر چه میزان حقوق و مزایای که برای فرد در نظر گرفته می‌شود، افزایش یابد میزان توقع او نیز افزایش یافته و در نتیجه رضایت در صورت عدم درآمد کافی منجر به نارضایتی می‌شود.

با توجه به نتایج پژوهش صفری و همکاران (۱۳۸۹) تحت عنوان «بررسی عوامل مؤثر بر رضایت شغلی پرستاران» وضعیت استخدام اکثر افرادی که دارای رضایت شغلی بالایی بوده‌اند، قراردادی بود؛ حال آن‌که در پژوهش انجام شده میزان رضایت شغلی افرادی که دارای استخدامی رسمی بودند در این نمونه بیشتر بوده است.

تحقیقی تحت عنوان «شناسایی عوامل مؤثر بر رضایت شغلی دبیران» توسط ترکمان و همکاران (۱۳۸۶) انجام گرفت که نتایج بدین شرح بود؛ عامل سابقه خدمت

با رضایت شغلی دبیران رابطه ندارد و هم‌چنین عواملی چون ارتباط با مافوق و ارتباط با همکاران و حقوق با رضایت شغلی رابطه دارد؛ در تحقیق انجام شده رابطه میان سابقه خدمت و رضایت شغلی وجود دارد، اما معنی‌دار و قابل تعمیم نیست؛ هم‌چنین سلسله‌مراتب سازمان یا همان ارتباط با مافوق و ارتباط با همکاران یا روابط در محیط کاری با رضایت شغلی رابطه غیرمعنی‌دار اما مستقیم بوده است. متغیر حقوق با رضایت شغلی رابطه معنی‌دار و مستقیم دارد؛ این نشان‌دهنده آن است که شاید در تمامی مشاغل فرهنگی نیازهای اولیه چون حقوق، معیار اصلی برای پیشرفت و رضایت شغلی کارکنان باشد.

۵-۱. راهکارها و پیشنهادها

- با توجه به نتایج حاصل شده از تحقیق با قابل دسترس قرار دادن امکانات و به عبارتی مشارکت دادن افراد در امور کاری اداره، میزان رضایت شغلی کارکنان را می‌توان افزایش داد.
- می‌توان با بررسی اجمالی میزان سوابق کاری کارمندان میزان حقوق متناسب با سابقه آنان، به عبارتی تجربه آنان را در نظر گرفت که این خود منجر به افزایش رضایت شغلی کارکنان می‌شود.
- با نظارت همراه با در سایه مشارکت توسط ناظر کار می‌توان میزان بهبود عملکرد و رضایت شغلی را انتظار داشت.
- نتایج نشان داده است که افراد متناسب با حقوقی که دریافت می‌کنند، رضایت شغلی از کار خود دارند؛ پس باید برنامه‌ریزی‌هایی برای افزایش حقوق کارمندان در نظر گرفت.
- با برگزاری همایش‌ها و جلسات دوستانه می‌توان روابط کاری در محیط میان همکاران را افزایش داد تا منجر به بهبود عملکرد کارمندان و در نتیجه افزایش رضایت شغلی‌شان شود.
- نظریات مختلف نشان داده است که دریافت مشوق به صورت تصادفی می‌تواند منجر به ایجاد حس خشنودی و در نتیجه رضایت شغلی شود؛ لذا پیشنهاد می‌گردد که در مناسبت‌های مختلف به کارمندان مشوق‌های تصادفی اهدا شود.
- از آنجا که کارمندان برخی از ادارات، به‌ویژه آموزش و پرورش در توزیع حقوق و مزایا نسبت به شرکت‌ها، ادارات و مؤسسات دولتی که به علت کسب درآمد از منابع انرژی، مالیات‌ها، بیمه و درآمدهای حاصل از خدمات‌رسانی به مردم، به ظاهر درآمدزا محسوب می‌شوند؛ احساس بی‌عدالتی در دریافت حقوق و مزایا می‌نمایند، هم‌ترازی حقوق و مزایا می‌تواند به افزایش رضایت شغلی و نیز بهره‌وری در این حوزه منجر شود.

پی‌نوشت

1. Payment
2. Promotion Chances
3. Supervisor
4. Job
5. Colleagues

کتابنامه

- اصغری، الناز؛ خالق دوست محمدی، طاهره؛ عسگری، فریبا؛ و کاظم‌نژاد، احسان، (۱۳۸۷). «بررسی عوامل مؤثر بر رضایت شغلی پرستاران». نشریه اندیشه و رفتار در روان روان‌شناسی بالینی، ۲ (۸): ۱-۷.
- اللهیاری، طلعت؛ و میری بلوچی، عصمت، (۱۳۸۶). «میزان رضایتمندی شغلی مددکاران اجتماعی و عوامل مؤثر بر آن در تهران». فصلنامه علوم اجتماعی، ۱۶ (۴۴): ۱۹۳ - ۲۱۹.
- اسکویی بهروز، (۱۳۸۱). مدیریت رفتار سازمانی. انتشارات مؤسسه آذربایجان.
- بهزادفر، مینا؛ و صائبی، محمد، (۱۳۷۹). «عوامل عمده مؤثر بر رضایت شغلی بهروزان منطقه قزوین». مجله علمی دانشگاه علوم پزشکی قزوین، ۴ (۴): ۶۵-۷۰.
- پرتوی، بامداد؛ و عسگری، فرید، (۱۳۸۹). «سنجش رضایت شغلی منابع انسانی در بخش دولتی ایران». مطالعات کمی در مدیریت، ۱ (۲): ۸۰ - ۹۶.
- ترکمان، فرح؛ عابدی، سیده مرضیه، (۱۳۸۶). «شناسایی عوامل مؤثر در رضایت شغلی دبیران». نشریه تحقیقات روان‌شناختی، ۱ (۳): ۳۸-۴۸.
- توسلی، غلامعباس، (۱۳۹۳). جامعه‌شناسی کار و شغل. چاپ سیزدهم، انتشارات سمت.
- حلوانی، غلامحسین؛ باقیانی مقدم، محمد حسین؛ رضایی، محمد حسن، (۱۳۸۶). «بررسی وضعیت خستگی در کارگران کارخانجات کاشی شهر یزد». فصلنامه سلامت کار ایران، ۴ (۳ و ۴): ۵۷ - ۶۳.
- درویش، حسین، (۱۳۸۶). «بررسی عوامل مؤثر بر رضایت شغلی کارکنان». فرهنگ مدیریت، ۵ (۱۶): ۱۱۷-۱۴۰.
- صافی، محمد هادی؛ فلاحی خشک‌ناب، مسعود؛ راسل، مهدی؛ و رهگذر مهدی، (۱۳۸۸). «رضایت شغلی اعضای هیئت علمی دانشگاه علوم بهزیستی و توانبخشی تهران». مجله ایرانی آموزش در علوم پزشکی، ۱۰ (۴): ۳۲۳-۳۳۲.
- علوی لنگرودی، سید کاظم؛ و غفوری، حمیده، (۱۳۹۰). «رابطه بین رضایت شغلی

تعهد سازمانی با فرسودگی شغلی دبیران». نشریه نوآوری‌های مدیریت آموزشی، ۶ (۴): ۸۵ - ۱۰۹.

- غلامی‌کوتنایی، کوروش، (۱۳۸۹). «بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و رضایت شغلی در میان کارکنان شرکت ملی گاز ایران». رساله دکترای رشته جامعه‌شناسی، دانشگاه اصفهان.

- فروغی، فیض‌الله؛ خرازی، هادی؛ ایران‌فر، شیرین؛ و رضایی، منصور، (۱۳۸۶). رضایت شغلی و عوامل مؤثر بر آن از دیدگاه اعضای هیأت علمی دانشگاه علوم پزشکی کرمانشاه». مجله ایرانی آموزش در علوم پزشکی، ۷ (۲): ۳۳۵ - ۳۴۳

- قلتاش، عباس، (۱۳۹۲). «رابطه فرهنگ سازمانی و هوش سازمانی با رضایت شغلی کارکنان». نشریه رهیافتی نو در مدیریت آموزشی، ۵ (۳): ۱۱۵ - ۱۲۸.

- کرینتر، رابرت؛ و آنجلو، کینیکی، (۱۳۸۴). مدیریت رفتار سازمانی. ترجمه فرهنگی و صفرزاده، انتشارات پویش چاپ اول.

- کورمن، آبراهام، (۱۳۸۱). روان‌شناسی صنعتی و سازمانی. ترجمه حسین شکرکن، انتشارات رشد، چاپ سوم.

- گروسی، سپیده؛ و قربان‌زاده، رضا، (۱۳۸۶). «بررسی تأثیر برخی عوامل مؤثر بر رضایت شغلی و امکان ارتقای شغلی زنان شاغل؛ شهر کرمان». مطالعات زنان، ۱ (۳): ۳۳ - ۵۵

- مهدوی، موسی؛ فرهی بوزنجانی، برزو؛ و عباسی، مصیب، (۱۳۹۰). «عوامل مؤثر بر رضایت یا عدم رضایت شغلی کارکنان فاوای نرسا». فصلنامه پژوهش‌های مدیریت منابع انسانی دانشگاه جامع امام حسین علیه السلام، ۲ (۳ و ۴): ۱۰۱ - ۱۲۰

- هومن، حیدر علی، (۱۳۸۱). تهیه و استاندارد ساختن مقیاس سنجش رضایت شغلی. انتشارات مرکز آموزش دولتی، چاپ اول.

- Aberhurt, & Shunny, (2000). "Shift work & Job Stress". *Journal of Organizational Behavior*.

- Dorman, C. & Zapf, D., (2001). "Social Stressors at Work, Irritation and Depressive Symptoms". *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 75(1): 33-58.

- Papp, I.; Markkanen, M. & Von Bonsdorff, M., (2003). "Clinical environment as a learning environment: student nurses' perceptions concerning clinical learning experiences". *Nurse Educ Today*, 23(4), 23(4): 262-8.

- George, M. & Jons, J., (1999). *Organizational behavior*. New York: Sddision Wesley.
- Ginzberg, E. et al., (1951). *Occupational choice, an approach to a general*. New York: Columbia U. Press. VIII.
- Hellriegel, D. & Woodman, R. W., (1989). *Study guide to accompany: organizational behavior*. American: West.
- Hellriegel, D. & Woodman, R. W., (1998). *Organizational behavior*. Ohio: South-Western Callege
- Roman, L., (2008). "Nursing shortage: Looking to the future". RN, Lu KY, chang LC, Wu HL. *Relationship between professional commitment, job satisfaction, and work stress in public health nurses in Taiwan, Professional Nursing*, 2007: 3(2): 10-116.
- Wittz, (1996). "Burnout & Organization Commitmen". *Personnel Management Journal*.

Studying the Everyday Life of Dollar Sellers in Sabzeh Meydan, Tehran; Resistance in Everyday Economic Life

Abdollahyan, H.^I, Kahrobaee, A.^{II}

<https://dx.doi.org/10.22084/CSR.2022.25874.2078>

Received: 2020/02/24; Accepted: 2022/07/02

Type of Article: **Research**

Pp: 285-322

Abstract

This paper examines the phenomenon of dollar selling in Sabzeh-Meydan (green square), near Tehran Bazaar. Dollar sellers exhibit and introduce some interesting elements to the economic activities around Bazaar that are fit to be dealt with from a cultural studies point of view. The phenomenon of dollar selling is a unique event in terms of its content; in other words, there are layers of power and resistance behind the phenomenon of selling dollars, which is tried here to be carefully examined. This research uses the ethnographic method to collect its data. The data in fact come from participatory observation. To collect data an emphasis was placed on document collection, direct observation in the field, and conducting semi-structured interviews. The interviews were conducted with 11 samples in the field, and the following results were obtained using the theories of Bourdieu and related theorists in the field of cultural studies. The data analysis and interpretation show that dollar-selling practice and exhibit a resistance but rather a cultural resistance in the field. Regardless of the business values involved, dollar sellers in Sabzeh-Meydan express an independent identity, and by showing lifestyle they are trying to express resistance against the dominant cultural values of Tehran's Bazaar. In addition, dollar sellers redefine themselves in relation to the government and refuse to accept the dominant patterns of economic behavior set forth by the government.

Keywords: Sabzeh-Meydan, Resistance, Power, Tehran's Bazaar, Culture, Identity.

I. Professor, Department of Communication, Faculty of Social Sciences, University of Tehran, Tehran, Iran (Corresponding Author). *Email:* habdolah@ut.ac.ir

II. M.A. in Cultural and Media Studies, Department of Communication, Faculty of Social Sciences, University of Tehran, Tehran, Iran

Citations: Abdollahyan, H. & Kahrobaee, A., (2022). "Studying the Everyday Life of Dollar Sellers in Sabzeh Meydan, Tehran; Resistance in Everyday Economic Life". *Two Quarterly Journal of Contemporary Sociological Research*, 11(20): 285-322. doi: 10.22084/csr.2022.25874.2078

Homepage of this Article: https://csr.basu.ac.ir/article_4892.html?lang=en

1. Introduction

In line with the tradition of cultural studies as an interdisciplinary science that pays attention to seemingly mundane phenomena and removes layers of a phenomenon in order to reach the depth and meaning hidden in it, the dollar-selling phenomenon has often been neglected by Iranian researchers. Here, this phenomenon will be tackled so to unfold its various hidden dimensions.

Dollar-sellers who perform themselves as gamblers have a special intra-group culture, which distinguishes them from the old bazaar business-keepers. This intra-group culture is noticeable in the way they dress, talk, walk and in their all other actions. They lack sufficient cultural and economic capitals to enter the heart of the traditional Bazaar, and for this reason, the cultural system of the core Bazaar market and the cultural event of the business do not allow such people to enter into it. As a result, a special lifestyle goes on in the sidelines of the mainstream of Bazaar business. We will address all these in this short paper.

2. Materials and Methods

It seems that the ethnographic approach provides a better information and understanding about power and resistance in Sabzeh Meydan. This is because the ethnographic researcher is interested in studying common patterns and the unit of analysis is usually more than 20 people or more than the number of people necessary for grounded theory approach. Ethnography rather focuses on an entire cultural group regardless of the number of people involved. Sometimes this may be a small cultural group. This mostly, however, is not the case and the group is usually large and includes many people who have interacted with each other over time (Cresol, 2011: 92).

We used the ethnographic method to collect data in the following areas: document collection, direct observation, participatory observation, and semi-structured interviews.

Since the dollar sellers in Sabzeh Meydan have been interacting with each other for a long period of time, we tried to record the events and interactions of people present in the field using participatory observation. Due to some problems in the field of research, such as the high sensitivity (vigilance) of dollar sellers towards the presence of outsiders in the field, it was difficult to collect data, record audio and video from the field, and to observe ethical aspects of the activity. Data collection took place in the form of observation, preparation of collective images and sounds, so that the privacy of none of the people present in the field would not be violated. In order to collect reports and photos from Sabzeh Meydan, we wandered around the place as passers-by and took about 1000 photos of them on different days. We also prepared videos with

a mobile phone camera, in which the way of speaking, commotion, the way of dressing and the behavior of the dollar sellers are recorded. The difference between working in this field and other places is that it is very difficult to collect information from this place and it requires a long-term trust-building process and the need to actively participate in the field and interact with the people present in the field. Therefore, after going through the steps of building trust in the field and establishing friendly relations with some experienced people and providing the interview conditions, conditions for interviewing became ready. Meanwhile we followed the ethical and scientific aspects of the research.

3. Data

In terms of the researcher's official interview, which was conducted after the trust-building steps as mentioned above, 11 people were selected and interviewed. There were more informal dialogues, short interviews with people in the field in the form of participatory observation, which led to theoretical saturation with the next 11 interviews. For the interview with the dollar sellers, the following areas were determined and the in-depth interview questions were obtained from people involved.

Age and gender of dollar sellers; How to get to the group of dollar sellers; How to work and sell dollars in this group; Other than economic motifs, what else is the purpose of the dollar sellers to do this; Existence or absence of supervision by power institutions on this group.

4. Discussion

Here the phenomenon of dollar-sellers in Sabzeh Meydan at Tehran's Bazar has been discussed as one of the seemingly insignificant economic element, though influential in the everyday life of people in the Bazaar neighborhood. Here we brought this phenomenon under research scrutiny. Although people were seemingly buying and selling dollar currency there, there were hidden layers, which we have revealed through the curiosity of the researchers using cultural studies approach.

The essence of what happens in Sabzeh Meydan lies in gambling and it was revealed through the results of interviews and field evidence. In several interviews, dollar sellers officially admitted this and used the word gambling. In some cases, the interviewee used alternative slang terms such as paper games, promissory note games, or artificial transactions. All this provides one meaning and that is gambling. According to the data obtained from the interviews, the volume of transactions in Sabzeh Meydan was estimated to be something between 50 and 100 million dollars per day. The transaction process was such that people entered the transaction on credit. Credit could be provided in three ways:

- Deposit: To trade a roll of dollars, which is 10,000 dollars, you must deposit at least three million Tomans (Iranian currency) with one of the trusted dollar dealers. In fact, you have paid the profit and loss of the transaction in advance.
- Cash capital: Your bank account information must be specified in some way. For example, someone confirming your identity, so that one would know you have a minimum amount of saving in your bank account.
- One of the dollar sellers and trustees of the field must introduce you. One of the trustees must guarantee you. In other words, the guarantor will bear the losses of the transaction with you, in case of absconding.

However, entering the field does not happen easily. Although the dollar sellers are looking to find a person who is not unfamiliar with the complexities of the market, so to trade with him and get more profit. Entering into the transaction, nevertheless, requires credit that is not easily obtained, and perhaps the easiest way is to have a huge capital.

After entering the Sabzeh Meydan (green square), an individual can start buying and selling dollars. The dollar sellers or gamblers of Sabzeh Meydan start trading dollars based on the daily price from around 10 am. Trading continues until 14:00 and stops at 14:00. At 2:00 p.m., the price of dollars, coins, and Ouns will be determined in Sabzeh Meydan, and after that, liquidation and clearing of transactions will begin. In fact, the profit criterion for sellers and buyers of coins and currency is the same price that is set in Sabzeh Meydan. The main transactions in the sham transaction section are done without any real dollars or coins, and only happens on paper. Paper or sham transactions happen between two or more people. In such a way, person A buys some dollars from person B. The difference between the buying and selling dollars or coins with the announced price in the afternoon determines the amount of profit and loss of the parties.

5. Conclusion

Sabzeh Meydan can be called as Gambling Square. According to the interviewees, at least 40 to 80 percent of foreign currency transactions and in Sabzeh Meydan are in the form of gambling. No actual dollars or coins are present. Transaction information is recorded in sheets by trustees and individuals themselves, and at the end of the day, the difference between purchases and sales is calculated and settled by individuals. In addition to dollar and currency gambling, gambling is also seen in football games and sports competitions. Buying stolen gold, and all kinds of transactions are going on in it. This paper shows that dollar-selling activity is an indication of Fisk's concept of war at Market because it performs a scene where power and resistance are practiced.

مطالعه زندگی روزمره دلارفروشان در سبزه‌میدان تهران؛ مقاومت از نوع زندگی روزمره اقتصادی در سبزه‌میدان

حمید عبداللهیان^۱، احمد کهربایی^{II}

شناسه دیجیتال (DOI): <https://dx.doi.org/10.22084/CSR.2022.25874.2078>

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱۲/۰۵، تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۴/۱۱

نوع مقاله: پژوهشی

صص: ۲۸۵-۳۲۲

چکیده

هم‌گام با سنت مطالعات فرهنگی به مثابه یک علم میان‌رشته‌ای که در ظاهر به پدیده‌های پیش‌پا افتاده توجه می‌کند و لایه‌هایی از یک پدیده را کنار می‌زند تا به عمق و معنی نهفته در آن دست پیدا کند، در اینجا نیز به پدیده دلارفروشی در سبزه‌میدان بازار تهران به عنوان یکی از عناصر اقتصادی و به ظاهر بی‌اهمیت، اما تأثیرگذار در زندگی روزمره مردم در بخشی از شهر تهران پرداخته شده است. این پدیده تاکنون از توجه محققان مغفول مانده است؛ با این‌که ظاهراً افراد در آنجا مشغول معامله دلار هستند، اما لایه‌های پنهانی در آن نهفته است، که از طریق کنجکاوی مطالعات فرهنگی آن‌ها را آشکار کرده‌ایم. این پژوهش با استفاده از روش قوم‌نگاری و مشاهده مشارکتی انجام شده است؛ بر این اساس روش قوم‌نگاری را به شیوه پیش‌رو به‌کار برده شده است؛ جمع‌آوری اسناد، مشاهده، و مصاحبه نیمه‌ساخت یافته. با ۱۱ نفر از افراد حاضر در میدان مصاحبه انجام شد، که با استفاده از نظریات بوردیو و سایر نظریه‌پردازان حوزه مطالعات فرهنگی داده‌ها تحلیل و نتایج پیش‌رو به دست آمد؛ قماربازان دارای فرهنگ درون‌گروهی خاصی هستند، که آنان را از بازاریان قدیمی متمایز می‌سازد. این فرهنگ درون‌گروهی در شیوه لباس پوشیدن، صحبت کردن، راه‌رفتن و تمامی کردارهای آنان قابل ملاحظه است. آنان فاقد سرمایه‌های کافی فرهنگی و اقتصادی برای ورود به بطن بازار هستند و به همین دلیل نظام فرهنگی بازار و رویداد فرهنگی کسب و کار اجازه ورود چنین افرادی را به داخل خود نمی‌دهد و نتیجتاً یک سبک زندگی خاص در حاشیه جریان اصلی کسب و کار در بازار تهران شکل گرفته است.

کلیدواژگان: سبزه‌میدان، مقاومت، قدرت، بازار تهران، هویت.

I. استاد گروه ارتباطات، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران، تهران، ایران (نویسنده مسئول).

Email: habdolah@ut.ac.ir

II. کارشناس ارشد مطالعات فرهنگی و رسانه، گروه ارتباطات، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

ارجاع به مقاله: عبداللهیان، حمید؛ و کهربایی، احمد، (۱۴۰۱). «مطالعه زندگی روزمره دلارفروشان در سبزه‌میدان تهران؛ مقاومت از نوع زندگی روزمره اقتصادی در سبزه‌میدان». پژوهش‌های جامعه‌شناسی معاصر، ۱۱(۲۰): ۲۸۵-۳۲۲. doi: 10.22084/csr.2022.25874.2078

صفحه اصلی مقاله در سامانه نشریه: https://csr.basu.ac.ir/article_4892.html

۱. مقدمه

«فیسک» (۱۳۸۱: ۱۱۷) مطالعات فرهنگی را از زاویه‌ای، علم مطالعه نحوه پیدایش و اشاعه معانی در جوامع صنعتی می‌داند؛ از نظر او، این علم برای مطالعه زندگی روزمره که پیش‌پا افتاده و کمتر مورد توجه به نظر می‌آید، به وجود آمده است. یکی از اهداف کلیدی این نوع مطالعات، توسعه طرح‌های میان‌رشته‌ای است که عمل‌کردهای زندگی روزمره را نمایش بدهند (حمیدی و همکاران، ۱۳۸۷). به همین دلیل، در این پژوهش پدیده‌ای را در نظر گرفته‌ایم که شاید از منظر علوم دیگر بی‌اهمیت تلقی شود، اما از منظر مطالعات فرهنگی، دارای لایه‌های عمیقی است و به عنوان بخشی از زندگی روزمره مردمی محسوب می‌شود، که ساعت‌ها و روزها وقت خود را صرف آن می‌کنند. از آنجا که دلارفروشی در سبزه میدان بازار تهران با زندگی روزمره مردم عجین شده است، از اهمیت مطالعاتی نیز برخوردار شده است؛ بنابراین، موضوع را از حیث مغفول بودن از سوی سایر رشته‌ها، مسأله‌ای در حوزه مطالعات فرهنگی تعریف کردیم تا بتوانیم به یکی از دغدغه‌های راهبردی دیدمان (پارادایم) مطالعات فرهنگی، یعنی نگاه به حاشیه‌ها و پدیده‌های مغفول از چشم پژوهشگران، پاسخ داده شوند.

در خصوص بازار تهران، باید متذکر شد که یکی از میدان‌های کنش اقتصادی اصلی ایران محسوب می‌شود؛ به طوری که از گذشته تاکنون به دلیل قرار گرفتن در متن حوادث فرهنگی، سیاسی و تاریخی از اهمیت ویژه‌ای در حوزه فرهنگ، اجتماع، گردشگری و ایجاد تحولات سیاسی و اجتماعی برخوردار بوده است. مهم بودن جنبه‌های فرهنگی و اجتماعی و البته اقتصادی سبب شده است که بازار تهران همواره محلی برای نمود زندگی روزمره و فرهنگ عامیانه مردم ایران، به ویژه مردم تهران باشد؛ از این رو، به نظر می‌رسد جنبه‌های فرهنگی و سطح فرهنگی در بازار تهران بر سطح اقتصادی از نقطه نظر تحلیل علمی تفوق داشته باشد. در اینجا سعی خواهد شد به تفاوت این دو سطح، یعنی سطح فرهنگی و اقتصادی بازار تهران پرداخته شود. نحوه تعامل مردم با دولت، بنگاه‌های اقتصادی با دولت، و مردم با مردم در بستر فرهنگی و تاریخی بازار تهران حوزه‌ای از مطالعات فرهنگی و اجتماعی را ایجاد می‌کند، که هم در رویکردهای مختلف جامعه‌شناختی-مردم‌شناختی و هم در رویکرد مطالعات فرهنگی قابل بحث است.

همواره یکی از جلوه‌های زندگی روزمره در سبزه میدان‌ها رخ داده است. سبزه میدان به مثابه صحنه نمایشی با طلوع آفتاب، آغاز و تا پاسی از شب ادامه می‌یابد و همواره آن چه در این صحنه نمایش اجرا شده است، همان زندگی روزمره، اصیل و فرهنگ مردم پسند مردمان در هر دوره از تاریخ معاصر بوده است. اما در سبزه میدان تهران

پدیده‌ای نوظهور به نام «دلارفروشی» از سال‌های ابتدایی دهه ۱۳۹۰ رخ داده است که حاصل جامعه‌پساانقلابی ایران و ناشی از عدم وجود ساختارهای مناسب اقتصادی در دوران نوسازی ایران است. پایگاه سنتی فروش دلار معمولاً در حوالی میدان فردوسی و خیابان‌های اطراف بوده است و معلوم نیست چرا این پدیده در سبزه میدان جای جدیدی پیدا کرده است. بر این اساس، تجمع دلارفروشان در سبزه میدان تهران و نوع رفتار آن‌ها در این صحنه نمایش، مسأله این پژوهش است. با نگاهی اقتصادی و با رویکردهای مکتب فرانکفورت حضور دلارفروشان در سبزه میدان در چینه اطمینانی برای دولت و تنظیم بازار است؛ اما در نگاه مطالعات فرهنگی و بر مبنای نظریه مقاومت فرهنگی، مسأله به شکل دیگری نیز پدیدار می‌شود. از آنجا که مطالعه‌ای در این خصوص انجام نشده و از آنجا که این محل جایی برای منازعه قدرت و فرهنگ است و ضمناً این گروه را به عنوان گروه حاشیه‌ای و یا هنجارشکن و یا محصول آسیب اجتماعی قلمداد می‌کنند، چنین به نظر می‌آید که این افراد در مطالعات فرهنگی گروهی تلقی می‌شوند که در انزوا قرار گرفته‌اند و ضروری است که گذران حیات اقتصادی- فرهنگی آن‌ها و زیست‌جهان‌شان مورد مطالعه قرار بگیرد. نتایج این مطالعه می‌تواند مورد استفاده برنامه‌ریزان امنیت شهری قرار بگیرد، به گونه‌ای که بتوان آن‌ها را به متن جامعه بازگرداند. در اینجا سعی شده است، تا با استفاده از روش‌های کیفی و مصاحبه عمیق به مطالعه سبک زندگی دلارفروشان سبزه میدان پرداخته و ریشه‌های فرهنگی که منجر به این مقاومت فرهنگی در برابر بازار و فرآیندهای فرهنگی و اقتصادی رسمی و دولتی شده مورد مذاقه قرار گیرد.

بازار به عنوان نمونه‌ای از جامعه بزرگ‌تری که در آن زندگی می‌کنیم شامل طبقات اجتماعی گوناگونی است که توجه به آن، پویایی‌های بین اقتصاد، فرهنگ و قدرت را برملا می‌سازد؛ به طور کلی این طبقات را می‌توان به شکل زیر دسته بندی کرد:

۱- طبقه بالا

۲- طبقه متوسط

۳- طبقه پایین

این سه طبقه در یک نگاه کلی طبقات اجتماعی بازار را تشکیل می‌دهند که از گذشته در بازار حضور داشته و با یکدیگر تعامل داشته‌اند.

آنچه در این پژوهش مورد مطالعه قرار گرفته، گروه حاشیه‌ای است که در سبزه میدان شهر تهران مشغول فروش دلار بوده است. این افراد یک پدیده ویژه را در سطح شهر تهران آشکار کرده‌اند و شهروندان هنگام عبور از کنار آن‌ها با پرسش‌های متعددی مواجه می‌شوند، از جمله آن‌که: چه اتفاقی در این منطقه رخ می‌دهد؟ دلارفروشان چه

کسانی هستند؟ چه می‌کنند؟ و چرا سبزه‌میدان را برای فعالیت خود انتخاب کرده اند؟ آن‌ها متعلق به کدام طبقه اجتماعی در بازار تهران هستند؟ محققین در این پژوهش سعی دارند با مطالعه ریشه‌های فرهنگی این پدیده ضمن آشنا شدن با مفاهیم نظری مطالعات فرهنگی و کاربرد آن در تحلیل این پدیده فرهنگی - اجتماعی راه حل ممکن را فراهم آورند؛ در این راستا، ابتدا به طرح دو پرسش می‌پردازیم؛ ۱- آیا رابطه قدرت و مقاومت بین بازار به عنوان یک ساختار کلان و نظام مند اقتصادی و پدیده دلارفروشان در سبزه‌میدان تهران وجود دارد؟ ۲- نظام فرهنگی و اقتصادی گروه حاشیه‌ای دلارفروشان چه ارتباطی با نظام فرهنگی، اقتصادی بازار تهران دارد؟

۲. پیشینه پژوهشی

مطالعاتی از حیث توجه به موضوع مقاومت و زندگی روزمره انجام شده است که به برخی از آن‌ها در ادامه اشاره می‌شود.

«حلیمه عنایت» و «مریم سروش» (۱۳۸۸) در مقاله‌ای با نام «میزان و نوع مقاومت زنان در رویارویی با ساختار قدرت در زندگی روزمره» به میزان و نوع مقاومت زنان را در مواجهه با ساختار قدرت مردسالار خانواده اندازه گرفته‌اند. نتایج تحقیق نشان داده است که زنان، مقاومتی کم و متوسط را در پنج شکل از خود نشان می‌دهند. مقاومت و قدرت زناشویی در خانواده، رابطه‌ای منفی و معنادار با هم نشان داده‌اند؛ اما از حیث مطالعه بر روی بازار تهران و فرهنگ حاکم بر آن نیز مطالعاتی هرچند اندک صورت گرفته است.

«مزگان حسینی‌قمی» و «مریم رضایی» (۱۳۹۵) در مقاله «پیوند بازار مسجد، انسجام اجتماعی در بازار تهران» تأثیر پیوند مسجد و بازار و نقش آن بر هزینه اجتماعی معاملات اقتصادی را مطالعه کرده‌اند. نتایج نشان می‌دهد با افزایش اعتماد بین بازاریان پای بندی به اخلاق اقتصادی و ارزش‌ها افزایش و هزینه اجتماعی معاملات اقتصادی کاهش معناداری پیدا می‌کنند؛ از طرف دیگر، این امر به افزایش انسجام اجتماعی بازاریان از طریق روابط مداوم آن‌ها و شرکت در انجمن‌ها و سازمان‌های جمعی منجر می‌شود.

«شهرام حاتم‌نیا» (۱۳۹۰) در مقاله‌ای فرهنگ کسبه فرش‌فروشان سرای بوعلی بازار تهران را مطالعه کرده است؛ او به واکاوی سلسله‌مراتب منزلتی در سرای بوعلی به این نتیجه رسیده است که یک هیرارشی هرمی قرار دارد که وجودشان در این طبقه بندی به نوعی موجب پیوستگی و نظم در شکل‌گیری روابط اقتصادی و متعاقب آن، روابط اجتماعی و فرهنگی کسبه می‌شود.

در عین حال باید اشاره کرد تاکنون تحقیقی پیرامون روابط قدرت در میدان اقتصادی اجتماعی بازار انجام نشده است.

۳. ملاحظات نظری: کاربرد نظریه میدان بورديو در تفسیر قدرت و مقاومت در سبزه میدان

از آنجا که این مطالعه با رویکرد کیفی و تفسیری انجام شده به جای چارچوب نظری از حساسیت نظری استفاده می‌کنیم؛ برای حل مسأله این مطالعه و فراهم آوردن پاسخ برای پرسش‌های مطرح شده، به نظر می‌رسد نظریه میدان‌های بورديو نقطه آغاز منطقی باشد.

توضیح آن که میدان از نظر بورديو شبکه یا منظومه‌ای از روابط عینی میان موقعیت‌هاست. میدان‌ها، عرصه‌ها یا زمینه‌ها ساختارهایی بیرونی‌اند که عوامل درونی را در فرد بازتاب می‌دهند. میدان‌ها فضاهای زندگی اجتماعی‌اند. فضاهایی که قبل از تولد فرد موجودند و رفته‌رفته هویت و شخصیت جداگانه‌ای برای خود پیدا کرده‌اند. میدان‌های گوناگون هر یک به حوزه خاصی تعلق دارند و واحدهایی اجتماعی‌اند که افراد به صورت‌های گوناگون با آن‌ها درگیرند. از نظر بورديو، این میدان‌ها فضای کشاکش و مناظره و کنش متقابل میان سطوح فرودستی و فرادستی‌اند (توسلی، ۱۳۸۷). میدان، نظام ساخت‌یافته موقعیت‌هایی است - که توسط افراد یا نهادها اشغال می‌شود- که ماهیت آن تعریف‌کننده وضعیت برای دارندگان این موقعیت‌هاست. میدان، هم‌چنین، نظام نیروهایی است که بین این موقعیت‌ها وجود دارد. یک میدان از درون براساس روابط قدرت ساخت می‌یابد (جنکینز، ۱۳۸۵: ۱۳۵-۱۳۶).

یک میدان نوعی قلمرو زندگی اجتماعی است که دارای قواعد سازماندهی خاص خود است، مجموعه‌ای از موقعیت‌ها را فراهم می‌کند و حامی کنش‌های مرتبط با آن موقعیت‌هاست و مشارکت‌کنندگان میدان‌های اجتماعی درست همانند بازیگران یک بازی، در موقعیت‌های متفاوتی قرار دارند؛ به‌طور مثال، یک وکیل در یک شهر کوچک و یک قاضی دیوان عالی هر دو در عرصه حقوقی مشارکت دارند، اما موقعیت‌های متفاوت آنان فرصت‌های متفاوتی در اختیارشان قرار می‌دهد و باعث می‌شود راهبردی متفاوت را برای ساماندهی کنش‌های خود برگزینند (جلایی‌پورو محمدی، ۱۳۸۷).

بورديو معتقد است میدان اجتماعی همانند میدان فوتبال از جایگاه‌هایی تشکیل شده که عاملان اجتماعی آن‌ها را تصرف می‌کنند (افراد یا نهادها)، در نتیجه آن‌چه در میدان اتفاق می‌افتد محدودیت‌های خاص دارد، یعنی مرزهایی وجود دارد برای آن‌چه می‌توان انجام داد و تمامی آن‌چه می‌توان انجام داد نیز بستگی به شرایط میدان دارد

(مایکل گرنفل، ۱۳۸۸: ۱۲۸).

به گفته بورديو بازي در فضاي اجتماعي يا ميدان، حالي رقابتي دارد و عاملان اجتماعي در آن تدابيري گوناگون براي اداره يا بهبود جايگاه خود به كار مي‌گيرند. چيزي كه در ميدان بر سر آن بازي مي‌شود، افزودن سرمايه است؛ سرمايه هم روند و هم محصول يك ميدان است. بورديو، چهار نوع سرمايه را مطرح مي‌كند: ۱- اقتصادي (پول و دارايي)؛ ۲- فرهنگي (مانند: معلومات علمي، سليقه، زيبايي و ترجيحات فرهنگي؛ زبان و...)؛ ۳- اجتماعي (مانند: خویشاوندان، خانواده ميراث فرهنگي و مذهبي)؛ و، ۴- نمادين (چيزهايي كه نماينده همه اشكال سرمايه به صورت قابل تبادل در ميدان‌هاي ديگر هستند، مانند: مدارك تحصيلي و هنري) (مایکل گرنفل، ۱۳۸۸: ۱۲۹).

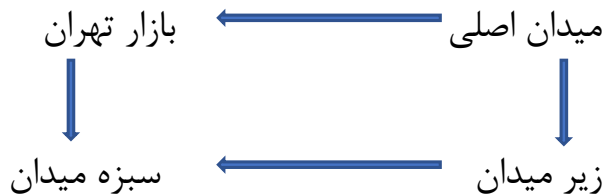
در حقيقت نظريه کنش بورديو بر اساس مفهوم کنش / منش و تعامل آن با مفهوم ميدان، سعي در ارائه اصول مولد رفتار انساني دارد (گريلر، ۱۹۹۶: ۱۸۷)؛ در نتيجه آشكار مي‌شود كه موقعيت عامل در فضاي اجتماعي نقشي عمده در تبين رفتار با توجه به نظريه کنش بورديو ايفا مي‌كند، به گونه‌اي كه اين رويکرد ديگر نمي‌تواند از مفاهيم موجود در سنت‌هاي متقابل جامعه‌شناختي به منظور تبين کنش استفاده نمايد و به جاي آن‌ها بايد به مفهوم پردازي متناسب با هستي‌شناسي خود روي آورد. مفهوم قاعده، يكي از مفاهيمي است كه کاربرد پذيري خود را در اين ديده‌گاه از دست مي‌دهد و با توسل به آن نمي‌توان به تبين کنش پرداخت؛ چرا كه قاعده را نبايد در فاعل شناسايي و يا در موضوع مورد مطالعه جستجو كرد. اين گونه قاعده‌ها را اگر بر اساس فاعل شناسايي و يا موضوع مورد مطالعه در نظر بگيريم، تحميل قاعده مندي بر واقعيت سيال است.

بنا به تعريف بورديو يك ميدان، عرصه‌اي اجتماعي است كه مبارزه‌ها يا تكاپوها بر سر منابع و منافع معين و دسترسي به آن‌ها در آن صورت مي‌پذيرد (جنكينز، ۱۳۸۵: ۱۳۵). نوعي قلمرو زندگي اجتماعي است كه داراي قواعد سازماندهي خاص خود است، مجموعه‌اي از موقعيت‌ها را فراهم مي‌كند و حامي کنش‌هاي مرتبط با آن موقعيت‌هاست و مشاركت‌كنندگان [ميدان‌هاي] اجتماعي درست همانند بازيگران يك بازي، در موقعيت‌هاي متفاوتي قرار دارند.

ميدان، همان زمينه‌اي است كه بازي در آن رخ مي‌دهد و عامل آن را دروني مي‌كند؛ يعني هنگامي كه تعريف‌هاي رسمي از انسان و هم‌چنين معرفي‌ها و بازنمايي‌هاي او در فضاي اجتماعي به عادت تبديل مي‌شود، آن تعريف‌ها و بازنمايي‌ها به اصل هدايت‌گر رفتار بدل مي‌شود. به نظر بورديو، تحليل ساختارهاي عيني كه به ميدان‌هاي متفاوت تعلق دارند، از تحليل تكوين ساختارهاي ذهني در قلمرو افراد، كه تا اندازه‌اي محصول

ترکیب ساختارهای عینی هستند، جدایی ناپذیر است. فضای اجتماعی و گروه‌هایی که آن را اشغال می‌کنند، محصول تلاش‌های تاریخی‌اند؛ در این فضا، عوامل انسانی طبق جایگاهی که در فضای اجتماعی دارند و با ساختارهای ذهنی، که به وسیله آن‌ها این فضا را ادراک می‌کنند، مشارکت می‌نمایند (بورديو، ۱۳۸۰).

بازار تهران به عنوان میدان اصلی کنش دلارفروشان و زمینه اصلی فعالیت آن‌ها دارای اهمیت مطالعاتی از منظر مطالعات فرهنگی است و افراد در بستر آن مورد مطالعه قرار می‌گیرند؛ هم‌چنین سبزه میدان به عنوان زیرمیدان این مطالعه است.



همان‌طور که قبل از این اشاره شد بازار تهران جدای از فعالیت‌های اقتصادی که روزانه در آن انجام می‌پذیرد، میدانی است که طبقات اجتماعی و اقتصادی متفاوتی را بازنمایی می‌کند. هر یک از این طبقات در جایگاهی مخصوص به خود در میدان مشغول ایفای نقش هستند؛ کسبه بازار، تجار، طلافروشان، دلالان و واسطه‌ها، دست‌فروش‌ها، صراف‌ها، انباردارها و صنعت‌گران و ...

در این مطالعه، تمرکز بر چهار قشر دلارفروشان، صراف‌ها، طلافروش‌ها و مردمی است که در این فعالیت مشارکت دارند.

در این پژوهش، بازار تهران به عنوان یک میدان و سبزه میدان به عنوان عرصه کوچک‌تری در این میدان در نظر گرفته شده است، که عرصه رقابت و کشمکش طبقات مختلف اجتماعی است. در بازار تهران طبقات مختلف اجتماعی دیده می‌شوند. تجار و بازاریان قدیمی متعلق به طبقات بالا هستند. دلال‌ها و خرده‌فروشان کوچک‌تر متعلق به طبقه متوسط هستند و کارگران، باربران و دلارفروشان که در سبزه میدان مشغول به فعالیت هستند متعلق به طبقه پایین جامعه هستند. این طبقات در بازار که یک میدان زندگی اجتماعی است، جایگاه و ارزش برابر ندارند و روابط قدرت در این میدان مشخص می‌کند، چه کسی در چه جایگاهی قرار گیرد. از نظر بورديو انواع سرمایه در تعیین جایگاه افراد در میدان نقش ایفا می‌کند. میزان بهره‌مندی هر فرد از سرمایه مشخص‌کننده موقعیت او خواهد بود.

۳-۱. انواع سرمایه از منظر بوردیو و جایگاه‌یابی

در اینجا سعی می‌شود جایگاه افراد را در میدان‌های فرهنگی و اقتصادی مورد مطالعه قرار گیرد. جایگاه‌یابی صرفاً به معنای موقعیتی است که افراد و گروه‌ها در رابطه با «منابع» اشغال می‌کنند. مقصود از منابع سرمایه اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و سیاسی است. «سرمایه» نوعی ارزش است و این ارزش به روابط قدرت وابسته می‌شود. روابط نابرابر قدرت نخستین محیط اجتماعی را خلق می‌کند که عمل افراد در آن روی می‌دهد (روجک، ۱۳۹۰: ۱۵۸). سرمایه اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و سیاسی افراد حاضر در سبزه‌میدان بر نحوه عملکرد آن‌ها در میدان نقش دارند. انواع سرمایه دلار فروش‌ها به عنوان گروه هدف در این تحقیق تبیین می‌شود.

با این‌که بوردیو به چهار نوع سرمایه اشاره دارد، اما از نظر وی، سرمایه فرهنگی برآیند و ترکیبی از سرمایه اقتصادی و عادت‌واره‌هاست (ریترز، ۱۳۷۴: ۷۲۸). بوردیو تأثیر سرمایه فرهنگی بر مصرف، فعالیت و سبک زندگی را با توسل به نظریه تمایز بیان می‌کند؛ به طوری که دارندگان سرمایه فرهنگی زیاد، خود را با مصرف فرهنگ و هنر متعالی، از بقیه متمایز می‌کنند؛ وی هم‌چنین معتقد است که طبقه بالای جامعه، علاوه بر امکانات اقتصادی و سیاسی، سرمایه فرهنگی و اجتماعی را نیز در اختیار دارند. این امر مانند سرمایه اقتصادی، موجب می‌شود که آنان در چرخه بازتولید قرار گیرند و موجب افزایش آن شوند و از طریق سرمایه فرهنگی، شیوه رفتار و گفتار خود و همین‌طور نحوه عمل اجتماعی خود را از دیگر طبقات جدا کنند؛ به طوری که این طبقه با داشتن امکانات و ملزومات فرهنگی، از لحاظ ذهنی و عینی، در ساختاری قرار می‌گیرند که خود را از دیگر طبقات جامعه جدا می‌دانند (ریترز، ۱۳۷۴: ۷۲۱). موضوع قدرت و مقاومت نیز در همین چارچوب مطرح می‌شود.

۳-۲. قدرت و مقاومت

فوکو مشتاق بود که قدرت را در جزئیات اعمال اجتماعی تحلیل کند. «فوکو» معتقد است قدرت متکثر است و از سوی یک مرکز سیاسی واحد اجرا نمی‌شود؛ بلکه از روزه‌های بی‌شماری اعمال می‌شود و به عبارتی قدرت تحت حاکمیت یک طرح فراگیر و واحد نیست (نوابخش و همکاران، ۱۳۸۸). فوکو معتقد است که مقاومت پیشاپیش در دل مفهوم قدرت مستتر است: «هر جا قدرت هست، مقاومت نیز هست»؛ این مفهوم بسیار جذاب است، چرا که از نظر فوکو هیچ رابطه قدرتی نیست، که صرفاً استوار بر سلطه مطلق باشد. آن چه از این رابطه جدایی‌ناپذیر است، همان نیرویی است که با آن به چالش بر می‌خیزد یا آن را به زیر می‌کشد (میلز، ۱۳۸۸: ۵۶).

توجه به حوزه مقاومت‌هایی که در برابر قدرت شکل می‌گیرد، ما را در فهم هرچه بهتر روابط قدرت یاری می‌دهد. به اعتقاد فوکو، هیچ قدرت و یا اقتداری نمی‌توان یافت که در برابر خود مقاومت نیافریند (مینسون، ۱۹۸۰)^۲ و در برابر هر رابطه‌ای از قدرت می‌توان حوزه‌ای کامل از پاسخ‌ها، واکنش‌ها و تدابیر ممکن را مشاهده کرد (آلسوتاری، ۲۰۰۶)^۳. در واقع برخلاف نگرش رایج که قدرت را امری تثبیت شده و جبری می‌دانند، نوعی تنش و ناپایداری همیشگی در روابط قدرت وجود دارد (نظری، ۱۳۹۱).

زیست قدرت شکلی از قدرت است که زندگی اجتماعی را از درون تنظیم می‌کند، جهت می‌دهد، تفسیر می‌کند، جذب می‌کند و مجدداً ترکیب‌بندی می‌کند. قدرت تنها زمانی می‌تواند به سلطه مؤثر بر کل حیات جمعیت دست‌یابد که تبدیل به کارکردی حیاتی و مطلق بشود که هر فردی در آن مطابق خواست خود پذیرفته شده و به فعالیت می‌پردازد. به اعتقاد فوکو: ... زندگی اکنون به شیء^۴ قدرت تبدیل شده است (محبوبی‌آرانی و جمالی، ۱۳۹۹). بالاترین کارکرد این قدرت آن است که زندگی را کاملاً احاطه می‌کند؛ و وظیفه اصلی‌اش این است که زندگی را رتق و فتق کند؛ بنابراین زیست قدرت به وضعیتی اشاره دارد که در آن به‌طور مستقیم مسأله تولید و بازتولید خود زندگی در قدرت است (نگری، ۱۳۹۱).

از نظر «دوستو» مقاومت در زندگی روزمره نوعی عمل نخبه‌گرایانه نیست، بلکه مقاومتی است که در نفس زندگی روزمره وجود دارد و در متن کردارهای عادی قابل مشاهده است (عنایت و سروش، ۱۳۸۸). در نوشته‌های دوستو در باب زندگی روزمره، مقاومت هم می‌تواند ناشی از نوعی بی‌حرکتی و قبول وضعیت و هم ناشی از اشکال خلاقانه‌ای از متناسب کردن موقعیت‌ها باشد (حمیدی و همکاران، ۱۳۸۷).

نوعی منازعه بر سر قدرت در سبزه‌میدان وجود دارد؛ به نظر ویر: زمانی یک رابطه اجتماعی منازعه نامیده می‌شود که کنش درون آن عملاً در جهت پیش‌برد خواست یک فرد علیه مقاومت دیگری یا دیگران باشد. منازعه مسالمت‌آمیز برای مواردی به‌کار می‌رود که در آن از خشونت فیزیکی استفاده نشده باشد (ویر، ۱۳۹۳: ۶۹).

اکنون در این چارچوب می‌خواهیم جایگاه بازار تهران و فعالیت دلارفروشی در آن را تحلیل و تفسیر کنیم؛ اما همان‌طور که در روش‌شناسی مطالعات فرهنگی توصیه می‌شود (وایت و شواج، ۲۰۰۶)^۵ بهتر است ابتدا شرحی از بافتار فعالیت دلارفروشی ارائه شود.

۳-۳. بازار تهران به مثابه بافتار پدیده دلارفروشی

بازار بزرگ تهران، از جمله بازارهای مهم ایران می‌باشد، که در دو سده اخیر نقش زیادی در تحولات سیاسی اجتماعی جامعه ایران، به‌خصوص از دوره مشروطه به بعد داشته

است. این بازار با مساحت امروزی ۱۰۵ هکتار، روزانه حدود یک میلیون نفر در آن تردد می‌کنند. به مانند دیگر بازارهای شهری ایران، براساس الگوی کهن بازارهای شرقی، مرکز تجمع مراکز اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی اصلی شهر بوده و هنوز هم مانند دوران قاجار و پهلوی، نقش مهمی در تحولات سیاسی و اجتماعی و فرهنگی جامعه شهری تهران دارد (آریان‌فر، ۱۳۸۹).

نهاد بازار در ایران اگرچه همیشه چند بُعدی بوده و جایگاهی پایدار در منطقه داشته، اما بدقبال بوده که هیچ‌گاه مورد توجه پژوهشگران قرار نگرفته است. تعداد انگشت‌شماری از تحلیل‌گران هستند که به جد دغدغه شناختن دقیق بازار را به عنوان یک مدل فرهنگی، نهاد اجتماعی و یک مدل اقتصادی دارند.

بازار مکانی است که کنش‌های اقتصادی در یک زمینه فرهنگی و اجتماعی در آن صورت می‌گرفت و محل تجمع بسیاری از مشاغل بوده و شناخت و اعتماد اساس فعالیت‌های بازاری‌ها با هم‌دیگر را تشکیل می‌دهد، و جنبه‌های مختلف اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی در بازارها مشاهده می‌شد (مرادی و نسبی، ۲۰۰۷).

لازمه این واقعیت که بازارها نه رویدادهایی طبیعی، که رویدادهایی اجتماعی هستند این است که آن‌ها حاصل کنش معنی‌دار انسانی باشند و از باورهای فرهنگی مرتبط با ماهیت انسان کنش اجتماعی و مناسبات اجتماعی بهره برده باشند (دن‌استیلر و فرن‌تونکیس، ۱۳۹۰).

هیچ‌گاه جزء اقتصادی بازار از جزء اجتماعی آن جدا نبود و بازار سنتی به عنوان نهاد مهمی در جامعه و انطباق با سایر بخش‌های جامعه سنتی ایران بود، چون بازار برخاسته از نیاز مردم بود و در راستای پاسخ‌گویی به آن ایجاد و تداوم یافته بود. بازار نقش مهم و چندگانه‌ای در شهرها ایفا می‌کرد و از همین رو به عنوان قلب تپنده اقتصاد شهرهای ایران نام گرفته بود (رجبی، ۱۳۸۶).

تجمع مردم در اوقات شرعی و مناسبت‌های خاص آئینی در: مساجد، مدارس، تکایا و حسینیه‌های بازار، بازتاب فضای دیگری در آن بود، که درهم تنیدگی مناسبات دین با اقتصاد و دیگر جنبه‌های زندگی مردم را نشان می‌داد. این بازارها نشانه تمدن کهن ایرانی و استمرار و پویایی آن در طول تاریخ بوده‌اند (حسینی، ۱۳۹۳).

گرچه فرهنگ‌پذیری مستمر بازار را می‌توان بخشی از فرآیند تجرید و انتزاع فزاینده‌ای قلمداد کرد که از بیرون بازار نشأت می‌گیرد، اما این فرهنگ‌پذیری پیرامون استحاله و دگرگون شدن چهره سرمایه‌داری بازار دور می‌زند (دن‌استیلر و فرن‌تونکیس، ۱۳۹۰).

صداقت، درستکاری و وجدان حرفه‌ای، پیشه‌وران ایرانی را وامی‌داشت که در یک راسته و نزدیک به هم دکان بگیرند و هر صنف و دسته‌ای، راسته خاصی را برای عرضه

کالا‌های مشابه بر می‌گزینند و خریدار آزاد بود که با دیدن نمونه‌های کالا و سنجیدن آن‌ها آن‌چه را می‌خواهد، خریداری کند (حاتم‌نیا، ۱۳۹۰). اما جدای از چنین بافتاری که شرح نظری آن حساسیت نظری این پژوهش را نشان می‌دهد، عناصر دیگری در تحلیل و تفسیر دلارفروشی در سبزه میدان مطرح است، که در روش تحقیق به آن اشاره می‌شود.

۴. روش‌شناسی مطالعه دلارفروشی در سبزه میدان

به نظر می‌رسد رویکرد قوم‌نگاری اطلاعات بهتری را در زمینه قدرت و مقاومت در سبزه میدان به دست می‌دهد؛ چراکه محقق قوم‌نگار علاقمند به مطالعه الگوهای مشترک است و واحد تحلیل آن معمولاً بیش از ۲۰ نفر یا بیش از تعداد افرادی است که در نظریه داده بنیاد حضور دارند. قوم‌نگاری بر کل یک گروه فرهنگی تمرکز می‌کند. گاه ممکن است این گروه فرهنگی کوچک (چند معلم یا چند مددکار اجتماعی) باشد؛ اما عمدتاً چنین نیست و گروه معمولاً بزرگ است و شامل افراد زیادی می‌شود که در طول زمان با هم تعامل داشته‌اند (کرسول، ۱۳۹۱: ۹۲).

بر این اساس روش قوم‌نگاری بدین شرح به کار برده شده است: جمع‌آوری اسناد، مشاهده، و مصاحبه نیمه ساخت یافته.

از آنجایی که دلارفروشان حاضر در سبزه میدان در بازه زمانی زیادی با هم در تعامل بوده‌اند، سعی گردید با استفاده از مشاهده مشارکتی در میدان حاضر شده و به ثبت وقایع و کنش‌های متقابل افراد با یکدیگر پرداخته شوند. به دلیل مشکلات موجود در میدان تحقیق، مانند حساسیت زیاد دلارفروشان نسبت به حضور افراد غیرخودی در میدان، کار جمع‌آوری داده‌ها، ضبط صدا و تصویر از میدان به سختی انجام می‌شد و با رعایت جوانب اخلاقی در پژوهش این بخش از جمع‌آوری داده‌ها به صورت مشاهده، تهیه تصاویر و صداها جمع‌آوری می‌شد، تا به حریم شخصی هیچ‌کدام از افراد حاضر در میدان تعرضی صورت نگیرد. به منظور جمع‌آوری اسناد از سبزه میدان، به عنوان رهگذر در اطراف محل پرسه‌زنی کرده و حدود ۱۰۰۰ عکس در روزهای مختلف از آن‌ها عکس گرفته شد. فیلم‌هایی نیز با دوربین تلفن همراه تهیه گردید، که در آن‌ها شیوه صحبت کردن، سر و صداها، نحوه لباس پوشیدن و رفتار دلارفروشان مشخص است. تفاوت کار در این میدان با مکان‌های دیگر این است که جمع‌آوری اطلاعات از این مکان بسیار سخت است و فرآیند اعتمادسازی طولانی مدت و نیاز به مشارکت فعالانه در میدان و تعامل با افراد حاضر در میدان دارد؛ بنابراین، بعد از طی مراحل اعتمادسازی در میدان و برقراری ارتباط دوستانه با برخی از افراد با سابقه در میدان و فراهم شدن شرایط

مصاحبه، با استفاده از نفوذ کلام و اعتمادسازی این افراد با سابقه، امکان مصاحبه با رعایت جوانب اخلاقی و علمی پژوهش فراهم شد.

۴-۱. محورهای اصلی مصاحبه

در این بخش به مصاحبه‌های رسمی اشاره شده است و از حیث مصاحبه رسمی پژوهشگر که آن چنان که در بالا به آن اشاره شد، بعد از مراحل اعتمادسازی انجام شده است، با ۱۱ نفر مصاحبه انجام شد. اما گفتگوهای غیررسمی، مصاحبه‌های کوتاه با افراد حاضر در میدان که در قالب مشاهده مشارکتی انجام شده است، بسیار بیشتر بود که با ۱۱ مصاحبه بعدی منجر به اشباع نظری شد. برای مصاحبه با دلارفروشان محورهای زیر مشخص شدند و پرسش‌های مصاحبه‌های عمقی از این محورها به دست آمد.

- سن و جنسیت دلارفروشان
- چگونگی راهیابی به گروه دلارفروشان
- شیوه کار و فروش دلار در این گروه
- هدف دلارفروشان از انجام این کار
- وجود یا عدم وجود نظارت نهادهای قدرت بر این گروه

ویژگی‌های مصاحبه‌شوندگان، از جمله: سن، جنسیت، تحصیلات و شغل در جدول ۱، آمده است. عموم کسانی که مصاحبه شده‌اند مرد هستند و در سن بالای ۴۰ سال و این به دلیل آن است که افراد جوان مقاومت بسیاری در مصاحبه داشتند و عملاً امکان مصاحبه با آن‌ها فراهم نشد؛ اما در بخش فیلم و عکس سعی شد این خلأ جبران شود و در بسیاری از عکس‌ها و فیلم‌ها جوانان حضور دارند.

۵. تحلیل داده‌ها

تحلیل موضوعی یا مضمونی که در روش تحلیل داده‌های کیفی و مردم‌نگاری و یا در تحلیل داده‌های متن مصاحبه‌ای است (پاک‌سرشت و همکاران، ۱۳۹۱). از تحلیل مضمون برای شناخت، تحلیل و گزارش الگوهای موجود در داده‌های کیفی مربوط به سبزه‌میدان استفاده خواهیم کرد. این الگو از طریق نظم مفهومی داده‌های مستخرج به دست خواهد آمد. این روش، فرآیندی برای تحلیل داده‌های متنی است و داده‌های پراکنده و متنوع را به داده‌هایی غنی و تفصیلی تبدیل می‌کند (برون و کلارک، ۲۰۰۶).^۷ تحلیل مضمون را برای موارد زیر به کار می‌گیریم:

الف- دیدن متن؛

ب- برداشت و درک مناسب از اطلاعات ظاهراً نامرتب؛

جدول ۱: ویژگی‌های مصاحبه‌شوندگان

| ویژگی‌های مصاحبه‌شوندگان | | | | ردیف |
|--------------------------|---------------------|--------------|---------|------|
| تحصیلات | شغل | جنس | سن | |
| دیپلم | بازنشسته بانک | مرد | ۶۰ ساله | ۱ |
| لیسانس | بازاری | مرد/سید عباس | ۵۲ ساله | ۲ |
| دیپلم | دلار فروش / قمارباز | مرد | ۳۱ ساله | ۳ |
| دیپلم | دلار فروش / قمارباز | مرد / جلال | ۳۳ ساله | ۴ |
| فوق لیسانس | بازنشسته | مرد/ مرتضی | ۶۰ ساله | ۵ |
| زیر دیپلم | دلار فروش / قمارباز | مرد | ۵۵ ساله | ۶ |
| لیسانس | خانه‌دار | زن | ۲۸ ساله | ۷ |
| زیر دیپلم | دلار فروش / قمارباز | مرد | ۵۰ ساله | ۸ |
| زیر دیپلم | دلار فروش / قمارباز | مرد/ مصطفی | ۴۸ ساله | ۹ |
| دیپلم | دلار فروش / قمارباز | مرد / فرهاد | ۵۰ ساله | ۱۰ |
| زیر دیپلم | دلار فروش / قمارباز | مرد/ رجبی | ۶۷ ساله | ۱۱ |

ج- تحلیل اطلاعات کیفی؛

د- مشاهده نظام‌مند شخص، تعامل، گروه، موقعیت، سازمان و یا فرهنگ.

۵-۱. مشاهدات عینی: گونه‌شناسی موارد مورد مطالعه

از مشاهدات انجام‌شده در میان دلال‌فروشان سبزه‌میدان، همراه با سبک پوشش و گفتگو در سبزه‌میدان می‌توان نتیجه گرفت که این افراد متعلق به طبقه پایین جامعه هستند. فرهنگ صحبت کردن و به‌کار بردن الفاظ مشخص می‌کند که آنان در محیطی غیرفرهنگی زندگی می‌کنند و از ادبیات سطح پایینی استفاده می‌کنند (جدول ۲). هم‌چنین باید توضیح داد که این افراد، اغلب لباس رسمی یا گران قیمت نمی‌پوشند و موهایشان مرتب و آراسته نیست. آن‌ها هم‌دیگر را می‌شناسند و کسی را به دایره‌آشنای خود راه نمی‌دهند؛ مگر این‌که بتوان اعتمادشان را جلب کرد. مبنای کنش اجتماعی

آن‌ها اعتماد است و هیچ مدرک و سندی از یک‌دیگر نزد خود ندارند. این افراد همه چیز را روی برگه‌های نامرتبی که در دست دارند مکتوب می‌کنند و هر روز در موعد مقرری حساب و کتاب انجام می‌دهند و سود و ضرر هر فرد مشخص می‌شود. کسی که متضرر می‌شود شکایتی نمی‌کند و وجوه معامله را بر مبنای اعتماد بین یک‌دیگر جابه‌جا می‌کنند. صحنه بیشتر به یک میدان بازی می‌ماند، که افراد در آن، وقت می‌گذرانند و به دلیل این‌که فارغ از قدرت و نظارت نهادهای دولتی است، هیچ قانون خاصی بین آن‌ها حکم‌فرما نیست. افرادی که در این صحنه مشغول هستند، تقیدی به دین ندارند و قمار برای آنان تفریح محسوب می‌شود. آن‌هایی که تسبیح به دست دارند

جدول ۲: ویژگی‌های ظاهری موارد مورد مطالعه

| پوشش | وسایل همراه | سبک کنش متقابل |
|-----------|-------------|------------------|
| شلوار جین | تسبیح | استفاده از فحاشی |
| تی‌شرت | تلفن همراه | درگیری لفظی |
| کفش اسپرت | کیف کمری | فریاد |

به معنای تقید مذهبی‌شان نیست، بلکه مرام لوتی‌شان این‌گونه اقتضا می‌کند. در میان مردان، تعداد محدودی زن نیز مشاهده می‌شود، که همراه مردان به معامله مشغول‌اند اما نسبت به مردان در حاشیه قرار دارند. زن‌ها در مقایسه با مردها اضطراب بیشتری در مواجهه با مردم و سایر دلارفروشان دارند. نوعی احساس عدم امنیت در میدان که در چهره و زبان بدنشان پیداست.

مورد دیگری نیز که در طی مشاهداتمان می‌توان ذکر کرد، این است که دلارفروشان گروه‌های مجازی تلگرامی نیز دارند که در آنجا نیز معاملاتی را انجام می‌دهند. نام گروه مجازی آنان نیز «سبزه میدان» است؛ هم‌چنین آنان مدام با تلفن همراهشان صحبت می‌کنند و گویی با افرادی بیرون از سبزه میدان در ارتباط هستند و نرخ دلار و سکه را با آن‌ها هماهنگ می‌کنند.

در اینجا به برخی از اسناد اعم از عکس اشاره می‌شود تا حس هم‌دلی بیشتری با میدان مطالعه حاصل شود.

آن‌چه در جدول ۳، آمده، چکیده‌ای از مختصات نشانه‌شناختی عکس‌های ۱ تا ۳ است؛ اما جدای از این تصاویر، تعدادی گزارش تصویری نیز تهیه کردیم، که گرچه امکان نمایش آن‌ها در اینجا فراهم نیست، اما خلاصه محتوایی آن به شکل مضامین در جدول ۴ ارائه شده است.

۲-۵. گزارش‌های مصور میدانی

چندین گزارش مصور تهیه شد که خلاصه رموز کشف شده در آن‌ها در جدول ۴ آمده است؛ علاوه بر این، تصاویر ثابت و مصور یادداشت‌هایی نیز تهیه شده که مرور آن‌ها به فهم پیچیده قدرت و مقاومت در سبزه میدان کمک می‌کند.

۳-۵. یادداشت‌های پژوهشگری در میدان تحقیق

در این یادداشت‌ها، مطالب نظری از قبیل تجزیه و تحلیل‌های اولیه، فرضیه‌های



تصویر ۱: حضور گردشگران خارجی در سبزه میدان

جدول ۳: رمزهای استخراج شده از عکس

| |
|--|
| استفاده از تلفن همراه |
| حضور افراد مسن در حاشیه سبزه میدان |
| افراد بیکار شده |
| استعمال دخانیات |
| خدمات‌دهی به صورت چای و ناهار |
| استفاده از زبان بدن رمزی |
| حضور زنان دلار فروش در سبزه میدان |
| حضور گردشگران خارجی |
| حضور مردم عادی در سبزه میدان |
| انواع بازی‌های قمار دیگر، از جمله تخته نرد |
| گعه‌های خرد دلار فروشان در گوشه و کنار میدان |
| گفتگوهای مخفیانه دلار فروشان با یکدیگر |



تصویر ۲: تجمع دلار فروشان



تصویر ۳: حضور مردم در سبزه میدان

احتمالی و یا فرضیه‌هایی که بر مبنای داده‌های اولیه ساخته و پرداخته شده، آزمون می‌شوند و یا ارتباط بعضی یافته‌ها تا آن مرحله از کار با بعضی نظریه‌های رایج و امثال آن‌ها یادداشت می‌شود (محمدی، ۱۳۹۰). در اینجا نیز همین کار صورت گرفت و علاوه بر مصاحبه با دلارفروشان و مردم، یادداشت‌های نظری در میدان تحقیق جمع‌آوری شد، و سپس دسته‌بندی شدند و از میان آن‌ها رمزهایی استخراج شدند.

از مجموع مصاحبه‌ها، رمزهایی به دست آمد که به وسیله تحلیل مضمون و با عنایت به نظریه میدان بوردیو و انواع سرمایه از منظر او، تحلیل و تفسیر شدند که حاصل آن در ادامه می‌آید. در ابتدا به حوزه سرمایه اقتصادی می‌پردازیم؛ اما قبل از آن نگاهی به فرهنگ گروهی دلارفروشان می‌اندازیم تا بافتار میدان کنش آن‌ها مشخص شود.

جدول ۴: رمزهای استخراج شده از گزارش‌های مصور میدانی

| |
|--|
| استفاده از الفاظ رکیک |
| انجام سایر معاملات مانند خرید و فروش ماشین |
| ارتباط دلار فروشان با بیرون از میدان |
| تعامل مسالمت‌آمیز دلارفروشان با مردم و کسبه در میدان |

۴-۵. فرهنگ درون گروهی دلارفروشان سبزه‌میدان

دلارفروشان سبزه‌میدان نیز مانند هر گروه دیگری دارای نوعی فرهنگ درون‌گروهی هستند؛ یکی از آن‌ها اطلاعات نادرست و سرکاری می‌داد! گویی، هدفش از برقراری ارتباط با ما ایجاد سرگرمی بود. به نحوی صحبت می‌کرد که گویی درحال جوک تعریف کردن است؛ اما وقتی صحبت‌هایش را کنار صحبت‌های دیگران گذاشتیم متوجه شدیم اطلاعات نادرستی را به ما داده است.

نگاه آنان به یکدیگر نگاه دوستانه یا خیررسانی نیست. تنها چیزی که برایشان اهمیت دارد پول است. وقتی از مصاحبه‌شونده ۸ می‌پرسم، چرا به این مکان می‌آیند می‌گوید: «میان جیب هم‌دیگرو بززن. ما مردم ایرانی‌م جیب هم‌دیگرو می‌زنیم». مصاحبه‌شونده ۹ می‌گوید:

«همه درعین رفاقت با هم معامله می‌کنن و به هم رحم نمی‌کنن».

فرهنگ کلامی آنان نیز مختص خود آنان است. شیوه صحبت کردن و به‌کار بردن اصطلاحات آن‌ها متفاوت است؛ برای مثال، مصاحبه‌شونده ۹ می‌گوید: «یه چیزایی هست توضیحش سخته. اینجا نمی‌گنجه. شما نمی‌فهمی. گیج می‌شی».

آن‌ها با اصطلاحات خاص خود کار می‌کنند. لفظ آمدن یکی از اصلاحات رایج دلارفروشان است؛ لفظ، به این معنی که اگر لفظ «خریدم» یا «فروختم» را گفتی تمام است و باید تبعات آن را بپذیری. این خود‌گویای جدال و خشونت است که در میدان جریان دارد. کاغذ بازی، نظر خوب، و نظر بد، از دیگر اصطلاحاتی هستند که آنان به‌طور متداول به‌کار می‌برند. در معاملات هم اعداد و ارقام به‌شکلی استعمال می‌شود که سایر افراد حاضر در میدان از موضوع سر در نیاورند.

استفاده از الفاظ رکیک، یکی دیگر از مؤلفه‌های فرهنگی گروه دلارفروشان است؛ به‌ویژه دلارفروشان که قمار می‌کنند با الفاظ بسیار زشت و متعلق به طبقات فرهنگی بسیار پایین جامعه با یک‌دیگر ارتباط برقرار می‌کنند که این خود‌گویای بخشی از سرمایه فرهنگی نازل آن‌هاست، که میدان را به عرصه‌ای برای فعالیت افرادی خاص و متعلق به طبقات فرهنگی خاص نموده است.

۶. تحلیل و تفسیر یافته‌ها

تحلیل یافته‌ها و تفسیر آن‌ها را بر مبنای رویکرد بوردیو و البته دوگانه قدرت و مقاومت در سبزه‌میدان انجام داده‌ایم، که در بخش‌های پیش‌رو ارائه می‌شود؛ اما ابتدا به بروز انواع سرمایه در سبزه‌میدان می‌پردازیم.

۶-۱. سرمایه اقتصادی

افراد حاضر در سبزه میدان معمولاً از سرمایه اقتصادی کمی برخوردارند. آن‌ها یا بازنشسته و بیکار هستند یا شغل‌های کم‌درآمدی دارند؛ برای مثال، راننده تاکسی یا کارگر زرگری هستند. آن‌ها معمولاً می‌دانند که در این صحنه ممکن است تمام دارایی خود را از دست بدهند، چون اساساً این میدان، میدان قمار است، اما می‌خواهند یک شبه ره صدساله بروند و سرمایه کلان به دست بیاورند. برای آنان پول حلال و حرام تفاوتی نمی‌کند؛ به همین دلیل تنها در پی کسب مال بدون توجه به مسائل اخلاقی و دینی آن هستند.

۶-۲. سرمایه اجتماعی

این‌گونه سرمایه به شبکه‌ای از روابط فردی و گروهی مربوط می‌شود، که هر فردی در اختیار دارد و شامل همه منابع واقعی و پنهانی (بالقوه) است، که می‌تواند در اثر

جدول ۵: توجیه علل دلارفرشی از نظر دلارفروشان سبزه میدان

| متن مرتبط با مضمون (شرح علت) | مضمون (علت) | مصاحبه شونده |
|---|-------------|--------------|
| خودشان دلار دارند؟ «نه اصلاً». «همین جوری روی هوا می‌گه». اونا که می‌دونن چیزی نداره. چرا می‌خرن؟ «می‌نویسن دیگه». «اره؛ سکه نداره که». «یه نفر می‌بینی زندگیشو می‌بازه. قمارباز همیشه بازنده‌اس». «اونی که ضعیفه همیشه می‌بازه». | قمار | فرد ۱ |
| «همش صوریه. چیزی جابه‌جا نمی‌شه؛ مثلاً می‌گه صدتا دارم. انقدر می‌دم. ولی دلاری نداره». | قمار | فرد ۲ |
| «همش کاغذ بازیه. سفته بازیه». | قمار | فرد ۹ |
| «یه سری مابه‌التفاوت کارن. من می‌رم یه تومن شمش می‌خرم. ندارم که. یه تومن شمش نداریم به هم‌دیگه بدیم. قیمت که بالا پایین می‌شه مابه‌التفاوت برمی‌داریم. سوری یعنی قماره دیگه». | قمار | فرد ۱۰ |
| «کار باشه که اینجا نمایان. کار نیست. به هر جا می‌زنی به بن بست می‌خوری. کسی نیست حمایت کنه / ولی کار نیست / کار نیست که؛ قبلاً کار داشتن، الان میان اینجا». | بیکاری | فرد ۱ |
| «همه بیکارن». | بیکاری | فرد ۸ |
| «یه سریا بازنشسته‌ان، یه سری هم ضعیفن». | بیکاری | فرد ۱۰ |
| «ولی همه حرفه‌ای دارن. زرگر هم میاد». «کارگر زرگری میاد اینجا». | شغل دیگر | فرد ۱ |
| «خیلی هستن طلافروشن میان معامله می‌کنن». | شغل دیگر | فرد ۱۰ |
| «الان با پول حلال نمی‌شه زندگی کرد. همه پولاً حرومه». | مال حلال | فرد ۱ |
| «یکی می‌بینه با سیصد میلیون آورده و ضرر کرده» | ضرر مالی | فرد ۳ |

عضویت در شبکه اجتماعی کنشگران یا سازمان‌ها به دست آید (جدول ۶). دلارفروشان سبزه‌میدان، گروه بسته‌ای هستند که هرکسی را بدون شناخت به داخل خود راه نمی‌دهند. درواقع حصاری نامرئی دور آنان وجود دارد، که از ورود فرد ناشناس به دایره خودی آنان ممانعت به عمل می‌آورد. این افراد معمولاً نماینده شخص یا سازمان خاصی نیستند. برخی از افراد حاضر در سبزه‌میدان، نماینده صرافی‌ها یا دولتی‌ها هستند و سرمایه نقدی جابه‌جا می‌کنند و معاملات واقعی انجام می‌دهند. این گروه با دلارفروشانی که قمار می‌کنند، متفاوتند. به دلیل این‌که میان قماربازان معاملات صوری صورت می‌گیرد و درواقع کاغذبازی‌ای بیش نیست، یک نفر حسابرس یا ناظر درون آن‌ها وجود دارد، که معاملات را مکتوب می‌کند تا همه چیز روشن و مشخص باشد.

جدول ۶: میزان رابطه شبکه‌ای بین دلارفروشان

| | | |
|-------|------------|--|
| فرد ۱ | گروه بسته | «کی ازش می‌خره؟ دور و بریاش». «جنابعالی و بنده بریم که راهمون نمی‌دن». |
| فرد ۲ | گروه بسته | «نه به غریبه که اجازه نمی‌دهند وارد کارشون بشه». |
| فرد ۱ | مستقل بودن | این افراد نماینده کسی هستند؟ «نه اصلاً». |
| فرد ۱ | ناظر درونی | «یه نفر هست که قضاوت می‌کنه». پس دلال داره؟ «اره اون کاغذ داره». |
| فرد ۲ | گروه بسته | «ولی ارتباطی باهاشون ندارم». |

۳-۶. سرمایه فرهنگی

این نوع سرمایه به قدرت شناخت و قابلیت استفاده از کالاهای فرهنگی در هر فرد مربوط است و دربرگیرنده تمایلات پایدار فرد است که در خلال اجتماعی شدن در فرد انباشته می‌شوند.

دلارفروشان سبزه‌میدان به اذعان افراد حاضر در مکان، پای‌بند به دین و مسائل شرعی نیستند (جدول ۷). به همین دلیل قمار انجام می‌دهند و به حرام بودن مالی که به دست می‌آورند، اهمیتی نمی‌دهند. اغلب آنان سیگار می‌کشند و این عمل یکی از شیوه‌های ابراز هویت برای آنان محسوب می‌شود. هویتی که ساخته حضور هر روزه آنان در میدان است و مستلزم به‌کارگیری شیوه‌های خاصی از مصرف است.

۴-۶. سرمایه نمادین

این گونه سرمایه به مجموعه‌ای از ابزارهای نمادین، از جمله حیثیت، احترام و قابلیت‌های فردی در رفتارها (کلام و کالبد) اشاره دارد که فرد در اختیار دارد. سرمایه

جدول ۷: فرهنگ و سبک زندگی در بین دلارفروشان سبزه میدان

| | | |
|----------------|-------|----------------------------|
| مصاحبه‌شونده ۱ | دین | «دین و مذهب سرشون نمی‌شه». |
| مصاحبه‌شونده ۱ | سیگار | همشون سیگاری‌ان». |

نمادین جزئی از سرمایه فرهنگی است و به معنای توانایی مشروعیت دادن، تعریف‌کردن و ارزش‌گذاردن است.

مبنای معامله در سبزه میدان، اعتماد به یکدیگر است. در مکانی که هیچ نظارتی از سوی سازمان‌های دولتی و مراجع قانونی وجود ندارد، تنها دلیلی که افراد حاضر به معامله با یکدیگر می‌شوند، اعتماد است (جدول ۸). شخصی که از اعتماد سایرین سوءاستفاده کند، در واقع خود را از چرخه معامله حذف کرده است. ساز و کار حذف افراد تبدیل به یک قانون نانوشته و طبیعی شده است که مدام در حال اجرا است و صدمه‌ای به فرآیند نهادینه شده در میدان وارد نمی‌سازد. تنبیه فرد خاطی خروج از میدان معامله و جلوگیری از ورود دوباره او به میدان معاملات است. اعتبار افراد به میزان پای بندی‌شان به این قانون نانوشته بستگی پیدا کرده است.

از دیگر ویژگی‌های این افراد نداشتن قدرت در برابر بازاریان قدیم است. آنان از سازوکار مقاومت استفاده می‌کنند تا هویت خود را حفظ کنند و زندگی روزمره‌شان جریان داشته باشد. آن‌ها به دلیل نداشتن سرمایه اقتصادی و فرهنگی قادر به ورود به بطن بازار به عنوان کسبه مغازه‌دار نیستند و اساساً نظام فرهنگی بازار چنین اجازه‌ای را به آن‌ها نمی‌دهد. از این جهت، تلاش می‌کنند با مقاومت در برابر این نظام نفوذناپذیر، خود را به عنوان گروهی مستقل تعریف‌کنند و نحوه صحبت کردن و رفتار آن‌ها نیز بخشی از چنین هویت خاصی شده است. بازاریان قدیمی معمولاً افراد دین‌دار و ثروتمندی هستند که از شأن اجتماعی و حیثیت و احترام برخوردارند، اما دلارفروشان به دلیل عدم بهره‌مندی از این ویژگی‌ها، قادر به ورود به طبقه بازاریان نیستند. آنان مدام از الفاظ رکیک استفاده می‌کنند و این رفتار کلامی تبدیل به بخشی از هویت گروهی آنان شده است و یکی از وجوه تمایزشان با بازاریان است.

هم‌چنین این افراد، به دلیل نداشتن هویت مذهبی و دینی، قناعت‌پیشگی را نیز نیاموخته‌اند و خودشان اذعان می‌کنند که با درآمد کمتر از ۴ میلیون تومان (با معیار سال ۱۳۹۵) نمی‌توان زندگی کرد. این ذهنیت در آنان به دلیل طمع و حرص برای به‌دست آوردن سرمایه‌های بادآورده‌ای است که بدون تلاش و کار برای آنان فراهم

می‌شود. آنان حاضر نیستند شغل‌های کم‌درآمد اما ثابت را تجربه کنند؛ زیرا عادت کرده‌اند بدون زحمت چندانی از طریق قمار به پول دست‌یابند.

جدول ۸: نقش اعتبار و قدرت در فعالیت به‌عنوان دلارفروش

| مصاحبه‌شونده | مضمون | شیوه فعالیت در جمع دلارفروشان |
|----------------|------------------|--|
| مصاحبه‌شونده ۳ | اعتماد | «هم‌دیگر رو قبول می‌کنند؛ اعتماد» |
| مصاحبه‌شونده ۶ | اعتماد | «یه‌بار اعتبار تو خراب‌کنی دیگه باهات معامله نمی‌کنن». |
| مصاحبه‌شونده ۹ | اعتماد | «اعتباریه، باید بشناسی طرفو». |
| مصاحبه‌شونده ۴ | قدرت | «نه ارتباط داریم و نه قدرتش را». «پول و سرمایه، قدرت می‌آورد. من هم اگر داشتم که اینجا جوابت را نمی‌دادم. راست می‌گویی برو سراغ حاج آقای م. پسرانش روبه‌روی خودش دکان دارند. آن‌ها هم هستند. اگر راحت دادند داخل مغازه؟ فوری زنگ می‌زنند که تو آمدی و آن‌وقت تا ته بازار طلا، حتی عتیقه فروش‌ها و نقره‌فروش‌ها هم جوابت را نمی‌دهند. بازار دست این‌هاست، نه من که سرمایه ندارم، داشتم الان پایین بودم...» |
| مصاحبه‌شونده ۷ | فحش و الفاظ رکیک | «کلاً آدمای بد دهنی هستن. دو دقیقه که وای میسی اونجا ده‌تا فحش می‌شنوی». |
| مصاحبه‌شونده ۸ | طمع و عدم قناعت | «کی از زندگیش راضیه که از شغلش راضی باشه». «آدم هست روزی ۲۰ میلیون درمیاره ولی کمه». |
| مصاحبه‌شونده ۹ | طمع و عدم قناعت | «کارمند جزء چه قدر حقوق می‌گیره؟ هزینه‌های جانبیش چه قدره؟ نوی تهران کمتر از ۴ تومن نمی‌شه زندگی کرد. من خودم ۴ نفرم، خونه و ماشینم دارم. من می‌گم کسی که کارمنده می‌گه دو میلیون می‌گیرم و مستأجرم دروغ محضه». |
| مصاحبه‌شونده ۱ | طمع و عدم قناعت | «به یکی از اینا بگی برو کارمندی کن نمی‌رن... به کم راضی نیستن». |

۵-۶. میدان قمار یا بخشی از زندگی روزمره: فرآیند معاملات صوری در سبزه‌میدان آن‌طورکه از نتایج مصاحبه‌ها و شواهد میدانی به‌دست آمد، اصل آن‌چه در سبزه‌میدان رخ می‌دهد، قمار است. در چند جای مصاحبه‌ها، دلارفروشان رسماً به این‌کار اعتراف می‌کنند و از لفظ «قمار» استفاده می‌کنند. در برخی موارد مصاحبه‌شونده از اصلاحات جایگزین استفاده می‌کند؛ مانند: کاغذبازی، سفته‌بازی یا مابه‌تفاوت کار و یا معاملات صوری. همه این‌ها یک معنی می‌دهد و آن قمار است. طبق داده‌هایی که از مصاحبه‌ها به‌دست آمد، حجم معاملات در سبزه‌میدان بین ۵۰ تا ۱۰۰ میلیون دلار در روز تخمین

زده می‌شود. فرآیند انجام معاملات به این شکل است که افراد به صورت اعتباری وارد معامله می‌شوند؛ اعتبار به سه شکل تأمین می‌شود:

- بیعانه دادن: برای معامله یک رول دلار که ۱۰۰۰۰ دلار می‌شود، حداقل باید سه میلیون تومان نزد یکی از معتمدین از دلارفروشان بیعانه بگذارید؛ درواقع، شما با این کار سود و زیان معامله را از پیش پرداخت کرده‌اید.

- سرمایه نقدی: باید به نحوی اطلاعات حساب شما مشخص شود؛ مثل این‌که کسی هویت شما را تأیید کند، که شما حداقلی از سرمایه را در حساب خود دارید.

- معرفی یکی از دلارفروشان و معتمدین میدان: یکی از معتمدین باید ضمانت شما را برعهده بگیرد؛ به عبارت دیگر، شخص ضامن ضرر و زیان معامله با شما را در صورت متواری شدن، بر عهده می‌گیرد.

درهرحال، ورود به میدان به سادگی اتفاق نمی‌افتد؛ هرچند دلارفروشان به دنبال این هستند که فرد ضعیف‌تری را بیابند تا با او معامله کرده و بهره بیشتری ببرند، ولی ورود به معامله نیازمند اعتباری است که به سادگی به دست نمی‌آید و شاید ساده‌ترین آن داشتن سرمایه‌ای هنگفت باشد.

بعد از ورود به سبزه میدان، فرد شروع به خرید و فروش دلار می‌کند. دلارفروشان یا همان قماربازان سبزه میدان از حدود ساعت ۱۰ صبح مشغول معامله دلار بر مبنای قیمت روز می‌شوند. معاملات تا ساعت ۱۴ بعد از ظهر ادامه دارد و ساعت ۱۴ معاملات متوقف می‌شود. در ساعت ۱۴ قیمت دلار و سکه و انس در سبزه میدان مشخص می‌شود و بعد از آن، تسویه حساب‌ها شروع می‌شود؛ درواقع، معیار سود و زیاد فروشندگان و خریداران سکه و ارز همان قیمتی است که در سبزه میدان تعیین شده است. اصل معاملات در بخش معاملات صوری بدون وجود هیچ‌گونه دلار یا سکه‌ای و تنها بر روی کاغذ انجام می‌گیرد. معاملات کاغذی یا صوری بین دو نفر یا چند نفر اتفاق می‌افتد؛ به این صورت که نفر «الف» مقداری دلار از نفر «ب» می‌خرد. تفاوت قیمت خرید و فروش دلار یا سکه با قیمت اعلامی در بعدازظهر، میزان سود و زیان طرفین را مشخص می‌کند. در صورتی که نفر «الف» دلارهای خریداری شده روی کاغذ را به نفر «ج» بفروشد، نفر «الف» تنها سود و زیان خود تا ساعت معامله را حساب می‌کند و تسویه حساب نهایی در بعدازظهر بین نفر «ب» و «ج» صورت خواهد پذیرفت؛ به این معنا که نفر «ب» از چرخه معامله حذف می‌شود. این درست خلاف معاملات واقعی و حتی دلالی در بازار است. به گونه‌ای که اگر فردی در بازار جنسی را بخرد و آن را به نفر سومی بفروشد، فروشنده دوم و نفر سوم با هم در ارتباط و معامله هستند و همین‌طور تا نفر چندم. درواقع، نفر اول که صاحب کالا و فروشنده اول بوده است از چرخه حذف می‌شود، درحالی‌که در سبزه میدان نفر اول

همواره در چرخه معامله حاضر است؛ و این نوع از معامله، بیشتر شبیه یک بازی است تا یک کسب و کار.

از سبزه‌میدان می‌توان به عنوان «میدان قمار» نام برد. به اذعان مصاحبه‌شوندگان کمینه و بیشینه ۴۰ تا ۸۰٪ معاملات ارزی و مسکوکات در سبزه‌میدان، به شکل قمار است. هیچ دلار و سکه‌ای جابه‌جا نمی‌شود. اطلاعات معاملات توسط معتمدین و خود افراد در برگه‌هایی ثبت می‌شود و در آخر روز، تفاوت خرید و فروش‌ها توسط افراد محاسبه می‌شود و تسویه حساب می‌شود. علاوه بر قمار دلار و ارز، قمار در بازی‌های فوتبال و مسابقات ورزشی نیز مشاهده می‌شود. خرید طلای دزدی، و انواع معاملات در آن جریان دارد.

از آنجایی که اصولاً قمار از نظر قانونی جرم محسوب می‌شود، در صورتی که کار به شکایت به مراجع قانونی بکشد دست طلبکاران خالی است و عملاً کاری از پیش نخواهند برد؛ بنابراین، مجازات فرد خاطی ممنوعیت از ورود مجدد به میدان و معامله است. در واقع، بعد از تسویه حساب‌های شخصی که گاه همراه با درگیری فیزیکی است ممنوعیت از ورود به میدان یکی از تنبیه‌های دیگر برای افراد بدهکار است؛ بدین ترتیب، مراجع قانونی عملاً ورودی به مجادلات دلارفروشان ندارند و در نتیجه نظارتی هم از سوی این دستگاه‌های قضایی و نظارتی وجود ندارد.

۶-۶. زندگی روزمره و تأثیر سبزه‌میدان بر تنظیم بازار دلار و ارز

اگرچه معاملات در سبزه‌میدان صوری است و چیزی به عنوان ارز یا سکه رد و بدل نمی‌شود، اما تأثیر خود را بر بازار ارز و طلا می‌گذارد؛ به شکلی که همیشه افرادی هستند، که ما آن‌ها را مشاهده کردیم، که یا از طرف صراف‌ها مأموریت دارند و یا به صورت غیرمستقیم با آن‌ها در ارتباط هستند. این تعامل به صورتی است که ما بارها در سبزه‌میدان افرادی را مشاهده کردیم، که با تلفن همراه با بیرون از سبزه‌میدان در ارتباط هستند و گویی از آن‌ها دستور می‌گیرند. این موضوع از طرف مصاحبه‌شوندگان نیز تأیید شد؛ به شکلی که تعداد زیادی از این افراد کارمزدبگیر صراف‌ها در میدان هستند. آن‌ها روزانه چیزی حدود ۱۰۰ تا ۲۰۰ هزار تومان (با معیارهای سال ۱۳۹۵) دریافت می‌کنند تا برای صراف‌ها یا سایر افراد، مانند افراد شاغل در بانک یا دستگاه‌های دولتی معامله کنند. به نظر «وبر» (۱۳۹۳) تنظیم بازار در موارد مختلفی از سوی صاحبان قدرت و منافع و با توجه به ضرورت‌های آن‌ها انجام می‌شود.

تنظیم بازار، به عنوان یک سیاست اقتصادی عقلایی، از نظر تاریخی با رشد آزادی صوری بازار و گسترش قابلیت عرضه کالاها همراه بوده است. شیوه‌های اولیه تنظیم بازار بسیار متنوع بوده است. برخی از این شیوه‌های سنتی و جادویی، و برخی دیگر توسط

عواملی چون: روابط قبیله‌ای، امتیازات طبقاتی، ضرورت‌های نظامی سیاست‌های رفاهی و برخی (نه ضرورتاً کمتر از دیگر موارد) نیز توسط منافع و ضرورت‌های صاحبان قدرت به تشکیلات دیکته شده‌اند (وبر، ۱۳۹۳: ۱۳۱).

طبق گفته مصاحبه‌شوندگان در دوره دولت دهم که قیمت دلار به یک‌باره افزایش یافت، سبزه‌میدان نقش مؤثری در ایجاد فضای روانی مطلوب دولت ایفا می‌کرد. به نوعی سبزه‌میدان بستر مناسب غیررسمی برای ایجاد جو روانی مطلوب بوده است. برخی معتقدند که تعداد افراد حاضر در سبزه‌میدان در آن مقطع به دو برابر تعداد کنونی، یعنی چیزی بیش از ۱۰۰۰ نفر افزایش یافته بود. «حسین» یکی از مصاحبه‌شوندگان که در کنار سبزه‌میدان بساط دست‌فروشی سیگار دارد بیان می‌کند که در آن مقطع عده‌ای از محل فروش سکه روزانه بیش از ۱۰۰ میلیون تومان درآمد داشتند و عده‌ای نیز هستی خود را در این قمار می‌باختند؛ از این‌روست که نگاه آن‌ها به دولت در اکثر مواقع نگاهی رقابتی است و فضای بی‌اعتمادی کاملاً در بین آن‌ها و دولت مشهود است.

۶-۷. مقاومت و زندگی روزمره در سبزه‌میدان

ما قدرت را در اینجا از منظر «فوکو» در نظر می‌گیریم و معتقدیم در همه رفتارها نهفته است و لزوماً و صرفاً سیاسی نیست^۸. بر این اساس، منازعه بر سر قدرت، یکی از مهم‌ترین خصوصیت‌های کنش روزمره در بازار است. فردی که سرمایه کافی فرهنگی و اقتصادی را برای دستیابی به قدرت ندارد، وارد میدان بازی دیگری می‌شود تا بتواند از نظر خودش قدرتش را به نمایش بگذارد. این قدرت جنبه نمایشی دارد و در مطالعات فرهنگی همان مقاومتی است که در بطن زندگی روزمره جریان دارد.

افرادی که در سبزه‌میدان مشغول فعالیتند به نوعی از فنون مقاومت در زندگی روزمره استفاده می‌کنند. فردی که سرمایه چندانی ندارد به این‌گونه وارد می‌شود و بر سر اندک دارایی زندگی‌اش معامله می‌کند، حتی اگر به قیمت ازدست رفتن تمام سرمایه‌اش تمام شود. در شرایطی که سلامت اقتصادی ضعیف باشد، قشر کوچکی از مردم هر روز سرمایه‌دارتر و قشر ضعیف، هر روز ضعیف‌تر می‌شوند. در این میان، قشر ضعیف برای این‌که در برابر قدرت ایستادگی کند از هر آنچه در دست دارد، مایه می‌گذارد. نوعی مقاومت پنهان در بطن زندگی روزمره. مقاومتی که آگاهانه نیست و به قول «دوسرتو» عملی نخبه‌گرایانه نیز محسوب نمی‌شود. چنین مقاومتی در متن کردارهای عادی آدمیان قابل مشاهده است. به نظر دوسرتو (۱۹۹۳)^۹ امر روزمره قلمرو مقاومت عملی و مجازی شمرده می‌شود؛ از این‌منظر، سبزه‌میدان، همان جریان عادی زندگی روزمره را نشان می‌دهد که افرادی در آن، به مقاومت در برابر قدرتی می‌پردازند که به هیچ‌وجه

قابلیت دستیابی به آن را پیدا نمی‌کنند. فردی که تمام زندگی‌اش را در گود می‌گذارد؛ در واقع، چیزی برای ازدست دادن ندارد، معامله می‌کند تا شاید قمار، باعث پیروزی‌اش شود. پیروزی قمارگونه و مبتنی بر شانس و بدون منطق، تنها برای کسانی خوشایند است که هیچ راه دیگری برای سرمایه‌دار شدن نمی‌یابند. فردی که در این گود به سرمایه اقتصادی دست می‌یابد، به نوعی در حال دهن کجی و مبارزه با افرادی است که در همان اطراف و در بطن بازار، سرمایه‌های کلان را جابه‌جا می‌کنند. مصاحبه‌شونده ۴، در مورد قدرتمندی افراد خاصی در بازار طلا چنین می‌گوید: «پول و سرمایه، قدرت می‌آورد. من هم اگر داشتم که اینجا جوابت را نمی‌دادم. راست می‌گویی برو سراغ حاج آقای م. پسرانش روبه‌روی خودش دکان دارند. آن‌ها هم هستند. اگر راهت دادند داخل مغازه؟ فوری زنگ می‌زنند که تو آمدی و آن وقت تا ته بازار طلا، حتی عتیقه‌فروش‌ها و نقره‌فروش‌ها هم جوابت را نمی‌دهند. بازار دست این‌هاست، نه من که سرمایه ندارم، داشتم الان پایین بودم...».

ما برای شناخت بیشتر مقوله قدرت در بازار تهران، آقای م. که مصاحبه‌شونده ۴، به او اشاره کرده بود را پیدا کردیم و چندروزی رفتارهایشان را مورد مشاهده قرار دادیم. مصاحبه‌شونده ۴، به درستی و هوشمندانه به مسئله قدرت اشاره کرده بود. قدرت ناشی از سرمایه، به وضوح در شیوه کسب این افراد قابل مشاهده بود. این فرد و پسرانش از متنفذین بازار طلای تهران هستند و بقیه طلافروشان حتی نامش را با احترام و ترس خاصی به کار می‌برند. آنان پشت و پشیمان‌ترین مغازه‌شان هیچ طلایی را به نمایش نمی‌گذارند. تمامی جواهرات را در صندوقی نگاه می‌دارند. مشتریان را از پشت دوربین نگاه می‌کنند و بعد درب مغازه را باز می‌کنند و به نوبت افراد را به داخل مغازه هدایت می‌کنند. طلا و جواهرات را یکی یکی روی میز می‌گذارند و سپس برمی‌دارند؛ در واقع، همه چیز از دید مشتری پنهان است و در گاوصندوقی قرار دارد. مرد میان‌سالی که بازار طلا به نامش قسم می‌خورند و از سرمایه و قدرت و احترام در کنار هم برخوردار است، فردی است که بیش از ۴۰ سال است که در بازار تهران کار می‌کند و از شاگردی در یک طلافروشی به چنین جایگاهی دست یافته است.

بیکاری که از دیگر مشکلات قشر ضعیف جامعه است، موجب می‌شود فرد راه‌های مختلف را برای دستیابی به سرمایه امتحان کند. وقتی پای بندی به دین وجود نداشته باشد و مال حلال و حرام برای فرد تفاوتی نکند، کج‌راه‌های زیادی وجود دارد، که افراد را به سمت خود بکشاند؛ قمار نیز یکی از این کج‌راه‌هاست. وقتی از مصاحبه‌شونده ۱ پرسیدیم: دین و مذهب سرشون می‌شه؟ پاسخ داد «نه». از این جهت، این افراد بدون آن‌که به حرام بودن سرمایه‌شان فکر کنند، بازی درون این گود را

انتخاب می‌کنند و این بی‌اعتنایی به قانون رسمی کشور مبنی بر حرام بودن قمار، خود نوعی از مقاومت در برابر حاکمیت و قدرت رسمی محسوب می‌شود. هنگامی که دولت و حکومت قادر به ایجاد شغل برای تمامی افراد نباشند، کسب سرمایه از طریق معاملات صوری و قمار راه فرار برای افرادی است که از دستیابی به ثروت و قدرت محرومند. چنان‌که پیش از این بیان شد در نوشته‌های دوسرتو (۱۹۹۳) در باب زندگی روزمره، مقاومت هم می‌تواند ناشی از نوعی بی‌حرکتی و قبول وضعیت و هم ناشی از اشکال خلاقانه‌ای از متناسب کردن موقعیت‌ها باشد. افراد حاضر در سبزه میدان، گزینه دوم را انتخاب کرده و با آفرینش اشکال خلاقانه‌ای از مقاومت متناسب با وضعیت بازار به معاملات صوری دست می‌زنند؛ در واقع آنان، بازار را به نحو مطلوب و قابل دستیابی به شیوه خودشان بازسازی می‌کنند. آن‌ها دلار و سکه واقعی ندارند، اما در نمایشی که حتی خودشان فریب آن را می‌خورند، دلار و سکه‌های مجازی را رد و بدل می‌کنند و به امید ثروت اندوزی می‌نشینند.

آن‌ها در برابر دولت و حکومت نیز مقاومت دارند، که حتی در نوع صحبت کردنشان نیز آشکار است. مصاحبه‌شونده ۹، معتقد بود که مسئول بانک مرکزی در این مسیر مقصر است و حتی به مسئولین کشوری نیز اشاره می‌کرد. وی اعتقاد داشت که اصل پول و سرمایه به جیب قدرتمندان می‌رود. دولت در نگاه دلارفروشان خود یک قمارباز حرفه‌ای و دلال کلان است، که در مواقع ضرورت در میدان مداخله می‌کند و بهره‌برداری خود از فضای روانی که سبزه میدان می‌توانند ایجاد کند را انجام می‌دهد. این نوع نگاه دلارفروشان به دولت فاقد سوگیری‌های سیاسی، جناحی و یا ایدئولوژیک است؛ در واقع، دلارفروشان دولت را در قامت یک بنگاه اقتصادی بزرگ می‌بینند، که هم‌چون خود آن‌ها پای‌بند به اصولی نیست و این‌که تنها از قدرت اقتصادی و رانت اطلاعاتی بالاتری برخوردار است. وقتی از آن‌ها پرسیده می‌شود که چرا جذب بازارهای رسمی نمی‌شوید؟ بیان می‌کنند که بازارهای رسمی برای دزدیدن سرمایه‌های مردم ایجاد شده و در سبزه میدان احساس امنیت بیشتری دارند. مصاحبه‌شونده ۹، درباره نگاه این افراد به دولت و حکومت معتقد بود که تحرکات دولت سبب تغییرات نرخ طلا و مسکوکات می‌شود.

در واقع، برای دلارفروشان تفاوتی ندارد که چه کسی رئیس دولت باشد یا در کشور چه اتفاقات اجتماعی و سیاسی رخ بدهد؛ آن‌ها تنها به منفعت و ضرر خود فکر می‌کنند. افراد حاضر در سبزه میدان علاوه بر این‌که به‌عنوان یک کل در برابر دولت و قدرت‌های بزرگ‌تر مقاومتی منسجم را از خود نشان می‌دهند، در درون میدان نیز همان‌طور که بورديو می‌گوید نزاعی بر سر جایگاه‌ها و دستیابی به قدرت دارند.

دلارفروشان اذعان دارند که میدان یک صحنه قدرت است و در عین رفاقت‌ها، در اینجا کسی به دیگری رحم نمی‌کند. از اصطلاحات رایج آن‌ها در تعریف جایگاه افراد با سرمایه‌های کمتر این است که کوچک‌ترها و ضعیف‌ها خورده می‌شوند، له می‌شوند یا نابود می‌شوند. مصاحبه‌شونده ۹، دربارهٔ منازعه قدرت در سبزه‌میدان می‌گوید: «اونی که قوی‌تره همیشه برندس؛ اونا که ضعیف‌ترن له می‌شن. اطلاعات اینجا مافیاییه».

۷. نتیجه‌گیری

دلارفروشان سبزه‌میدان گروهی حاشیه‌ای هستند که فرهنگ درون‌گروهی خاص خود را در میدان اصلی بازار به نمایش می‌گذارند. این گروه با متمایز ساختن هویت خود از بازاریان قدیمی و صاحبان قدرت و ثروت، در برابر طبقات بالاتر مقاومت نشان می‌دهند و از این طریق در حال اثبات هویت خاص خود هستند. تمرین مقاومت در حوزه میدان اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و نمادی رخ می‌دهد.

دلارفروشان با استفاده از گوناگونی سرمایه‌های خود و اجرای مقاومت، می‌خواهند اثبات کنند که ثروت صرفاً از طریق ورود به بطن بازار قابل دسترسی نیست، بلکه تعریف جدیدی از شغل و کسب سرمایه برای آنان وجود دارد که می‌توانند به یک‌باره به ثروت کلان دست یابند. تن‌پروری به عنوان یکی از ویژگی‌های دنیای مدرن و صنعتی شده در ذات گروهی آنان نمود می‌یابد. آن‌ها حاضر به انجام کارهای سخت ویدی نیستند و مال حرام و حلال برایشان تفاوتی نمی‌کند؛ به همین دلیل، راهی را برمی‌گزینند که سریع‌تر و آسان‌تر آن‌ها را به مقصد برساند. مقاومت آنان از نوع مقاومتی است که دوسرتو اشاره می‌کند؛ مقاومتی که عملی نخبه‌گرایانه محسوب نمی‌شود و در بطن کردارهای عادی زندگی روزمره آدمیان وجود دارد.

دلارفروشان سبزه‌میدان به دلیل این‌که از سرمایه کافی فرهنگی برای ورود به بطن بازار برخوردار نیستند، تبدیل به گروهی شده‌اند که در حاشیه بازار به فعالیت اقتصادی مشغولند. آنان حتی با وجود سرمایه اقتصادی نیز نمی‌توانند به بازار ورود پیدا کنند؛ زیرا نظام بازار در ایران یک نظام چندلایه و پیچیده است و لایه فرهنگی بازار بزرگ تهران به راحتی اجازه نخواهد داد یک نفر صرفاً با سرمایه اقتصادی در بازار جایگاهی پیدا کند و در تعاملات خرد و کلان بازار بازی داده شود و همان‌طور که قبلاً توضیح دادیم بازار صرفاً پدیده‌ای اقتصادی محسوب نمی‌شود و به دلیل وجوه فرهنگی آن، به افرادی که پیشینه لازم را دارا نباشند اجازه ورود نمی‌دهد.

علاوه بر این، گفته شد که بازار صرفاً پدیده‌ای اقتصادی نبوده و دارای نظام فرهنگی و اخلاقی خاص خود بوده است. نظامی که افراد را با الگوهای خاصی پرورش می‌دهد و

اخلاق عملی را در کسب و کار و به دست آوردن مال حلال به آنان می‌آموزد؛ اما دلارفروشان قادر به مشارکت در این نظام فرهنگی بازار نبوده‌اند. آنان اساساً فاقد الگوهای فرهنگی متعالی هستند و شیوه کسب و کار بازاریان برای آنان قابل دسترس نیست؛ به همین دلیل است که از سوی بازاریان قدیمی و معتمدین بازار مورد توجه قرار نمی‌گیرند. از این جهت، خشمی درونی در وجود آنان نسبت به بازاریان وجود دارد که منجر به مقاومت در برابر آنان می‌شود. انتخاب سبزه میدان در نزدیکی بازار خود نشانه‌ای از این مقاومت است. این مقاومت در شیوه معامله و فرهنگ گروهی آنان بروز می‌کند. به طور کلی، نتایج این پژوهش را می‌توان به صورت زیر دسته‌بندی نمود.

۱- قماربازان دارای فرهنگ درون‌گروهی خاصی هستند که آنان را از بازاریان قدیمی متمایز می‌سازد؛ این فرهنگ درون‌گروهی در شیوه لباس پوشیدن، صحبت کردن، راه رفتن و تمامی کردارهای آنان قابل ملاحظه است.

۲- آنان فاقد سرمایه‌های کافی اقتصادی و فرهنگی برای ورود به بطن بازار هستند. نظام فرهنگی بازار و رویداد فرهنگی کسب و کار اجازه ورود چنین افرادی را به داخل خود نمی‌دهد.

۳- دولت در شکل دادن به هویت قماربازان و دلالت دلار و سکه نقش ایفا می‌کند. آنان دولت و حکومت را با ویژگی‌های مسئولیت‌ناپذیر و رانت‌باز خطاب می‌کنند که نتوانسته شرایط کاری و اقتصادی خوبی برای افراد جامعه فراهم سازد.

۴- قماربازان از افراد بی‌کار، کم‌سواد و طبقه پایین جامعه هستند که تحرک طبقاتی درون آنان شکل نگرفته است.

دلارفروشان از طریق سازوکارهایی که به تفصیل در این پژوهش به آن‌ها پرداخته شد، دست به مقاومت در سبزه میدان می‌زنند و هویت جدیدی در ارتباط با بازار و در برابر دولت برای خود تعریف می‌کنند، که ناقض الگوهای خاص و موردعلاقه دولت و فرهنگ نخبه‌گرایانه بازار است.

پی‌نوشت

1. Griller
2. Minson
3. Perti Alasutari

۴. ابژه

5. Mimi White and James Schwoch.

۶. این عکاسی‌ها توسط احمد کهربانی انجام شد.

7. Braun, Virginia; Victoria Clarke
8. <https://engare.net/teori-power-foucault/>

9. Michel de Certeau

کتابنامه

- آریان فر، حمیدرضا، (۱۳۸۹). سرگذشت بازار بزرگ تهران، بازارها و بازارچه‌های پیرامون آن در دویست سال اخیر. تهران: بنیاد ایران‌شناسی.
- استیلر، دن. تونکیس، فرن، (۱۳۹۰). جامعه بازار و نظریه اجتماعی مدرن. ترجمه حسین قاضیان، تهران: نشر نی.
- بوردیو، پیر، (۱۳۸۰). نظریه کنش: دلائل عملی و انتخاب عقلانی. ترجمه مرتضی مردیها. تهران: نقش و نگار.
- پاک سرشت، سلیمان؛ حسینی، حاتم؛ و اینانلو، مینا، (۱۳۹۱). «تحلیل تماتیک رفتارهای بدنی در بین دختران و زنان تهرانی». فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات، ۸ (۲۸): ۱۴۷-۱۶۹.
- توسلی، غلامعباس، (۱۳۸۷). «جامعه‌شناسی فرهنگی بوردیو». در: ع. کاظمی، مطالعات فرهنگی مصرف فرهنگی و زندگی روزمره ایرانی. تهران: انتشارات جهاد دانشگاهی واحد تهران.
- جلالی پور، حمیدرضا؛ و محمدی، جمال، (۱۳۸۷). نظریه‌های متأخر جامعه‌شناسی. تهران: نشر نی.
- جنکینز، ریچارد، (۱۳۸۵). پییربوردیو. ترجمه لیلاجوافشانی و حسن چاوشیان، تهران: نشر نی.
- حاتم‌نیا، شهرام، (۱۳۹۰). «فرهنگ کسبه فرش فروشان سرای بوعلی در بازار تهران». فصلنامه فرهنگ مردم ایران، ۲۵: ۶۹-۸۴.
- حسینی قمی، مژگان، (۱۳۹۳). «تغییرات ساخت اجتماعی بازار تهران». رساله دکتری رشته مسائل اجتماعی ایران، تهران: دانشگاه شهید بهشتی.
- حسینی قمی، مژگان؛ و رضایی، مریم، (۱۳۹۵). «پیوند بازار مسجد: انسجام اجتماعی در بازار تهران». پژوهش‌های راهبردی امنیت و نظم اجتماعی، ۵ (۱۵): ۴-۱۹.
- حسین‌زاده‌راد، کاوه، (۱۳۸۸). «آیا مقاومت در برابر قدرت امکان‌پذیر است». فصلنامه تخصصی علوم سیاسی، ۸: ۱۱۹-۱۲۸.
- حمیدی، نفیسه؛ ابادری، یوسف؛ و صادقی، سهیلا، (۱۳۸۷). «احساس ناامنی در تجربه زنانه از زندگی روزمره». پژوهش زنان، ۶ (۱): ۷۵-۱۰۳.
- روجک، کریس، (۱۳۹۰). مطالعات فرهنگی. ترجمه پرویز علوی، تهران: ثانیه.
- ریترز، جرج، (۱۳۷۴). نظریه‌های جامعه‌شناسی در دوران معاصر. ترجمه محسن ثلاثی، تهران: علمی.

- رجیبی، آرزینا، (۱۳۸۶). ریخت‌شناسی بازار. تهران: آگه.
- عنایت، حلیمه؛ و سروش، مریم، (۱۳۸۸). «میزان و نوع مقاومت زنان در رویارویی با ساختار قدرت در زندگی روزمره». پژوهش زنان، ۷ (۲): ۸۵-۱۱۲.
- کاظمی، عباس، (۱۳۸۴). «پروبولمیتیک زندگی روزمره در مطالعات فرهنگی و نسبت آن با جامعه ایرانی». مطالعات فرهنگی و ارتباطات، جلد ۴، ۱۴۹-۱۲۳.
- کرسول، جان، (۱۳۹۱). پوییش کیفی و طرح پژوهش. ترجمه حسن دانایی فرد و حسین کاظمی، تهران: صفار.
- گرنفل، مایکل، (۱۳۸۸). مفاهیم کلیدی پیر بردیو. ترجمه محمد مهدی لیبی، تهران: افکار.
- محبوبی‌آزانی، حمیدرضا؛ و جمالی، عباس، (۱۳۹۹). «آگامبن و فوکو: حاکمیت یا قدرت؟». دو فصلنامه فلسفی شناخت، پژوهشنامه علوم انسانی، ۸۲/۱: ۱۹۵-۲۱۵.
- محمدی، بیوک، (۱۳۹۰). درآمدی بر روش تحقیق کیفی. تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
- میلز، سارا، (۱۳۸۸). گفتمان. ترجمه فتح محمدی، تهران: هزاره سوم.
- نگری، آنتونیو؛ و هارت، مایکل، (۱۳۹۱). امپراتوری. ترجمه رضا نجف‌زاده، تهران: قصیده سرا.
- نظری، علی اشرف، (۱۳۹۱). سوژه، قدرت و سیاست. تهران: آشیان.
- نوابخش، مهرداد، و کریمی، فاروق، (۱۳۸۸). «واکاوی مفهوم قدرت در نظریات میشل فوکو». فصلنامه علوم سیاسی، ۳: ۴۹-۶۴.
- نویسنده نامعلوم، (۱۳۲۷). «ورقی از تاریخ طهران: سبزه میدان و مجمع دار الصنایع». مجله یادگار، ۹ و ۱۰: ۷۰-۵۹.
- وبر، ماکس، (۱۳۹۳). اقتصاد و جامعه. ترجمه عباس منوچهری و مهرداد ترابی نژاد و مصطفی عمادزاده، تهران: سمت.

- Alasuutari, P., (2006). "Is Globalization Undermining the Sacred Principles of Modernity?". in: Mimi White and James Schwoch (Eds.), *Questions of Method in Cultural Studies*, Malden: Blackwell Publishing.

- Arianfar, H., (2009). *The history of Tehran's Grand Bazaar, the markets and bazaars around it in the last two hundred years*. Tehran: Iranology Foundation (in Persian).

- Bob, F., (1979). "Capital & Class". *Published 3 Times a Year by the Conference of Socialist Economists*, Autumn 1979: 80.
- Bourdieu, P., (2001). *Theory of action: practical reasons and rational choice*. Translated in Persian by Morteza Mardiha. Tehran: Naqsh and Negar (in Persian).
- Braun, V. & Victoria, C., (2006). "Using thematic analysis in psychology". *Qualitative Research in Psychology*, 3 (2): 83.
- Creswell, J., (2012). *Qualitative survey and research design*. Translated by Hassan Danaei Fard and Hossein Kazemi. Tehran: Safar (in Persian).
- De Certeau, M., (1993). *Walking in the City, in the Practice of Everyday Life*. (S. Rendall, transl.), Berkeley: University of California Press: 91-110.
- Enayat, H. & Soroush, M., (2008). "The level and type of women's resistance in facing the power structure in everyday life". *Women's Research*, 7(2): 85-112 (in Persian).
- Grenfell, M., (2008). *Pierre Bourdieu's key concepts*. Translated by Mohammad Mehdi Labibi, Tehran: Afkar (in Persian).
- Griller, R., (1996). "The Return of the Subject? The Methodology of Pierre Bourdieu". in: *Critical Sociology*, 22 (1): 1966.
- Hamidi, N.; Abazari, Y. & Sadeghi, S., (2007). "The feeling of insecurity in women's experience of everyday life". *Women's Research*. 6 (1): 75-103 (in Persian).
- Hatem Nia, Sh., (2018). "The business culture of the carpet sellers of Bu-Ali Sector of Tehran's Bazaar". *Quarterly Journal of Iranian People's Culture*, 25: 69-84 (in Persian).
- Hosseini Qomi, M., (2013). *Changes in the social construction of Tehran Bazaar. Doctoral thesis on Iran's social problems*. Tehran: Shahid Beheshti University (in Persian).
- Hosseini Qomi, M. & Rezaei, M., (2015). "Mosque-Bazaar linkage, social cohesion in Tehran's Bazaar". *Strategic Researches On Security And Social Order*, 5 (15, Issue 4): 19-48 (in Persian).
- Hosseinzadeh Rad, K., (2009). "Is it possible to resist power?". *Political Science Quarterly*, 8: 119-128 (in Persian).

- Jalaipour, H. & Mohammadi, J., (2009). *Late theories of sociology*. Tehran: Ney Publishers (in Persian).
- Jenkins, R., (2007). *Pierre Bourdieu*. Translated by: Lila jo-afshani and Hassan Chavoshian, Tehran: Ney Publishers (in Persian).
- Kazemi, A., (2006). "The problematic of everyday life in cultural studies and its relationship to Iranian society". *Cultural Studies and Communications*, 1 (4): 123-149 (in Persian).
- Keshavarzian, A., (2007). *Bazaar and State in Iran: The Politics of the Tehran Marketplace*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Mahboubi Arani, H. & Jamali, A., (2019). "Agamben and Foucault: Sovereignty or Power? Bi-quarterly journal of the philosophy of cognition". *Bulletin of Human Sciences*, 82/1: 195-215 (in Persian).
- Mills, S., (2008). *Conversation*. Translated by: Fattah Mohammadi, Tehran: Hazare Sevvom (in Persian).
- Minson, J., (1980). "Strategies for socialist? Foucault's conception of power". *Economy & society*. 9: 8.
- Mohammadi, B., (2013). *Introduction to qualitative research method*. Tehran: Research Institute of Humanities and Cultural Studies (in Persian).
- Navabakhsh, M. & Karimi, F., (2008). "Analyzing the concept of power in the theories of Michel Foucault". *Political Science Quarterly*, 3: 49-64 (in Persian).
- Nazari, A. A., (2012). *Subject, power and politics*. Tehran: Ashian (in Persian).
- Negri, A. & Hart, M., (2011). *Empire*. Translated by Reza Najafzadeh. Tehran: Qaseeda Sara (in Persian).
- Pakserasht, S.; Hosseini, H. & Inanloo, M., (2011). "Thematic analysis of physical behaviors among Tehrani girls and women". *Quarterly Journal of the Iranian Association for Cultural and Communication Studies*, 8 (28): 147-169, (in Persian)
- Rajabi, A., (2016). *Morphology of the market*. Tehran: Agah Publication (in Persian).

- Ritters, G., (1995). *Sociological theories in the contemporary era*. Translated by Mohsen Thalasi, Tehran: Elmi Publication (in Persian).
- Rojak, C., (2018). *Cultural studies*. Translated by Parviz Alavi, Tehran: Saniyeh Publishers (in Persian).
- Stiller, Dan. T., F., (2011). *Market society and modern social theory*. Translated in Persian by: Hossein Ghazian, Tehran: Ney publication (in Persian).
- Tavasli, Gh. A., (2009). "Bourdieu's cultural sociology". in: Abbas Kazemi, *Cultural studies of cultural consumption and Iranian everyday life*. Tehran: Academic Jihad Publications, Tehran branch: 99-106 (in Persian).
- Unknown author (1948). "A page from the history of Tehran: Sabzeh Meydan and Majma Dar-ol-Sana-ye". *Yadgar Magazine*, 9 &10: 59-70 (in Persian).
- Weber, M., (2014). *Economy and society*. Translated by: Abbas Manouchehri, Mehrdad Torabinejad and Mostafa Emadzadeh, Tehran: Samt Publishers (in Persian).
- White, M. & Schwoch, J., (Eds.), (2006). *Questions of Method in Cultural Studies*. Malden: Blackwell Publishing.

Phenomenology of Male Identity in Beauty Centers: From Identity Construction to Fashionable Hegemony

Farahmand, M.^I, Danafar, F.^{II}

<https://dx.doi.org/10.22084/CSR.2022.25721.2066>

Received: 2022/02/01; Accepted: 2022/06/29

Type of Article: **Research**

Pp: 323-358

Abstract

In today's society, according to experts, men are the secret customers of the beauty industry and beauty centers with which they manage and build their identity. For this purpose, the present study is a qualitative study on the construction of identity and identity management strategies of men in Yazd in beauty centers. The data of this study were collected through in-depth interviews and Hermeneutic phenomenological method was used to analyze them. Using theoretical and purposeful sampling method, 25 Yazdi men were interviewed and finally, the collected data were coded and analyzed in the form of 11 themes. The results show that the participating men believe that beauty is a good tool for managing and achieving the desired identity. Their understanding and interpretation of attending beauty salons are shown in three themes: sexual competition, coping style and metacognitive strategy. To this end, men have introduced their new identities to everyone through self-efficacy, self-ideal, self-perfection, and self-worth. Finally, they have managed their identities using empathy, character building, modelling, and art strategies.

Keywords: Identity, Identity Management Strategy, Beauty Centers, Yazdi Men

I. Associate Professor, Department of Sociology, Faculty of Social Sciences, Yazd University, Yazd, Iran (Corresponding Author). **Email:** farahmandm@yazd.ac.ir.

II. Ph.D. Candidate Sociology, Department of Sociology, Faculty of Social Sciences, Yazd University, Yazd, Iran.

Citations: Farahmand, M. & Danafar, F., (2022). "Phenomenology of Male Identity in Beauty Centers: From Identity Construction to Fashionable Hegemony". *Two Quarterly Journal of Contemporary Sociological Research*, 11(20): 323-358. doi: 10.22084/csr.2022.25721.2066.

Homepage of this Article: https://csr.basu.ac.ir/article_4698.html?lang=en

1. Introduction

Today, a method of male identity management is to attend beauty and beautification centers that build and manage their body and identity with beautification and cultural idea of beauty attraction. Man's body is a part of their identity that they seek to achieve its ideal shape. For this reason, they are drawn towards acquired and clinical beauty. Since the ideal cultural attraction for men is a muscular body, they are trying to achieve an attractive and desirable self by shaping and changing their bodies. In the era of advertising and consumerism, Yazdi men define their identity by their appearance. It seems that, although most of the applicants for beauty procedures in the world are women, however, very little research has been done concerning men who apply for beauty procedures and their identity management for this type of procedure. Therefore, with this approach, the current research seeks to find an answer to the question, what are men's understanding and perception of attending beauty centers? How have men defined their identity by visiting beauty centres? And with what strategies do they manage the changed identity?

2. Materials and Methods

This study is a qualitative study using the hermeneutic phenomenology method. The current research population is men who visited beauty centers in Yazd city and performed various beauty procedures. Participants were selected based on purposive sampling. Research data were obtained through in-depth interviews. Interviews were conducted with 25 Yazdi men in gyms, men's barbershops, and medical and surgical centers. After the analysis of the data, after conducting the interview, the words recorded by the researcher were converted into written text and the sentences and phrases that indicated an understanding of the men's experience of the phenomenon were identified. In the next step, the researcher used important phrases to categorize the meanings that led to the achievement of sub-themes, and these sub-themes appeared on the cover of the theme to write about what the men experienced. Finally, in the data validation section, after re-reading the versions and matching them

with the recorded transcripts, to check the accuracy of the contents, it was provided to the participants to confirm its correctness. To validate the obtained information, the opinions of the professors and colleagues in this field were used and their opinions were included in the final results, and an analytical comparison was made between the raw data and the structure of the themes.

3. Data

The results show that men seek to achieve a new identity and manage it by performing beauty treatments and attending beauty centers. The perception of the interviewees about attending beauty centers agreed with their sexual competition, confrontational style and metacognitive strategies and in this way, Yazdi men by referring to beauty centers define their identity with the themes of self-efficacy, self-idealism, self-perfection, and self-worth. and have interpreted Finally, men have displayed their new identity by adopting strategies of identification, character building, modeling and acting.

4. Discussion

Therefore, according to the surveys, today men define and manage their identity through beauty and the presence in beauty centers. Through beautification, they have paved the way to introduce themselves to others. Men's understanding and perception of using beauty centers and changing their appearance have created a sense of competition and movement among men. To extract beauty capital from the hands of women and achieve their main goal, i.e. desired and ideal identity, they have preferred the use of the beauty strategy over other strategies.

5. Conclusion

Therefore, beautifying and beautifying the body is a fashionable strategy for managing the identity of Yazdi men, by using which men able to achieve the desired identity. The beauty of the body is a new mask and veil that men have used to help them in the main goal of answering the question of who they are

and how they are in the eyes of others, and as a result, how they maintain and manage their identity.

Acknowledgments

We are grateful to all those who helped us in this research and interview.

پدیدارشناسی هویت مردانه در مراکز زیبایی: از برساخت هویت تا هژمونی مُدواره

مهناز فرهمند^I، فاطمه دانافر^{II}

شناسه دیجیتال (DOI): <https://dx.doi.org/10.22084/CSR.2022.25721.2066>

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱۱/۱۲، تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۴/۰۸

نوع مقاله: پژوهشی

صص: ۳۲۳-۳۵۸

چکیده

در جوامع امروزی، بنا به باور صاحب‌نظران، مردان مشتریان مخفی صنایع زیبایی و مراکز زیبایی محسوب می‌شوند که با آن هویت خود را مدیریت و برساخت می‌کنند. بر همین مبنای پژوهش حاضر به مطالعه کیفی برساخت هویت و استراتژی‌های مدیریت هویت مردان شهر یزد در مراکز زیبایی می‌پردازد. داده‌های این مطالعه از طریق مصاحبه عمیق گردآوری و از روش پدیدارشناسی برای تحلیل آن‌ها استفاده شده است. به کمک روش نمونه‌گیری نظری و هدفمند با ۲۵ نفر از مردان یزدی مصاحبه شد و درنهایت، داده‌های گردآوری شده در قالب ۱۱ مضمون کدگذاری و تحلیل شدند. نتایج پژوهش نشان می‌دهند، مردان شرکت‌کننده بر این باورند که، زیبایی وسیله‌ای مناسب برای مدیریت و دستیابی به هویتی دلخواه می‌باشد. فهم و تفسیر آنان از حضور در مراکز زیبایی در سه مضمون مسابقه جنسی، سبک مقابله‌ای و راهبرد فراشناختی خود، نشان داده شده است. به همین منظور، مردان به وسیله خود اثربخشی، خود آرمانی، کمال‌یابی خود و خود ارزشمندی، هویت جدید خود را بر همگان عرضه می‌کنند؛ درنهایت، آنان با استفاده از استراتژی‌های هم‌ذات‌پنداری، شخصیت‌سازی، مدل‌سازی و هنرنمایی، هویت خویش را مدیریت نموده‌اند.

کلیدواژگان: هویت، استراتژی مدیریت هویت، مراکز زیبایی، مردان یزدی.

I. دانشیار بخش جامعه‌شناسی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه یزد، یزد، ایران (نویسنده مسئول).

Email: farahmandm@yazd.ac.ir

II. دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی، بخش جامعه‌شناسی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه یزد، یزد، ایران.

ارجاع به مقاله: فرهمند، مهناز؛ دانافر، فاطمه. (۱۴۰۱). «پدیدارشناسی هویت مردانه در مراکز زیبایی: از برساخت هویت تا هژمونی مُدواره». پژوهش‌های جامعه‌شناسی معاصر، ۱۱(۲۰): ۳۲۳-۳۵۸. doi: 10.22084/csr.2022.25721.2066

صفحه اصلی مقاله در سامانه نشریه: https://csr.basu.ac.ir/article_4698.html

۱. مقدمه

امروزه یکی از روش‌های مدیریت هویت مردانه، حضور در مراکز زیبایی و زیباسازی است که با ایده فرهنگی جذابیت زیبایی، بدن و هویت خود را با زیباسازی بر ساخت و مدیریت می‌کنند (دیورینگ، ۱۳۸۲: ۱۵). بدن مردان، بخشی از هویت آنان است که به دنبال دستیابی به شکل ایده‌آل آن هستند (محمودیان و همکاران، ۱۳۹۴: ۱۸۹). به همین سبب به سمت زیبایی اکتسابی و کلینیکی کشیده می‌شوند (کازمی میله‌گلان و همکاران، ۱۳۹۶: ۱۸۵). در جامعه کنونی، میان انسان اعم از مرد و زن و بدن آن‌ها نوعی بازی به راه افتاده است. بازی با بدن، به گزاره‌ای تبدیل شده است که همواره می‌تواند، به آن ظرافت بخشد و آن را از سربگیرد (گنجی و همکاران، ۱۳۹۸: ۲۰۶). این بازی خود را با حضور در مراکز زیبایی و تغییر در ظاهر هرچند کوچک نشان داده است که، به عنوان پدیده‌ای اجتماعی در تمام اقشار جامعه سرایت کرده و همه‌گیر و بدل به یک عرف شده است (عباس زاده و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۲۴).

«هولمز» معتقد است پاره‌ای از رفتارها که در گذشته برای مردان عیب بزرگی محسوب می‌شد، امروزه به عنوان یک حسن شناخته می‌شود؛ به عبارتی دیگر، می‌توان گفت که شاهد این هستیم که مرزهای جنسی در استفاده از ظاهر آرایشی و استفاده از لوازم آرایش و دست‌کاری بدن برداشته شده و از بین رفته است. در سال‌های اخیر مردان توجه بیشتری به ظاهر خود دارند (شهابی، ۱۳۸۹: ۹۹) و امروزه از نظر جنسی، استفاده از تکنولوژی‌های زیبایی، دیگر خاص زنان نیست؛ بلکه مردان هم به مانند زنان آرایش می‌کنند و در مراکز زیبایی حضور پیدا می‌کنند (روسن^۱، ۲۰۰۴: ۳۲) باورهای پیشین در مورد آن که، بدن مرد در جذابیت او نقش اندکی دارد و مهم رفتارها و فعالیت‌های او است، از میان رفته‌اند. امروزه مردان نیز نسبت به ظاهر خود به مثابه صحنه‌پردازی جذابیت خویش دغدغه پیدا کرده‌اند؛ به شکلی که تمایل دارند جوانی خود را حفظ نمایند و البته در این راه می‌خواهند میان سلیق زیباشناسانه بدنی و حفظ ظرافت ظاهری مردانه‌شان پیوند برقرار کنند (اتکینسون^۲، ۲۰۰۶: ۲۵۲). پس، اشتیاق جمعی مردان به تجربه مداخله‌های اعمال زیبایی برای دنبال کردن بدن‌های جوان‌تر، پرتراوت‌تر، جذاب‌تر و خوش‌قیافه‌تر، دال بر این است که شاید حساسیت‌های جمعی و عادت‌واره‌های آنان در حال تغییر است. این موضوع ممکن است نشانگر این باشد که چگونه مردان در برهه کنونی بر سر پارامترهای هویت سنتی مردانه مباحثه کرده و این مباحثه در نهایت به کردار بدنی زیبایی منجر می‌شود (اتکینسون، ۲۰۰۸: ۶۸).

صاحب‌نظران بر این باورند که مردان مشتریان مخفی صنایع زیبایی هستند (تامسن^۳ و همکاران، ۲۰۰۲: ۳) که زیبایی بدن به یکی از مؤلفه‌های بازاریابی در هویت

آنان بدل شده است (قادرزاده و همکاران، ۱۳۹۳: ۲) که از طریق آن، پیام‌های بصری گویایی دربارهٔ هویت خویش صادر می‌کنند و می‌تواند گویای منش و ترجیح جنسی، موفقیت اقتصادی و اجتماعی آنان باشد و برای تقویت نقش‌های فعال آن‌ها طراحی و هدایت شود (بنت، ۱۳۹۶: ۱۵۵) به باور «فیدرستون»، در دوران معاصر بازسازی بدن برای مردان به فضایی برای ایجاد یک حس منسجم از خود و بازسازی خود جدید بدل شده است (ریکیاردلی و وایت^۴، ۲۰۱۱: ۹۵۰)، پژوهش «اتکینسون» (۲۰۰۸) نیز حاکی از آن است که مردان در حال حاضر به شکلی فعال، در پی راه‌هایی برای بازنویسی خود تجسم‌یافته‌شان هستند که این نشان‌دهندهٔ چگونگی پیوستگی شکل‌گیری سبک زندگی (نیازی و همکاران، ۱۳۹۹: ۱۶۳)، تکنولوژی، سرمایه‌داری و فرهنگ زیبایی و روی آوردن به اعمال زیبایی است (واسکول و وانینی^۵، ۲۰۰۶: ۲۴۷).

مردان جوان با اعمالی چون: تیغ‌زدن، تراشیدن، رنگ‌آمیزی، سوراخ کردن، نقاشی کردن، تاتو کردن، کاشت مو، لیپوساکشن، جراحی بینی، جراحی پلک، کشیدن پوست صورت، صاف کردن شکم، لیزر پوست، بوتاکس، پروتز لب‌ها، ورزش‌های مرتبط با تناسب‌اندام، بدن‌سازی و... روی بدنشان انجام می‌دهند تا بدین طریق وجه مطلوبی از بودن را به‌نمایش بگذارند (محمدی و حسنی، ۱۳۹۹: ۳۲۳) و از آنجایی‌که جذابیت فرهنگی ایده‌آل برای مردان، بدنی عضلانی است (ویگنولس^۶، ۲۰۱۷: ۴)، در تلاش‌اند با شکل‌دادن و تغییر بدن خود، به خودی جذاب و مطلوب دست‌یابند (جیمیلین^۷، ۲۰۰۰: ۷۸). این تغییرات توسط مجموعه‌ای از ایده‌آل‌های فرهنگی در ارتباط با خصوصیات زیبایی اندام و چهره درمورد بدن مورد تبلیغ و اشاعه قرار گرفته است (کنعانی و رزاقی، ۱۳۹۶: ۳). آمار و ارقام در تأیید مهم شدن جسم و زیبایی در ایران است. «انجمن تحقیقات رایولوژی ایران» در سال ۱۳۹۳ ه.ش. اعلام کرد که در سال ۲۰۱۰ م. تحقیق مشترکی با همکاری «دانشگاه جان هاپکینز» آمریکا انجام داده و میزان شیوع جراحی پلاستیک در ایران و آمریکا را به مدت دو سال مقایسه کرده است. براساس این پژوهش مشخص شد که آمار جراحی پلاستیک بینی در ایران^۷، کاشت مو ۶/۵، جراحی پروتز چانه ۲/۵ و جراحی پروتز گونه ۲ برابر آمریکا بوده است و تنها میزان تزریق بوتاکس در ایران دو-سوم جامعهٔ آمریکا بوده است (محمودی و همکاران، ۱۳۹۶: ۱۴۰) آمارهای ذکر شده، همه خبر از یک اتفاق نو و مهم شدن بدن و جسم در بین افراد جامعه می‌دهد و همانند گذشته بدن واقعیتی طبیعی نیست که فرد در هر شرایطی با آن بسازد.

در شهر سنتی و مذهبی یزد، افراد زیادی با هویت‌های ظاهری مشابه نه فقط در مدل مو و آرایش، بلکه در ظاهرآرایی و بدن به‌وسیلهٔ اعمال زیبایی در فضاهای عمومی می‌توان مشاهده می‌شود. حضوری کوتاه‌مدت در خیابان و محل‌های پرتردد شهر

یزد کافی است تا شمارا با خیل انبوهی از چهره‌های چسب‌زده بر روی بینی، بدن‌های خالکوبی‌شده، چشم‌ها و ابروهای کشیده و اصلاح‌شده و... روبه‌رو کند؛ سن و جنس مطرح نیست؛ بالای شهر و پایین شهر هم ندارد؛ از دست‌فروش گرفته تا فردی پشت فرمان یک ماشین مدل بالا در خیابان‌های بالای شهر. پس، مسأله ظاهرآرایی و تغییر در بدن و چهره، نه تنها مسأله‌ای شخصی نیست؛ بلکه موضوعی کاملاً اجتماعی است که مردان یزدی را به سمت خود کشانده است. افزایش روزافزون آن حاکی از آن است که گرایش به زیبایی به مرحله خودنمایی و نمایش هویت بازان‌دیشی شده رسیده است. در عصر تبلیغات و مصرف‌گرایی، مردان یزدی هویت خود را در ارتباط با ظاهر خود تعریف می‌کنند. به نظر می‌رسد، با وجود آن‌که اغلب متقاضیان اعمال زیبایی در سطح جهان را زنان تشکیل می‌دهند، در دهه‌های اخیر تعداد مردان علاقه‌مند به این اعمال به میزان قابل توجهی افزایش یافته است؛ با این حال، پژوهش‌های بسیار اندکی در رابطه با مردان متقاضی اعمال زیبایی و مدیریت هویت آنان به این نوع از اعمال صورت گرفته است؛ بنابراین پژوهش حاضر با این رویکرد در پی یافتن پاسخی برای این پرسش است که فهم و برداشت مردان از حضور در مراکز زیبایی چیست؟ مردان چگونه هویت خویش را با مراجعه به مراکز زیبایی معنا کرده‌اند؟ و با چه راهبردهایی هویت تغییر یافته را مدیریت می‌نمایند؟

۲. مرور مطالعات پیشین

مروری بر مطالعات حوزه زیباسازی و بدن‌سازی مردان از آن است علی‌رغم مطالعات متعدد در حوزه جامعه‌شناسی و روان‌شناسی اجتماعی، موضوع مدیریت هویت فردی در بستر زیبایی کمتر مورد توجه پژوهشگران بوده است؛ در ادامه به برخی از پژوهش‌های صورت گرفته اشاره شده است.

«دانش مهر» و «سبحانی» (۱۴۰۰) به بررسی تحقیقی با عنوان «بدن‌مندی و برساخت مردانگی: روایت مردان از تجربه جراحی زیبایی» پرداخته‌اند. نتایج پژوهش نشان می‌دهند، که بدن‌مندی مردانه و برساخت مردانگی در شهر سمنجان، متأثر از مؤلفه‌هایی چون زوال سنت‌گرایی و نظارت‌های سنتی بر مردان، رشد فناوری‌های ارتباطی نظیر شبکه‌های اجتماعی در فضای مجازی، دسترسی آسان به تکنولوژی‌های تغییر شکل بدن، تغییر نگاه جامعه نسبت به مردان ایده‌آل، ارائه تعاریف جدید از مردانگی و زوال مرزبندی‌های مردانگی است.

پژوهشی توسط «جعفری» و همکاران (۱۳۹۹) به صورت میکس با عنوان «جراحی زیبایی مردان در تهران: بررسی دیالتیکی عاملیت و ساختار مبتنی بر واقع‌گرایی انتقادی»

انجام گرفت. یافته‌ها نشان داد که نارضایتی از تصویر بدنی، افزایش اعتماد به نفس، تأیید اجتماعی و ارتباطات اجتماعی در زمره‌انگیزه‌های درونی مردان برای اقدام به جراحی زیبایی بوده‌اند. زنان و چهره‌های مشهور به عنوان مشوق‌های بیرونی مردان عمل کرده‌اند و در نهایت ساختارهای اجتماعی و سازوکارهای علی بروز و گسترش جراحی زیبایی مردان در تهران نیز عبارت بودند از: ابراز هویت، درحال گذار بودن جامعه ایران از سنت‌گرایی به مدرن‌گرایی، پزشکی شدن حوزه زیبایی، رشد فزاینده ارزش‌های مادی، رشد خودگرایی و خودمحوری و زوال اعتماد تعمیم یافته.

«هاشمی» و «محمدپناه اردکان» (۱۳۹۷) پژوهشی با عنوان «نقش واسطه‌ای تصویر بدنی منفی و مکانیسم‌های دفاعی نوروتیک در رابطه صفات شخصیت و تمایل به جراحی زیبایی» انجام داده‌اند. یافته‌های به دست آمده با استفاده از روش کمی در میان زنان و مردان شهر یزد نشان داد که صفات شخصیتی، تصویر بدنی منفی و مکانیسم‌های دفاعی نوروتیک با تمایل به جراحی زیبایی رابطه دارند؛ به طوری که صفت شخصیتی دل‌پذیری به طور غیرمستقیم و به واسطه تصویر بدنی منفی و صفت شخصیتی انعطاف‌پذیری به طور مستقیم در تمایل به جراحی زیبایی نقش معنی‌داری دارند.

«محمودی» و همکاران (۱۳۹۶) پژوهشی با عنوان «مطالعه جامعه‌شناختی دلایل و پیامدهای جراحی‌های زیبایی زنان و مردان ساکن شهر تهران» انجام داده‌اند. تحلیل داده‌ها حاکی از آن است که شرایط علی برای مردان حقارت و خودکم‌بینی بوده است. پدیده محوری برای مردان هم‌نوایی با خواسته‌های جامعه است که در بستر شرایط اقتصادی پدید می‌آید. در گروه مردان، حس تعارض به عنوان شرایط مداخله‌گر و تبلیغات و ترغیب دیگران به جراحی شرایط تسهیل‌گر این پدیده هستند و در نهایت پیامدهای جراحی زیبایی برای مردان احساس رضایت از خود و تأیید دیگران می‌باشد. پژوهشی توسط «ون»^۸ (۲۰۲۱) تحت عنوان «مردانگی نرم، جراحی‌های زیبایی مردان و فرهنگ نئولیبرال در چین» صورت گرفته است که نشان می‌دهد تقاضای مردان برای جراحی‌های زیبایی افزایش یافته است. اعمال زیبایی‌روایتی رایج می‌باشند که مردان در ساخت مردانگی جدید از آن استفاده می‌کنند و در این زمینه مردان از اختیار و آزادی بیشتری برخوردار شده‌اند. به دنبال این تحولات، مردان با درگیر شدن در شیوه‌های زیباسازی مرتبط با زنانگی، هژمونی مردانه خود را محدود کرده و با گفتمان مردانگی جدیدی روبه‌رو شده‌اند. آنان از این طریق به دنبال دستیابی به هویتی متفاوت می‌باشند که هویت مرتبط با جراحی زیبایی منعکس‌کننده سیال بودن ماهیت ساختارهای مردانگی در چین است.

«مارشال»^۹ و همکاران (۲۰۲۰) تحقیق با عنوان «بدن‌سازی مردان در اینستاگرام: مذاکره مردانگی از طریق بدن‌های مردانه هژمونیک» انجام داده‌اند. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که تغییرات فرهنگی، در مردانگی هژمونیک صورت گرفته است. مردانگی جدید، حرکت فرهنگی فراگیری است که آرمان‌های مردانه نرم‌تر را تقویت می‌کند و هژمونی مردانه را به چالش می‌کشد. بدن‌سازی سبب شده است تا مردان امروزه آزادی بیشتری برای اجرای شیوه‌های کلیشه‌ای زنان داشته باشند و به دنبال آن به حمایت و افشاگری خود بپردازند. بدن‌های بزرگ و عضلانی تداعی‌کننده این آزادی است که مردان از نگرانی ظاهری برخوردارند و دوست دارند احساساتی نسبت به خود را بیان کنند، از این طریق بر باورهای مردانه هژمونیک تسلط پیدا کنند و قدرت ذهنی و موفقیت‌های اجتماعی و اقتصادی به دست آورند؛ در نتیجه آنان خودشی‌سازی شدیدی را تمرین می‌کنند.

«مورفی»^{۱۰} و همکاران (۲۰۱۵) پژوهشی با نام «مدیریت هویت در میان مردان همجنس‌گرای مثبت HIV در ایرلند» انجام دادند. این افراد، آنگ و محرومیت اجتماعی را تجربه نموده‌اند که با استفاده از تئوری عدم افشاری در پی محافظت و مدیریت هویت خویش هستند. آن‌ها معتقدند این سه سازه، عدم افشای محافظت شده، عدم افشای اخلاقی و عدم افشای مجدد، با گفتمان‌های آنگ‌زنی درباره HIV ارتباط ناگسستی داشتند. مصاحبه‌شوندگان توصیف کردند که جامعه آنان را منحرفان جنسی و دارای خطر جنسی معرفی کرده است بر این مبنای آن‌ها عدم افشا را محافظت از خود می‌دانند، طرد جنسی و اجتماعی از جامعه سبب شده عدم افشاگری را از نظر اخلاقی مجاز بدانند و تحقیرها و آنگ‌ها سبب شد تا مسأله HIV را رد کنند تا بتوانند خودشان و زندگی‌شان را تعریف کنند.

«ری سیاردلی» و «کلاو»^{۱۱} (۲۰۰۹) در مطالعه کیفی خود با عنوان «مردها، ظاهر و جراحی زیبایی: نقش عزت نفس و آرامش بر بدن» و روش تحلیل روایتی به این نتایج دست یافتند که عادت‌واره فرد نقش مهمی در شکل‌دهی به چگونگی برداشت او از خود و میزان جذابیتش دارد. نگرش و نقطه نظر مردها نسبت به بدن‌هایشان، بازتابی از عادت‌واره آن‌ها می‌باشد؛ به طوری که نارضایتی از ظاهر بدن می‌تواند تحقیر نفس و به تبع آن بالا رفتن انگیزه برای اعمال تغییرات بدنی، از جمله زیبایی را به همراه داشته باشد.

«هالیدی» و «کایرن»^{۱۲} (۲۰۰۷) در پژوهش کیفی با عنوان «بررسی مصرف رویه‌های زیباسازی مردان، به این نتیجه رسیده‌اند که عمل جراحی زیبایی در مردان» رو فزونی است. آنان بر این باورند که از طریق زیباسازی بدنشان می‌توانند به امتیازات اجتماعی

و فرهنگی متعددی دست یابند. این اعمال نه تنها برای زیبایی است، بلکه به دلایل گوناگونی نظیر ابراز هویت، کار، ارتباطات و حوادث زندگی انجام می‌شود. در نتیجه مردان به وسیله زیبایی و عمل‌های جراحی می‌توانند خود و هویت جدیدشان در معرض دید همگان قرار دهند.

با مرور تحقیقات انجام گرفته درباره پدیده هویت، می‌توان به اهمیت مسأله هویت و مدیریت هویت اشاره کرد؛ هم‌چنین، به خوبی به این موضوع می‌توان پی برد که تعداد پژوهش‌ها در این حوزه در داخل کشور بسیار محدود است. مطالعات داخلی صورت گرفته در این حوزه مؤید آن است که محققان در ایران به بررسی موضوع مدیریت هویت و دلالت‌های هویت از طریق استراتژی‌های زیبایی نپرداخته‌اند و در بهترین حالت، این مطالعات توانسته‌اند از هویت به عنوان متغیر میانجی استفاده نمایند و در نهایت به صورت غیرمستقیم به رابطه هویت و زیبایی دست یافته‌اند؛ از جمله پژوهش‌های انجام گرفته در ایران از میزان و درجه اصلاح و مدیریت بدن چه به صورت کمی و چه کیفی، در راستای تغییر هویت می‌باشد و اغلب پژوهش‌ها در راستای تغییرات جامعه و گذار از جامعه سنتی به مدرن می‌باشد و به تأثیرات، مصرف‌گرایی، مد و مدیریت ظاهر در هویت به صورت غیر مستقیم پرداخته‌اند. به علاوه اغلب پژوهش‌ها جراحی‌های زیبایی را ملاک قرار داده‌اند و این نشان از عدم بررسی موضوع هویت و دلالت‌های آن از طریق استراتژی زیبایی بدن در ایران به عنوان متغیر اصلی می‌باشد و اما پژوهش‌های انجام شده در خارج از کشور نشان از آن است که به بررسی موضوع هویت چه به صورت کمی و چه به صورت کیفی به طور مفصل پرداخته شده است، ولی این تحقیقات بیشتر در حوزه زنان و عمل‌های جراحی زیبایی می‌باشد و در حوزه مطالعاتی پژوهش حاضر، پژوهشی به بررسی مدیریت هویت در جامعه آماری و موضوع مدنظر به آن نپرداخته است. بر این اساس، پژوهش حاضر می‌تواند با توجه به شیوه کیفی و نقش اصلی متغیر هویت و دلالت‌های آن از طریق زیبایی بدن در میان مردان در حوزه جامعه‌شناسی، به تحلیل عمیق مسأله پرداخته و جنبه تکمیلی داشته باشد.

۳. حساسیت نظری

مروری بر نظریات در حوزه جامعه‌شناسی در مورد پدیده هویت و خودمی‌تواند راهنمای خوبی برای فهم این پدیده باشد. این بخش به بیان مرتبط‌ترین نظریات در حوزه جامعه‌شناسی اختصاص یافته است؛ با این وجود مروری بر نظریات در حوزه جامعه‌شناسی در مورد پدیده هویت می‌تواند راهنمای خوبی برای فهم این پدیده باشد. طبق گفته «گافمن» (۱۹۵۹)، هویت افراد پویا است، نه پایدار و به طور مداوم ساخته

و بازسازی می‌شود و از طریق اثر متقابل مدیریت می‌شود. افراد برای دستیابی به یک خود مثبت، با استفاده از تکنیک‌های مختلف هویت خویش را مدیریت می‌نمایند. مدیریت هویت زمانی موفقیت‌آمیز است که کنشگران و مخاطبان به طرقي معتبر با یک دیگر تعامل داشته باشند و هویت‌های مطلوب را حفظ نمایند (میلر^{۱۳}، ۲۰۱۶: ۱-۲). پس هویت در نگاه گافمن، با رهیافت نمایشی او شکل گرفته و مدیریت می‌شود. او خود را در تملک کنشگر نمی‌انگارد؛ بلکه آن را محصولی از کنش متقابل نمایشی میان کنشگر و حضارش می‌انگارد. به نظر او، خود یک اثر نمایشی است که از صحنه‌آمایش برمی‌خیزد. او بر این باور بود که افراد در هنگام کنش متقابل، می‌کوشند جنبه‌ای از خود را نمایش دهند که مورد پذیرش دیگران باشد. کنشگران امیدوارند خودی را که به حضار نشان می‌دهند، به اندازه‌ای نیرومند باشد که آن‌ها را به همان سان که خودشان می‌خواهند نمایش دهد؛ هم‌چنین امیدوارند که نمایش آن‌ها حضارشان را وادارد تا داوطلبانه به دلخواه آن‌ها عمل کنند. گافمن این علاقه اصلی را به عنوان مدیریت تأثیرگذاری مطرح می‌کند (ریتزر، ۱۳۸۲: ۲۹۲)؛ از این رو با توجه به دیدگاه گافمن، هویت یابی فردی بدون دیگری ممکن نیست، افراد با به‌کارگیری تمامی ویژگی‌ها و رفتارهای خود سعی در مدیریت خویش دارند، تا بدین شکل خود و هویت خود را از دیگران شناسانده و متمایز نمایند (هیس^{۱۴}، ۲۰۱۸: ۱) که افراد از طریق آن درباره تصویب هویت‌های مختلف مذاکره و تصمیم‌گیری می‌کنند (لاگرانده و میلیوم^{۱۵}، ۲۰۰۳: ۲۳۰). با این وجود، مدیریت هویت دارای ابعاد متمایزی است و از فردی به فرد دیگر و از موقعیتی به موقعیت دیگر متفاوت می‌باشد (کینگ^{۱۶} و همکاران، ۲۰۱۴: ۴۷۹)، افراد تکنیک‌های متفاوت مدیریت هویت را برای چیره شدن بر عواملی به کار می‌برند که هویت را تهدید می‌کنند و تکنیک‌های مدیریت هویت را برای فائق آمدن بر نتایج مقایسات اجتماعی به کار می‌برند (نینز و کیمز^{۱۷}، ۲۰۰۲: ۳۷۱) و افراد در تصمیمات خود به عنوان استراتژی‌های مدیریت هویت رفتارهایی را انجام می‌دهند که آن‌ها را قادر می‌سازد تا هویت خود را فاش یا پنهان نمایند (فالمر و جونز^{۱۸}، ۲۰۲۱: ۳)؛ بنابراین گافمن درک مردم از ظاهر و عملکردهای آنان نسبت به هویت افراد را سرچشمه مدیریت هویت می‌داند. نگاه و قضاوت‌های دیگران تأثیر قدرتمندی بر مدیریت فرد از خود و هویت خویش نشان می‌دهد. درنهایت او با رویکرد نمایشی خود، معتقد است که فرآیندهای اجتماعی و موقعیت‌های اجتماعی در مدیریت و نمایش هویت مطابق با نگاه دیگران بسیار تأثیرگذار است.

به اعتقاد «فدرستون»، زندگی مدرن به دنبال تدارک مستمر از کالاهای جدید در جهت آسان نمودن زندگی مطابق با روش‌های جدید و هم‌زمان تأکید بیشتر بر شخصیت و حفظ خود از طریق تکنیک‌های رشد و حفظ بدن می‌باشد. بدن به عنوان

وسیلهٔ مرکزی برای زندگی خوب در فرهنگ مصرفی معرفی می‌گردد؛ لذا از بدن که منبع لذت است باید حفظ، اصلاح و بهبود، مراقبت شود (افشارکهن و زمانی، ۱۳۹۸: ۱۷۶). به باور وی، فرهنگ مصرفی مسئولیت حفاظت و نگه‌داری از بدن را به خود فرد می‌سپارد و او را تشویق می‌کند که برای مبارزه با افول و فساد بدن خویش از راهبردهای ابزاری استفاده کند و این ایدئولوژی را ترویج می‌کند که بدن ناقل لذت و خود ابزاری است. فدرستون معتقد است که نمایش تصاویر بدن‌های زیبا، جوان و در طلب لذت، تأکیدی بر اهمیت ظاهر و چهره است. این تصاویر ارائه شده در مجلات و دیگر رسانه‌ها در ترویج این فرهنگ مصرفی تأثیر به‌سزایی دارند و واکنش‌های هیجانی شدیدی، از جمله لذت و تمایل به خودشیفتگی را در افراد برانگیخته‌اند (اکبرزاده جهرمی و همکاران، ۱۳۹۸: ۴۴). فرهنگ مصرف‌کننده از افراد می‌خواهد تا با نگرش نسبت به بدن خود، آن را به عنوان ابزاری برای ارزیابی خود و هویتشان استفاده نمایند. پس هدف از دگرگونی و نظارت بر بدن، کنترل و مدیریت هویت افراد است. استفاده از فناوری‌های انضباطی و بهبود بدن، برای رسیدن به یک احساس متقابل و منسجم از خود است. دیده شدن توسط دیگران و قضاوت‌های آنان در زندگی روزمره بر نمایش بدن بسیار تأثیرگذار می‌باشد. با این وجود، تصویر بدن در ذهن افراد، خود به‌عنوان ابزاری برای مقبولیت اجتماعی، پذیرش نگاه دیگران و اصلاح و تقویت هویت و خود است (فدرستون^۹، ۲۰۱۰: ۲۰۷). بنابر نظر فدرستون، فرهنگ مصرفی، نیاز جلوه‌گری افراد در جامعهٔ معاصر را برطرف می‌نماید و مصرف و کنترل بدن به وسیلهٔ آن مهر تأییدی بر هویت افراد می‌باشد (کوهستان و همکاران، ۱۳۹۸: ۲۲۲).

هم‌چنین، در نظر «جنکینز»، هویت نه امری ثابت و تمام‌شده و منسجم است و نه کاملاً سیال و چندپاره؛ از سوی دیگر، هویت را نه می‌توان با برجسته کردن جامعه، به هویت‌های جمعی، به‌ویژه هویت فرهنگی یا هویت قومی فروکاست و نه می‌توان میان هویت شخصی و هویت اجتماعی تمایز قائل شد و مرز روشنی ترسیم کرد. هویت فردی و جمعی را نمی‌توان از هم متمایز کرد؛ چراکه تمایز فرد و جامعه را نمی‌توان بدیهی انگاشت (جنکینز، ۱۳۸۱: ۲۶). او معتقد است، هویت افراد وابسته به دیگران و مستلزم شناسایی دیگران است. شناسایی دیگران، لازمهٔ تثبیت هویت است. دو معنای اصلی هویت تشابه و تمایز است. هویت امری تأملی و متضمن درجه‌ای از تأمل و بازاندیشی است. از نظر وی، همهٔ هویت‌های انسانی اجتماعی‌اند؛ زیرا هویت به معنا مربوط می‌شود و معنا نتیجهٔ توافق و موکول به جمع است. هویت اجتماعی درک ما از این مطلب است که هستیم و دیگران کیست‌اند. در نتیجه محصول توافق و عدم توافق است و مانند معنا ذاتی نیست. سازگاری یا برقراری ارتباط معنادار با دیگران

منوط به هویت‌های اجتماعی و فردی است. از نظر او، بدون هویت یعنی بدون وجود چارچوب‌های مشخصی که شباهت‌ها و تفاوت‌ها را آشکار می‌سازد؛ افراد جامعه امکان برقراری ارتباطی معنادار و پایدار را میان خود نخواهند داشت و در نتیجه نمی‌توان از وجود اجتماع سخن گفت (جنکینز، ۱۳۸۱: ۶). به نظر جنکینز، شکل‌گیری هویت فردی در فرآیندهای اجتماعی شدن ریشه دارد. با رجوع به دیالکتیک درونی و برونی درمی‌یابیم آن‌چه مردم درباره‌ی ما می‌اندیشند، از آن‌چه ما درباره‌ی خودمان می‌اندیشیم اهمیت کمتری ندارد (حاجیان، ۱۳۸۸: ۱۵۲)؛ بنابراین برای فهم هویت فردی و اجتماعی از دیدگاه او، می‌توان از الگوی هویت‌شناسی واحدی استفاده کرد، الگویی که روند هویت‌یابی را شامل دو وجه درونی و برونی می‌داند. به نظر وی، بارزترین تفاوت میان هویت فردی و هویت جمعی در آن است که هویت فردی، بر تفاوت و هویت جمعی بر تشابه تأکید دارد. هویت فردی در خویشتنی تجسم‌یافته و جدا از دیگران بی‌معناست. خود، ترکیبی است جاری و پویا که حاصل تعریف خود (تعریف درونی) و تعاریفی است که دیگران از خود عرضه می‌کنند (تعریف بیرونی)؛ بنابراین او روی الگوی واحدی از خویشتنی تأکید می‌گذارد که ترکیبی دیالکتیکی و پویا از تعریف‌های درونی و بیرونی است (جنکینز، ۱۳۸۱: ۱۰۳)؛ براین اساس، او معتقد است همان‌گونه که شکل‌گیری هویت فردی تحت‌تأثیر بسترهای اجتماعی است، مدیریت هویت هم، ریشه در موقعیت‌های اجتماعی دارد.

«بودریار» می‌گوید ما وارد عصر شبیه‌ها شده‌ایم. شبیه‌ها نشانه‌هایی هستند که به‌منزله‌ی رونوشت یا الگوی اشیاء یا رویدادهای واقعی عمل می‌کنند. در دوران پست‌مدرن شبیه‌ها دیگر نه رونوشت یا کپی واقعیت‌اند و نه المثنای آن. امروزه شبیه‌سازی‌ها دیگر به هیچ واقعیتی اشاره ندارند، آن‌ها هم‌زمان ایده‌ی واقعیتی را که مدعی بازنمایی آن هستند، به وجود می‌آورند. شبیه‌سازی‌ها به هیچ واقعیتی خارج از خودشان اشاره ندارند. پست‌مدرنیته حول چنین شبیه‌سازی‌هایی سازمان‌یافته است. از خانه‌های مدل گرفته تا الگوی برنامه‌ریزی شهری، رابطه‌ی خوب جنسی، مردانگی، مد و هویت شخصی، ساختارهای اجتماعی را رمزها و مدل‌هایی سامان می‌دهند که واقعیتی را که مدعی بازنمایی آن هستند، به وجود می‌آورند (سیدمن، ۱۳۸۶: ۲۳۱). در این راستا، نظریه‌ی جامعه‌مصرفی را مطرح می‌کند و استدلال وی این است که جامعه مصرف‌انبوه و فرهنگ مصرفی نوعی نظام رمز همگانی ایجاد می‌کند. میل مصرف‌کننده آن است که به هر طریق که شده خود را وارد کل نظام مصرفی سازد و جایی برای خود در درون نظام مذکور دست‌وپا کند (نوذری، ۱۳۸۵: ۲۴۸). بودریار معتقد است که شهروند واقعی جامعه مصرفی باید در جریان مد باشد و سالانه، ماهانه و فصل به فصل فرآیند بازیافت

را طی می‌کند. اگر او چنین نکند، شهروند واقعی جامعه، مصرفی نیست. پس زیبایی بخشی بدن از نشانه‌های مشخص‌کننده مصرف است و امکان سرمایه‌گذاری فردی و اجتماعی را فراهم می‌آورد. او بر این باور است که کشف دوباره بدن و حضور همه‌جانبه آن در تبلیغات، مد، فرهنگ توده‌ها، بهداشت، رژیم غذایی، درمان، وسواس جوانی، شیک‌پوشی، آرایش، رفتارهای مقدس مرتبط با آن و اسطوره لذت، همه گویای آن‌اند که بدن به موضوع‌رهایی تبدیل شده است. به صورت ناخودآگاه، نوعی الزام به لذت به کنشگر وارد می‌شود که وی را به سوی رفتارهای مصرفی لذت‌جویانه بنا بر بازی نشانه‌ها سوق می‌دهد؛ به این ترتیب، بدن به مثابه محتوای یک پایگاه اجتماعی گسسته می‌شود (لوبروتون، ۱۳۹۲: ۱۲۳). نتیجه آن‌که، مصرف به نوعی رمز تبدیل شده که اعضای جامعه از طریق آن می‌توانند پیام‌هایی را درباره خودشان و دنیایشان برای یکدیگر مخابره کنند. مصرف، نقش مهمی در ساختن هویت فردی بازی می‌کند و از طریق همین مصرف نشانه‌هاست که بودریار از شکل‌گیری هویت صحبت می‌کند. این ابژه‌ها هرگز به خاطر خودشان مصرف نمی‌کنیم، بلکه ابژه‌ها را به مثابه نشانه‌هایی دست‌کاری می‌کنیم تا خودمان را متمایز از دیگران نشان دهیم؛ به عبارت دیگر، هویت به فرآیندی تبدیل می‌شود که از طریق نشانه‌ها و نه از طریق چیزی از پیش موجود یا ذاتی شکل می‌گیرد و نشانه شیوه‌هایی برای به دست آوردن ارزش، منزلت و تشخیص هستند.

با مروری بر نظریات جامعه‌شناختی در زمینه هویت و مدیریت آن، این تحقیق با رویکردی کیفی به مدیریت هویت زیبایی و استفاده از استراتژی مدرن برای مدیریت هویت توجه دارد. به دلیل آن‌که، ظاهر بخش مهمی از هویت فرد است و در موقعیت‌های اجتماعی بلافاصله در برخورد با دیگران نمایان می‌شود؛ این رویکرد کمک می‌کند که به جای فهم پدیده از بیرون، به فهم تفسیری هویت زیبایی پردازیم و به معنا و تجربه زیسته شرکت‌کنندگان از نحوه مدیریت هویت جدید دست یابیم.

۴. روش‌شناسی

مطالعه حاضر، یک مطالعه کیفی و به روش پدیدارشناسی هرمنوتیک است (کرسول، ۱۳۹۶: ۸۱). پدیدارشناسی اساساً مطالعه تجربه زیسته است و برای استخراج عصاره و ذات تجربه انسانی، شیوه‌ای از تحقیق با مختصات توصیفی و تفسیری را پیشنهاد می‌کند. در این توصیف، شیوه تجربه و آن‌چه افراد تجربه می‌کنند، ارائه می‌شود؛ لذا پدیدارشناسی به عنصر اساسی تجربه در زندگی روزمره مردم توجه دارد و تجربه نقطه مرکزی تمرکز آن قرار گرفته است. تجربه در زندگی روزمره که متکی بر خلاقیت انسان در

تعامل با زمینه‌های اجتماعی حاصل می‌شود، حیات انسان را رقم می‌زند؛ بنابراین تجربه با زندگی انسان عجین شده است (ایمان، ۱۳۹۶: ۵-۶).

جامعه پژوهش حاضر، مردانی هستند که به مراکز زیبایی شهر یزد مراجعه کرده و اعمال زیبایی گوناگونی را انجام داده‌اند. مشارکت‌کنندگان براساس نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شده‌اند. محقق با مراجعه به مراکز از قبیل باشگاه‌های بدن‌سازی، آرایشگاه‌ها و مراکز درمانی، مردانی را که تجربه فعالیت‌های زیبایی بدن را داشته‌اند، انتخاب کرده است. شرکت‌کنندگانی که زیبایی را تجربه کرده‌اند، حداقل سه سال و حداکثر ۱۵ سال از اقدام به اعمال زیبایی‌شان گذشته است؛ به این ترتیب دریافت تجربه‌های دست‌اول از طریق مصاحبه عمیق با افرادی صورت گرفت که خود این مسأله را تجربه کرده‌اند. مصاحبه‌ها در باشگاه‌های بدن‌سازی، آرایشگاه‌های مردانه و مراکز درمانی و عمل‌های جراحی (مطب دکتر) صورت گرفت. محقق، با ۲۵ نفر از مردان یزدی که تجربه اعمال زیبایی داشته‌اند به مصاحبه پرداخت و زمانی تعداد مصاحبه‌ها را کافی دانسته و دست از مصاحبه کشیده است که پاسخ‌های داده شده و مصاحبه‌های انجام شده با افراد مطلع به اندازه‌ای به هم دیگر شباهت داشته و منجر به تکراری شدن پاسخ‌ها و مصاحبه‌ها شده است و داده جدیدی در آن وجود نداشته است.

پس از انتخاب افراد واجد شرایط، پژوهشگر ضمن برقراری ارتباط و جلب رضایت و اعتماد مصاحبه‌شوندگان، بیان اهداف و ماهیت پژوهش و تأکید بر محرمانه ماندن متن مصاحبه، به انجام مصاحبه پرداخته و با رضایت مشارکت‌کنندگان مصاحبه‌ها ضبط شده است. ضمناً مصاحبه‌های ضبط شده به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها تایپ شده است. برای حفظ حریم شخصی مشارکت‌کنندگان، از حضور افراد غیر در هنگام مصاحبه خودداری گردید و در عین حال مردان مختار بودند در هر مرحله از پژوهش در صورت صلاح دید از مطالعه خارج شوند. در ابتدای مصاحبه، اطلاعات دموگرافیک مردان پرسید شد و سپس در مورد چگونگی مصاحبه و اهداف پژوهش توضیح داده شد و به شرکت‌کنندگان اطمینان داده شد که متن مصاحبه محرمانه خواهد ماند و در توصیف و تحلیل نهایی نامی از آنان برده نخواهد شد. لازم به ذکر است، مصاحبه‌شوندگان آزاد بودند هر زمان که اراده کنند از انجام مصاحبه انصراف دهند. در تجزیه و تحلیل داده‌ها، پس از انجام مصاحبه، سخنان ضبط شده توسط محقق به متن نوشتاری تبدیل شده و جملات و عباراتی که به درک تجربه مردان از پدیده دلالت داشتند، مشخص گردید. در مرحله بعد، محقق از عبارات مهم برای دسته‌بندی معانی که منجر به دستیابی به زیرمضمون‌ها می‌شد، استفاده نمود و این زیرمضمون‌ها برای نوشتن آن‌چه مردان تجربه کرده‌اند در پوشش مضمون ظاهر شد؛ در نهایت در قسمت اعتباریابی داده‌ها،

بعد از خواندن مجدد نسخه‌ها و انطباق آن با رونوشت‌های ضبط شده، به منظور چک کردن صحت محتویات، در اختیار شرکت‌کنندگان قرار گرفت تا درستی آن تأیید شود. برای معتبر کردن اطلاعات به دست آمده، از نظرات اساتید و همکاران این حوزه استفاده و نظرات آنان در نتایج نهایی لحاظ گردید و مقایسه‌ی تحلیلی بین داده‌های خام و ساخت‌بندی مضامین صورت گرفت؛ هم‌چنین در قسمت اتکاپذیری پژوهش سعی شده است تا تمامی مصاحبه به صورت کامل و در فضای مناسب و محیطی آرام و به دور از شلوغی ثبت و ضبط شود. در زمان مصاحبه‌ها تلاش شد تا تمرکز محقق به طور کامل بر روی پاسخ‌ها و صحبت‌های شرکت‌کنندگان باشد و کوچک‌ترین کم‌توجهی رخ ندهد؛ هم‌چنین پژوهشگر بدون هیچ سوگیری و قضاوت و تأیید یا عدم تأیید اعمال آن‌ها، تنها شنونده باشد. با این وجود، هدایت دقیق جریان مصاحبه برای گردآوری داده‌ها و ثبت و پیاده‌سازی آن، تأیید اتکاپذیری تحقیق را به همراه دارد.

۵. نتایج تحقیق

در مشخصات نمونه، سن شرکت‌کنندگان مرد، از ۱۹ تا ۵۴ سال متغیر است. از این میان، ۱۸ نفر آنان مجرد، ۶ نفر متأهل و یک نفر در وضعیت مطلقه قرار داشته است. میزان تحصیلات آن‌ها به این صورت بود که ۱۶ نفر از مردان دارای مدرک دیپلم و زیردیپلم، ۸ نفر کاردانی و کارشناسی و ۱ نفر هم مدرک کارشناسی ارشد بوده‌اند. شغل مردان، ۴ نفر آرایشگر، ۱۳ نفر مغازه‌دار، ۳ نفر کارگر، ۲ نفر مهندس، ۱ نفر خواننده و مدلینگ، ۱ نفر بنا و ۱ نفر راننده است که حداقل میزان درآمد ۴ میلیون و حداکثر بیش از ۵۰ میلیون بوده است و در نهایت مدت زمان شروع اعمال زیبایی در مردان مصاحبه‌شونده از ۳ تا ۱۵ سال بوده که اعمال زیبایی از قبیل: بدن‌سازی، خال‌کوبی، تتو بدن، پیرسینگ گوش و لب، عمل بینی، ناخن بلند، اصلاح بدن و ابرو، بوتاکس، پاک‌سازی، کراتینه مو، رنگ مو و موهای صورت، تزریق ژل در خط‌های صورت، لیزر چشم، میکروبیلدینگ ابرو، مدل خاص مو، کاشت مو را تجربه نموده‌اند.

۵-۱. یافته‌های تجربی

با توجه به پرسش‌های تحقیق و تجزیه و تحلیل داده‌های تحقیق، بعد از تقلیل و ادغام کدهای مشابه به یکدیگر، ۱۱ مضمون به دست آمد. مردان با انجام اعمال زیبایی و حضور در مراکز زیبایی به دنبال دستیابی به هویتی جدید و مدیریت آن هستند. برداشت مصاحبه‌شوندگان از حضور در مراکز زیبایی در راستای مسابقه جنسی، سبک مقابله‌ای و راهبرد فراشناختی خود بوده‌اند که از این طریق، مردان یزدی با مراجعه

به مراکز زیبایی هویت خویش را با مضامین خود اثربخشی و خود آرمانی، کمال یابی خود و خودارزشمندی معنا و تفسیر کرده‌اند که ۴ درون مایه اصلی و ۱۹ درون مایه فرعی توصیف‌کننده آن است و هم‌چنین، استراتژی‌های مدیریت هویت زیبایی در مردان در قالب ۴ درون مایه اصلی و ۲۰ درون مایه فرعی استخراج شد که مردان با اتخاذ راهبردهای هم‌ذات‌پنداری، شخصیت‌سازی، مدل‌سازی و هنرنمایی، هویت جدید خود را به‌نمایش گذاشته‌اند؛ بنابراین تمام مفاهیم با یکدیگر در ارتباط بوده و الگویی از معنای هویتی و استراتژی‌های مدیریت هویت تغییر یافته در مردان و تجربه زیسته آنان را به همگان نمایان کرده است. این مضامین در جداول زیر نمایش داده و سپس هر یک از مضامین اصلی توضیح داده شده‌اند.

جدول ۱: مشخصان فردی مصاحبه‌شوندگان

| سن | وضعیت تاهل | وضعیت تحصیلی | شغل | میزان درآمد | طبقه اجتماعی | مدت‌زمان شروع اعمال زیبایی | اعمال زیبایی |
|-----------|--------------------|---|---|-----------------------|--|----------------------------|---|
| ۱۹-۵۴ سال | متاهل ۶ مطلقه ۱ | دیپلم و زیر دیپلم ۱۶ کارדانی و کارشناسی ۸ کارشناسی‌ارشد ۱ | آرایشگر ۴ بنا ۱ راننده ۱ خواننده ۱ مدلینگ ۱ کارگر ۱ مهندس ۳ مغازه‌دار ۱۳ | ۴ تا بیش از ۵۰ میلیون | طبقه پایین ۳ طبقه متوسط ۱۵ طبقه بالا ۷ | ۳-۱۵ سال | بدن‌سازی، خال‌کوبی، تتو بدن، پیرسینگ گوش و لب، عمل بینی، ناخن بلند، اصلاح بدن و اپرو، بوتاکس، پاک‌سازی، کراتینه مو، رنگ مو و موه‌های صورت، تزریق ژل در خط‌های صورت، لیزر چشم، میکروبیولیدینگ اپرو، مدل خاص مو، کاشت مو. |

- فهم و برداشت مردان از حضور در مراکز زیبایی (جدول ۲)

جدول ۲: مضامین اصلی و فرعی فهم و برداشت مردان از حضور در مراکز زیبایی

| مضامین اصلی | مضامین فرعی |
|-----------------------------------|---|
| مسابقه جنسی | غلبه بر زیبایی زنان، عقب‌نماندن از زنان، قرار گرفتن در کورس زیبایی، ارزش زیبایی مردان |
| سبک مقابله‌ای | رد افکار غلط، حذف خودپنداره ضعیف، کاهش سردرگمی، مبارزه با تناقضات، کاهش تنش‌ها |
| راهبرد فراشناختی خود (جنبش هویتی) | مخالفت با خود فعلی، جستجوی خود، دستیابی به هدف، تزلزل در خود فعلی |

۵-۲. مسابقه جنسی

مسابقه جنسی نوعی رقابت و پیشی‌گرفتن میان دو جنس زن و مرد می‌باشد. مباحثی مانند: زیبایی، جذابیت ظاهری، سرزندگی و شادابی بخشی از سرمایه انسان است. سرمایه

زیبایی در زندگی امروز و جامعه مصرفی، نقش پررنگ و مؤثری را ایفا می‌کند و دیگر جنس خاصی ندارد. بخشی از این سرمایه هنگام تولد به فرد داده می‌شود که زنان در این زمینه نسبت به مردان پیش‌گام هستند. در این راستا، مردان مشارکت‌کنندگان خود را در مقایسه با زنان در مسابقه و ماراتنی طولانی قرار داده‌اند. مردان سعی دارند با استفاده از مدل‌های خاص مو و صرف زمان بیشتر به آرایش صورت، بدن و تناسب‌اندام از ارزش جنسی و زیبایی برخوردار باشند. مردان بیشترین تلاش برای افزایش این سرمایه از خود، نشان می‌دهند. به باور آنان، جذابیت‌های زیباشناختی مسیر دستیابی به هدف را برایشان هموارتر ساخته است؛ بنابراین حضور در مراکز زیبایی نوعی رقابت با زنان است.

«...تا الان مدام می‌گفتن آرایشگاه زنانه، باشگاه زنانه و... انگار هرچی زیبایی بود مال زنا شده بود. آهان نه. اگر خوب دقت کنید هر جای شهر از این آرایشگاه‌ها و باشگاه‌های بدن‌سازی هست. هر مدل مویی هم برات می‌زنن؛ نباید بذاریم زیبایی خاص زنا باشه...» (مصاحبه شماره ۵).

"...کی گفته مرد باید زشت و زمخت باشه، موهاش یک‌دست باشه و از لوازم آرایش استفاده نکنه. ماهم حق داریم نباید کم بیاریم...» (مصاحبه شماره ۲۰).

۵-۳. سبک مقابله‌ای

مقابله و سبک‌های مقابله‌ای نوعی راهبرد مورد استفاده برای دستیابی به هدف مورد نظر است که فرد را تحت تأثیر قرار می‌دهد. فرد با به‌کارگیری سبک مقابله‌ای سعی در تغییرات شناختی خود و فرار و دور شدن از واقعیت است. او مایل است از مشکلات و آنچه آرامش او را برهم‌زده است، فاصله بگیرد. فرد کوشش می‌کند تا فضای فشارزا را کاهش داده و از آشفتگی‌ها برهاند و به حمایتی آرمانی دست یابد. بر این اساس، مردان حضور در مراکز زیبایی و استفاده از خدمات زیبایی را سبک مقابله‌ای برای رهایی و یا به عبارتی فرافکنی از آنچه آنان آزرده‌خاطر می‌کند، هستند. مردان معتقدند، حضور در این مراکز، آنان را از لحظه به هدف اصلی نزدیک و نزدیک‌تر می‌کند و مسیر جدید و دلخواه را برای آن‌ها به ارمغان می‌آورد.

«...هر وقت میام اینجا یه آرامش خاصی بهم می‌ده. فکر می‌کنم هیچی نبود و زندگی دوباره شروع می‌کنم. تازه شدم. حس راحتی بهم دست می‌ده؛ می‌تونم به هدفام برسم...» (مصاحبه شماره ۱۹).

«...باشگاه آرامش بخشه. می‌تونم خودتو خالی کنی. یه فرد دیگه می‌شی و میایی بیرون. از زندگی لذت می‌بری. تجربه یه چیز دیگه شدن و البته زیبا شدن تو ۱۰۰ قدم به هدف‌ت نزدیک‌تر می‌کنه...» (مصاحبه شماره ۱۰).

۴-۵. راهبرد فرانشناختی خود

راهبرد فرانشناختی، آموزش دهنده و راهنمایی برای شناخت و افزایش حس استقلال در خود و هویت فرد است. این فرآیند، فرآیندی بازتابی است که فرد مدام خودش را مورد نظارت و ارزشیابی قرار می‌دهد. این فرآیند، دانشی نسبت به خود را در فرد به وجود می‌آورد که فرد را از توانایی‌ها و خود واقعی‌اش آشنا می‌سازد. فرآیند شناختی به کنترل شناخت توسط فرد، برنامه ریزی فعالیت‌ها، آگاهی از عملکرد خود و ارزشیابی هویت و کنترل آن می‌پردازد؛ بنابراین مردان یزدی، حضور در مراکز زیبایی را جنبشی در تغییر در خود و مدیریت هویت خویش می‌دانند. استفاده از مراکز زیبایی و ظاهر آرایبی، آنان را از هویتی متزلزل می‌رهاند و مسیر هویت دلخواه و آرمانی را برای مردان هموار می‌سازد. آنان بر این باورند که زیبایی بدن و ظاهر آرایبی، استراتژی مدرن و مناسب برای دستیابی به هویت مطلوب است.

«...راه‌های مختلفی رو امتحان کردم. هیچ‌کدام به درد نخورد. آلان فهمیدن فقط زیبایی باعث می‌شد من به خودِ اصلیم برسم و خودم راضی باشم...» (مصاحبه شماره ۱۱).

«...آلان با این کارا می‌توننی به هدفِت برسی و خودتو نشون بدی. این تتو و هیکل ورزشی اصل منه. من با اینا خودمو پیدا کردم. قبل این، اصلاً معنی نداشت...» (مصاحبه شماره ۱۵).

- معنا و تفسیر مردان از هویت ساخته شده در مراکز زیبایی (جدول ۳).

جدول ۳: مضامین اصلی و فرعی معنای هویت از نگاه مردان

| مضامین اصلی | مضامین فرعی |
|---------------|---|
| خود اثربخشی | کسب موفقیت‌های اجتماعی، امید به زندگی، کسب منزلت، کسب شهرت، رضایت از زندگی، احساس مفید بودن |
| خود آرمانی | تعویق انداختن پیری، جوان سازی، مدرستی، جذابیت، اندام زیبا، خوش استایلی |
| کمال‌یابی خود | عدم رضایت از خود، خودفراموشی، بیزاری از خود، تکامل خود |
| خود ارزشمندی | ساختن دوباره خود، بازنمایی خود، اهمیت به خود، حس ارزشمندی |

۱) خود اثربخشی

خود اثربخشی فرآیندی ذهنی است و آن را مجموعه‌ای از انتظارات متصور یک فرد در موفقیت در یک امر و رسیدن به نتیجه ارزشمند از طریق فعالیت‌های فردی می‌دانند. خود اثربخشی سبب می‌شود تا با شناسایی هدف، با تلاش و توانایی‌های لازم برای رسیدن به هدف به پیش‌بینی و نتیجه آن پرداخت. خود اثربخشی رفتار فرد را تحت تأثیر قرار می‌دهد و راهبردی مؤثر برای رسیدن به هدف و موفقیت است. افراد برای دستیابی به خود اثربخشی تلاش می‌کنند تا با اتخاذ تصمیمات مناسب و تعیین اهدافشان، کنترل زندگی خود را به دست بگیرند؛ بنابراین توسعه خود آگاهی، درک ضعف و قوت‌های خود و داشتن دانش کافی از محدودیت‌های فردی خودشان، کلیدی برای اثربخشی فردی است. با این وجود، ایجاد برخی تغییرات در زندگی زمینه توسعه خود اثربخشی را به همراه دارد که زیبایی یکی از عوامل خود اثربخشی است. مردان مصاحبه‌شونده به وسیله زیبایی به دنبال کشف توانمندی‌ها و تبدیل آن به عملکردی مفید هستند. آن‌ها معتقدند زیبایی، دنیای بیرونی منظم‌تر و برنامه‌ریزی شده‌تری را برای آن‌ها به ارمغان آورده است. مردان زیباشده توانسته‌اند کنترل شرایط و دستیابی به اهداف خود را در دست بگیرند و زمان، انرژی و تمرکز خود را مدیریت نمایند. زیبایی حال خوبی را برای آنان ایجاد کرده و در فرآیند زندگی، مردان را به افرادی موفق تبدیل کرده است. زیبایی به مردان نوعی قدرت یا اقتدار داده است که توانسته‌اند روند زندگی خودشان را تغییر دهند، حس قدرت انجام کارها را در خود ایجاد کنند؛ در نتیجه مردان از زندگی خود احساس رضایت و فردی مفید و توانمند دارند.

«...قبلاً حوصله کار نداشتم، کارهامو یا زود رها می‌کردم یا دیر تحویل می‌دادم. اصلاً منظم نبودم ولی الان مسیرم فرق کرده. دقیق‌تر و منظم‌تر شدم. کارامو خیلی خوب انجام می‌دم. دیگه نیمه کارها نمی‌کنم...» (مصاحبه شماره ۸).

«...دیگه وقتم رو به بطالت نمی‌گذرونم. دیگه شب‌ها دور دور نیست. سردرگم و علاف نیستم. هر چیزی وقت خودش. زندگی منظم گرفته. هدفم مشخص شده. باعث شده حس کنم کارایی که تا الان نمی‌تونستم انجام بدم رو الان می‌تونم...» (مصاحبه شماره ۱۴).

۲) خود آرمانی

خود آرمانی ویژگی‌هایی است که فرد دوست دارد داشته باشد. هر فردی آرزوها و آرمان‌هایی در ذهن دارد که در صدد دستیابی به آن‌ها است و سعی دارد خود را به آن شکل در بیاورد. زیبایی وسیله مناسبی برای هماهنگ و هم‌خوان کردن خود آرمانی و

خودواقعی در افراد است. قرارگرفتن در این مسیر برای رسیدن به خود آرمانی، برای فرد رضایت و خشنودی را به همراه دارد. از آنجایی که مردان مصاحبه‌شونده زیبایی و خوش فرمی را تنها مخصوص خانم‌ها نمی‌دانند، خود از طریق زیبایی به دنبال زیبایی و خود ایده‌آل‌شان هستند. مردان با استفاده از زیبایی تمایل دارند تا به آن چه مطابق میلشان است برسند. خود آرمانی مردان، آرزوی آن‌ها در رسیدن به هویتی دلخواه در ذهنشان است. زیباسازی، عملی برای شبیه‌سازی و رسیدن به امیال ذهنی در رابطه با هویت است. مردان به وسیله زیبایی به دنبال جوان‌سازی، زیبایی اندام، جذابیت و مدپرستی هستند. این‌ها ابزارهای مفیدی برای شکل‌گیری خودآرمانی می‌باشند. با این وجود مردان به دنبال خود آرمانی، در مسیر رشد و پیشرفت انگیزه و جهت قرار گرفته‌اند و یک عامل مهم برای مقابله با اهمال‌کاری می‌باشد و باور به موفقیت را در آنان تقویت کرده است.

«...مدام این کارها رو انجام می‌دم تا از حالت جوونی و زیبایی و سنی که هستم بیرون نرم. اصلاً زیبایی مخصوص خانم‌ها نیست. دوست ندارم وقتی سنم بالا رفت معلوم باشه...» (مصاحبه شماره ۳).

«...حس جوون شدن بهم می‌ده. رو فرم هستم. خوش‌هیکلم. از جوون بودنم لذت می‌برم. متفاوت‌ترم. تناسب‌اندام دارم. دوست دارم مدام برم جلوی آینه. این کارا نشون می‌ده که رو مد هستم...» (مصاحبه شماره ۱۱).

۳) کمال‌یابی خود

میل به کمال سبب می‌شود تا افراد از داشتن نقص بترسند و احساس کنند که دیگران آن‌ها را فقط در صورتی دوست دارند که بی‌نقص باشند. نگرانی درباره نقص‌ها و امید به بی‌نقص شدن، حس کمال‌یابی را در فرد ایجاد می‌کند. زیبایی مسیری برای سیر تکاملی خود است. اعمال زیبایی راه رسیدن به کمال برتر می‌باشد؛ با این وجود، مردان به واسطه عمل‌های زیبایی و به دنبال رسیدن به خودآرمانی‌شان، به‌طور وسواس‌گونه‌ای می‌خواهند به شکلی کامل دست‌یابند و حتی کوچک‌ترین نقص‌های خود را برطرف نمایند. آنان در خود احساس نیاز به کمال بیش‌ازحد را دارند و این‌که همین‌جورکه هستند، خوب‌اند را قبول ندارند. آنان حالت طبیعی بودن بدن خود را رد می‌کنند. پس به نظر آن‌ها، زیبایی وسیله‌ای برای کامل شدنشان است. بی‌زاری از خود و خود فراموشی سبب شده است تا مردان با تغییر در نواقص خود و استفاده از عمل‌های زیبایی مختلف درصدد تکامل خود و رسیدن به هویتی کامل گام بردارند.

«...هنوز کامل صد درصد نشدم، ولی بهتر قلم. اینا کافی نیس، باید اصلاح بشم. خیلی راضی نیستم. دوست دارم عمل‌هایی انجام بدم که فکر می‌کنم منو راضی می‌کنه و به اون چیزی که می‌خوام می‌رسم...» (مصاحبه شماره ۵).

... اینا کمه، هنوز یه حسی می‌گه باید کامل تر بشم. اون‌یه که قبلاً بودم رو اصلاً دوست نداشتم، حتی نگاه تو آینه برام سخت بود، الان بهتر شدم، ولی کامل نیستم و هنوز باید اصلاح بشم...» (مصاحبه شماره ۲۱).

۴) خود ارزشمندی

خودارزشمندی، نوعی احساس ارزشمندی است که فرد چه قدر در زندگی برای خود ارزش و اعتبار قائل است و اهمیت دادن به خود و از خود مراقبت کردن را به دنبال دارد. به باور مردان، عمل‌های زیبایی نوعی اهمیت و ارزش قائل شدن برای بدن و خودشان است. زیبایی در مردان، حس ارزشمندی را ایجاد کرده است. اختصاص دادن میزانی از درآمدشان و زمان برای انجام عمل‌های زیبایی برای مردان، نشان از توجه و مهم بودن خودشان می‌باشد. آنان معتقدند، زیبایی راهی برای شناخت خود و دریافت حال و احوال درونی است. اهمیت دادن به خود، زمینه ارزشمند شدن را ایجاد می‌کند. باور، توجه به بدن و تغییر در آن مردان را به سمت خود اهمیتی سوق داده است. زیبایی نوعی احترام گذاشتن به خود می‌باشد. می‌توان به این نکته اشاره کرد که خوداهمیتی فرآیندی است که مراکز زیبایی برای جذب مشتری بیشتر آن را به خورد مشتریان خود می‌دهند.

«...من به خودم خیلی اهمیت می‌دم. چون خودمو دوست دارم. کسی که برام می‌مونه خودم هستم. باید خودمو در نظر بگیرم که زیبا باشه که مشخص می‌کنه من برا خودم ارزش قائل شدم...» (مصاحبه شماره ۹).

«...خودم رو دوست دارم. به خودم بها می‌دم. خودم رو خوب درست کردم. به خود واقعی رسیدم. رضایت دارم. برا بدنم ارزش قائلم. این کارا به خود رسیدگیه...» (مصاحبه شماره ۱۲).

- استراتژی‌ها و راهبردهای مدیریت هویت در مردان (جدول ۴)

جدول ۴. مضامین اصلی و فرعی استراتژی‌های مدیریت هویت در مردان

| مضامین اصلی | مضامین فرعی |
|---------------|---|
| هم‌ذات‌پنداری | ارتباط با همتایان، گرایش به شبیه‌ها، صحبت از زیبایی |
| شخصیت‌سازی | استفاده از زیورالات، تن‌نمایی، پوششی خاص، عرض اندام، رخ‌پرستی، خوش‌تیپی |
| مدل‌سازی | روشن‌فکر‌نمایی، تغییر در شیوه بیان، تغییر در نگرش‌ها و باورها، خوش‌اخلاقی، خوش‌رویی، اظهار نظر کردن، اظهار وجود کردن در جمع، بالابردن معلومات |
| هنرنمایی | به رخ کشیدن هنر، پیچ‌کاری، تبلیغ کردن |

(۱) هم‌ذات‌پنداری

افراد به دنبال شبیه‌دیگری شدن هستند. تمایل دارند، خود را عین دیگری پندارند و وجود خود را عین وجود کس دیگر بدانند. این عمل زمانی اتفاق می‌افتد که فرد سعی می‌کند تا خودش را شبیه به شخصیت ایده‌آل خود کند. فرد به دنبال همانندسازی با هویت مطلوب خویش است. این تقلید و الگوبرداری فرد را افسون می‌کند و خود را در موفقیت فرد دیگری دیدن است. انتخاب مد، لباس، تزئینات بد و ظاهر آرایشی از نمونه‌هایی از هم‌ذات‌پنداری هستند و این افراد از لحاظ روانی به افرادی که وی آن‌ها را جذاب می‌دانند، نزدیک‌تر می‌سازد. بر این اساس، مردان شرکت‌کننده از استراتژی هم‌ذات‌پنداری استفاده نموده تا از این طریق هویت ایده‌آل خویش را به دیگران نمایش دهند. آنان تلاش می‌کنند تا خود را در جایگاه شخصیتی دیگر که شبیه آن‌هاست قرار دهند و رابطه نزدیکی با آن برقرار کنند. به باور آن‌ها، مردان تمایل دارند با افرادی که شبیه آن‌ها هستند، ارتباط برقرار کنند. مردان، بیشتر از افرادی که در این زمینه موفقیت‌هایی را به دست آورده‌اند، تأثیر می‌گیرند. در نتیجه تمامی مردان صاحب‌شونده، از این استراتژی استفاده نموده‌اند.

«...بیشتر تو جمع‌هایی می‌رم که مثل خودم هستن. گاهی تو جمع می‌پرسم چه طور شدم، بعد می‌گم شما هم حتماً انجام بدید. دوست دارم با کسانی ارتباط داشته باشم که مثل خودم هستن و تو این مسیر موفق بودن...» (مصاحبه شماره ۱۰).

«...تو مهمونی‌ها بیشتر صحبت از زیبایی می‌کنم. دوستام همه شبیه خودم هستن. آدمایی که فازشون با من یکیه و می‌شه در مورد اینا صحبت کرد، ارتباط دارم. با آدم‌های

بالتر از خودم می‌پریم. با آدمایی که معروفن و خاصن ارتباط دارم. سعی می‌کنم فالوورام خارجی باشن یا تتو کارای معروف باشن...» (مصاحبه شماره ۱۵).

۲) مدل‌سازی

به‌کارگیری لباس‌ها و زیورآلات مد روز استراتژی برای مقاومت و براندازی هویت زیبایی در مردان است. مردان از نشانگرهای ظاهری مانند: انگشتر، دستبند و زنجیر طلا، بلند نگه داشتن ناخن انگشت کوچک دو دست، برداشتن ابرو، بستن مو باکش، مبدل پوشی یا تبلیس، لباس‌های مارک، سوارشدن ماشین‌های لوکس و خارجی و با سرعت حرکت کردن در خیابان‌ها و به‌طورکلی بیش‌ازحد به سر و وضع خود رسیدن، راهی برای ابراز وجود و نمایش خودشان به دیگران است. کنار هم نهادن پازل کالاهای مصرفی و زینتی در مردان و سهولت بخشیدن به استفاده فعال مردان از زبان پوشاک، برای بیان تفاوت‌هاست. این ابزارها ترفندهای بهت‌آور بصری است که قصه ساخته شدن خود را حکایت می‌کند. این نشانگرها نخستین منبعی برای دادوستدهای نمادین در زندگی روزمره می‌باشد که سبکی بصری و شیوه‌ای تماشایی برای نشان دادن هویت آنان است. مردان با انتخاب‌هایی که درزمینه این سبک بصری به‌عمل آورده‌اند و تصویر شخصی‌ای که دوست دارند با استفاده از این سبک‌ها خلق می‌کنند؛ دستورالعمل‌های بسیار فردی برای نشان دادن هویت فردی‌شان به دیگران است. «...لباس جذب می‌پوشم. بهترین مارک‌های لباس رو می‌پوشم. بیشتر به ظاهر می‌سرم، این تزئیناتم به خودم اضافه می‌کنم. هر لباسی بین پسرها مد شده رو می‌پوشم. طوری می‌پوشم و می‌خورم و رفتار می‌کنم که بچه‌مایه دار تصور کنند...» (مصاحبه شماره ۴).

«...لباسای خاص می‌پوشم تا به تنم بشینه. طرز راه رفتن و فیگوری که می‌گیرم همه چیزو می‌گه. بهترین ماشین و خارجی‌ترین رو سوار می‌شم، حتی می‌ذارم جلوی مغازم. گردنبنده، دستبند و این چیزا به خودم میندازم. سعی می‌کنم لباسای بیپوشم که همه اینا مشخص باشه...» (مصاحبه شماره ۱۱).

۳) شخصیت‌سازی

شخصیت‌سازی فرآیندی است که شخصیت فرد دست‌خوش تغییر می‌شود و جنبه‌هایی از شخصیت فرد، عقاید و جهان‌بینی او یا خصلت و خصوصیاتش دگرگون می‌شود. این افراد شخصیتی جانشین شونده را انتخاب می‌کنند. برای رسیدن به این خواسته داشتن یک شخصیت خوب، حیاتی است. این شخصیت فرد است که

تعیین می‌کند سایرین به او جذب شوند یا از او فاصله بگیرند. فرد تا اندازه‌ای قدرت دارد ظاهرش را تغییر دهد؛ این توانایی را دارد که شخصیت خودش را تا هر اندازه که می‌خواهد ارتقا دهد و صفات و ویژگی‌های یک شخصیت قوی را که مناسب و مطلوب می‌داند را در خودش تقویت کند؛ با این وجود، مردان با ظاهر آرایبی خود، نقاب و ماسک جدید از الگوهای معین و مشخصی از تفکر، هیجان و رفتار را بر چهرشان زدند که سبک شخصی آنان را در تعامل با محیط اجتماعی و مادی اش رقم می‌زند. آنان معتقدند برای نمایش هویت دلخواهشان باید در شیوه بیان و نگرش‌ها و باورها تغییر ایجاد کنند، خوش اخلاقی و خوش رویی در مقابل دیگران پیشه کار خود قرار دهند، با بالابردن معلومات، توانایی اظهار نظر کردن و اظهار وجود کردن در جمع‌ها را داشته باشند؛ در کل باید خودشان را روشن فکر نشان دهند.

«... طرز بیان و لحنی که دارم همه چیز می‌گه. سعی می‌کنم افکارم، رو مُد باشه. اطلاعاتم بالا باشه. دیگه نمی‌تونم هرطوری خواستی رفتار کنی، باید خیلی خاص باشه. باید خیلی باکلاس حرف بزنی از کلمات قشنگ استفاده کنی...» (مصاحبه شماره ۶).

«... باید با هر کسی یه شکلی رفتار کرد. دیدم نسبت به جامعه، زندگی و خیلی چیزای دیگه عوض شده؛ نظر من، منو نشون می‌ده. مطالعه می‌کنم تا به روز باشم. باید خوش اخلاق باشی. باید خوش برخورد و خوش صحبت باشی، خیلی باید باکلاس صحبت کنی، هر دم بیلی نباشه. طرز فکر رو عوض کردم که نگن هنو عقیم. خوش خنده‌ام. نظر من تو هر زمینه‌ای می‌دم...» (مصاحبه شماره ۱۳).

۴) هنرنمایی

هنر، توانایی و مهارت آفریدن زیبایی است. هنر زیبایی است و زیبایی هر چیزی است که آدم را به خود جذب می‌کند و انسان خواهان تکرار دیدن یا شنیدن آن است. هنر مجموعه‌ای از آثار و فرآیندهای ساخت انسان است که برای اثرگذاری بر احساسات و یا انتقال یک مفهوم خلق می‌شود. امر هنری همیشه با خلاقیت انسان همراه بوده است. هنرنمایی، نشان دادن و اظهار کردن هنر و زیبایی‌ها است. افراد سعی دارند، هنر و کاردانی خود را به دیگران بنمایند. با این وجود، ۵ نفر از مردان مصاحبه‌شونده، با استفاده از هنر آرایشگری و توانمندی‌هایی مانند هنر موسیقی و نمایش خود سعی دارند، خودشان را به دیگران معرفی کنند. هنر آنان بیان احساسات و عاطفه آنان و برداشت مردان از زندگی و جهان هستی است. آنان از طریق هنرنمایی خود در پی نشان دادن هویت دلخواهشان به دوستان و دیگران هستند.

«... با هنرم و تبلیغ کارم تو جمع‌ها. پیج کاری دارم. به همه معرفی می‌کنم؛ مثلاً می‌گم تتوی فلانی رو دیدی من زدم. یا سر صحبت رو بازمی‌کنم که بگم این رنگ مو، اصلاح یا تتو مال خود منه...» (مصاحبه شماره ۱).

«... نقشی که بهم می‌دن رو سعی می‌کنم خیلی خوب بازی کنم؛ طوری کار می‌کنم که نقشی خوبی بهم بدن. همین استایل خوب باعث می‌شه دیالوگامو راحت تر بگم و تو نقشم بی‌نقص باشم. صدام هم خوبه، ساز می‌زنم و کلاس خوانندگی می‌رم. بیشتر تو جمع‌ها آواز می‌خونم...» (مصاحبه شماره ۱۵).

۶. نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر که باهدف کاوش در معنای هویت و مفهوم استراتژی مدیریت هویت زیبایی در مردان انجام شد، نشان داد که امروزه مردان هویت خویش را از طریق زیبایی و حضور در مراکز زیبایی، معنا و مدیریت می‌نمایند. برداشت مردان از حضور در مراکز زیبایی، به صورت مسابقه جنسی، سبک مقابله‌ای و راهبرد فراشناختی خود، نشان داده شده است؛ به‌همین منظور، آنان از طریق زیبایی بخشی، مسیر معرفی خودشان به دیگران را با مضامین، خودارزشمندی، خود عادی‌سازی، کمال‌یابی خود و خود اثربخشی هموارساخته‌اند؛ هم‌چنین، استراتژی مدیریت هویت زیبایی از دیدگاه شرکت‌کنندگان در پژوهش دارای چهار مضمون اصلی هم‌ذات‌پنداری، مدل‌سازی، شخصیت‌سازی و هنرنمایی بوده و بر این باور بودند استفاده از این استراتژی‌ها، آنان را در نمایش هویت یاری کرده است.

در فرهنگ جامعه معاصر فشار برای جوان و زیبا به نظر رسیدن و دست‌یابی به خود و هویتی دلخواه روبه افزایش است؛ به‌همین منظور، مردان مورد مطالعه با استفاده از راهبرد ظاهر‌آرایی و زیباسازی بدن، در پی اصلاح و مدیریت هویت خویش بوده‌اند. فهم و برداشت مردان از استفاده از مراکز زیبایی و تغییر در ظاهر خود، حسی رقابتی و جنبشی در مردان ایجاد کرده است. آنان برای بیرون کشیدن سرمایه زیبایی از دستان زنان و دستیابی به هدف اصلی خود، یعنی هویت دلخواه و آramانی، استفاده از استراتژی زیبایی بخشی را بر دیگر راهبردها ترجیح داده‌اند. به باور آنان برای رهایی از فضای خفقان‌آور فرهنگی و هویت متزلزل و سرگردان فعلی، مسیری هموارتر از حضور در مراکز زیبایی و استفاده از خدمات زیبایی نیافته‌اند. این یافته با دیدگاه جنکینز در ارتباط است؛ بنابر دیدگاه جنکینز، شکل‌گیری هویت فردی تحت تأثیر بسترهای اجتماعی است و تغییرات اجتماعی و فرهنگی زمینه ساخت دوباره هویت را فراهم می‌کنند. در راستای این نتیجه، پژوهش دانش‌مهر و سبحانی (۱۴۰۰) و پژوهش‌های اتکینسون

(۲۰۰۸) تأیید می‌نماید که مردان، زیبایی بخشی را عاملی در رسیدن به خود و هویت آرمانی می‌دانستند به شکلی که، هدف آنان پوشاندن ضعف‌ها و نواقص خود نبوده است؛ بلکه مردان تمایل دارند، در آنچه هستند، به وسیله زیباسازی هویت خویش را مدیریت نمایند. هم‌چنین، توسل به ترفندهای زیبایی مُد شده، سبب شده است تا مردان امروزی تصویرهای شخصی از خود بیافرینند که هم خویشان آن‌ها را برپا بدارد و هم پیام‌هایی با رمزهای فرهنگی به دیگران ارسال نمایند؛ بنابراین زیبایی‌سازی، روشی کاملاً بصری و نسبتاً فوری برای ابراز هویت مردان می‌باشد که با رویکرد گافمن، فدرستون و بودریار هم‌سو می‌باشد. به‌زعم آنان، فرهنگ مصرفی، نیاز جلوه‌گری افراد در جامعه معاصر را برطرف می‌نماید و مصرف و کنترل بدن به وسیله آن مهر تأییدی بر هویت افراد می‌باشد و مصرف نقش مهمی در ساختن هویت فردی بازی می‌کند و از طریق همین مصرف، هویتی دلخواه شکل می‌گیرد و مدیریت می‌شود؛ به عبارت دیگر، هویت به فرآیندی تبدیل می‌شود که از طریق نشانه‌ها و نه از طریق چیزی از پیش موجود یا ذاتی شکل می‌گیرد و نشانه شیوه‌هایی برای به دست آوردن ارزش، منزلت و تشخص هستند. این نتایج در تأیید یافته‌های پژوهش جعفری و همکاران (۱۳۹۹) و محمودی و همکاران (۱۳۹۶) می‌باشد. آن‌ها در تحقیقات خود، به تغییر در ملاک‌های شناخت هویت اشاره داشته‌اند و ارزش‌های مدرن و نو را در شکل‌گیری هویت تأثیرگذار دانسته‌اند؛ به گونه‌ای که زیبایی و بدن، وسیله مناسب برای کسب هویت در جامعه امروزی می‌باشد.

بر این اساس، ظاهرسازی و زیباسازی بدن، استراتژی دم‌دست و مُدشده‌ای برای مدیریت هویت مردان یزدی است که از طریق عواملی مانند: هم‌ذات‌پنداری، مدل‌سازی، شخصیت‌سازی و هنرنمایی، هویت اصلاح شده‌شان را مدیریت می‌نمایند. همانندسازی و الگوبرداری از رفتار دیگران، تبلیغ باشگاه ورزشی خود، طراحی‌های روی بدن و توانمندی‌های دیگر، به مانند هنر موسیقی و نمایش، صرف ساعت‌ها خودآرایی، تقلید از مدهای جدید، خرید زیورآلات و لباس‌های مارک دار، پوشیدن لباس‌ها و تزئینات ظاهری و تغییر در کیفیت نگرش‌ها، باورهای ذهنی، اخلاقیات، رفتار و خلق‌وخوی خود، هویتشان را از دیگران متمایز ساخته و به نمایش گذاشته‌اند. در نتیجه، نقاب و روبند جدیدی که مردان استفاده نموده‌اند، آن‌ها را در هدف اصلی پاسخ دادن به سؤال این‌که چه کسی هستند و در نظر دیگران چگونه می‌باشند و در نتیجه، چگونه هویت خود را حفظ و مدیریت می‌کنند، یاری کرده است.

باتوجه به یافته‌های حاصل شده مبنی بر افزایش چشمگیر تعداد متقاضیان اعمال زیبایی و نیز نقش رسانه‌ها و ترغیب مردان به انجام این اعمال ضروری است، نظام

سلامت در راستای کاهش میزان تمایل مردان نسبت به انجام عمل‌های زیبایی از کمک رسانه‌ها بهره‌بردار. پیشنهاد می‌گردد رسانه‌ها زمینه لازم برای تصحیح دیدگاه فرهنگی و اجتماعی جامعه را با انجام کارهایی هم‌چون: ساخت مستنداتی درباره جراحی‌های زیبایی و عوارض آن‌ها، تعاریف جدید زیبایی‌شناختی در جامعه، پیشگیری از تبلیغات نامناسب در زمینه انجام جراحی‌های زیبایی غیرضروری، کنترل برنامه‌های پرترف‌دار و سلبریتی‌ها و استفاده از تبلیغات مناسب را فراهم کنند. در تشریح راهکارهای مهار موج فزاینده اعمال زیبایی در جامعه می‌توان گفت افزایش سطح مطالعات علمی، اخلاقی و معنوی و کاربست حقیقی و اصولی آن در زندگی می‌تواند روح جمعی جامعه را در مقابل هجوم‌های فرهنگی غرب واکسینه و دیدگاه‌های سطحی‌گرایانه، مانند: دغدغه‌های زیبایی‌نمایی افراطی با روش‌های تصنعی هم‌چون: اعمال زیبایی را تضعیف و مغلوب کند. هم‌چنین نقش خانواده و نهادها به خصوص نهاد آموزش و پرورش، در مهار چنین نگرش‌هایی بسیار کلیدی و حائز اهمیت است. با فرهنگ‌سازی درست و تأثیرگذار، جلوی افزایش بیشتر این روند را گرفته و تا از این دیرتر نشده، ارزش‌های شخصیتی افراد را جایگزین ارزش‌های ظاهری کنند. درنهایت، دولت نیز می‌تواند با ایجاد اشتغال برای جوانان، به آن‌ها هویت ببخشد. ضمن این‌که وقتی جوانان دارای کار شده، ازدواج کنند و زندگی تشکیل بدهند و در آرامش به دنبال کسب مهارت‌های جدید و ارتقای سطح سواد خود باشند، کمتر دچار کمبود اعتماد به نفس شده و برای تغییر موقعیت خود و کسب محبوبیت اجتماعی به فکر تغییر ظاهر خود می‌افتند.

سپاسگزاری

از تمامی کسانی که ما را در این پژوهش و مصاحبه یاری رسانده‌اند، کمال تشکر و قدردانی را داریم.

پی‌نوشت

1. Rosen
3. Atkinson
3. Thoson
4. Ricciardelli & White
5. Waskull & Vannini
6. Vingoles
7. Gimlin
8. Wen
9. Marshall
10. Murphy
11. Ricciardelli & Clow
12. Holliday & Cairnie

13. Miller
14. Heath
15. Lagrande & Milbum
16. King
17. Niens & Cairns
18. Folmer & Jones
19. Featherstone

کتابنامه

- افشارکهن، جواد؛ و زمانی، زهرا، (۱۳۹۸). «پزشکی شدن زیبایی و سبک‌های هویتی». فصلنامه علمی مطالعات فرهنگ و ارتباطات، ل ۲۰ (۴۸): ۲۰۴-۱۶۷.
- اکبرزاده جهرمی، جمال‌الدین؛ رضوی زاده، نورالدین؛ و شیخی، محدثه، (۱۳۹۸). «نقش اینستاگرام در مدیریت بدن زنان، مطالعه موردی: زنان مناطق یک و بیست تهران». فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین، ۵ (۲۰): ۳۷-۷۹.
- ایمان، محمدتقی، (۱۳۹۴). روش‌شناسی تحقیقات کیفی. قم: پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.
- بنت، اندی، (۱۳۹۳). فرهنگ و زندگی روزمره. ترجمه لیلا جوآفشانی و حسن چاوشیان، تهران: اختران.
- جعفری، زین‌العابدین؛ موحد، مجید؛ زاهدزاهدانی، سعید؛ و غفاری‌نسب، اسفندیار؛ (۱۳۹۹). «جراحی زیبایی: بررسی دیالکتیکی عاملیت و ساختار مبتنی بر واقع‌گرایی انتقادی». جامعه پژوهی فرهنگی، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، ۱۱ (۱): ۱-۳۱.
- جنکینز، ریچارد، (۱۳۸۱). هویت اجتماعی. ترجمه تورج احمدیار، تهران: نشر شیرازه.
- حاجیان، ابراهیم، (۱۳۸۸). جامعه‌شناسی هویت ایرانی. تهران: پژوهشکده تحقیقات استراتژیک.
- دانش‌مهر، حسین؛ و سبحانی، پرویز، (۱۴۰۰). «بدنمندی و بر ساخت مردانگی: روایت مردان از تجربه جراحی‌های زیبایی». مطالعات جامعه‌شناختی، ۲۸ (۱): ۲۲۷-۱۹۹.
- دیورینگ، سایمون، (۱۳۸۲). مطالعات فرهنگی. ترجمه نیما ملک‌محمدی و شهریار وقفی‌پور، تهران: تلخون.
- ریتزر، جورج، (۱۳۸۲). نظریه‌های جامعه‌شناسی در دوران مدرن. ترجمه محسن ثلاثی، تهران: علمی.
- سیدمن، استیون، (۱۳۸۶). کشاکش آرا در جامعه‌شناسی. ترجمه هادی جلیلی، نشر نی: تهران.

- شهبابی، محمود، (۱۳۸۹). صنعت - فرهنگ ظاهرآرایی و زیباسازی بدن در ایران. تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- عباس‌زاده، محمد؛ اقدسی، فرانک؛ سعادت، موسی؛ و مبارک‌بخشایش، مرتضی، (۱۳۹۰). «مطالعه جامعه‌شناختی گرایش به زیبایی با عمل جراحی پلاستیک و عوامل مرتبط با آن». جامعه‌شناسی کاربردی، ۲۳، (۴۷): ۱۴۰-۱۲۳.
- قادرزاده، امید؛ خالق‌پناه، کمال؛ و خزایی، سارا، (۱۳۹۳). «تحلیل تجربه‌های زنانه از جراحی زیبایی (مطالعه کیفی دلایل و پیامدهای جراحی زیبایی)». نشریه زن در توسعه و سیاست، ۱۲ (۱): ۲۰-۱.
- کاظمی کله‌گلان، فریبا؛ پارسافر، سحر؛ افشاری، مریم؛ و براتی، مجید، (۱۳۹۶). «نگرش‌های اجتماعی - فرهنگی درمورد جراحی‌های زیبایی و عوامل مرتبط با آن در دانشجویان دختر دانشگاه علوم پزشکی همدان». پوست و زیبایی، ۸، (۴): ۱۹۴-۱۸۵.
- کرسول، جان، (۱۳۹۶). پوییش کیفی و طرح پژوهش. ترجمه حسن دانایی‌فرد و حسین کاظمی، تهران: صفار.
- کنعانی، محمدامین؛ و رزاقی، فاطمه، (۱۳۹۶). «رسانه، درونی‌سازی هنجارها و تصور از بدن». پژوهش‌های جامعه‌شناسی معاصر، ۶، (۱۰): ۲۷-۱.
- کوهستان بحرآسمان، فاطمه؛ محمدی، اصغر؛ و جهانبخش، اسماعیل، (۱۳۹۸). «بررسی ارتباط بین مدگرایی و هویت اجتماعی در بین دختران جوان ۱۵ تا ۲۹ سال شهر کرمان». فصلنامه زن و جامعه، ۱۰ (۳): ۲۳۸-۲۱۵.
- گنجی، مهدی؛ امیرمظاهری، امیرمسعود؛ و لیبی، مهدی، (۱۳۹۸). «تبارشناسی اجتماعی دست‌کاری بدن در زنان ایرانی». مطالعات زن و خانواده، پژوهشکده زنان دانشگاه الزهراء، ۷ (۱): ۲۴۷-۲۰۶.
- لوبروتون، داوید، (۱۳۹۲). جامعه‌شناسی بدن. ترجمه ناصر فکوهی، تهران: ثالث.
- محمودیان، حسین؛ کوچانی اصفهانی، مسعود؛ و مقدس، سعید، (۱۳۹۴). «مصرف رسانه، مدیریت بدن و رفتار باروری». راهبرد فرهنگ، ۳۱: ۱۹۶-۱۷۳.
- محمدی، جمال؛ و حسنی، کویستان، (۱۳۹۹). «سویه‌های رهایی بخش و سرکوب‌گرانه بدن‌آرایی و بدن‌نمایی (مورد مطالعه: زنان شهر تهران)». مسائل اجتماعی ایران، ۱۱ (۲): ۳۵۴-۳۲۱.
- محمودی، یسری؛ محدثی، حسن؛ و تاج‌الدین، محمدباقر، (۱۳۹۶). «مطالعه‌ی جامعه‌شناختی دلایل و پیامدهای جراحی‌های زیبایی زنان و مردان ساکن شهر تهران». فصلنامه شورای فرهنگی اجتماعی زنان و خانواده، دوره ۲۰، (۷۷): ۱۶۷-۱۳۹.
- نوذری، حسینعلی، (۱۳۸۵). صورت‌بندی مدرنیته و پست‌مدرنیته. تهران: نقش جهان.

- نیازی، محسن؛ نوری، زهرا؛ حسین‌زاده، سعید؛ و سخایی، یعقوب، (۱۳۹۹). «فراتحلیل پژوهش‌های رابطه سبک زندگی و هویت اجتماعی در ایران». پژوهش‌های راهبردی معاصر، ۹ (۱۶): ۱۶۱-۱۸۲.

- هاشمی، تورج؛ و محمدپناه‌اردکان، عذرا، (۱۳۹۷). «نقش واسطه‌ای تصویر بدنی منفی و مکانیسم‌های دفاعی نوروتیک در رابطه صفات شخصیت و تمایل به جراحی زیبایی». فصلنامه پژوهش‌های نوین روان‌شناختی، ۱۳، (۵۲): ۳۰۴-۲۸۱.

- Abbaszadeh, M.; Aghdasi, F.; Saadati, M. & Mubarak Bakshaish, M., (2010). "Sociological study of the tendency to beautify with plastic surgery and factors related to it". *Applied Sociology*, 23(47): 140-123, (In Persian).

- Atkinson, M., (2008). *Exploring Male Femininity in the Crisis: Men and Cosmetic Surgery*. Los Angeles, SAGE Publication.

- Atkinson, M., (2006). *Masks of Masculinity: (Sur)passing Narratives and Cosmetic Surgery*. London, Ash gate.

- Afshar Khan, J. Zamani, Z., (2018). "Medicalization of beauty and identity styles". *Scientific quarterly of culture and communication studies*, 20 (48): 167-204, (In Persian).

- AkbarzadehJahrami, J.; Razavizadeh, N. & Sheikhi, M., (2018). "The role of Instagram in the management of women's bodies, a case study: women in the first and twenty districts of Tehran". *Modern Media Studies Quarterly*, 5 (20): 79-37, (In Persian).

- Bennett, A., (2013). *Culture and daily life*. Translated by: Leila Javafshani and Hassan Chavoshian, Tehran: Akhtar, (In Persian).

- DaneshMehr, H. & Sobhani, P., (2021). "Physicality and the construction of masculinity: Men's narrative of cosmetic surgery experience". *Sociological Studies*, 28 (1): 227-199, (In Persian).

- Creswell, J., (2016). "Qualitative survey and research design". Translated by: Hasan DanaeiFard and Hossein Kazemi, Tehran: Safar, (In Persian).

- During, S., (2003). *Cultural Studies*. Translated by: Nima Malek Mohammadi and Shahriar Vaqfipour, Tehran: Talchoun, (In Persian).

- Featherstone, M., (2010). "Body, Image and Affect in Consumer Culture".

Body & Society Copyrigh, 16(1): 193–221; DOI: 10.1177/1357034X09354357.

- Ganji, M.; Mozaheri, A., Massoud, A. & Labibi, M., (2018). “Social genealogy of body manipulation in Iranian women”. *Women and Family Studies, Al-Zahra University Women's Research Institute*, 7 (1): 206-247, (In Persian).

- Gimlin, D., (2000). “Cosmetic Surgery: Beauty as Commodity”. *Qualitative Sociology*, 23 (1): 77-98, doi: org.ezp.semantak.com/10.1023/A:1005455600571.

- Follmer, K. & Jones, K. S., (2021). “Navigating Depression at Work: Identity Management Strategies Along the Disclosure Continuum”. *Group & Organization Management*, 0(0): 1–45, DOI: 10.1177/10596011211002010.

- Hajiani, I., (2009). *Sociology of Iranian identity*. Tehran: Strategic Research Institute (In Persian).

- Hashemi, T. & Mohammad Panah Ardakan, O., (2017). “The mediating role of negative body image and neurotic defense mechanisms in the relationship between personality traits and desire for cosmetic surgery”. *New Psychological Research Quarterly*, 13 (52): 281-304, (In Persian).

- Heath, R. L., (2018). “Identity and Identity Management”. *The International Encyclopedia of Strategic Communication*, Robert L. Heath and Winni Johansen: 1-16, DOI: 10.1002/9781119010722.iesc0083.

- Holliday, R. & Cairnie, A., (2008). “Man Made Plastic Investigating men’s consumption of aesthetic surgery”. *Journal of Consumer Culture*, 7(1): 57–78, 1469-5405, DOI: 10.1177/1469540507073508

- Iman, M. T., (2014). *Qualitative Research Methodology*. Qom: University and District Research Institute, (In Persian).

- Jafari, Zain al-Abidin, Mohed, Majid, Zahidzahdani, Saeed and GhafariNasab, E., (2019). “Cosmetic surgery: a dialectical investigation of agency and structure based on critical realism”. *Cultural Research Society, Research Institute of Humanities and Cultural Studies*, 11 (1): 1-31, (In Persian).

- Jenkins, R., (1381). *Social identity*. Translated by: TorajAhmadyar, Tehran: Shirazeh Publishing, (In Persian).

- Kadirzadeh, O.; Khaleq Panah, K. & Khazaei, S., (2013). "Analysis of women's experiences of cosmetic surgery (qualitative study of the reasons and consequences of cosmetic surgery)". *Zan Ber Development and Politics Journal*, 12 (1): 1-20, (In Persian).
- Kanani, M. A. & Razzaghi, F., (2016). "Media, internalization of norms and perception of the body". *Contemporary Sociological Research*, 6 (10): 1-27, (In Persian).
- KazemiKile Golan, F.; Parsafer, S.; Afshari, M. & Barati, M., (2016). "Socio-cultural attitudes about cosmetic surgeries and related factors in female students of Hamadan University of Medical Sciences". *Skin and Beauty*, 8, (4): 185-194, (In Persian).
- King, E. B.; Mohr, J. J. P.; Chad, I.; Jones, K. P. & Kendra, M., (2014). "Predictors of Identity Management: AnExploratory Experience-Sampling Study of Lesbian, Gay, and Bisexual Workers". *Journal of Management*, 43 (2): 476–502, DOI: 10.1177/0149206314539350.
- Kohiştan Bahr Asman, F.; Mohammadi, A. & Jahanbakhsh, I., (2018). "Investigating the relationship between fashion orientation and social identity among young girls aged 15 to 29 in Kerman". *Women and Society Quarterly*, 10 (3): 215-238, (In Persian).
- Lagrande, S. & Milburn, T., (2003). "Keeping it real: Identity management strategies used by teens in conversation". *Communication Studies*, 54(2): 230-247, Doi.org/10.1080/10510970309363282.
- Loubroughton, D., (2012). *Sociology of the body*. Translated by: Nasser Fakuhi, Tehran: Third, (In Persian).
- Mahmoudian, H., KochaniEsfahani, M. & Moghadis, S., (2014). "Media consumption, body management and reproductive behavior". *Culture Strategy*, 31: 173-196, (In Persian).
- Mohammadi, J. & Hosni, K., (2019). "Liberating and repressive strains of body decoration and body display (case study: women of Tehran)". *Social Issues of Iran*, 11 (2): 354-321. (In Persian).
- Mahmoudi, Y.; Mohaddisi, H. & Tajuddin, M. B., (2016). "Sociological

study of the reasons and consequences of cosmetic surgery for women and men living in Tehran”. *Quarterly Journal of the Social Cultural Council of Women and Family*, 20 (77): 139-167, (In Persian).

- Marshall, K. et al., (2020). “Male bodybuilders on Instagram: negotiating inclusive masculinities through hegemonic masculine bodies”. *Journal of Gender Studies*, 29 (5): 570-589, DOI: 10.1080/09589236.2020.1722620.

- Murphy, P. J.; Hevey, D.; O’Dea, S.; Rathaille, N. N. & Mulcahy, F., (2015). “Sero-status Disclosure, Stigma Resistance, and Identity Management Among HIV-Positive Gay Men in Ireland”. *Qualitative Health Research*, 26(11): 1459 –1472, DOI: 10.1177/1049732315606687.

- Miller, L. E., (2016). “Identity Management”. *The International Encyclopedia of Interpersonal Communication*: 1-5, DOI: 10.1002/9781118540190.wbeic0086.

- Niens, U. & Cairns, E., (2002). “Identity Management Strategies in Northern Ireland”. *The Journal of Social Psychology*, 142 (3), 371-380, DOI: 10.1080/00224540209603905.

- Nowzari, H. A., (2006). *Formulation of modernity and postmodernity*. Tehran: Naqsh Jahan, (In Persian).

- Niazi, M.; Nouri, Z.; Hosseinzadeh, S. & Sakhai, Y., (2019). “Meta-analysis of studies on the relationship between lifestyle and social identity in Iran”. *Contemporary strategic research*, 9 (16): 161-182, (In Persian).

- Ricciardelli, R. & Clow, K., (2009). “Men, Appearance, and Cosmetic Surgery: The Role of Self Esteem and Comfort with the Body”. *Canadian Journal of Sociology*, 34(1): 105-134.

- Ricciardelli, R. & White, Ph., (2011). “Modifying the Body: Canadian Men’s Perspectives on Appearance and Cosmetic Surgery”. *The Qualitative Report*, 16(4): 949-970. <http://www.nova.edu/ssss/QR/QR16-4/ricciardelli.pdf>.

- Rosen, C., (2004). “The democratization of beauty”. *The new Atlantis*, 5: 19-35.

- Thomsen, S. R.; Weber, M. M. & Brown, L. B., (2002). “The relationship

between beauty and fashion magazines and the use of pathologic dieting methods among adolescent females". *Journal of Adolescence*, 37(145):1-18, DOI:10.1190/1.9781560801986.intro.

- Ritzer, G., (2003). *Sociological theories in the modern era*. Translated by: Mohsen Salasi, Tehran: Scientific, (In Persian).

- Seidman, S., (2007). *Conflict of votes in sociology*. Translated by: Hadi Jalili, Nei Publishing House: Tehran, (In Persian).

- Shahabi, M., (2010). *The culture of body make-up and beautification in Iran*. Tehran: Research Institute of Culture, Art and Communication of the Ministry of Culture and Islamic Guidance, (In Persian).

- Vingoies, V., (2017). *Identity: Personal AND Social*. See discussions, stats, and author profiles for this publication at: <https://www.researchgate.net/publication/316790231>.

- Wen, H., (2021). "Gentle yet Manly: Xiao xianrou, Male Cosmetic Surgery and Neoliberal Consumer Culture in China". *Asian Studies Review*, 45 (2): 253-271, DOI:10.1080/10357823.2021.1896676.

- Waskul, D. & Vannini, Ph., (2006). *Body/Embodiment: Symbolic Interaction and the Sociology of the Body*. Ash gate Publishing Company, Burlington, USA.

Studying the Effective Factors of Tendency Towards Superstitions Among Citizens: Meta-analysis of Researches from 2009 to 2018

Ashayeri, T.^I, Voshoughi Asl, A.^{II}, Jahanparvar, T.^{III}, Hassanzadeh, Z.^{IV}

<https://dx.doi.org/10.22084/CSR.2022.24441.1976>

Received: 2021/06/16; Accepted: 2022/03/05

Type of Article: **Research**

Pp: 359-393

Abstract

The main purpose of the research is to study the effective factors of tendency to superstition among citizens. The research method is quantitative meta-analysis, the statistical population of which is 23 documents, of which 18 studies were selected due to the survey and being related to the research problem, compliance with quality and validity, non-probability sampling method from the scientific database of Nurmagz, Jihad Dhanshi, Mag-Iran and Iran has been docked. The results show that there is a relationship between social (0.135), cultural (0.204), psychological (0.365) and economic (0.478) factors with superstition tendency and their total effect was equal to 19. Also, Q test and funnel plot confirmed the existence of heterogeneity (variance) between studies. To check it, contextual variables were considered as moderator variables. The results of the moderator study show that ethnic identity has an effect on superstition tendency and its overall effect is equal to 0.13%. This rate has been higher among Ler and Turks than other ethnic groups. In terms of gender, women are more prone to superstition than men, and the reason for this is the psychological, physical and social difference between men and women in society. Also, football players are less inclined to superstitions and general citizens are more prone to superstitions. From the point of view of the place of life (biospatial-geographic), the residents of the village environment are more interested and willing to explain things with superstitions. The reason for this is geographical isolation, low cultural capital, localism, and people's compatibility with their traditional and historical norms regarding social affairs.

Keywords: Fatalism and Tradition, Deprivation Trap, Superstition, Rationality, Modernization.

I. Assistant Professor, Department of History and Sociology, Faculty of Social Sciences, University of Mohaghegh Ardabili, Ardabil, Iran (Corresponding Author). **Email:** t.ashayeri@uma.ac.ir

II. Ph.D. student of sociology of Iranian social issues, Islamic Azad University, Garmsar Branch, Semnan, Iran.

III. Ph.D. student of Cultural Sociology, Islamic Azad University of Tehran Center, Tehran, Iran.

IV. Senior Expert in Cultural Studies, Social Science Department, Social Science College, Kashan University, Kashan, Iran.

Citations: Ashayeri, T.; Jahanparvar, T.; Vosoghi, A. & Hassanzadeh, Z., (2022). "Studying the Effective Factors of Tendency Towards Superstitions Among Citizens: Meta-analysis of Researches from 2009 to 2018". *Two Quarterly Journal of Contemporary Sociological Research*, 11(20): 359-393. doi: 10.22084/csr.2022.24441.1976.

Homepage of this Article: https://csr.basu.ac.ir/article_4515.html?lang=en

1. Introduction

According to the latest statistics of the Ministry of Health, 10% of the country's population went to non-specialized and unqualified people such as Duanavis and Ramal in one year. 68% of girls between the ages of 18 and 26 have visited a fortune teller at least once, 50% have visited a fortune teller several times, and 83% of students have confirmed the words of fortune tellers and went to them with faith. More than seven and a half million Iranians were customers of fortune tellers, fortune tellers and prayer writers in 2013. He spends one hundred thousand tomans a week on coffee, rose water, candles and tarot cards. Basically, throughout the history of human life, man seeks peace of mind and explanation of issues. In Iran, in 2019, the market of sandal and prayer writing flourished by 40%, and people spent more than 30 billion tomans per year on this issue. Various researches have been done about the tendency towards superstitions, by searching the keywords of superstitions on the Normagz website, Mag Iran and the Academic Jihad database, 18 survey research documents have been registered. Explain superstitions. Finally, the main goal of the research is:

1. Meta-analysis of factors affecting the tendency to superstitions
2. Studying the effect of mediating variables (moderating) on superstition tendency
3. Providing socio-cultural solutions to deal with superstitions in society

2. Materials and Methods

The present research is meta-analysis type. In this researcher's method, statistical analysis has been done using quantitative research findings. The statistical population of the present study is all the studies conducted in Iran during the years 2009 to 2019 with the same topic as the present study, which are indexed in one of the scientific databases of SID University Jihad, Noormags specialized journals database, Magiran publications database. Among more than 23 research studies on superstitions, 18 research documents that had the basic criteria of meta-analysis, such as correlation coefficient, significance level, and specific sample size, were selected. The list of information that was removed from the studies includes: general information (author's name), year of publication, statistical population, information related to research variables (correlation coefficient and significance level), sample size and sampling method. Each of the studies was coded and entered into the CMA software. The main method of meta-analysis is based on combining the results, which

is used after converting the statistics into the *r* index and estimating the effect size. Based on this, the researches that were selected for meta-analysis are presented in Tables.

3. Data

- The characteristics of 18 research documents are given in terms of sample size, sampling method, place of implementation, ethnic identity and place of implementation.

- 72% of the research is a published research article and 28% is an academic thesis.

- 16% of the researches were carried out in 2009 and 2018.

- 16.6% of researches have been carried out in Isfahan city.

- 50% of the researches were carried out by multi-stage cluster method, 39% by simple random method and 11% by stratified method.

- 61% of the researches have been done on the Fars ethnic group.

- 56% of the authors have chosen their statistical population from men.

- 72% of the research has studied about general citizens.

- 72% of the surveyed group lived in the city and 28% in the village.

4. Discussion

One: There is a significant relationship between cultural factors and tendency to superstitions. As the use of mass communication tools (0.391), education (0.200), social awareness (0.124), modernity (0.142), religiosity (0.235) and cultural capital (0.135) increases, the society's tendency towards superstitions and superstitions decreases. and with the increase of fatalism (0.180) at the level of society, superstitious behaviors among Iranian people will also increase.

Two: There is a significant relationship between social factors and tendency to superstitions. When in the society, people have a tendency towards social conformity (0.247), they refer to superstitious thoughts in their daily affairs, with the increase of social helplessness (0.317), the person becomes more superstitious. With the increase in life satisfaction (0.240), social support (0.301), awareness of citizenship rights (0.415), urbanization (0.145), superstitious behaviors and beliefs in the society, there is a decreasing trend. Social isolation (0.331) will cause a person to be cut off from the community, social exclusion, and hiding into superstitious thoughts and behaviors to instill peace and psychological security.

Three: There is a significant relationship between psychological factors and tendency to superstitions. Along with the increase in the feeling of social security (0.301) and self-esteem (0.156) in the society, superstitious beliefs also decrease, as alienation (0.370) and the feeling of anomie (0.287) permeates the culture and social structure and becomes common among people, this It will spread the culture of superstition in the society.

Four: There is a significant relationship between economic factors and tendency to superstitions. With the increase of relative deprivation (0.314), the amount of superstition increases, as the level of socio-economic justice (0.135) and income (0.247) increases in the society, the amount of superstition will decrease, occupational identity (0.190) also increases in the amount of superstition. Orientation has an effect.

5. Conclusion

It refers to a behavior that through fortune-telling, astrology and speculation by some fortune-tellers who are able to receive money and wages, predict the future and events related to the individual and the family. This culture occurred in all societies of the world and before the revolution. It is a very common industry and with the passage of time and social-cultural changes in human societies, its intensity has decreased to some extent, but it still exists as a ritual and belief among people. Still in Iran, despite the socio-cultural developments, according to the researches, prayers, fortune-telling, dream interpretation, etc. are carried out. Considering that nearly 18 researches have been conducted in this regard, the main goal of the research is to study the effective factors of tendency towards superstitions among citizens in the period of 2009- 2018 using meta-analysis method.

Acknowledgments

The Authors of the article would like to thank the esteem referees, the Member of the editorial board & dear colleagues who sincerely cooperated in revising our research.

مطالعه عوامل مؤثر گرایش به خرافات در بین شهروندان: فرا تحلیل پژوهش‌های بازه زمانی ۱۳۸۸ الی ۱۳۹۷

طاها عشایری^I، اصغر وثوقی اصل^{II}، طاهره جهان پرور^{III}، زهرا حسن زاده^{IV}

شناسه دیجیتال (DOI): <https://dx.doi.org/10.22084/CSR.2022.24441.1976>

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۳/۲۶، تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۱۲/۱۴

نوع مقاله: پژوهشی

صص: ۳۵۹-۳۹۳

چکیده

خرافه به باورهای مبتنی بر تقدیر، شانس، سنت می‌گویند که فرد برای تحلیل اتفاقات پیرامون خود استفاده می‌کند و معمولاً مبنای علمی ندارند. متفکران نوسازی علت آن را محلی‌گرایی، انزوای محیطی، فقر فرهنگی، تله محرومیت، خرده فرهنگ گروهی، عدم نوسازی اجتماعی، ترس از تحول، جامعه کندویی و قطاعی و وجود تصور خیرمحدود می‌دانند. در ایران مطابق آمارها، میزان گرایش به خرافه زیاد شده و شهروندان هزینه مالی و اجتماعی برای این مسأله می‌پردازند. هدف اصلی تحقیق، مطالعه عوامل مؤثر گرایش به خرافات در بین شهروندان است. روش تحقیق از نوع فرا تحلیل کمی، جامعه آماری آن ۲۳ سند که ۱۸ پژوهش به دلیل پیمایش و مرتبط بودن با مسأله پژوهش، رعایت کیفیت و روایی انتخاب شده است؛ روش نمونه‌گیری از نوع غیراحتمالی از پایگاه علمی نورمگز، جهاد دانشگاهی، مگ ایران و ایران داک بوده است. نتایج نشان می‌دهد که بین عوامل اجتماعی (۰/۱۳۵)، فرهنگی (۰/۲۰۴)، روانی (۰/۳۶۵) و اقتصادی (۰/۴۷۸) با گرایش به خرافات رابطه وجود داشته و اثر کل آن‌ها برابر با ۱۹ بوده است. هم‌چنین آزمون Q و نمودار کیفی وجود ناهمگنی (واریانس) بین مطالعات را تأیید کردند. برای بررسی آن، متغیرهای زمینه‌ای به‌عنوان متغیر تعدیل‌گر در نظر گرفته شدند. نتایج بررسی تعدیل‌گر نشان می‌دهد که هویت قومی بر گرایش به خرافه تأثیر داشته و میزان اثر کلی آن برابر با ۱۳٪ است. این میزان در بین گروهی قومی لر و ترک‌ها نسبت به سایر اقوام بیشتر بوده است. از بُعد جنسیت، زنان بیشتر از مردان به سمت خرافه می‌روند و علت این امر به تفاوت روانی، جسمی و تفاوت اجتماعی بین مردان و زنان در جامعه برمی‌گردد؛ هم‌چنین بازیکنان فوتبال کمتر و شهروندان عمومی بیشتر از همه به خرافات گرایش دارند. از نگاه محل زندگی (زیست مکانی-جغرافیایی)، ساکنان محیط روستا بیشتر علاقه و تمایل به تبیین امور با خرافات دارند. علت این امر به انزوای جغرافیایی، سرمایه فرهنگی پایین، محلی‌گرایی و سازگاری و هم‌نوایی مردم با هنجارهای سنتی و تاریخی خود در باب امور اجتماعی دارد. **کلیدواژگان:** تقدیرگرایی و سنت، تله محرومیت، خرافه‌گرایی، عقلانیت، نوسازی.

I. استادیار گروه تاریخ و جامعه‌شناسی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران (نویسنده مسئول).

Email: t.ashayeri@uma.ac.ir

II. دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی مسائل اجتماعی ایران، دانشگاه آزاد اسلامی واحد گرمسار، سمنان، ایران.

III. دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی فرهنگی، دانشگاه آزاد اسلامی تهران مرکز، تهران، ایران.

IV. کارشناس ارشد مطالعات فرهنگی، گروه علوم اجتماعی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه کاشان، کاشان، ایران.

ارجاع به مقاله: عشایری، طاها؛ جهان پرور، طاهره؛ وثوقی اصل، اصغر؛ و حسن زاده، زهرا، (۱۴۰۱). «مطالعه عوامل مؤثر گرایش به خرافات در بین شهروندان: فرا تحلیل پژوهش‌های بازه زمانی ۱۳۸۸ الی ۱۳۹۷». پژوهش‌های جامعه‌شناسی معاصر، ۱۱(۲۰): ۳۵۹-۳۹۳. doi: 10.22084/csr.2022.24441.1976

صفحه اصلی مقاله در سامانه نشریه: https://csr.basu.ac.ir/article_4515.html?lang=fa

۱. مقدمه

خرافه و باورهای خرافی، از قدیم در بین مردم وجود داشته و شکست اجتماعی، جهل، عدم آگاهی باعث شد که افکار انسانی به جای توسعه و تعالی در بستر روشن‌گری، با عنصر سنت محلی و تبیین‌های غیرعقلانی گره خورده است (خرمایی، ۱۳۹۵: ۸). خرافه نشان از اندیشه‌های غیرعقلانی و رواج جهل و عدم آگاهی در جامعه است (فیاضی، ۱۳۸۹). این باورها ریشه در اسطوره و افسانه‌های تاریخی دارند (علیزاده‌فرد، ۱۳۹۰: شعیعی، ۱۳۹۲؛ شاهنوشی، ۱۳۸۸: ۱۰۳). این باور به دلیل کارکردهای اجتماعی تداوم یافته است (زارع و همکاران، ۱۳۹۴: ۳۲). خرافه معمولاً تفکر عقلانی را زیرسؤال برده و به عنوان مانع توسعه محسوب می‌شود (کردچپه، ۱۳۹۵: ۳۴). در نظریه‌های توسعه، نوگرایی و نوسازی، از جمله: شهرنشینی، آگاهی اجتماعی، مدرن شدن جامعه، رسانه‌های نوین، کارکرد صحیح نظام خانواده و نهادهای اجتماعی، نقش مهمی در عبور جامعه از باورهای خرافی به عقلانی-منطقی دارد. خرافه، یک بخشی از آن به سنت، تقدیرگرایی و قرار گرفتن در نظام بسته جغرافیایی برمی‌گردد که بر ساحت‌های مختلف زندگی انسان‌ها سایه افکنده و به گونه‌ای که می‌توان آن را یک پدیده اجتماعی در نظر گرفت. با وجود تحولات علمی و آگاهی رسانه‌ای و جهانی، این مسأله هم‌چنان در زندگی مردم جاری است و مردم برای تحلیل اتفاقات و پیش‌بینی آن به این فرهنگ و سبک اعتقادی، مراجعه می‌کنند (عابدیان و نفری، ۱۳۹۵: ۱۶). خرافه، باوری بی‌اساس و فقدان پایه علمی-عقلانی است که به وسیله سنت، هنجار، تقلید و فقر فرهنگی، بازتولید شده است. به لحاظ تاریخی، از دوران اقوام باستانی، یعنی کلدانیان، بابلیان و اعراب پیش از اسلام ظهور یافته است (ناظمی، ۱۳۹۲: ۶). «امیل دورکیم»، عقاید خرافه را مختص جامعه مکانیکی می‌داند که در آن انسان‌ها در نظام جغرافیایی بسته زندگی می‌کنند (جمشیدی‌ها، ۱۳۸۵: ۱۳۵). در نظریه «پاره‌تو»، کنش غیرمنطقی و احساسی است که در آن بین وسایل و هدف به لحاظ عینی نسبتی برقرار نیست؛ اما کنش‌گر تصور می‌کند که ماهیت وسایل کار او چنان است که به نتیجه مطلوب او خواهد انجامید. نمونه بارز این نوع کنش، رفتار مللی است که در آرزوی نزول باران، برای خدایان قربانی می‌کنند (آرون، ۱۳۷۲: ۴۴۱). «بیکن»، خرافه را بیتی تلقی می‌کند که مانع از شناخت اجتماعی و درک واقعیت می‌شود (علیزاده و همکاران، ۱۳۸۳: ۹۴). «بندورا»، علت رفتارها و اندیشه‌های خرافی، یادگیری اجتماعی در روند اجتماعی شدن نسلی است (فروغی و عسکری‌مقدم، ۱۳۸۸: ۱۷۲). «مانهایم»، ریشه خرافات را در زندگی گروهی جستجو می‌کند (کوزر، ۱۳۷۳: ۵۶۳). «فاستر» با فرض خیرمحدود در میان دهقانان و انسان‌های سنتی، وجود چنین عقایدی را به باورهای سنتی و مرتبط

با خرافه می‌داند؛ به دلیل عدم وجود عقلانیت، توسعه و تحولی مثبت در زندگی آن‌ها رخ نمی‌دهد و مردم در برابر نوسازی و عقلانیت مقاومت می‌کنند (ازکیا، ۱۳۹۵: ۲۳). «دانیل لرنر» با مطالعه گذر جامعه سنتی در خاورمیانه، بر این نکته تأکید می‌کند که باورهای سنتی، نظام جغرافیایی بسته و موانع نوسازی‌کننده (فقدان شهرنشینی، آگاهی اجتماعی، اتصال به نظام جهانی، رسانه، ارتباط اجتماعی)، انسان‌ها از یک شخصیت انتقالی و هم‌دلانه جلوگیری می‌کند، معمولاً هم‌چنان باورهای سنتی و تقلیدی عامل تعیین‌کننده زیست اجتماعی مردم هستند (لرنر، ۱۳۸۳: ۱۰۱). این باورها و اعتقادات به صورت نسلی، در فرآیند جامعه‌پذیری در جوامعی با ساختار جغرافیایی و فرهنگی نسبتاً بسته خود را تداوم می‌بخشد و سبک زندگی را نیز تحت تأثیر خود قرار می‌دهد و این باورها، از منظر جامعه‌شناسی، قابلیت دفاع علمی ندارد و مانع مهم توسعه اجتماعی- فرهنگی و اقتصادی تلقی می‌شود (ناظمی، ۱۳۹۲). این خصیصه در جامعه مکانیکی (دورکیم)، ربانی-الهی (آگوست کنت) و جهان سنتی (ماکس وبر)، رواج داشته و با گذر به سنخ توسعه‌ای مدرن (قال و ساختار جدید و مدرن جامعه)، عقلانیت، روشن‌گری و حساب‌گری جای آن را می‌گیرد. ریشه این اعتقاد خرافی را می‌توان در عقاید روانی جستجو کرد (پوراخلاص و نجفی، ۱۳۹۲: ۴۰). بشر از این باور برای تحلیل در باب جهان هستی پیرامون خود استفاده می‌کردند (صمیمی‌کشیتی، ۱۳۹۷) و دلیل اصلی گرایش به خرافات در تاریخ بشری، وجود پرسش فراوانی بود که انسان‌ها، توانایی تبیین عقلانی آن را نداشتند (دانش، ۱۳۹۲) و هم‌چنان این باور به صورت یک واقعیت اجتماعی در عصر امروز رایج است (صالحی‌امیری، ۱۳۸۷: ۶۲). نظام فرهنگی سنتی و بسته و مخالف با نوسازی، به دلیل فضای اجتماعی موجود، به رواج آن کمک می‌کند (ربیعی، ۱۳۹۲)؛ به طوری که در فرآیند جامعه‌پذیری نسلی، تبدیل به یک سبک زندگی شده و هنجاری پذیرفته شده در میان انسان‌هاست (شعربافیان، ۱۳۸۳: ۱۵؛ جاهودا، ۱۳۶۳: ۶۰) و تبدیل به واقعیت مقدس در روابط اجتماعی شده است (جانعلیزاده چوب‌بستنی و همکاران، ۱۳۸۸: ۱۱۱). «اسکار لوییس» در کتاب فقر فرهنگ، به خرده‌فرهنگ فقر اشاره می‌کند که مسأله فرهنگی (سنت، تقدیر و خرافه‌گرایی)، آن را در یک پیله حفاظتی نگه داشته و اجازه خروج از این فضای اجتماعی را نمی‌دهد. وجود باورهای محلی خرافی، عقاید غیرعقلانی، ترس از تغییرات، آن‌ها را در انزوای جغرافیایی نگه داشته و به همان زندگی روزمره ساده خود عادت کردند، از هرگونه تغییرات جدید هراس دارند؛ آن‌ها رفتارهای روزمره و اتفاقات پیرامون را به شانس و تقدیر نسبت می‌دهند و این‌گونه افراد کمتر مسئول رفتارها و اتفاقات پیرامون خود می‌شود و به امری نسلی و بین نسلی تبدیل شده است (لوئیس، ۱۳۵۴). «رابرت چمبرز» در کتاب اولویت‌بخشی به فقرا، بر

این اشاره می‌کند که تله محرومیت یکی از موانع مهم توسعه است؛ تله محرومیت را مجموعه‌ای از عقاید سنتی و باورهای غیرعقلانی شکل می‌دهد که افراد را از عقلانیت اجتماعی و تحرک دور می‌کند (چمبرز، ۱۳۹۰). براساس آخرین آماری وزارت بهداشت، ۱۰٪ جمعیت کشور طی یک ساله نزد افراد غیرمتخصص و بی‌صلاحیت مانند دعانویس و رمال رفته‌اند. ۶۸٪ از دختران در فاصله سنی ۱۸ تا ۲۶ سال دست‌کم یک بار به فالگیر مراجعه کرده‌اند، ۵۰٪ نیز چندبار مراجعه کرده و ۸۳٪ از دانشجویان حرف‌های فالگیران را تصدیق کرده و با اعتقاد به سراغ آن‌ها رفته‌اند. بیش از هفت و نیم میلیون نفر ایرانی در سال ۱۳۹۳ مشتری فالگیرها، رمال‌ها و دعانویس‌ها بوده‌اند؛ هفته‌ای صد هزار تومان خرج قهوه، گلاب و شمع و تاروت می‌کند^۲. اصولاً در طول تاریخ زندگی بشریت، انسان به دنبال آرامش خیال و تبیین مسائل است^۳. در ایران در سال ۱۳۹۹ بازار رمالی و دعانویسی ۴۰٪ رونق داشته و مردم بیش از ۳۰ میلیارد تومان در سال برای این موضوع هزینه کرده‌اند^۴. درباره گرایش به خرافات تحقیقات مختلفی صورت گرفته است، با جستجوی کلیدواژه خرافات در سایت‌های نورمگز، مگ‌ایران و پایگاه جهاد دانشگاهی تعداد ۱۸ سند پژوهشی پیمایشی به ثبت رسیده است؛ این پژوهش درصدد است تا با انجام یک فراتحلیل جامع، عوامل مؤثر بر گرایش به خرافات را تبیین نماید. درنهایت هدف اصلی تحقیق عبارت است از:

۱. فراتحلیل عوامل مؤثر بر گرایش به خرافات.
۲. مطالعه میزان اثر متغیرهای میانجی (تعدیل‌گر) بر گرایش به خرافات.
۳. ارائه راهکارهای اجتماعی-فرهنگی مقابله با خرافات در جامعه.

مبانی و رویکردهای نظری

- **خرافه:** «خرافه» به معنای عملی غیرعقلانی و مخالف منطق اجتماعی (شیخ‌علیشاهی، ۱۳۹۲) و ملازم طلسم، معجزه و جادو و امری سحرآمیز است (عزیزخانی و همکاران، ۱۳۹۴: ۵۴). خرافه، لغتی عربی و ریشه آن «خرف» به معنای «چیدن میوه»، «حکایت»، «قصه» و یا «عقیده‌ای فاسد» و «رای باطل» (قاسمی و همکاران، ۱۳۸۶: ۱۷۸)؛ «افسانه‌ها» (معین، ۱۳۷۱: ۱۴۰۵)؛ «فال‌گیری»، «سحر و جادو»، «سعد و نحس» (ربیعی، ۱۳۹۲: صفایی و همکاران، ۱۳۸۸)؛ حدیث باطل، سخن بیهوده و یاوه (عمید، ۱۳۷۱: ۸۴۳)، زوال عقل ناشی از پیری، افسانه و داستان بی‌اساس و اعمال و عقاید خلاف عقل است (دلپذیر، ۱۳۸۴).

پیشینه پژوهش در ایران

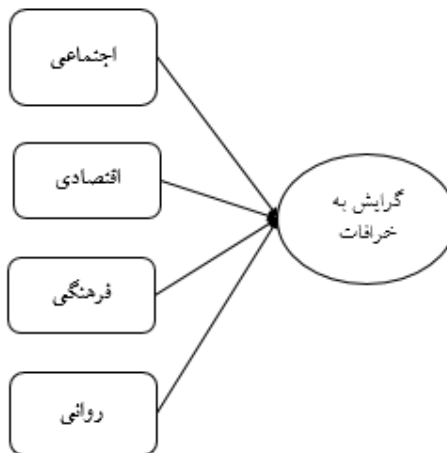
خرافات در ایران، یک مسأله مهم فرهنگی-اجتماعی است؛ در این باره تحقیقات مختلفی به روش پیمایش و کمی صورت گرفته‌اند. هرکدام، از متغیرهای مستقلی برای تبیین گرایش به خرافه استفاده کردند و هدف اصلی فراتحلیل در این پژوهش، برآورد اندازه اثر متغیرهای مستقل بر وابسته است. به این ترتیب، بعد از شناسایی پژوهش چاپ شده در مجلات معتبر از سایت‌های نورمگز، جهاد دانشگاهی و مگ ایران، با جستجوی کیلداواژه خرافات و خرافه‌گرایی، مقالات بررسی و بعد از ارزیابی از حیث روشی، کیفیت مقاله، اعتبار روشی و داشتن متغیرهای مشابه مستقل، برای ورود به نرم‌افزار انتخاب شدند تا یک انسجام در بخش یافته‌ها و میزان اندازه اثر و مقدار اثر متغیرهای تعدیل‌گر بر گرایش به خرافه به دست آید. بر این اساس مقاله‌های نویسندگان، از جمله: «کوثر» (۱۳۹۹)، «دهقانی» و «ابراهیمی» (۱۳۹۸)، «شیخ علیشاهی» (۱۳۹۸)، «ثروت یاری» و همکاران (۱۳۹۷)، «رستم لیلان» (۱۳۹۷)، «رمضانی» (۱۳۹۷)، «پوراکیریان جهرمی» (۱۳۹۶)، «زارع» و همکاران (۱۳۹۶)، «عزیزخانی» و همکاران (۱۳۹۴)، «ربیعی» (۱۳۹۴)، «خانی» و همکاران (۱۳۹۳)، «عبدالهی» (۱۳۹۳)، «جانعلیزاده» و همکاران (۱۳۸۸)، «ناظمی» (۱۳۹۲)، «صفایی» و همکاران (۱۳۸۸)، «فروغی» و «عسگری» (۱۳۸۸)، «افشانی» و «احمدی» (۱۳۸۶) و «قاسمی» و همکاران (۱۳۸۶)، به عنوان پیشینه تحقیق و هم‌چنین جهت انجام فراتحلیل برگزیده شده‌اند.

نظریه‌های نوسازی و خرافه‌گرایی جوامع

خرافه‌گرایی به عنوان یک مسأله اجتماعی از دیدگاه نوسازی و توسعه قابل تبیین است. نظریه نوسازی، خرافه‌گرایی را در: سنت، تقدیرگرایی، انزوای محلی، فقر فرهنگی، عدم نوگرایی و کاهش سرمایه اجتماعی فرامحلی انسان‌ها می‌داند. متفکران توسعه، یکی از موانع توسعه را عدم عقلانیت، تقدیرگرایی سنت‌گرایی و خرافه‌گرایی می‌داند. اولین متفکری که به باورهای غیرعقلانی در زندگی جمع اشاره کرده است، «آگوست کنت» است؛ کنت مسیر توسعه جهان را از ذهن شروع می‌کند و بر این باور است که برای تغییر جهان بشری (رشد علم، عقلانیت، توسعه مدنیت و فناوری)، باید ذهن انسان‌ها را تغییر داد. به این ترتیب، گذار بشر از عقاید افسانه‌ای به سمت عقلانیت در سه مرحله ربانی، فلسفی و علمی ترسیم کرد. آگوست کنت، درباره امور انسانی و اجتماع بشری، افکار خود را پرورانید و علم جامعه‌شناسی بینان نهاده شد و قوانین حالات (شرایط) انسانی را بینان‌گذاری کرد که از مسیر ربانی-تخیلی به مرحله تعقلی-فلسفی و سرانجام علمی و اثباتی می‌رسد (طیبهی، ۱۳۹۵: ۱۲). کنت به عنوان یک پایه‌گذار جامعه‌شناسی،

در اصل قصد دارد، تحول بشر از یک حالت سنتی، اسطوره‌ای و خیالی به عصر امروزی و جدید را تحلیل کند؛ وی چگونگی این تحول را یک روند خطی می‌داند (ارمکی، ۱۳۹۰: ۴۹) که از یک مرحله اول ربانی شروع و به عصر عقل و علم می‌رسد، بنیان این توسعه و گذرگاه تاریخی، تنها فکر بشری است (مرادی، ۱۳۹۳: ۱۸). «دورکیم» نیز گذار جهان و توسعه آن را منوط به شکستن دیواره‌های دفاعی-قطاعی جامعه مکانیکی می‌داند که در قالب انزوای جغرافیایی براساس سنت، تقدیر و خصایص محلی شکل گرفته و مانع عقلانیت می‌شود (دورکیم، ۱۳۸۴)؛ در اصل، دورکیم به نوسازی اشاره می‌کند. نوسازی مفهومی است که در کل، معادل فرآیندی برای دگرگونی جامعه به کار می‌رود. اصطلاح نوسازی برای تحلیل مجموعه پیچیده‌ای از تحولاتی که در همه زمینه‌ها برای انتقال از جامعه سنتی به جامعه صنعتی رخ می‌دهد، اشاره دارد (نراقی، ۱۳۸۰: ۸۰). «ماکس وبر» نیز به بحث کنش عقلانی و کنش سنتی در جوامع بشری اشاره کرده است. براساس این دسته‌بندی‌ها، خرافات در دسته کنش غیرمنطقی و سنتی قرار می‌گیرد. از دیدگاه وی، ویژگی اصلی دوران مدرن، خردورزی، عقلانیت و مهم‌تر از همه وهم‌زدایی از جهان است. خردورزی و عقلانیت و افسون‌زدایی از جهان سرنوشت جامعه را ترسیم می‌کنند (وبر، ۱۳۷۴). «راجرز» با مفهوم خرده‌فرهنگی در جوامع محلی و در حال توسعه، تقدیرگرایی بومیان را تحلیل کرده است که بومیان و ساکنان، اتفاقات محیطی را ناشی از مداخله نیروهای مافوق بشری می‌دانند. به این دلیل، خصیصه بی‌ارادگی، بدگمانی، تسلیم، بردباری، نرمش و گریز در بین آن‌ها رایج است (فروغی و عسکری مقدم، ۱۳۸۸). «اینگلهارت» نیز احساس ناامنی انسانی از ابعاد اجتماعی و اقتصادی به مسأله خرافات پیوند می‌زند (اینگلهارت، ۱۳۷۳). محرومیت نسبی، داشتن ناامنی اقتصادی، کمیابی منابع و فقر فرهنگی و اقتصادی به انزوا، تقدیرگرایی و گوشه‌نشینی انسان‌ها منجر می‌شود (زارع‌پور و امین‌پور، ۱۳۹۰). «پارسونز» با نگاهی به ساختار جوامع؛ تفکیک‌پذیری، تمایز و افزایش تخصص (تقسیم‌کار) را یکی از عوامل توسعه و عقلانیت می‌داند. «هوزلیتر» الگوهای سنتی (باورهای سنتی، فرهنگ فقر، طایفه‌گرایی، سرمایه اجتماعی درون‌گروهی و سنت‌های محلی) را مانع عقلانیت می‌داند و راه انتقال به جهان مدرن، کنار زدن آن‌هاست (اسمعیلی و اسدالهی، ۱۳۹۹: ۱۲). «اسملسر» به بحث تمایز ساختاری و وجود هماهنگی ساختار و کارکردی را یکی از شرایط اصلی نوسازی و گذار از توسعه نیافتگی می‌داند (سو، ۱۴۰۰: ۱۱). «لرنر» در کتاب گذار از جامعه سنتی نوسازی و خاورمیانه، به فرهنگ و ترویج آن برای نوسازی و مقابله با سنت‌گرایی اشاره کرد؛ به زعم وی، بسط و گسترش رسانه‌های گروهی؛ سوادآموزی و ارتقا تحصیلات؛ شهرنشینی و مشارکت بسترهای نوگرایی و گذار از محلی‌گرایی را امکان‌پذیر می‌سازد.

دو مفهوم وی، هم‌دلی و شخصیت انتقالی است (لرنر، ۱۳۸۳). سؤال اصلی «اینکلس» و «اسمیت» در بحث «انسان متجدد» این است که آیا وقتی مردم جهان سوم در معرض تأثیرات نوسازی قرار گیرند، نگرش‌های آنان نسبت به گذشته نوگرایانه‌تر می‌شود؟ به این نتیجه رسیدند که عوامل نوسازکننده (آموزش و پرورش، وسایل ارتباط جمعی و کار در کارخانه) در فرآیند نوگرایی اهمیت زیادی دارند (غفاری و ازکیا، ۱۳۹۵: ۴۵). «رابرت چمبرز» با مفهوم تلۀ محرومیت، به انزوای اجتماعی و ناتوانی در نوسازی (گرایش به نوگرایی و عقلانیت) شش عامل: فقر، ضعف جسمانی، آسیب‌پذیری، انزوا و بی‌قدرتی را مهم می‌داند که به «دور باطل» معروف گشته است (چمبرز، ۱۳۹۰: ۱۴۰). به‌زعم ارتباط عمیق و دوطرفه بین مؤلفه‌های فوق، انسان‌ها را در یک محیط جغرافیایی، تقدیرگرا، بی‌قدرت، از خود بیگانه، تصور خیر محدود، سرمایه‌ی درون‌گروهی (خانوادگی) و دارای افکار ضد مشارکتی می‌کند. بر این اساس با توجه به مباحث نظری فوق می‌توان با الهام از دیدگاه نوسازی، الگوی نظری زیر را ترسیم کرد.



شکل ۱: الگوی نظری پژوهش.

روش پژوهش

پژوهش حاضر از نوع فراتحلیل^۵ است. در این روش پژوهشگر، با استفاده از یافته‌های پژوهشی کمی به تجزیه و تحلیل آماری پرداخته شده است. جامعه آماری پژوهش حاضر، کلیه پژوهش‌های انجام‌شده در ایران طی سال‌های ۱۳۸۶ تا ۱۳۹۹ با موضوع مشابه تحقیق حاضر هست که در یکی از پایگاه‌های اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی

SID، پایگاه مجلات تخصصی نورمگز، بانک اطلاعات نشریات کشور مگ ایران نمایه شده است. از میان بیش از ۲۳ مطالعات پژوهشی در باب خرافات، ۱۸ سند پژوهشی که دارای ملاک‌های اولیه انجام فراتحلیل هم‌چون: ضریب هم‌بستگی، سطح معنی‌داری و مشخص بودن حجم نمونه بودند، گزینش شدند. فهرست اطلاعاتی که از مطالعات مورد نظر خارج شده است شامل: اطلاعات عمومی (نام نویسنده)، سال انتشار، جامعه آماری، اطلاعات مربوط به متغیرهای پژوهش (ضریب هم‌بستگی و سطح معنی‌داری)، حجم نمونه و شیوه نمونه‌گیری هست. هر یک از مطالعات، کدبندی شده و وارد نرم‌افزار CMA شدند. روش اصلی فراتحلیل مبتنی بر ترکیب نتایج است که پس از تبدیل آماره‌ها به شاخص r و برآورد اندازه اثر مورد استفاده قرار می‌گیرد. بر این اساس، در ادامه، تحقیقاتی که برای فراتحلیل انتخاب شدند در جدول ۱، ارائه شده‌اند.

جدول ۱: تحقیقات عوامل مؤثر بر گرایش به خرافات جهت فراتحلیل

| نام نویسنده | عنوان مقاله |
|-----------------------------|---|
| کوثر (۱۳۹۹) | رابطه بین امنیت اجتماعی، بنیان‌های اخلاقی و اعتقاد به خرافات |
| دهقانی و ابراهیمی (۱۳۹۸) | مطالعه احساس امنیت روانی و اجتماعی با گرایش به خرافات |
| شیخ علیشاهی (۱۳۹۸) | عوامل اجتماعی فرهنگی مرتبط با گرایش به خرافات |
| ثروت یاری و همکاران (۱۳۹۷) | بررسی فراوانی اعتقاد به خرافات و عوامل مرتبط با آن |
| رستم لیلان (۱۳۹۷) | عوامل روان‌شناختی و اجتماعی مؤثر بر نگرش نسبت به پدیده دعانویسی |
| رضانی (۱۳۹۷) | بررسی مقایسه‌ای رسوخ خرافات در نگرش به شیوه‌های بهداشتی-درمانی |
| پوراکیریان جهرمی (۱۳۹۶) | بررسی نقش مجلات خانواده در ترویج خرافات بین زنان خانه‌دار |
| زارع و همکاران (۱۳۹۶) | عوامل مؤثر بر گرایش به خرافات در بین بازیکنان فوتبال ایران |
| عزیزخانی و همکاران (۱۳۹۴) | بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر گرایش به خرافات |
| ربیعی (۱۳۹۴) | توسعه اجتماعی-اقتصادی و تأثیر آن بر تلقی افراد از چیستی خرافات |
| خانی و همکاران (۱۳۹۳) | بررسی رابطه محرومیت اجتماعی با گرایش به خرافات |
| عبدالمهی (۱۳۹۳) | بررسی رابطه ویژگی‌های فردی، شخصیتی و ارزش‌های خانوادگی با گرایش به خرافات |
| جانعلیزاده و همکاران (۱۳۸۸) | کاوشی جامعه‌شناختی در وضعیت خرافه‌گرایی دانشجویان |
| ناظمی (۱۳۹۲) | بررسی عوامل جامعه‌شناسی گرایش به خرافات در بین شهروندان ساوجی |
| صفایی و همکاران (۱۳۸۸) | بررسی عوامل جامعه‌شناختی مرتبط با خرافات |
| فروغی و عسگری (۱۳۸۸) | بررسی میزان گرایش به خرافات در بین شهروندان تهرانی |
| افشانی و احمدی (۱۳۸۶) | رابطه میزان نوگرایی و گرایش به خرافات در شهر یزد |
| قاسمی و همکاران (۱۳۸۶) | تبیین و تحلیل جامعه‌شناختی گرایش به خرافات |

بر این اساس در ادامه، خلاصه‌ای از ویژگی تحقیقات فوق جهت انجام مطالعات توصیفی و تبیینی (اندازه اثر) ذکر شده است.

یافته‌های پژوهش الف. توصیفی

- خلاصه تحقیقات فراتحلیل

ویژگی ۱۸ سند پژوهشی از حیث حجم نمونه، شیوه نمونه‌گیری، مکان انجام، هویت قومی و محل اجرا در جدول ۲، آمده است.

جدول ۲: خلاصه تحقیقات انتخاب شده برای فراتحلیل

| نام نویسنده | حجم نمونه | شیوه | مکان | هویت قومی | محل (روستا / شهر/کشور) |
|-----------------------------|-----------|---------------------|----------------------|-----------|------------------------|
| کوثر (۱۳۹۹) | ۲۵۶ | خوشه‌ای چندمرحله‌ای | شهر مشهد | فارس | شهر |
| دهقانی و ابراهیمی (۱۳۹۸) | ۳۷۵ | سهمیه‌ای | دانشجویان اصفهانی | فارس | شهر |
| شیخ‌علیشاهی (۱۳۹۸) | ۳۸۴ | خوشه‌ای چندمرحله‌ای | زنان شهر یزد | فارس | روستا |
| ثروت‌یاری و همکاران (۱۳۹۷) | ۳۶۸ | تصادفی طبقه‌ای | دانشجویان کرد | کرد | شهر |
| رستم لیلان (۱۳۹۷) | ۳۸۵ | خوشه‌ای چندمرحله‌ای | تبریز | ترک | شهر |
| رمضانی (۱۳۹۷) | ۵۰۰ | خوشه‌ای چندمرحله‌ای | کهگیلویه و بویراحمد | لر | شهر |
| پوراکیریان جهرمی (۱۳۹۶) | ۳۸۵ | خوشه‌ای چندمرحله‌ای | شهروندان تهران | فارس | شهر |
| زارع و همکاران (۱۳۹۶) | ۲۰۳ | تصادفی مرحله‌ای | فوتبالیست‌های ایرانی | فارس | کشور |
| عزیزخانی و همکاران (۱۳۹۴) | ۳۷۱ | تصادفی طبقه‌ای | دانشجویان اردبیلی | ترک | شهر |
| ربیعی (۱۳۹۴) | ۶۱۹۲ | سهمیه‌ای | شهروندان اصفهانی | فارس | شهر |
| خانی و همکاران (۱۳۹۳) | ۲۰۰ | خوشه‌ای چندمرحله‌ای | میاندوآبی | ترک | روستا |
| عبدالمهی (۱۳۹۳) | ۳۸۴ | تصادفی ساده | نجف‌آباد | فارس | روستا |
| جانعلیزاده و همکاران (۱۳۸۸) | ۳۸۲ | خوشه‌ای چندمرحله‌ای | شهروندان ساوجی | کرد | روستا |
| ناظمی (۱۳۹۲) | ۵۷۳ | خوشه‌ای چندمرحله‌ای | دانشجویان مازندرانی | فارس | شهر |
| صفایی و همکاران (۱۳۸۸) | ۳۲۱ | خوشه‌ای چندمرحله‌ای | شهروندان همدانی | فارس | شهر |
| فروغی و عسگری (۱۳۸۸) | ۱۰۱۷ | خوشه‌ای چندمرحله‌ای | شهروندان تهرانی | فارس | شهر |
| افشانی و احمدی (۱۳۸۶) | ۳۲۱ | خوشه‌ای چندمرحله‌ای | یزد | فارس | روستا |
| قاسمی و همکاران (۱۳۸۶) | ۳۸۴ | تصادفی ساده | اصفهان | فارس | شهر |

- نوع مطالعات خرافات

جدول ۳: نوع مطالعات خرافات

| درصد | فراوانی | جزئیات |
|-------|---------|------------|
| ۷۲ | ۱۳ | مقاله |
| ۲۸ | ۵ | پایان‌نامه |
| ۱۰۰،۰ | ۱۸ | جمع کل |

۷۲٪ از تحقیقات مقاله پژوهشی انتشار یافته و ۲۸٪ از نوع پایان‌نامه دانشگاهی (ارشد) است.

- بازه زمانی پژوهش‌ها

جدول ۴: سال اجرای مطالعات

| درصد | فراوانی | سال |
|------|---------|--------|
| ۵،۵ | ۱ | ۱۳۹۹ |
| ۱۱،۱ | ۲ | ۱۳۹۸ |
| ۱۶،۶ | ۳ | ۱۳۹۷ |
| ۱۱،۱ | ۲ | ۱۳۹۶ |
| ۱۱،۱ | ۲ | ۱۳۹۴ |
| ۱۱،۱ | ۲ | ۱۳۹۳ |
| ۵،۵ | ۱ | ۱۳۹۲ |
| ۱۶،۶ | ۳ | ۱۳۸۸ |
| ۱۱،۱ | ۲ | ۱۳۸۶ |
| ۱۰۰ | ۱۸ | جمع کل |

۱۶٪ از تحقیقات در سال ۱۳۹۷ و ۱۳۸۸ اجرا شده است.

- قلمرو جغرافیایی پژوهش

جدول ۵: قلمرو جغرافیایی مطالعات

| قلمرو | فراوانی | درصد |
|---------------------|---------|------|
| اصفهان | ۴ | ۳۷ |
| اردبیل | ۱ | ۵ |
| تبریز | ۲ | ۱۱ |
| تهران | ۲ | ۱۱ |
| قزوین | ۱ | ۵ |
| کردستان | ۱ | ۵ |
| کشوری | ۱ | ۵ |
| کهگیلویه و بویراحمد | ۱ | ۵ |
| مازندران | ۱ | ۵ |
| مشهد | ۱ | ۵ |
| همدان | ۱ | ۵ |
| یزد | ۲ | ۱۱ |
| جمع کل | ۱۸ | ۱۰۰ |

۱۶٫۶٪ تحقیقات در شهر اصفهان اجرا شده است.

- شیوه نمونه‌گیری مطالعات

جدول ۶: شیوه نمونه‌گیری مطالعات

| شیوه نمونه‌گیری | فراوانی | درصد |
|-----------------------|---------|------|
| خوشه‌ای چندمرحله‌ای | ۹ | ۵۰ |
| تصادفی ساده | ۷ | ۳۹ |
| طبقه‌ای متناسب با حجم | ۲ | ۱۱ |
| جمع کل | ۱۸ | ۱۰۰ |

۵۰٪ تحقیقات به روش خوشه‌ای چندمرحله‌ای، ۳۹٪ به روش تصادفی ساده و ۱۱٪ به صورت طبقه‌ای اجرا شده است.

جدول ۷: نوع هویت قومی

| نوع قوم | فراوانی | درصد |
|---------|---------|------|
| ترک | ۴ | ۲۲ |
| فارس | ۱۱ | ۶۱ |
| کرد | ۲ | ۱۱ |
| لر | ۱ | ۶ |
| جمع کل | ۱۸ | ۱۰۰ |

۶۱٪ از تحقیق‌ها درباره‌ی گروه قومی فارس صورت گرفته است.

- جنسیت پژوهش‌ها

جدول ۸: جنسیت پژوهش‌ها

| جنسیت | فراوانی | درصد |
|--------|---------|------|
| زن | ۸ | ۴۴ |
| مرد | ۱۰ | ۵۶ |
| جمع کل | ۱۸ | ۱۰۰ |

۵۶٪ از نویسندگان جامعه‌آماري خود را از مردان انتخاب کرده‌اند.

- جامعه‌آماري تحت مطالعه

جدول ۹: جامعه‌آماري مورد مطالعه

| جامعه‌آماري | فراوانی | درصد |
|----------------|---------|------|
| فوتبالیست | ۱ | ۶ |
| دانشجویان | ۴ | ۲۲ |
| شهروندان عمومی | ۱۳ | ۷۲ |
| جمع کل | ۱۸ | ۱۰۰ |

۷۲٪ از پژوهش، درباره‌ی شهروندان عمومی به مطالعات پرداخته‌اند.

- محل زندگی

جدول ۱۰: محل زندگی افراد

| محل زندگی | فراوانی | درصد |
|-----------|---------|------|
| روستا | ۵ | ۲۸ |
| شهر | ۱۳ | ۷۲ |
| جمع کل | ۱۸ | ۱۰۰ |

محل زندگی ۷۲٪ از گروه مورد بررسی در شهر و ۲۸٪ در روستا بوده است.

ب. تحلیلی

در این بخش، بعد از ورود ضریب هم بستگی، سال و حجم نمونه، اندازه اثر پژوهش ارائه شده است.

- اندازه اثر پژوهش

جدول ۱۱: اندازه اثر پژوهش فراتحلیل

| گزارش آماری | | | | | متغیرها | |
|-------------|--------|---------|----------|------------|-----------------------|---------------|
| Sig | Z | حد بالا | حد پایین | اندازه اثر | | |
| ۰,۰۰۰ | ۹,۰۱۵ | ۰,۹۸۸ | ۰,۲۰۰ | ۰,۳۹۱ | وسایل ارتباط جمعی | عوامل فرهنگی |
| ۰,۰۰۰ | ۱۰,۰۱۰ | ۰,۴۲۶ | ۰,۱۷۴ | ۰,۱۴۲ | نوگرایی | |
| ۰,۰۰۰ | ۵,۲۰۱ | ۰,۳۰۵ | ۰,۲۵۸ | ۰,۲۰۰ | تحصیلات | |
| ۰,۰۰۰ | ۳,۳۲۰ | ۰,۵۶۸ | ۰,۱۵۱ | ۰,۱۲۴ | آگاهی اجتماعی | |
| ۰,۰۰۲ | ۷,۵۴۸ | ۰,۳۶۸ | ۰,۱۵۷ | ۰,۲۳۵ | دین‌داری | |
| ۰,۰۰۱ | ۷,۵۴۰ | ۰,۵۴۱ | ۰,۲۵۴ | ۰,۱۳۵ | سرمايه فرهنگی | |
| ۰,۰۰۰ | ۴,۵۳۶ | ۰,۶۷۱ | ۰,۴۰۴ | ۰,۱۸۰ | تقدیرگرایی | عوامل اجتماعی |
| ۰,۰۰۲ | ۱۱,۰۴۳ | ۰,۳۶۶ | ۰,۱۲۱ | ۰,۲۴۷ | هم‌نوایی اجتماعی | |
| ۰,۰۰۴ | ۸,۵۰۱ | ۰,۷۵۸ | ۰,۱۴۴ | ۰,۳۱۷ | درماندگی اجتماعی | |
| ۰,۰۰۱ | ۷,۲۰۰ | ۰,۶۹۹ | ۰,۱۲۲ | ۰,۲۴۰ | رضایت از زندگی | |
| ۰,۰۰۱ | ۱۳,۶۲۱ | ۰,۸۹۱ | ۰,۲۰۰ | ۰,۳۰۱ | حمایت اجتماعی | |
| ۰,۰۰۰ | ۱۰,۸۹۲ | ۰,۶۳۸ | ۰,۱۱۲ | ۰,۴۱۵ | آگاهی از حقوق شهروندی | |
| ۰,۰۰۰ | ۱۴,۰۱۲ | ۰,۷۴۷ | ۰,۰۸۸ | ۰,۱۴۵ | شهروندشنی | |
| ۰,۰۰۰ | ۱۰,۶۹۱ | ۰,۶۸۹ | ۰,۰۸۹ | ۰,۳۳۱ | انزوای اجتماعی | |

| | | | | | | |
|-------|--------|-------|-------|-------|-----------------------|---------------|
| ۰,۰۰۱ | ۱۷,۱۶۱ | ۰,۳۰۱ | ۰,۱۰۰ | ۰,۳۰۱ | احساس امنیت اجتماعی | عوامل روانی |
| ۰,۰۰۲ | ۱۱,۰۳۱ | ۰,۷۰۰ | ۰,۳۵۶ | ۰,۱۵۶ | عزت نفس | |
| ۰,۰۰۵ | ۵,۱۱۲ | ۰,۴۲۳ | ۰,۱۹۸ | ۰,۳۷۰ | از خودبیبگانگی | |
| ۰,۰۰۳ | ۶,۰۴۲ | ۰,۲۳۹ | ۰,۱۲۱ | ۰,۲۸۷ | احساس آنومی | |
| ۰,۰۰۱ | ۱۱,۲۳۰ | ۰,۵۱۹ | ۰,۱۰۷ | ۰,۳۱۴ | محرومیت نسبی | عوامل اقتصادی |
| ۰,۰۰۱ | ۹,۳۴۶ | ۰,۵۰۵ | ۰,۱۴۷ | ۰,۱۳۵ | عدالت اجتماعی-اقتصادی | |
| ۰,۰۰۱ | ۳,۳۶۴ | ۰,۸۹۱ | ۰,۱۹۸ | ۰,۲۴۷ | درآمد | |
| ۰,۰۰۲ | ۷,۰۱۲ | ۰,۷۰۰ | ۰,۱۰۰ | ۰,۱۹۰ | هویت شغلی | |

نتایج نشان می‌دهد:

یک: بین عوامل فرهنگی و گرایش به خرافات رابطه معناداری وجود دارد. هرچه میزان استفاده از وسایل ارتباط جمعی (۰,۳۹۱)، تحصیلات (۰,۲۰۰)، آگاهی اجتماعی (۰,۱۲۴)، نوگرایی (۰,۱۴۲)، دین‌داری (۰,۲۳۵) و سرمایه فرهنگی (۰,۱۳۵) افزایش یابد، به همان میزان گرایش جامعه به خرافات و باورهای خرافی کاهش یابد و با افزایش تقدیرگرایی (۰,۱۸۰) در سطح جامعه، رفتارهای خرافی درمیان مردم ایران نیز افزایش خواهد یافت.

دو: بین عوامل اجتماعی و گرایش به خرافات رابطه معناداری وجود دارد. وقتی در جامعه، افراد گرایش به هم‌نوایی اجتماعی (۰,۲۴۷) داشته باشد، در امور روزمره به اندیشه‌های خرافی مراجعه می‌کند، با افزایش درماندگی اجتماعی (۰,۳۱۷)، فرد خرافی‌تر می‌گردد. با افزایش رضایت از زندگی (۰,۲۴۰)، حمایت اجتماعی (۰,۳۰۱)، آگاهی از حقوق شهروندی (۰,۴۱۵)، شهرنشینی (۰,۱۴۵)، رفتارها و عقاید خرافی در جامعه روند کاهشی مواجه می‌شود. انزوای اجتماعی (۰,۳۳۱)، باعث بریده شدن فرد از اجتماع، طرد اجتماعی و پنهان بردن به اندیشه و رفتارهای خرافاتی برای تلقین آرامش و امنیت روانی خواهد شد.

سه: بین عوامل روانی و گرایش به خرافات رابطه معناداری وجود دارد. همراه با افزایش احساس امنیت اجتماعی (۰,۳۰۱) و عزت نفس (۰,۱۵۶) در جامعه، باورهای خرافی نیز کاهش می‌یابد؛ هرچه در فرهنگ و ساختار اجتماعی، از خودبیبگانگی (۰,۳۷۰) و احساس آنومی (۰,۲۸۷) رسوخ یافته و بین افراد رایج گردد؛ این امر باعث رواج فرهنگ خرافه‌پرستی در جامعه خواهد شد.

چهار: بین عوامل اقتصادی و گرایش به خرافات رابطه معناداری وجود دارد. با افزایش محرومیت نسبی (۰,۳۱۴)، بر میزان خرافه‌گرایی افزوده می‌شود، هرچه سطح عدالت اجتماعی-اقتصادی (۰,۱۳۵) و درآمد (۰,۲۴۷) در جامعه افزایش یابد، میزان خرافه‌گرایی

کاهش خواهد یافت، هویت شغلی (۰,۱۹۰) نیز در میزان خرافه‌گرایی تأثیر دارد.

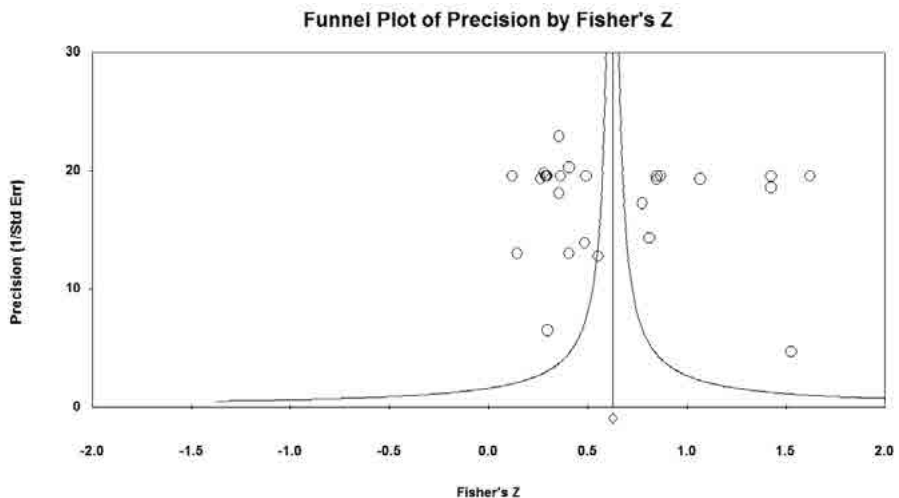
اندازه اثر کلی عوامل مؤثر بر خرافات

نتایج اندازه اثر عوامل مؤثر بر خرافات اجتماعی در ادامه ارائه شده است.

جدول ۱۲: اندازه اثر کلی عوامل مؤثر بر خرافات

| گزارش آماری | | | متغیر | |
|-------------|--------|-------------|---------|---|
| Sig | Z | Effect size | | |
| ۰,۰۰۰ | ۱۰,۲۰۰ | ۰,۱۳۵ | اجتماعی | ف |
| ۰,۰۰۲ | ۱۹,۲۵۴ | ۰,۲۰۴ | فرهنگی | |
| ۰,۰۰۱ | ۱۵,۳۰۸ | ۰,۳۶۵ | روانی | |
| ۰,۰۰۲ | ۱۴,۲۹۱ | ۰,۴۷۸ | اقتصادی | |
| ۰,۰۰۰ | ۱۰,۳۴۱ | ۰,۱۹۰ | اثر کل | |

نتایج اثر کلی نشان می‌دهد که اثر کل چهار عامل: روانی، اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی برابر با ۱۹٪ است، درمیان بعد عوامل اجتماعی (۰,۱۳۵)، فرهنگی (۰,۲۰۴)، روانی (۰,۳۶۵) و اقتصادی (۰,۴۷۸) در میزان خرافات جامعه ایرانی مؤثر بوده است.



نمودار شماره ۱: بررسی میزان همگنی و ناهمگنی پژوهش

بررسی میزان همگنی و ناهمگنی مطالعات

نمودار کیفی فوق نشان می‌دهد که به دلیل پراکندگی مطالعات در اطراف نمودار کیفی، پژوهش دارای ناهمگنی است و علت این واریانس بین تحقیقات به نوع جامعه آماری، سال اجرای پژوهش، محل زندگی و سایر متغیرهای زمینه‌ای برمی‌گردد که در پژوهش وجود دارد. برای تأیید ناهمگنی تحقیقات از آزمون Q استفاده شده است.

آزمون Q

فرض اصلی آزمون بوجود همگنی و عدم وجود همگنی بین پژوهش‌ها است. در صورتی همگنی مطالعات، از اندازه ثابت و استفاده می‌شود، نتایج حاصل از ثابت، در شرایط

جدول ۱۳: آزمون Q

| Q_value | Df | P_value | I_squared |
|---------|----|---------|-----------|
| ۵۶۰,۱۴۱ | ۱۷ | ۰,۰۰۰ | ۹۷,۱۲۴ |

ناهمگنی، قابلیت تعمیم بیشتری نسبت به مدل ثابت دارد. با توجه به نتایج مدل با اطمینان با ۹۹٪ می‌توان گفت که فرض صفر مبتنی بر همگن بودن مطالعات رد شده و فرض ناهمگونی (عدم همگنی) پژوهش‌ها تأیید شده است. معنادار بودن $Q=۵۶۰$ نشان از وجود ناهمگنی است. مقدار مجذور i دارای مقداری بین ۰-۱۰۰ است و ناهمگنی را به صورت درصدی نشان می‌دهد. هرچه به ۱۰۰ نزدیک‌تر، نشان‌دهنده ناهمگنی بیشتر اندازه‌های اثر پژوهش اولیه است. مقدار (۹۷) درصد مؤید این است که ۹۷٪ تغییرات کل مطالعات به ناهمگنی بین پژوهش مربوط است. بر این مبنا باید از اثر تصادفی برای تحلیل استفاده کرد؛ یعنی این وضعیت می‌گوید که بررسی عوامل مؤثر بر کالایش به خرافات، به لحاظ ویژگی تحقیقات از هم متفاوت هستند، بایستی برای مشخص کردن محل این تفاوت‌ها و واریانس از متغیر تعدیل‌گر استفاده کرد. نامتجانس بودن، نشانگر وجود اثر تعدیل در اندازه اثر مطالعات است؛ پس، علاوه بر اندازه اثر، باید اثر تعدیل متغیرهای دیگر را نیز بررسی کرد. در این حالت، متغیر تعدیل‌گر، به دنبال این است که آیا رابطه بین متغیر مستقل و وابسته ناشی از همین است یا نه؟

تأثیر هویت قومی بر گرایش به خرافات

جدول ۱۴: بررسی تعدیل‌گری هویت قومی

| اثر تصادفی | | | فراوانی | گروه مورد بررسی |
|---------------|---------|-------|---------|-----------------|
| سطح معنی‌داری | مقدار Z | ضریب | | متغیرها |
| ۰,۰۰۱ | ۹,۵۶۱ | ۰,۲۱۴ | ۴ | ترک |
| ۰,۰۰۰ | ۴,۶۰۱ | ۰,۱۳۴ | ۱۱ | فارس |
| ۰,۰۰۲ | ۷,۱۱۸ | ۰,۱۸۷ | ۲ | کرد |
| ۰,۰۰۳ | ۲,۸۹۱ | ۰,۲۸۱ | ۱ | لر |
| ۰,۰۰۱ | ۸,۰۱۳ | ۰,۱۳۲ | ۱۸ | اثر کل |

نتایج فوق نشان می‌دهد که گرایش به خرافات در بین گروه قومی لر (۰/۲۸) بیشتر بوده و هویت قومی لر گرایش بیشتری به استفاده از باورهای خرافه‌گرایی در تبیین امور اجتماعی خود دارند و بعد از آن‌ها گروه قومی ترک با مقدار ۰/۲۱٪، بیشتر از این باور استفاده می‌کنند و اثر کل هویت قومی برابر با ۱۳٪ است.

تأثیر جنسیت بر گرایش به خرافات

جدول ۱۵: بررسی تعدیل‌گری جنسیت

| اثر تصادفی | | | فراوانی | گروه مورد بررسی |
|---------------|---------|-------|---------|-----------------|
| سطح معنی‌داری | مقدار Z | ضریب | | متغیرها |
| ۰,۰۰۲ | ۱۰,۱۳۸ | ۰,۳۴۵ | ۸ | زن |
| ۰,۰۰۳ | ۷,۳۱۰ | ۰,۲۸۹ | ۱۰ | مرد |
| ۰,۰۰۰ | ۵,۷۹۱ | ۰,۲۳۵ | ۱۸ | اثر کل |

نتایج فوق نشان می‌دهد که زنان بیش از مردان گرایش به خرافات دارند و مقدار اثر گروه زنان بر گرایش به خرافات برابر با ۳۴٪ بوده و اثر کلی جنسیت جامعه آماری برابر با ۲۳٪ ذات است.

تأثیر نوع جامعه آماری بر گرایش به خرافات

جدول ۱۶: بررسی تعدیل‌گری نوع جامعه آماری

| اثر تصادفی | | | فراوانی | گروه مورد بررسی |
|---------------|---------|-------|---------|-----------------|
| سطح معنی‌داری | مقدار Z | ضریب | | متغیرها |
| ۰,۰۰۰ | ۳,۹۰۱ | ۰,۲۳۷ | ۱ | فوتبالیست |
| ۰,۰۰۰ | ۴,۶۷۹ | ۰,۲۶۸ | ۴ | دانشجویان |
| ۰,۰۰۰ | ۸,۰۳۴ | ۰,۲۹۰ | ۱۳ | شهروندان عمومی |
| ۰,۰۰۰ | ۳,۱۸۷ | ۰,۱۵۸ | ۱۸ | جمع کل |

در بین جامعه آماری مورد بررسی، شهروندان عمومی گرایش بیشتری به خرافات دارند و مقدار آن برابر با ۲۹٪ بوده و بعد از آن‌ها دانشجویان با مقدار اثر ۲۶٪ بیشتر به خرافات علاقه‌مند هستند و اثر کلی نوع جامعه آماری برابر با ۱۵٪ است.

تأثیر محل زندگی بر گرایش به خرافات

جدول ۱۷: بررسی تعدیل‌گری محل زندگی

| اثر تصادفی | | | فراوانی | گروه مورد بررسی |
|---------------|---------|-------|---------|-----------------|
| سطح معنی‌داری | مقدار Z | ضریب | | متغیرها |
| ۰,۰۰۱ | ۱۲,۸۹۱ | ۰,۲۳۱ | ۵ | روستا |
| ۰,۰۰۳ | ۴,۶۱۰ | ۰,۱۷۸ | ۱۳ | شهر |
| ۰,۰۰۱ | ۳,۴۲۰ | ۰,۲۰۸ | ۱۸ | جمع کل |

برحسب محل زندگی می‌توان گفت که گرایش به خرافات در بین روستاییان پس از شهرنشینان است و مقدار آن برابر با ۲۳٪ است و اثر کلی محل زندگی برابر با ۲۰٪ است.

نتیجه‌گیری

خرافه‌گرایی به رفتاری اطلاق می‌شود که از طریق فال، طالع‌بینی و حدس و گمان برخی از افراد پیش‌گو که در قبال دریافت مبلغ و مزدی، آینده و حوادث مرتبط با فرد و خانواده را پیش‌بینی می‌کنند؛ این فرهنگ، در همه جوامع دنیا رخ داده و قبل از انقلاب صنعتی به شدت رایج بوده و با گذر زمان و تغییرات اجتماعی-فرهنگی در جوامع بشری تا حدی از شدت آن کاسته شده و اما هم‌چنان به عنوان یک آئین و باور در بین مردم وجود دارد. هم‌چنان در ایران با وجود پیشرفت‌های اجتماعی-فرهنگی، مطابق تحقیقات صورت گرفته، دعانویسی، فالگیری، تعبیر خواب و... صورت می‌گیرد. با توجه به این‌که نزدیک به ۱۸ تحقیق در این باره انجام پذیرفته، هدف اصلی پژوهش مطالعه عوامل مؤثر گرایش به خرافات در بین شهروندان در فاصله زمانی ۱۳۸۸-۱۳۹۷ به روش فراتحلیل است. نتایج نشان می‌دهد که:

- افزایش میزان استفاده از وسایل ارتباط جمعی (۰,۳۹۱) همراه با آگاهی بخشی به جامعه و ایجاد روشن‌گری بوده و باورهای خرافاتی را کاهش می‌دهد. میزان استفاده از مطبوعات، تلویزیون، رسانه‌های نوین اجتماعی و ارتباط با فناوری جدید می‌تواند ضمن ترویج عقلانیت، باورهای خرافی را تضعیف کند.

- تحصیلات (۰,۲۰۰)، ضمن تغییر جهان‌بینی و ایجاد عقلانیت در تصمیم‌گیری نسبت به اهداف و هم‌چنین افزایش سطح آگاهی اجتماعی (۰,۱۲۴)، زمینه‌های انجام کنش بر مبنای خرافه، شانس، تصادف و فالگیری را کاهش می‌دهد.

- وجود نوسازی در جامعه و نوگرایی (۰,۱۴۲)، باعث تغییر در شیوه‌های رفتاری، سبک زندگی، الگوهای فکری شده و امور زندگی را همراه با عقلانیت، آگاهی و تدبیر و تأمل می‌کند؛ هرچه علاقه و تمایل شهروندان به نوگرایی بیشتر، به همان میزان شدت خرافه در جامعه کاهش می‌یابد.

- دین‌داری (۰,۲۳۵)، ترویج‌کننده عقلانیت و آگاهی و خردورزی در جامعه است و کنش‌های اجتماعی را در خانواده، جامعه و روابط بین فردی، مبتنی بر ایمان، توکل، عقلانیت، صداقت و راست‌گویی ساماندهی می‌کند؛ با فرهنگ‌سازی مشورت، عقل جمعی به جای وابستگی به خرافات، باورهای غیرمنطقی، از سطح خرافه‌گرایی کاهش می‌دهد؛ هرچه شدت دین‌داری در جامعه افزایش، به همان اندازه میزان خرافه‌گرایی کاهش می‌یابد.

- هرچه سطح سرمایه فرهنگی (۰،۱۳۵) در سطح جامعه بین گروه‌های شغلی، کاری و خانواده افزایش یابد، به همان میزان فرد به جای زیستن در فرهنگ تقدیرگرایی، خرافه و دنیای تصادفی، از نظم اجتماعی (دنیوی مبتنی بر عقلانیت) تبعیت می‌کند. سرمایه فرهنگی، همان دانش، فرهنگ و مهارت اجتماعی است که فرد را به عقلانیت و تبیین عقلانی امور سوق می‌دهد.
- رواج فرهنگ تقدیرگرایی (۰،۱۸۰) باعث نهادینه شدن و وابستگی فرد به آئین خرافه‌گرایی در امور اجتماعی و کنش‌های روزمره می‌گردد؛ هرچه فرد به حوادث پیرامون خود بر مبنای تقدیر و سنت بنگرند و به همان میزان باور بیشتری به خرافه خواهد داشت.
- هم‌نوایی اجتماعی (۰،۲۴۷) و تمایل فرد به هم‌رنگی در جامعه و یک گروه، به دلیل کاهش فشارهای هنجاری، کسب رضایت نگاه جمعی و گرایش فرد به خرافات را افزایش می‌دهد.
- درماندگی اجتماعی (۰،۳۱۷)، نوعی استیصال، ناتوانی، عمر و واماندگی فرد در برابر تغییرات اجتماعی و اتفاقات روزمره است؛ این امر باعث تن دادن فرد به خرافه‌گرایی می‌شود؛ هرچه سطح درماندگی (احساس عجز و ناتوانی) بیشتر، به همان میزان احتمال رواج خرافه‌گرایی نیز بیشتر می‌شود.
- بین رضایت اجتماعی و گرایش به خرافه رابطه وجود دارد؛ هرچه سطح رضایت اجتماعی مردم از زندگی، معیشت، رفاه اجتماعی و امور اقتصادی و اجتماعی بیشتر باشد، کمتر به سمت خرافات خواهند رفت.
- هرچه حمایت اجتماعی (۰،۳۰۱)، بین فرد و خانواده بیشتر باشد، به دلیل تقویت شبکه‌های ارتباطی و اعتماد عمیق، فرد کمتر سراغ باورهای خرافی خواهد رفت، با کاهش میزان حمایت، به دلیل انزوای اجتماعی و احساس بیگانگی، احتمال خرافه‌گرایی نیز افزایش می‌یابد.
- هرچه میزان آگاهی شهروندان از حقوق اجتماعی خود (۰،۴۱۵)، بیشتر شود، فهم و بینش آن‌ها عقلانی‌تر، روشن‌گرانه‌تر و علمی‌تر شده و برای تبیین اتفاقات اجتماعی کمتر به سراغ باورهای خرافی خواهند رفت.
- زندگی شهرنشینی (۰،۱۴۵) بسترهای نوسازی، گسترش صنعت، نظام بازاری عقلانی، افزایش تعاملات رسمی و آگاهی اجتماعی است و تقویت روابط اجتماعی، وجود شبکه‌های اجتماعی و فراگیری رسانه‌های نوین، امکان حضور باورهای خرافه را زندگی مردم کاهش می‌دهد.
- هرچه انزوای اجتماعی (۰،۳۳۱) شدت بیشتری داشته باشد، به خاطر احساس

- بیگانگی، بی‌هویتی و احساس طرد از جامعه، فرد خرافه‌گراتر می‌شود.
- امنیت اجتماعی (۰،۳۰۱)، یکی از عوامل اصلی کاهش خرافات است. وجود آرامش اجتماعی، عدم استرس و نگرانی در زندگی جمعی، ثبات شخصی-رفتاری را نهادینه می‌کند و مردم از درماندگی و بیگانگی و پناه بردن به دامان خرافات ممانعت می‌کند.
 - عزت نفس (۰،۱۵۶)، با ایجاد تلقین ایمان، آرامش، اعتماد و خود منزلتی در جامعه، از میزان گرایش به خرافات می‌کاهد، افزایش میزان عزت نفس، به فرد جرأت هویت‌یابی و شناخت خویشتن در اجتماع را می‌دهد، شبکه‌های اجتماعی وی را توسعه داده و ضمن گریز از انزوا، باعث اتکای فرد به خرد و عقلانیت می‌گردد.
 - از خود بیگانگی (۰،۳۷۰)، به معنای احساس تنهایی، بی‌معنایی و بی‌قدرتی فرد در برابر تغییرات و تحولات اجتماعی است، وقتی افراد احساس کنند که کارایی و اثربخشی خود را در اجتماع از دست می‌دهند، کمتر به عقلانیت پای‌بند شده و خرافه‌گراتر می‌شوند.
 - احساس آنومی (۰،۲۸۷) در جامعه به دلیل ابهام، سردرگمی، فقدان اطمینان از آینده اجتماعی، کاهش امید اجتماعی، جامعه را تقدیرگراتر، بی‌اعتماد به عقلانیت و زندگی مبتنی بر شانس سوق داده و باورهای خرافه شدت بیشتری خواهد یافت.
 - جامعه‌ای که سطح محرومیت نسبی (۰،۳۱۴)، بیشتری را تجربه کند، سطح خرافات بیشتر می‌شود. طبقه‌های اقتصادی متوسط و بالاتر به دلیل امنیت اجتماعی و نداشتن نگرانی ذهنی و معیشتی، کمتر به خرافه‌گرایی سوق می‌یابند، در افراد طبقه پایین جامعه به دلیل شیوع فرهنگ فقر، محرومیت اجتماعی و احساس بی‌قدرتی، احتمال خرافه‌گرایی و استفاده از این باور برای تحلیل سرنوشت خود بیشتر می‌شود.
 - با افزایش سطح عدالت اجتماعی-اقتصادی (۰،۱۳۵)، به دلیل کاهش فاصله طبقاتی، کاهش تبعیض اجتماعی، احساس برابری و ارزشمندی و منزلت اجتماعی، افراد کمتر خرافه‌گراتر شده و بیشتر به عقلانیت گرایش می‌یابند.
 - با افزایش میزان درآمد (۰،۲۴۷) به همان میزان باورهای خرافی کاهش می‌یابد. درآمد شغلی و داشتن معیشت امن، انسان‌ها را از اضطراب و درماندگی و باورهای غیرعقلانی دور می‌کند؛ انسان‌های گرفتار در بحران معیشت و دارای مشکل مالی، احتمال گرایش بیشتری به باورهای خرافی دارند.
 - افرادی که دارای شغل‌هایی مطمئن و با امن هستند، از سرمایه‌سازمانی-شغلی و فرهنگ سازمانی غنی برخوردار هستند، کمتر به خرافات متوسل می‌شود؛ اما گروه‌های شغلی متزلزل، بیکار و کارهای روزمزد، معمولاً احتمال گرایش به خرافه‌گرایی بیشتری دارند.

- هم‌چنین آزمون Q و نمودار کیفی نشان دادند که مطالعات دارای ناهمگنی هستند و در این میان متغیرهایی هستند که باعث این تفاوت و واریانس شده است؛ برای بررسی آن، متغیرهای زمینه‌ای به عنوان متغیر تعدیل‌گر در نظر گرفته می‌شوند. نتایج بررسی تعدیل‌گر نشان می‌دهد که هویت قومی بر گرایش به خرافه تأثیر داشته و میزان اثر کلی آن برابر با ۰٫۱۳٪ است. این میزان در بین گروهی قومی لر و ترک‌ها نسبت به سایر اقوام بیشتر بوده است. از بُعد جنسیت، زنان بیشتر از مردان به سمت خرافه می‌روند و علت این امر به تفاوت روانی، جسمی و تفاوت اجتماعی بین مردان و زنان در جامعه برمی‌گردد. نتایج نشان داد که بازیکنان فوتبال کمترین و شهروندان عمومی بیشتر از همه به خرافات گرایش دارند. از نگاه محلی زندگی (زیست مکانی-جغرافیایی)، ساکنان محیط روستا بیشتر علاقه و تمایل به تبیین امور با خرافات دارند. علت این امر به انزوای جغرافیایی، سرمایه فرهنگی پایین، محلی‌گرایی و سازگاری و هم‌نوایی مردم با هنجارهای سنتی و تاریخی خود در باب امور اجتماعی دارد؛ بر این اساس می‌توان برای کاهش خرافات پیشنهادهای زیر را ارائه داد:

- برگزاری دوره‌های آموزشی برای مردم محیط‌های سنتی و درگیر در سنت و تقدیرگرایی؛

- اختصاص برنامه ویژه در رسانه‌های ملی و اجتماعی باهدف عقلانیت و ناکارآمدی خرافات در حل مشکلات زندگی و پیش‌بینی آن‌ها؛

- ساختن فیلم، برنامه‌های گفتگویی کوتاه و داستان درباره پیامدهای خرافات؛
- افزایش نقش مکان‌های آموزشی و دانشگاهی درباره نوگرایی و عقلانیت در زندگی مردم؛
- افزایش نقش و اهمیت نهادهای فرهنگی، از جمله نماز جمعه، سازمان تبلیغات اسلامی و حوزه علمیه برای تفکیک بین خرافات و باورهای مذهبی.

پی‌نوشت

1. Culture Of Poverty.

۲. سلامت نیوز، ۱۳۹۸

۳. سعید خراط‌ها/ انتقال خرافات از خانواده به جامعه (۱۳۹۸)

4. <https://plus.irna.ir/news/84206407>

5. Meta-Analysis Method.

6. Effect Size.

کتابنامه

- ازکیا، مصطفی، (۱۳۹۵). مقدمه‌ای بر جامعه‌شناسی توسعه روستایی. تهران: نشر اطلاعات.

- اسمعیلی، علی؛ و اسداللهی، عبدالرحیم، (۱۳۹۹). جامعه‌شناسی توسعه یک نگاه کاربردی و تجربی. تهران: آریا دانش.
- افشانی، سید علیرضا؛ و احمدی، اصغر، (۱۳۸۶). «رابطه میزان نوگرایی و گرایش به خرافات در شهر یزد». پژوهشنامه، پاییز، ۴۱: ۵۹-۱۰۰.
- اینگلهارت، رونالد، (۱۳۷۳). تحول فرهنگی در جامعه پیشرفته. ترجمه مریم وتر، تهران: انتشارات کویر.
- آرون، ریمون، (۱۳۷۲). مراحل اساسی اندیشه در جامعه‌شناسی. ترجمه باقر پرهام، تهران: انتشارات و آموزش انقلاب اسلامی.
- آزاد ارمکی، تقی، (۱۳۹۰). نظریه‌های جامعه‌شناسی. تهران: سروش.
- آلوین، سو، (۱۴۰۰). تغییر اجتماعی و توسعه: مروری بر نظریات نوسازی، وابستگی و نظام جهانی. ترجمه محمود حبیبی مظاهری، تهران: نشر پژوهشکده مطالعات راهبردی.
- پوراخلاص، شکرالله؛ و نجفی، فاطمه، (۱۳۹۲). «نقد روان‌شناسی باورهای خرافی در دیوان فرخی سیستانی». پژوهش‌های ادبی و بلاغه، ۱ (۲، پیاپی ۲): بهار: ۳۷-۴۶.
- پوراکبریان جهرمی، سیده زهرا، (۱۳۹۶). «بررسی نقش مجلات خانواده در ترویج خرافات بین زنان خانه‌دار (مطالعه موردی زنان خانه‌دار شهر تهران در پاییز ۹۵)». کارشناسی‌ارشد دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی، دانشکده علوم ارتباطات و مطالعات رسانه.
- توسلی، غلامعباس، (۱۳۷۳). نظریه‌های جامعه‌شناسی. تهران: سمت.
- ثروت‌یاری، کارو؛ گروسی، سرور؛ و یوسفی، فائق، (۱۳۹۷). «بررسی فراوانی اعتقاد به خرافات و عوامل مرتبط با آن در بین دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی کردستان (محل سکونت)». مجله علمی دانشگاه علوم پزشکی کردستان، ۲۳ (۶): ۲۶-۳۶.
- جانعلیزاده چوب‌بستنی، حیدر؛ بابازاده‌بایی، علی؛ و ابراهیمی، سمانه، (۱۳۸۸). «کاوشی جامعه‌شناختی در وضعیت خرافه‌گرایی دانشجویان». راهبرد فرهنگ، ۵: ۱۲۸-۱۰۷.
- جاهودا، گوستاو، (۱۳۶۳). روان‌شناسی خرافات. ترجمه محمدنقی برهنی، تهران: نشر نو.
- جمشیدی‌ها، غلامرضا، (۱۳۸۳). پیدایش نظریه‌های جامعه‌شناسی. تهران: نشر دانشگاه تهران.
- چمبرز، رابرت، (۱۳۹۰). توسعه روستایی: اولویت بخشی به فقرا (حمایت از اقبال آسیب‌پذیر). ترجمه مصطفی ازکیا، تهران: نشر دانشگاه تهران.

- خانی، لطفعلی؛ علمی، محمود؛ غفاری، مظفر؛ و اسماعیلی، رضا، (۱۳۹۲). «بررسی رابطه محرومیت اجتماعی با گرایش به خرافات». مطالعات جامعه‌شناسی، ۶ (۲۱): ۱۹-۷.
- خرمائی، فرنوش، (۱۳۹۵). «چالش خرافات، روشنفکری و سنت‌گرایی در آثار جلال آل احمد». اولین کنفرانس ملی ادبیات، قم: <https://civilica.com/doc/517957>.
- دانش، اشکان، (۱۳۹۲). «راهکارهای مقابله با خرافات از دیدگاه قرآن کریم و احادیث». کارشناسی ارشد، دانشکده الهیات و معارف اسلامی، دانشگاه قم.
- دلپذیر، زهرا، (۱۳۸۴). «واکاوی پدیده خرافه‌پرستی در گفتگو با صاحب‌نظران: خرافات؛ سقوط عقل در سراسیمگی احساس». <http://www.qudsdaily.com/archive/1384/html/11/11/1384-11-11/page6.ht>.
- دورکیم، امیل، (۱۳۸۴). تقسیم‌کار اجتماعی. ترجمه باقر پرهام، تهران: نشر مرکز.
- دهقانی، حمید؛ و ابراهیمی، حدیقه، (۱۳۹۸). «مطالعه احساس امنیت روانی و اجتماعی با گرایش به خرافات مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه اصفهان (منطقه سکونت. تحصیلات)». پژوهش‌های راهبردی مسائل اجتماعی ایران، ۸ (۴)، پیاپی ۲۷: ۹۲-۱۲۲.
- ربیعی، کامران، (۱۳۹۲). بدعت‌ها و خرافات استان اصفهان. حوزه علمیه قم، دفتر تبلیغات اسلامی. شعبه استان اصفهان.
- رستم‌لیان، مهناز، (۱۳۹۷). «عوامل روان‌شناختی و اجتماعی مؤثر بر نگرش نسبت به پدیده دعانویسی در بین زنان ۱۸-۴۹ ساله شهر تبریز». کارشناسی ارشد، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه یاسوج.
- رضائی، مرجان، (۱۳۹۵). «تحلیل و تبیین خرافات در عصر صفوی». کارشناسی ارشد، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه اصفهان.
- رضائی، خسرو، (۱۳۹۷). «بررسی مقایسه‌ای رسوخ خرافات در نگرش به شیوه‌های بهداشتی و درمانی عامه مردم و تحصیل‌کرده‌های دانشگاهی استان کهگیلویه و بویراحمد». جامعه‌پژوهی فرهنگی، ۹ (۴)، پیاپی ۳: ۴۵-۲۵.
- زارع‌پور، حسین؛ و امین‌پور، حسن، (۱۳۹۵). آزمون‌های روان‌شناختی. تهران: انتشارات آبیژ.
- زارع، علیرضا؛ زارع، حکیمه؛ و عمادی، مهدی، (۱۳۹۴). «عوامل مؤثر بر گرایش به خرافات در بین بازیکنان فوتبال ایران». فصلنامه مدیریت و توسعه ورزش، ۶ (۲)، پیاپی ۴۱-۳۲: (۱۱).
- شاهنوشی، مجتبی، (۱۳۸۸). «خرافات و برخی علل و زمینه‌های آن». پژوهشنامه علوم اجتماعی، ۴۱: ۱۱۶-۱۰۱.

- شعرباغیان، حمیدرضا، (۱۳۸۳). باورهای عامیانه در ایران به گزارش سیاحان غربی. مشهد: انتشارات محقق.
- شعبی، فاطمه، (۱۳۹۲). روان‌شناسی خرافات. تهران: انتشارات الکترونیکی.
- شیخ‌علیشاهی، زهرا، (۱۳۹۸). «عوامل اجتماعی فرهنگی مرتبط با گرایش به خرافات در بین زنان ساکن در مناطق حاشیه‌ای شهر یزد». کارشناسی ارشد، پردیس علوم انسانی و اجتماعی - دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه یزد.
- صالحی‌امیری، سیدرضا، (۱۳۸۷). خرافه‌گرایی: چیستی، چرایی و کارکردها. تهران: پژوهشکده تحقیقات استراتژیک.
- صفایی، صفی‌آله؛ طیبی‌نیا، موسی؛ و عرفانی، نصراله، (۱۳۸۸). «بررسی عوامل جامعه‌شناختی مرتبط با خرافات». فصلنامه مطالعات امنیت اجتماعی، دوره جدید، ۲۱: ۱۵۵-۱۸۲.
- صمیمی‌کشیتی، اقلیما، (۱۳۹۷). «بازخورد خرافات در سفرنامه‌های دوره صفویه». کارشناسی ارشد، دانشگاه پیام‌نور استان هرمزگان، مرکز پیام‌نور قشم.
- طیبی، حشمت‌الله، (۱۳۹۵). مبانی جامعه‌شناسی مردم‌شناسی ایلات و عشایر. تهران: مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران.
- عابدین، نجمه؛ و نفری، حامد، (۱۳۹۵). «عوامل مؤثر بر گرایش زنان به خرافات». کنگره بین‌المللی توانمندسازی جامعه، اقتصاد و مهندسی فرهنگی، تهران: <https://565987/civilica.com/doc>
- عباس‌زاده، محمد؛ انصاری‌اوزین، نسرین؛ و بوداقتی، علی، (۱۳۹۸). «مطالعه خرافه‌گرایی در میان دانشجویان با رویکرد کیفی، مطالعات و تحقیقات اجتماعی». ۸ (۴): ۸۴۷-۸۷۲
- عبداللهی، فردوس، (۱۳۹۳). «بررسی رابطه ویژگی‌های فردی، شخصیتی و ارزش‌های خانوادگی با گرایش به خرافات در میان ساکنان حوزه شهری شهرستان نجف‌آباد». کارشناسی ارشد، دانشکده علوم انسانی، مرکز پیام‌نور تهران.
- عزیزخانی، اقباله؛ ابراهیمی، جعفر؛ و آبتین، جعفر، (۱۳۹۴). «بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر گرایش به خرافات (مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه آزاد واحد اردبیل)». جامعه‌شناسی مطالعات جوانان، ۶ (۱۸): ۷۲-۵۳.
- علیزاده‌فرد، سوسن، (۱۳۹۰). «بررسی اثر خستگی شناختی بر میزان هم‌نوایی اکثریت». مجله پژوهش‌های روان‌شناسی اجتماعی، ۱ (۱): ۱-۱۳.

- علیزاده، عبدالرضا؛ اژدری نژاد، حسین؛ و کافی، مجید، (۱۳۸۳). جامعه‌شناسی معرفت: جستاری در تبیین رابطه ساخت و کنش اجتماعی و معرفت بشری. تهران: مؤسسه پژوهشی حوزه و دانشگاه.
- عمید، حسن، (۱۳۷۱). فرهنگ عمید. ج. ۱، تهران: مؤسسه انتشارات امیرکبیر.
- غفاری، غلامرضا؛ و ازکیا، مصطفی، (۱۳۹۵). جامعه‌شناسی توسعه. تهران: نشر کیهان.
- فروغی، علی؛ و عسکری مقدم، رضا، (۱۳۸۸). «بررسی میزان گرایش به خرافات در بین شهروندان تهرانی». فصلنامه راهبرد، ۱۸ (۵۳): ۱۶۱-۱۹۲.
- قاسمی، وحید؛ عریضی، فروغ‌السادات؛ پورافکاری، نصرالله؛ و افشانی، سیدعلیرضا، (۱۳۸۶). «تبیین و تحلیل جامعه‌شناختی گرایش به خرافات». مجله پژوهشی دانشگاه اصفهان (علوم انسانی)، ۷: ۱۹۸-۱۷۷.
- کردبچه، رضا، (۱۳۹۶). جامعه‌شناسی خرافات. تهران: نشر سنجش و دانش
- کوثر، عاطفه، (۱۳۹۹). «رابطه بین امنیت اجتماعی، بنیان‌های اخلاقی و اعتقاد به خرافات در دانشجویان کارشناسی و کارشناسی ارشد حسابداری و گردشگری». کارشناسی ارشد، مؤسسه آموزش عالی خردگرایان مطهر.
- کوزر، لوئیس، (۱۳۷۳). زندگی و اندیشه بزرگان جامعه‌شناسی. تهران: انتشارات علمی.
- لرنر، دانیل، (۱۳۸۳). گذر جامعه سنتی: نوسازی خاورمیانه. ترجمه غلامرضا خواجه سروی، تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی
- لوئیس، اسکار، (۱۳۵۴). فرهنگ فقر و شناخت آن. ترجمه رجبعلی حاسبی، تبریز: نوبل.
- مرادی، بهروز، (۱۳۹۳). نظریه‌های جامعه‌شناسی به زبان ساده. تهران: بهمن برنا.
- معین، محمد، (۱۳۷۱). فرهنگ فارسی. ج. ۱، تهران: مؤسسه انتشارات امیرکبیر.
- منوچهری دامغانی فیاضی، عمادالدین، (۱۳۸۹). «تأثیر خرافات و عقاید انحرافی بر گسترش بیماری‌ها در عصر قاجار». فصلنامه مسکویه، ۶ (۱۰): ۷۳-۹۸
- ناظمی، زهره، (۱۳۹۲). «بررسی عوامل جامعه‌شناسی گرایش به خرافات در بین شهروندان ساوجی». کارشناسی ارشد، دانشگاه پیام‌نور استان تهران، مرکز پیام نور تهران غرب.
- ناظمی، زهره؛ دانش، پروانه؛ و ارجمندی، غلامرضا، (۱۳۹۲). «بررسی عوامل جامعه‌شناسی گرایش به خرافات در بین شهروندان ساوجی ۱۳۹۲». پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده اقتصاد و علوم اجتماعی، دانشگاه پیام‌نور، واحد استان تهران.

- نراقی، یوسف، (۱۳۸۰). جامعه‌شناسی و توسعه. تهران: فرزانه روز.
 - وبر، ماکس، (۱۳۷۴). مفاهیم اساسی در جامعه‌شناسی. ترجمه احمد صادرتی.
 تهران: نشر مرکز.

- Abbaszadeh, M.; Ansari Ozin, N. & Budaghi, A., (2018). "The study of superstition among students with a qualitative approach". *Social Studies and Research*, 8 (4): 872-847.

- Abdullahi, F., (2013). "Investigating the relationship between individual characteristics, personality and family values with tendency to superstitions among residents of the urban area of Najaf Abad city". Master's degree, Tehran Payam Noor Center, Faculty of Humanities.

- Abedin, N. & Nafri, H., (2015). "Factors affecting women's tendency towards superstitions". *International Congress of Community Empowerment, Economics and Cultural Engineering*, Tehran: <https://civilica.com/doc/565987>

- Afshani, S. A. & Ahmadi, A., (2016). "The relationship between the degree of modernization and tendency to superstitions in Yazd city". *Research Journal*, 41: 59-100.

- Alizadeh Fard, S., (2019). "Investigating the effect of cognitive fatigue on the degree of agreement of the majority". *Journal of Social Psychology Research*, 1 (1): 1-13.

- Alizadeh, A. R.; Azhdrejad, H. & Kafi, M., (2013). *Sociology of Knowledge: A Study in Explaining the Relationship between Construction and Social Action and Human Knowledge*. Tehran: Hoza & University Research Institute.

- Alvin, S., (2021). *Social change and development: a review of the theories of modernization, dependence and the world system*. Translated by: Mahmoud Habibi Mazaheri, Tehran: Research Center for Strategic Studies.

- Aron, R., (1993). *Basic stages of thought in sociology*. Translation: Bagher Parham, Tehran: Islamic Revolution Publications and Education.

- Azad Aramaki, T., (2011). *Sociological theories*. Tehran: Soroush.

- Azizkhani, I.; Ebrahimi, J. & Abtin, J., (2014). "Investigating

social factors affecting the tendency to superstitions (case study of students of Ardabil Azad University)". *Sociology of Youth Studies*, 6 (18): 53-72.

- Azkia, M., (2015). *An introduction to the sociology of rural development*. Tehran: Nashr Etelaat.

- Chambers, R., (1390). *Rural development: giving priority to the poor (supporting vulnerable groups)*. Translated by: Mostafa Azkia, Tehran: Tehran University Press.

- Coser, Louis (2004). *The lives and thoughts of great sociologists*, Tehran: Nashr Elmi.

- Danesh, A., (2012). "Solutions for dealing with superstitions from the perspective of the Holy Quran and Hadiths". Master's degree, University of Qom, Faculty of Theology and Islamic Studies.

- Dehghani, H. & Ebrahimi, H., (2018). "The study of the feeling of psychological and social security with tendency to superstitions: students of Isfahan University (residence area. Education)". *Strategic researches on social issues of Iran*, 8 (4, Series 27): 92-122.

- Delpazir, Z., (2004). *Analyzing the phenomenon of superstition in conversation with experts: superstitions; The fall of reason in the slope of feeling*, <http://www.Qudsdaily.com/archive/1384/html/11/11/1384-11-11/page6.ht>.

- Durkheim, E., (2004). *Social division*. Translated by: Baqer Parham, Tehran: Nashre Markaz.

- Foroughi, A. & Askari Moghadam, R., (2008). "Investigating the degree of tendency towards superstitions among Tehrani citizens". *Strategy Quarterly*, 18 (53)161-192.

- Ghafari, Gh. & Azkia, M., (2015). *Sociology of Development*. Tehran: Kayhan.

- Ghasemi, V.; Arizi, F. A-S., Pourafkari, N. & Afshani, S. A. (2006). "Explanation and Sociological Analysis of Tendency to Superstitions". *Isfahan University Research Journal (Humanities)*, 7: 177-198.

- Inglehart, R., (1994). *Cultural transformation in the advanced society*. Translation: Maryam Veter, Tehran: Kavir.
- Ismaili, A. & Asadollahi, A. R., (2019). *Sociology of development from a practical and experimental perspective*. Tehran: Aria Danesh.
- Jahoda, G., (1984). *The psychology of superstitions*. Translated by: Mohammad Naghi Brahni, Tehran: Nshre Jadid.
- Jamshidiha, Gh., (2004). *The emergence of sociological theories*. Tehran: Tehran University Press
- Janalizadeh Chobbasti, H.; Babazadeh Baii, A. & Ebrahimi, S., (2008). "Sociological research on the superstition status of students". *Strategy of Culture*, 5 (88): 107-128.
- Kausar, A., (2019). "The relationship between social security, moral foundations and belief in superstitions in undergraduate and graduate students of accounting and tourism". Master of Higher Education Institute of Motahar Rationalists, Department of Psychology.
- Khani, L. A.; Elmi, M.; Ghaffari, M. & Esmaili, R., (2012). "Examining the relationship between social deprivation and superstition tendency". *Sociological Studies*, 6 (21): 7-19.
- Kharmaei, F., (2015). "The challenge of superstitions, intellectualism and traditionalism in the works of "Jalal Al Ahmad"". *The first national literature conference*, Qom, <https://civilica.com/doc/517957>
- Kordabcheh, R., (2016). *Sociology of Superstitions*. Tehran: Sangh and Danesh Publishing.
- Lerner, D., (2004). *The Passage of Traditional Society: Modernization of the Middle East*. Translated by: Gholamreza Khawaje Sarvi, Tehran: Research Center for Strategic Studies
- Lewis, O., (1975). *The culture of poverty and its recognition*. Translated by: Rajab Ali Hasabi, Tabriz: Noble.
- Manouchehri Damghani Fayazi, E., (2011). "The influence of superstitions and deviant beliefs on the spread of diseases in the Qajar era". *Moscow Quarterly*, 6 (10): 73-98.

- Moin, M., (1992). *Farhang Farsi*. Vol. 1, Tehran: Amirkabir.
- Moradi, B., (2014). *Sociological theories in simple language*. Tehran: Bahman Barna.
- Naraghi, Y., (2010). *Sociology and Development*. Tehran: Farzan Rooz.
- Nazimi, Z., (2012). "Investigating sociological factors of tendency towards superstitions among the citizens of Sauji". Master's degree in Payam Noor University, Tehran Province, Payam Noor, Tehran- West.
- Nazimi, Z.; Danesh, P. & Arjamandi, Gh., (2012). "Investigating Sociological Factors of Tendency to Superstitions among the Citizens of Sauji 2012". Master's Thesis, Payam Noor University Tehran Province - Faculty of Economics and Social Sciences
- Omid, H., (2002). *Farhang Omid*. Vol. 1, Tehran: Amir Kabir.
- Porakbarian Jahormi, S. Z., (2017). "Investigating the role of family magazines in promoting superstitions among housewives (a case study of housewives in Tehran in the fall of 2015)". MA in Islamic Azad University, Central Tehran Branch, Faculty of Communication Sciences and Media Studies.
- Pourakhlās, Sh. & Najafi, F., (2012). "Criticism of the psychology of superstitious beliefs in Diwan Farrokhi Siṣtāni". *Literary and rhetorical researches*, 1 (2, Series 2): 46-37.
- Rabiei, K., (2012). *Heresies and superstitions of Isfahan Province: Qom Seminary, Islamic Propaganda Office*. Isfahan province branch.
- Ramezani, Kh., (2017). "A comparative study of the penetration of superstitions in the attitude towards the health and treatment methods of the general public and university graduates of Kohgiluyeh and Boyer Ahmad provinces". *Sociology of Culture*, 9 (4, 30 Series): 25-40.
- Rezaei, M., (2011). "Analysis and explanation of superstitions in the Safavid era". Master's degree, University of Isfahan, Faculty of Literature and Human Sciences.
- Roṣtām Lilan, M., (2017). *Psychological and social factors affecting the attitude towards the phenomenon of prayer writing among women aged 18-49 in Tabriz city*. Yasouj University, Faculty of Humanities.

- Safai, S.; Tayibinia, M. & Erfani, N., (209). "Investigating sociological factors related to superstitions". *Social Security Studies Quarterly*, New Period, 21: 155-182.
- Salehi Amiri, S. R., (2007). *Superstition: what, why and functions*. Tehran: Strategic Research.
- Samimi Keshiti, I., (2017). "Feedback of superstitions in Safavid era travelogues". Master's degree at Payam Noor University, Hormozgan Province, Payam Noor Center, Qeshm.
- Servatyari, K.; Grossi, S. & Yousefi, F., (2017). "Examining the prevalence of belief in superstitions and factors related to it among students of Kurdistan University of Medical Sciences (place of residence)". *Scientific Journal of Kurdistan University of Medical Sciences*, 23(6): 26-36.
- Shaerbaftian, H., (2004). *Folk Beliefs in Iran according to Western Travelers Report*. Mashhad: Mohaghegh.
- Shahnushi, M., (2008). "Superstitions and some of its causes and contexts". *Research Journal of Social Sciences*, 41: 101-116.
- Sheikh Alishahi, Z., (2018). *Socio-cultural factors related to tendency to superstitions among women living in marginal areas of Yazd city*. Yazd University, Humanities and Social Sciences Campus - Faculty of Social Sciences.
- Shoaibi, F., (2012). *Psychology of Superstitions*. Tehran: Electronic.
- Tavasli, Gh. A., (1994). *Sociological theories*. Tehran: Samt.
- Tayibi, H., (2015). *Basics of Sociology of Ethnology and Nomads*. Tehran: University of Tehran Publications Institute.
- Weber, M., (1994). *Basic concepts in sociology*. Translated by: Ahmad Tsederani, Tehran: Nashre Markaz.
- Zare, A.; Zare, H. & Emadi, M., (2014). "Factors affecting superstition tendency among Iranian football players". *Sports Management and Development Quarterly*, 6 (2): 32-46.
- Zarepour, H. & Aminpour, H., (2019). *Psychological tests*. Tehran: Aeezh.

Two Quarterly Journal of Contemporary Sociological Research
ISSN (P.): 2476-55643, (E.): 2476-6305
Vol. 11, No. 20, Spring & Summer 2022
License Holder (Publisher): Bu-Ali Sina University
Scientific Rank of the Journal: B
Journal Impact Factor: 0/480

Concessionaire: **Bu-Ali Sina University**
Manage Director: **Ali Mohammad Ghodsi**
Editor-in-Chief: **Assadollah Naghdi**
Executive Director: **Khalilollah Beik Mohammadi**
English Editor: **Azar Sarmadjou**

Logo Type: **Hamid Reza Chatrbahr**



پژوهش‌های جامعه‌شناختی معاصر 20
Two Quarterly Journal of Contemporary Sociological Research
Vol. 11, No. 20 Spring & Summer 2022

| | |
|---|---------|
| Life-Main, Business and Gender Family Distances: Empowerment's Challenging View on Modern Biotechnology Boroujeni, S., Akbari, S. S. | 47-61 |
| Factors Affecting the Commitment of Graduates: Western Model - Asset Capitalism of Modernism Perspective Bani Salari, S., Fardousi, M., Akbari-Ejles, S. A. | 67-84 |
| A Study on the Relationship Between Family and Values and Interest in Superstition Among People of Mashhad Boroujeni, S., Akbari, S. S., Karimi, S., Boroujeni, S. | 87-98 |
| Intellectual Exploration of Factors Affecting the Formation of Corruption Culture ... Boroujeni, S. S., Boroujeni, S. | 101-108 |
| Intellectual Study of Cultural Participation Among Citizens of Hamadan and Proposing Theoretical Model Boroujeni, S., Boroujeni, S., Mahdavi, S. A. | 109-121 |
| Mediocrity and the Health System: A Study of the Impact of the Five Principles of the Health System Boroujeni, S. | 122-130 |
| Cultural Study of Value Changes in Iran (Historical) Analysis of 18 and 19th Centuries (The World Values Survey) Boroujeni, S. | 131-144 |
| Value Analysis of Intellectual Factors Affecting the Transition to Creative Economy in Iran Boroujeni, S., Boroujeni, S. | 145-158 |
| Intellectual Study of Job Satisfaction as a Factor of Organizational Development Boroujeni, S., Boroujeni, S. | 159-168 |
| Studying the Economic Life of Older Adults in Tehran, Mazandaran, Bostan-e-Asmiyeh Economic Life Boroujeni, S., Karimi, S. | 169-181 |
| Phenomenology of Male Identity in Beauty Centers: From Identity Construction to Postmodern Perspective Boroujeni, S., Boroujeni, S. | 182-198 |
| Studying the Ethical Factors of Randomly Selected Superstition Among Citizens: Micro-analysis of ... Boroujeni, S., Boroujeni, S., Boroujeni, S., Boroujeni, S. | 199-203 |

Editorial Board (in alphabetical order)

Mostafa Azkia (Professor, Department of Sociology, Faculty of Social Sciences, University of Tehran, Tehran, Iran)

Hossein Imani-Jajarmi (Associate Professor, Department of Social Planning and Development, Faculty of Social Sciences, University of Tehran, Tehran, Iran)

Ismail Balali (Associate Professor, Department of Social Sciences, Faculty of Economics and Social Sciences, Bu Ali Sina University, Hamadan, Iran)

Hossein Bani Fatemeh (Professor, Department of Social Sciences, Faculty of Humanities and Social Sciences, University of Tabriz, Tabriz, Iran)

Ali Hossein Hosseinzadeh (Professor, Department of Social Sciences, Faculty of Economics and Social Sciences, Shahid Chamran University, Ahvaz, Iran)

Rampour Sadrnabavi (Professor, Department of Social Sciences, Faculty of Literature and Humanities, Ferdowsi University, Mashhad, Iran)

Mehdi Taleb (Professor, Department of Rural Development, Faculty of Social Sciences, University of Tehran, Tehran, Iran)

Mohammad Abbaszadeh (Professor, Department of Social Sciences, Faculty of Law and Social Sciences, University of Tabriz, Tabriz, Iran)

Mohammad Bagher Alizadeh Aghdam (Professor, Department of Social Sciences, Faculty of Law and Social Sciences, University of Tabriz, Tabriz, Iran)

Omid Ghaderzadeh (Associate Professor, Department of Sociology, Faculty of Humanities and Social Sciences, University of Kurdistan, Sanandaj, Iran)

Vahid Ghasemi (Professor, Department of Social Sciences, Faculty of Literature and Humanities, University of Isfahan, Iran)

Ali Mohammad Ghodsi (Associate Professor, Department of Social Sciences, Faculty of Economics and Social Sciences, Bu Ali Sina University, Hamadan, Iran)

Assadollah Naghdi (Professor, Department of Social Sciences, Faculty of Economics and Social Sciences, Bu Ali Sina University, Hamadan, Iran)

Address: Pajohesh Sq., Shahid Mostafa Ahmadi Roshan Boulvar, Bu-Ali Sina University, Central Building, Office of Scientific Journals, Hamedan, Iran.

Website Address: csr.basu.ac.ir

Email: csr@basu.ac.ir

Tel: 081 - 38380945

(All right reserved for the Bu-Ali Sina University)

In The Name of
GOD



Bu-Ali Sin
University

پژوهش‌های جامعه‌شناسی معاصر

Contemporary Sociological Research

CSR

Two Quarterly Journal of
Contemporary Sociological Research

ISSN (P.): 2476-5543, (E.): 2476-6305



پژوهش‌های جامعه‌شناسی معاصر 20

ISSN (P.): 2476-55643, (E.): 2476-6305

|| Two Quarterly Journal of Contemporary Sociological Research || **CSR**

|| Vol. 11 || No. 20 || Spring & Summer 2022 ||

-  **Lab Made Human and Genetic Family Distortion: Fukuyama's Challenging View on Modern Biotechnology**
Hashemikhah, Z., Afshani, S. A. 9-35
-  **Factors Affecting the Unemployment of Graduates Western Islamic Azad Universities of Mazandaran Province**
Rad-Akbari, F., Pahlavan, M., Abbasi-Esfjir, A. A. 37-66
-  **A Survey on the Relationship Between Family and Media and Interest in Superstition Among People of Mashhad**
Berand, M., Bakhshi, H., Kermani, M., Imanian, M. 67-98
-  **Sociological Explanation of Factors Affecting the Formation of Corruption Culture...**
Beheshti, S. S., Noorian Najafabadi, M. 99-140
-  **Sociological Study of Cultural Particularism Among Citizens of Hamedan and Presenting Theoretical Model**
Hejazifar, A., Haghghatian, M., Mohammadi, A. 141-172
-  **McDonaldization and the Health System: A Study of the Impact of the Four Principles of McDonaldization...**
Soltani-Bahram, S. 173-195
-  **Cohort Study of Value Changes in Iran (Secondary Analysis of 4th and 9th Wave Data in the World Values Survey)**
Shiri, H. 197-224
-  **Meta-Analysis of Sociological Factors Affecting the Tendency to Cosmetic Surgery in Iran**
Talebi Dalir, M., Yaghoobi Choobari, A. 225-260
-  **Sociological Study of Job Satisfaction as a Factor of Organizational Development**
Gholami-Kotanaei, K., Sajedi, F. 261-284
-  **Studying the Everyday Life of Dollar Sellers in Sabzeh Meydan, Tehran; Resistance in Everyday Economic Life**
Abdollahyan, H., Kahrobaee, A. 285-321
-  **Phenomenology of Male Identity in Beauty Centers: From Identity Construction to Fashionable Hegemony**
Farahmand, M., Danafar, F. 323-358
-  **Studying the Effective Factors of Tendency Towards Superstitions Among Citizens: Meta-analysis of ...**
Ashayeri, T., Voshoughi Asl, A., Jahanparvar, T., Hassanzadeh, Z. 359-393