



بَها تَك شَمَارِه دَوِم

سال اول، شماره دوم
شماره مسلسل ۲، تابستان ۱۴۰۰

پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات
وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

صاحب امتیاز: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات
مدیر مسئول: محمد سلگی
سردبیر: ابراهیم حاجیانی

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۳۵۷۱-۲۷۸



مدیر اجرایی: رقیه مهری
ویراستار: ناصر مرادی زاده
ویراستار انگلیسی: شهرناز شفیع خانی
امور هنری: علیرضا کرمی

بهای تک شماره: ۳۰۰۰۰۰ ریال
آدرس صفحه اینترنتی: <http://scsj.ricac.ac.ir>
نشانی: تهران، پایین تراز میدان ولیعصر،
خیابان دمشق، شماره ۹
صندوق پستی: ۶۴۷۴ - ۱۴۱۵۵
تلفن: ۸۸۹۰۲۲۱۲ - ۲۱
نمابر: ۸۸۸۹۳۰۷۶ - ۲۱

اعضای هیأت تحریریه:

- حسین اسکندری، استاد دانشگاه علامه طباطبائی
- ابراهیم حاجیانی، دانشیار وزارت علوم، تحقیقات و فناوری
- محمود شهایی، دانشیار جامعه شناسی دانشگاه شیراز
- داریوش مطلبی، دانشیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد یادگار امام (ره)
- علی منتظری، استاد پژوهشگاه علوم بهداشتی جهاد دانشگاهی
- علی یوسفی، دانشیار دانشگاه فردوسی مشهد

اعضای هیأت تحریریه بین المللی:

- محمد رضایی، پژوهشگر مرکز اسلام جهانی دانشگاه گوتته
- عقیل دغاقله، پژوهشگر علوم اجتماعی دانشگاه رانگز

فصلنامه «مطالعات راهبردی فرهنگ» به صاحب امتیازی پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات پس از اخذ پروانه انتشار به شماره ثبت ۸۶۰۸۰ از معاونت مطبوعاتی وزارت ارشاد اسلامی با همکاری انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات به منظور تقویت و زمینه تحقق اهداف و سیاست های فرهنگی کشور به طور مستمر و در قالب فصلنامه در حال انتشار است. فصلنامه مذکور، در دو نسخه چاپی و الکترونیکی منتشر می شود و براساس آیین نامه نشریات علمی مصوب کمیسیون نشریات وزارت علوم پس از انتشار چهار شماره متوالی در فرایند ارزیابی نشریات علمی قرار خواهد گرفت.





اهداف فصلنامه

این فصلنامه به گسترش، ارتقاء و انتشار دستاوردها و یافته‌های تحقیقاتی در زمینه برنامه‌ریزی، سیاست‌گذاری، مدیریت فرهنگی در کشور و ابعاد مختلف آن مانند آینده‌پژوهی، تحلیل‌های سیاستی، ارزیابی خط‌مشی‌ها، ارائه پیشنهادهای سیاستی، تجزیه و تحلیل ساختارهای مدیریتی، مالی، تصمیم‌گیری فرهنگی و موضوعاتی از این قبیل می‌پردازد تا به‌واسطه آن دانش مطالعات راهبردی در حوزه فرهنگ تقویت و زمینه تحقق اهداف و سیاست‌های فرهنگی کشور فراهم آید.

محورهای فصلنامه:

۱) سیاست‌گذاری فرهنگی یا حکمرانی فرهنگی در ایران

- ۱-۱. ارائه ایده‌ها، طرح‌ها، برنامه‌ها و سیاست‌های مسأله‌محور در حوزه فرهنگی با هدف حل یا مدیریت یک مسأله، معضل، بحران و مشکل فرهنگی؛
- ۲-۱. تحلیل فرایندهای تصمیم‌گیری، برنامه‌ریزی در دستگاه‌های مختلف فرهنگی کشور؛

۳-۱. تحلیل نظام‌های آموزشی، پژوهشی و خدمات فرهنگی در ایران؛

۴-۱. تحلیل و ارزیابی گفتمان‌ها و سیاست‌های بالادستی کشور در حوزه فرهنگ.

۲) مدیریت تغییرات و تحولات فرهنگی

۱-۲. تحلیل تغییرات فرهنگی و مدیریت تحولات فرهنگی در ایران و سایر کشور؛

۲-۲. مباحث توسعه فرهنگی، دین و توسعه، فرهنگ و فناوری و...؛

۳-۲. دیده‌بانی یا رصد تحولات فرهنگی.

۳) مسائل فرهنگی بین‌المللی

۱-۳. دیپلماسی فرهنگی؛

۲-۳. روابط فرهنگی بین‌المللی؛

۳-۳. قدرت نرم، تهدیدات نرم و...؛

۴) آینده‌پژوهی در حوزه‌های مختلف فرهنگی.

مقالات سیاستی در حوزه فرهنگ عامه‌پسند، سبک زندگی، جوانان، زنان، هویت،



قومیت، فرهنگ نخبه‌پسند، دموکراسی فرهنگی، انسجام ملی، تعلیم و تربیت، زبان، معماری، صنایع فرهنگی، صنایع خلاق، امنیت فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، مصرف کالاهای فرهنگی و از این قبیل قابل پذیرش خواهد بود.

چارچوب تنظیم و تدوین مقالات علمی

با توجه به ماهیت و خط‌مشی فصلنامه نحوه تنظیم، تدوین و تبویت مقالات در این مجله دارای تفاوت‌هایی با سایر مجلات است. البته با توجه تنوع مسائل و موضوعات سیاستی چارچوب پیشنهادی زیر عمده‌تأمی تواند برای مقالاتی که قصد ارائه ایده‌های جدید سیاستی برای حل مسأله معین را دارند بکار روند. لذا در سایر موضوعات که نویسندگان به مسائلی همچون آینده‌پژوهی، فرایندهای سیاست‌گذاری یا تصمیم‌گیری، ارائه ایده‌های جدید و خلاقانه، تحلیل محتوای اسناد بالادستی و از این قبیل موضوعات می‌پردازند. کمتر قابل پیاده‌سازی است. چارچوب این‌گونه مقاله‌ها می‌تواند به چارچوب‌های رایج مقالات علمی-پژوهشی نزدیک باشد اما و در هر حال انتظار آن است که این‌گونه تحلیل‌ها نیز معطوف به ارائه راهبردهای اجرایی و عملی به نظام اجرایی و دستگاه‌های فرهنگی کشور باشند. انتظار است که فرمت یا چارچوب ارائه مقالات به نحو زیر انجام پذیرد:

(۱) عنوان و چکیده و کلیدواژه‌ها: در چکیده الزاماً باید مسأله (مشکل سیاستی)، نحوه دستیابی به راه‌حل‌ها و بویژه راه‌حل‌ها بنحو شفاف بیان شود.

(۲) طرح مسأله: از آنجا که مطالعات سیاست‌پژوهی با رویکرد حل یا مدیریت مسأله (مسأله محوری) انجام می‌شوند لذا در بیان مسأله نویسندگان باید به اثبات مسأله پرداخته، شواهد و قرائن وجود مسأله، سوابق و پیامدهای مخرب آن برای نظام فرهنگی کشور را بیان کنند. شایسته است در این جا خوانندگان با ابعاد و سطوح مشکل، مسأله، بحران یا چالش خاص فرهنگی آشنا شوند.

(۳) مرور پیشینه: ارزیابی انتقادی تحقیقات پیشین که با رویکرد سیاست‌پژوهی به تحلیل مسأله و ارائه راهبرد پرداخته‌اند.

(۴) مرور سوابق سیاستی: معرفی و تحلیل انتقادی مجموعه تدابیر، سیاست‌ها، راهبردها و برنامه‌های اجراء شده یا در حال اجراء برای حل یا مدیریت مسأله در طول چند دهه گذشته در ایران یا کشورهای دیگر و بطور کلی در واحدهای



تحلیل مختلف (سازمان‌ها، بنگاه‌ها، دولت‌ها، مقاطع زمانی مختلف و ...) با رویکرد تطبیقی و با هدف استفاده از تجربیات سیاستی بدست آمده، شکست‌ها، موفقیت‌ها و یادگیری‌های سیاستی

(۵) روش‌شناسی: بیان شفاف روش تولید شواهد و داده‌ها. در اینجا باید تأکید کرد که روش‌شناسی مقالات سیاستی باید داده‌محور (شواهد محور) بوده و مبتنی بر اطلاعات و تجربیات عینی و ملموس باشد. این روش‌ها باید ریشه در ادبیات مطالعات راهبردی، سیاست‌پژوهی و برنامه‌ریزی استراتژیک داشته و مقاله باید علی‌القاعده از داده‌های ترکیبی و روش‌شناسی آمیخته بهره گرفته باشد. اشاره به روائی و اعتبار یافته‌ها نیز مهم است.

(۶) ارائه راهبردها: انتظار دارد نویسندگان در این بخش یافته‌های حاصل را در چارچوب روش‌شناختی (آمیخته) بیان نموده (بخصوص با نقد و ارزیابی تجارب جهانی و ایرانی برای حل مسأله و نیز تبیین ارزش‌های ورودی) به تناسب گرایش تخصصی خود اهداف، راهبردها، سیاست‌ها و برنامه‌های مورد نظر خود را بصورت منقح و دسته‌بندی شده و تفصیلی بیان نمایند.

(۷) باتوجه به ماهیت مقالات سیاست‌پژوهی پیشنهاد می‌شود نویسندگان محترم به مباحث تکمیلی از جمله نحوه ارزیابی سیاست‌ها و تدابیر پیشنهادی، نگاهت‌نهادی و تقسیم کار ملی و بین‌بخشی (برای اجراء سیاست‌ها)، الزامات و موانع پیاده‌سازی و اجراء، نحوه تخصیص و تأمین منابع و .. توجه نمایند.

(۸) فهرست منابع

نویسندگان محترم باید توجه داشته باشند که مخاطبین یا مشتریان این مقالات جامعه سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان کشور هستند. ضمن آنکه معیارهای قضاوت داوران فصلنامه نیز براساس ملاحظات بالا و بطور ویژه «دستاوردها و یافته‌های سیاستی مقاله» خواهد بود و لذا ارائه یافته‌ها و راهبردهای کلی، اجمالی، تکراری و فاقد ارزش افزوده Added Values برای مراجع سیاست‌گذاری کشور، باعث عدم پذیرش مقالات خواهد شد.



- واکاوی زیست فرهنگی در اندیشه نوصدرائیان (با تأکید بر آرای استاد مرتضی مطهری)
جلال درخشه، حمیدرضا تبشیری ۹
- شناسایی عناصر تشکیل‌دهنده الگوی یکپارچه‌سازی دستور کارهای شورای فرهنگ
عمومی کشور
رضا یعقوبی، علی اکبر رضایی، محسن عامری شهرابی، ندا سلیمانی ۳۱
- پیش‌بینی تقاضای گردشگری فرهنگی شهر تهران
ابتهال زندی، رحیم یعقوب‌زاده ۵۹
- تحلیل توسعه نقش زنان در جهت ارتقای شغلی با تأکید بر سیاست‌گذاری فرهنگی در
سازمان تأمین اجتماعی
سمیه فجری ۸۳
- پیش‌بینی‌های تغییر در سبک زندگی خانواده ایرانی
سهراب هاشمی‌نژاد، محمدرحیم عیوضی ۱۰۱
- راهبردهای ارتقای مدارای اجتماعی با تأکید بر نقش سرمایه اجتماعی و سرمایه فرهنگی
مصطفی دومهری، شاپور بهیان، اسماعیل جهانبخش ۱۲۹
- چکیده انگلیسی ۱۶۰



واکاوی زیست فرهنگی در اندیشه نوصدرائیان (با تأکید بر آرای استاد مرتضی مطهری)

• جلال درخشه^۱، حمیدرضا تبشیری^۲

چکیده

نوصدرائیان، که از آن‌ها به عنوان جریان پُرفوت فلسفی در ایران معاصر یاد می‌شود، در واکنش به بحران‌های فکری دهه ۳۰ و برای ارائه رویکردی فعالانه از دین در دوران مدرن برای زیست بشر پا به عرصه ظهور گذاشته‌اند. ایشان، با توجه به مقتضیات زمان، دغدغه آن را داشته‌اند که وحی را برای اجتماع مؤمنان، به جهت ضرورت احیای حیات باطنی در عالم دینی، به اشتراک گذارند تا زمینه مدینه فاضله شیعه و ظهور حضرت مهدی (عج) را فراهم کنند. بر همین اساس، مقاله پیش‌رو در چارچوب تحلیلی «دستگاه فکری حکمت متعالیه» با هدف بازخوانی مفهوم زیست فرهنگی، که مهم‌ترین مشکل سیاستی کشور است، به این پرسش پاسخ می‌دهد که زیست فرهنگی در اندیشه نوصدرائیان، با توجه به انسان‌شناسی نوصدرایی (به‌طور خاص اعتقاد به انسان متعالی در این منظومه فکری)، بر چه دال نظری‌ای استوار است. از همین‌رو، فرضیه این پژوهش بر این نکته استوار است که، به تبع زیربنایی بودن مفهوم فرهنگ و اصالت آن در این جریان فکری، «کرامت» را می‌توان دال نظری در این جریان فکری دانست. داده‌های به‌دست آمده از مطالعه موضوع پژوهش و منابع و دیدگاه‌های اصحاب حکمت متعالیه تأیید می‌کنند که نظریه «کرامت» و عدالت دال مرکزی در مفهوم فرهنگ است و «زیست فرهنگی» در اندیشه این جریان فکری با عناصر، عوامل و روش‌های خاص خود محقق می‌شود. این مقاله با روش توصیفی-تحلیلی و با تجزیه و تحلیل داده‌ها به روش کتابخانه‌ای انجام شده است.

واژگان کلیدی

حکمت متعالیه، فرهنگ، کرامت، صدرایان، مطهری.

مقدمه

نوصدرائیان جریان فکری و فلسفی در ایران معاصرند که، با بازسازی و ارائه قرائتی جدید از آشتی بین عقل، عرفان و نقل، به دنبال پاسخ‌گویی به پرسش‌های نوپدید سیاسی و اجتماعی، که به سبب وجود خلأ دینی و فلسفی در جامعه اسلامی به وجود آمده‌اند، هستند. ایشان، با استفاده از دستگاه فلسفی حکمت متعالیه و با مبانی انسان‌شناسی خود، در صدد کشف انسان و ابعاد و جنبه‌های گوناگونی نظیر مفهوم انسان، انسان سیاسی، آفرینش انسان، استعدادها و توانایی‌های انسان، جایگاه انسان در نظام هستی و رابطه خود با خود، اجتماع و خدا هستند. ایشان، ضمن بازتعریف انسان در عصر مدرن، معتقدند باید با به خدمت گرفتن سیاست برای کسب سعادت ارزش‌هایی مانند فرهنگ، عدالت، آزادی و... در حیات اجتماعی و سیاسی مؤمنان تحقق پیدا کنند.

از شاخص‌های این جریان می‌توان به اشخاصی چون امام خمینی (ره)، علامه طباطبایی، شهید مطهری، علامه جوادی آملی و... که محصول خردورزی و رویش یافته «حکمت متعالیه» بوده‌اند اشاره داشت که نه تنها دستاوردهای عقلانی جامعه بشری را پذیرفتند، بلکه آن را با وحی برای اجتماع مؤمنان، به جهت ضرورت احیای حیات باطنی در عالم دینی، به اشتراک گذاشته‌اند. این جریان فکری، که امروزه به «فلسفه نوصدرائی» شناخته می‌شود، با مراجعه به تعالیم دینی و روش‌شناسی حکمت متعالیه ملاصدرا^۱، ضمن بازتعریف انسان در دوره مدرن و ارائه نگرشی بدیع به فرهنگ، آن را نقطه غایی و قانونی مباحث خود معرفی می‌کند. گفتنی است این مباحث زمینه‌ساز تربیت انسان و وسیله‌ای برای رسیدن او به کمال قرب الهی و سعادت نهایی هستند. امام خمینی (ره) حتی انقلاب اسلامی را انقلابی فرهنگی دانسته و فرمودند: «صدماتی که کشور ما از فرهنگ رژیم شاه خورده است قابل مقایسه با ضررهای اقتصادی و غیره نبوده است» (خمینی، ۱۳۸۸، ج ۶: ۲۳۶-۲۳۷). با توجه به این مقدمه، پرسش این پژوهش عبارت است از: زیست فرهنگی در اندیشه صدراییان، با توجه به انسان‌شناسی نوصدرایی (به‌طور خاص اعتقاد به انسان متعالی در این منظومه فکری)، بر چه دال نظری‌ای استوار است؟ از همین‌رو، فرضیه این پژوهش بر این پاسخ بوده است که، به تبع زیربنایی بودن مفهوم فرهنگ و اصالت آن در این جریان فکری، نظریه «کرامت» را می‌توان دال نظری در این جریان فکری دانست. در این چارچوب، هدف این مقاله بازخوانی مفهوم فرهنگ و زیست فرهنگی در این جریان فکری است که می‌تواند به عنوان الگوی بومی از فرهنگ معرفی شود.

۱. در اندیشه این جریان فکری، با پذیرش دستاوردهای فکری صدرالماتل‌هین (همچون حرکت جوهری، اصالت وجود، اتحاد عاقل و معقول، جسمانیت الحدوث و روحانیت البقا) دستاوردهای جدیدی نیز همچون رئالیسم معرفتی برای شناخت هستی و انسان با توجه به اصول اساسی حکمت متعالیه ارائه شده که زمینه معرفی و شناخت آن‌ها به «صدراییان» را فراهم کرده است (زمانی، ۱۳۹۸).

پیشینه پژوهش

مقالات و آثار متعددی درباره فرهنگ، مبانی و سیاست‌گذاری‌های فرهنگی تحریر یافته‌اند که از منظر پژوهش پیش رو می‌توان آن‌ها را به چهار گروه اصلی تقسیم‌بندی کرد: ۱. آثاری که به نقد و بررسی سیاست‌گذاری فرهنگی پرداخته‌اند. در این زمینه می‌توان به الوانی و هاشمیان (۱۳۸۷)، آزاد ارمکی و نوح منوری (۱۳۹۱)، شریفی (۱۳۹۱)، مقتدائی (۱۳۹۵)، اسماعیلی کلیشمی (۱۳۹۶) و صالحی (۱۳۹۸) اشاره کرد؛ ۲. آثاری که با رویکرد فلسفی و ماهوی به بررسی فرهنگ و سیاست‌گذاری فرهنگی پرداخته‌اند. در این آثار به صورت مفهومی چیستی سیاست‌گذاری فرهنگی بررسی شده و به عنوان مصداقی از سبک زندگی مد نظر قرار گرفته شده است. از جمله این آثار می‌توان به مصلائی پور (۱۳۹۴)، جعفری هفتخوانی (۱۳۹۱)، جوادی (۱۳۹۵) و سعیدی (۱۳۹۸) اشاره کرد؛ ۳. آثاری که سیاست‌های فرهنگی را با نگاه فلسفه سیاسی بررسی کرده‌اند، به نحوی که خواهان ارائه تأملات فلسفی در باب فرهنگ و امر سیاسی از آن هستند. از میان این آثار می‌توان به خسروی دهنزیری (۱۳۹۴)، اسفندیاری (۱۳۹۵) و جمال‌زاده و آقاداتی (۱۳۸۹) اشاره کرد؛ ۴. آثاری که به تبیین مبانی معرفتی و سیاست‌گذاری‌های فرهنگی که ناظر بر اندیشه صدرایی‌اند اشاره دارند. از جمله این آثار می‌توان به خان‌محمدی (۱۳۸۶)، صداقت‌زاده (۱۳۹۴) و خورشیدی (۱۳۹۵) اشاره کرد که حاکی از نوآوری و اهمیت این بحث هستند. از همین رو، این مقاله، با تداوم بحث یادشده، به دنبال یافتن چیستی زیست فرهنگی در اندیشه صدراییان است که می‌تواند در معرفی ایده زیست فرهنگی در الگوی ایرانی-اسلامی پیشرفت کمک شایانی کند.

روش پژوهش

مقاله پیش رو با روش «تفسیری-تحلیلی» و ناظر به حوزه معرفتی، کیفی، مطالعه اسنادی و تکنیک مطالعه کتابخانه‌ای صورت گرفته است. از جمله تمایزات حکمت متعالیه نسبت به دیگر مکاتب فلسفی در جهان اسلام ایجاد روش‌شناسی جدید برای کسب معرفت است. این روش‌شناسی، که ترکیبی از عرفان و فلسفه مشاء است، معتقد است که اصول عرفانی و فلسفی دو ساحت متفاوت از حقیقتی واحد هستند و عقل و سمع اگر درست به کار گرفته شوند، هر دو به یک نقطه می‌رسند که این امر نشان‌دهنده آن است که جهان دارای نظم عقلانی است. صدرا معتقد است که حتی عرفا نیز از طریق مکاشفات ربّانی و عقلانی به این طریق خردورزی می‌رسند. هدف صدرا المتالهین از ترکیب این دو روش آن بوده که هر دو روش نقصانی داشتند که در صورت استفاده نکردن از روش دیگری

پیش می‌آمد (قراملکی، ۱۳۸۸: ۵۵-۱۰۸). صدرالدین شیرازی در اسفار و مفاتیح الغیب تقسیم‌بندی مقدماتی از علوم ارائه می‌دهد، اما در اکسیر العارفین تقسیم‌بندی جامعی از آن ارائه می‌دهد که علاوه بر اینکه تمامی علوم زمینی و آسمانی را در خود جمع کرده، بیانگر رویکرد متدلوزیک صدرای شیرازی نسبت به چگونگی کسب معرفت و شناخت نیز هست. برای ارزیابی و شناسایی اساسی‌ترین نکته رویکرد متدلوزیک ملاصدرا باید به تأملات صدرالدین درباره ارتباط پیچیده‌ای که وی میان عقل و شهود می‌بیند اشاره کنیم (قراملکی، ۱۳۸۸: ۱۱۶). آنچه مد نظر اوست عقلانیت مسلح به نور شهود است و از همین منظر است که فلسفه خود را نوع متعالی فلسفه یا حکمت می‌داند. همچنین است که وی جریان فلسفی جدیدی را بنا می‌گذارد.

مبانی نظری پژوهش

تعاریف گوناگونی از فرهنگ ارائه شده‌اند. فرهنگ را معادل واژه لاتین Culture قرار داده‌اند. مرحوم عمید واژه فرهنگ را به لحاظ ریشه لغوی از «فر» به معنی «از خلال» و «هنگ» «هنجیدن» به معنای کشیدن. که در مجموع به معنای کشیدن از میان چیزی است (عمید، ۱۳۷۱). تعریف کرده است. همچنین در لغت‌نامه دهخدا مفاهیمی چون ادب، عقل و ادراک، دانش و بزرگی، خرد، تعلیم و تربیت، سنجیدگی و... برای تعریف این مفهوم فرهنگ ذکر شده است. در این میان، جامعه‌شناسان و متفکران فلسفه اجتماعی نیز تعاریفی با توجه به مکاتب فکری خود از فرهنگ ارائه کرده‌اند؛ از جمله:

جدول ۱. فرهنگ از دیدگاه جامعه‌شناسان و متفکران فلسفه اجتماعی

تعاریف	متفکران
در کتاب فرهنگ ابتدایی ^۲ ، تایلر فرهنگ را «مجموعه پیچیده‌ای از دانش‌ها، باورها، هنرها، قوانین، اخلاقیات، عادات و هر چه فرد به عنوان عضوی از جامعه خویش فرا می‌گیرد» تعریف می‌کند (بیلینگتون، ۱۳۹۵: ۱۰۶).	ادوارد تایلر ۱۹۱۷.۱۸۳۲
فرهنگ مجموعه آداب و رسوم و سنت‌ها و نهادهای اجتماعی است (بیلینگتون، ۱۳۹۵: ۱۱۵).	سمثر ۱۹۲۰.۱۸۴۰
در کتاب اصول جامعه‌شناسی، اسپنسر از فرهنگ به عنوان محیط فراجسمانی انسان یاد می‌کند و در صدد جدا کردن فرهنگ از عوامل جسمانی و طبیعی است. وی اعتقاد داشت که محیط فراجسمانی خاص انسان است، در حالی که انسان از لحاظ دو محیط دیگر (طبیعی و جسمانی) با حیوان وجه مشترک دارد (شعاعی، ۱۳۹۰: ۸۳).	هربرت اسپنسر ۱۹۰۳.۱۸۲۰

1. Edward Burnett Tylor

2. Primitive Culture

تعاریف جامعه‌شناسان متأخر از فرهنگ	
ادگار شاین ^۱	وی فرهنگ را «مجموعه‌ای از مبانی و اندیشه‌های بنیادین، اصول و ارزش‌های حاکم و نمادها و سمبل‌های بیرونی می‌داند که جامعه نسبت به آن اعتقاد و باور پیدا کرده؛ از عمل به آن احساس رضایت، لذت و شادی می‌کند و از عمل نکردن به آن احساس نارضایتی، شرم و گناه می‌کند. وی معتقد است به‌منظور نهادینه‌کردن فرهنگ در جامعه باید نگاه و توجهی متوازن و هماهنگ به تمامی سطوح فرهنگ در تعریف مذکور داشت» (Schein, ۱۹۸۸).
لاکلا ^۲ و موفه ^۳	آن‌ها درباره فرهنگ اشاره دارند که «هر چیز فرهنگی است» و از آنجاکه خود واقعیت اجتماعی از سنخ گفتمان است، بنابراین همواره نظم اجتماعی از طریق فرهنگ ساخته و بازتولید شده است (شعاعی، ۱۳۹۰: ۲۱۴).
هابرماس ^۴	هابرماس نیز فرهنگ را مجموعه‌ای از ارزش‌های انسانی می‌داند و فرهنگ کنونی را علت بحران نظام لیبرال دموکراسی می‌پندارد (نوذری، ۱۳۹۲: ۱۳۶-۹۰).

وجود این تعاریف متعدد در اندیشه متفکران اجتماعی، همگی، نشان از آن دارد که هیچ تعریف مشترکی درباره مفهوم فرهنگ وجود ندارد (گوردون، ۱۳۸۸: ۶۵). به نظر می‌رسد برای رسیدن به فهمی راه‌گشا از تعریف مفهوم فرهنگ و همچنین تقریری صحیح‌تر باید تقریری خارج از تعریف این متفکران به دست آورد؛ چراکه متفکران غربی، با رویکردها و پارادایم‌های تفکری خود و همچنین با توجه به بسترهای زمانی و مکانی اجتماعی‌شان، تعریفی از فرهنگ داشته‌اند به‌طوری‌که فرهنگ را یا افراطی منوط به ارائه عینی در جامعه می‌دانند (اجتماع‌گرایان) و یا منوط به فردگرایی مفرط کرده‌اند. برای برون‌رفت از این چالش مفهومی می‌توان به اندیشه حکمای نوصدرایی، همچون استاد شهید مرتضی مطهری، اشاره داشت که با بهره‌گیری از روش‌شناسی حکمت متعالیه چالش تعریفی از مفهوم فرهنگ را مرتفع می‌کنند. استاد مطهری در همین راستا با طرح نظر سوم می‌گویند: «نظریه سوم هم فرد را اصیل می‌داند و هم جامعه را... بنابر این نظریه، در اثر تأثیر و تأثر اجزا، واقعیت جدید و زنده‌ای پدید آمده است؛ روح جدید و شعور و وجدان و اراده و خواست جدید پدید آمده است. علاوه بر شعور و وجدان و اراده و اندیشه فردی افراد، و بر شعور و وجدان افراد غلبه دارد» (مطهری، ۱۳۷۲: ۲۹). ایشان با این انسان‌شناسی خود فرهنگ را این‌گونه تعریف می‌کنند: «فرهنگ عبارت است از فعل و انفعالاتی که مبتنی بر فطرت در روان انسان صورت می‌گیرد» (مطهری، ۱۳۷۶، ج ۴: ۱۲۶) که برای احیای آن باید در سه مرحله تخلیه، تحلیل و تثبیت فرهنگ اقدام کرد (مطهری، ۱۳۷۶، ج ۴: ۱۲۷). در عالم واقع این مراحل از یکدیگر جدا

نیستند، ولی در عالم نظر و به لحاظ تحلیلی می‌توان آن‌ها را جدا از هم در نظر آورد^۱. استاد پارسانیا، از شاگردان شهید مطهری، نیز در ادامه این تعریف با ارائه سطوح فرهنگ معتقدند: «آن را باید اولاً هویتی معرفتی و ثانیاً جمعی دانست که دارای ابعاد، سطوح گوناگونی که از مجموعه معرفت‌های مختلفی شامل شده، است. نمادها و نشانه‌ها، هنجارها و ارزش‌ها، باورها و اعتقادهای بنیادین که به صورت زبان، آداب و عادات، حقوق و مقررات، ادبیات، اساطیر، علوم، معارف، فلسفه‌ها و ادیان مختلف بروز و ظهور پیدا می‌کنند هریک در بخش و یا سطحی از فرهنگ واقع می‌شوند. توجه به سطوح و اجزای متفاوت و گسترده فرهنگ نکته مهمی است که ما را در تبیین نسبت فرهنگ با علم یاری می‌رساند» (پارسانیا، ۱۳۸۷: ۵۴). اصحاب حکمت متعالیه، ضمن معرفی منابعی متمایزبخش از فرهنگ به جهت پویایی آن از دیگر مکاتب بشری، در کنار معرفی سنجش «قوه تفکر» برای شناخت درست حقایق اجتماعی و فرهنگی معتقدند که از «خدمات دیگری که اسلام با انسان شناسی‌اش ارائه می‌دهد به اعتبار شناختن زمان و عرف عقلانی هر جامعه است که دستاوردهای مهمی می‌تواند برای شناخت انسان متعالی و فرهنگ متعالی باشد» (مطهری، ۱۳۷۶، ج ۲۱: ۶۳). بنابراین، در کنار قرآن و سنت، در اندیشه ایشان باید برای فهم مبانی زیست فرهنگی به عقل، مقتضیات زمان و عرف جامعه نیز توجه کرد.

برخلاف صاحب نظران مادی که به پروردگاری خداوند معتقد نیستند و در نظام هستی به تعادل خودکار اعتقاد دارند، اصحاب حکمت متعالیه بر مفهوم تعادل هدایت‌شونده درباره نظام هستی، انسان و جامعه بشری تأکید دارند. مراد از این مفهوم آن است که ثبات، هماهنگی، آرامش، هدفمندی و تعادل موجود در نظام کیهانی، پیکره انسانی، خود انسان و نظام‌های اجتماعی فرهنگی بدون هدایت تکوینی و تشریعی خداوند امکان‌پذیر نیست. از آنجاکه مفهوم فرهنگ و زیست فرهنگی برآمده از این نظام فکری است، لازم است که به اجمال در مورد تعادل هدایت‌شونده در این نظام فکری سخن گفت (جوادی آملی، ۱۳۸۴: ۲۴۴).

الف) تعادل هدایت‌شونده در نظام هستی

در حکمت متعالیه، هر سیستم و نظام پایدار و متعادلی از جمله نظام کیهانی سه هدف اساسی دارد: ثبات؛ رشد و هم‌بستگی. تعادل پویایی نظام‌ها به تحقق این اهداف بستگی دارد (جهانیان، ۱۳۸۸: ۳۰۰). دنیای ما یعنی زمین و طبیعت موجود نیز، که بخشی بسیار

۱. ایشان در ادامه همین بحث می‌نویسند: «فطرت اصیل و یگانه به فرهنگ انسان یگانگی می‌دهد؛ یا چنین فطرت یگانه‌ای در کار نیست. فرهنگ ساخته عوامل تاریخی قومی و جغرافیایی و یا ساخته گرایش‌های منفعت طلبانه طبقاتی است؟ اسلام به حکم اینکه در جهان بینی‌اش قائل به فطرت یگانه است، هم طرف‌دار ایدئولوژی یگانه است و هم طرف‌دار فرهنگ یگانه (مطهری، ۱۳۷۶: ۶۱-۶۰).

کوچک از این نظام کیهانی است، دارای ثبات و تعادل و رشد مستمر و هم‌بستگی بین اجزایش است و در صورت برهم خوردن تعادل در اثر اعمال انسان‌ها و نظام‌های اجتماعی فرهنگی در کوتاه مدت، نسبت به کل جریان تاریخ، دچار مشکل می‌شود. همچنین است که تعادل در این نظام هستی بر محور توحید قرار گرفته و قابل شناخت است.

ب) تعادل هدایت‌شونده ارگانیسم و نظام شخصیت انسان

همان‌طور که جهان هستی در وجود و تداوم و تعادل خود به هدایت مداوم نیازمند است، انسان نیز برای دستیابی به تعادل و آرامش خود به هدایت از جانب خداوند نیازمند است. یکی از مفاهیم کلامی مهمی که در حکمت متعالیه بر آن تأکید شده مبحث هدایت تکوینی، فطری و تشریعی است. از آنجاکه خداوند انسان را برای هدف ابتلا و امتحان و تکامل آفریده است، مقدمات وصول به این هدف را در وجود او آفریده و نیروهای لازم را به او بخشیده است. این همان هدایت تکوینی و تعادل هدایت‌شونده ارگانیسم انسان است که جنبه عمومی دارد و شامل همه انسان‌ها می‌شود (جوادی آملی، ۱۳۸۴: ۲۴۴).

در حکمت متعالیه، شخصیت انسان براساس هدایت تکوینی از طریق اتحاد علم و عمل تکامل می‌یابد. ملاصدرا در این باره می‌نویسد: «اگر چند انسان با معنای واحدی اتحاد حاصل کنند، درواقع خود آن‌ها نیز با یکدیگر متحد شده‌اند. در نتیجه این اتحاد، رفتارهای مشترکی از آن‌ها صادر خواهد شد». این اتحاد افراد در اندیشه و عمل همان مفهومی است که اندیشمندان غربی با عنوان فرهنگ از آن یاد می‌کنند. بنابراین فرهنگ بخشی از معرفت است که در ذهنیت مشترك افراد و یا جامعه و یا در زیست جهان افراد وارد شده است؛ به بیانی دیگر، فرهنگ صورت تنزل یافته معنا به عرصه فهم عمومی و رفتارهای مشترك و کنش‌های اجتماعی است (جوادی آملی، ۱۳۸۴: ۱۳۶).

خدای متعال این رفتارها و کنش‌های اجتماعی را، که مرتبه برجسته شخصیت انسان هستند، فطری انسان و استعداد کسب آن را در نهاد آدمی قرار داده (درتاج و محمدرضایی، ۱۳۹۵: ۳۶) و آن را امری حقیقی و وجودی قرار می‌دهد که با سه ویژگی انسانی برجسته می‌شود:

۱. اختیار

یکی از پرسش‌های مهم فلسفه از دیرباز مسئله جبر و اختیار بوده است. اصحاب حکمت متعالیه در پاسخ به این پرسش در آثار خود اختیار را ویژگی اصلی و متمایزکننده انسان می‌دانند که باید دنبال ارتقای مقام عالی خویش با ایمان و عمل صالح باشد (مطهری، ۱۳۷۶، ج ۱۴: ۱۰۲). از همین رو، اختیار برای انسان حقوق و تکالیف و مسئولیت‌هایی را پدید

می‌آورد که می‌باید آن‌ها را در زندگی شخصی و اجتماعی مورد توجه و اهتمام قرار دهد تا سبب دوری جامعه از رذایل اخلاقی و تحقق فرهنگ متعالی شود.

۲. خردورزی

عقل آدمی از طرف دین این اجازه را دارد که به تنظیم و تدوین ابزارها و روش‌هایی بپردازد که آدمی را در مسیر نیل به اهداف دینی قرار دهند؛ از همین رو عقل‌گرایی به توسعه سیاسی و فرهنگی (تمیز بخش فرهنگ دینی از غیردینی) می‌انجامد تا خطوط اصلی و اهداف کلی دین بیان شوند (کریمی مله، ۱۳۷۷: ۲۵). استاد مطهری در همین باره می‌فرماید: «تفکر مطلوب آن است که انسان را به راه حقیقت با تکیه بر تفکر عقلانی خود بیابد و ببیماید، و حتی اصول دین نیز باید از صافی عقل عبور کند و با محک آن سنجیده و آزموده شود». ایشان می‌افزایند: «آیا اسلام یا هر نیروی دیگری می‌تواند بگوید بشر حق تفکر ندارد؟ نه، این عملی است لازم و واجب و لازمه بشریت است. اسلام در مسئله تفکر نه تنها آزادی تفکر داده است، بلکه یکی از واجبات و یکی از عبادت‌ها در اسلام تفکر است» (مطهری، ۱۳۷۶، ج ۳: ۳۶۹) و «از نظر اسلام، اصول عقاید اجتهادی است نه تقلیدی، یعنی هر کسی با فکر خودش باید آن را حل کند» (مطهری، ۱۳۷۶، ج ۳: ۳۷۰).

۳. آزادی

آزادی والاترین موهبت الهی است که خداوند به انسان داده است تا بتواند استعدادها، قابلیت‌ها و واقعیت‌های وجودی‌اش و نیز ارتباط خود با آفریدگار هستی را به کمال رساند. بر همین اساس، ایشان، با تقسیم‌بندی آزادی به آزادی اجتماعی و معنوی، تحقق آزادی اجتماعی را منوط به آزادی معنوی می‌دانند و تحقق آن را محتاج اصالت انسانیت معرفی می‌کنند (مطهری، ۱۳۷۶، ج ۷: ۳۰۱). ایشان در تعریف آزادی می‌گویند: «آزادی یعنی نبودن مانع، نبودن جبر، نبودن هیچ قیدوبندی؛ زیرا موجودات زنده برای رشد و تکامل به سه چیز احتیاج دارند: تربیت، امنیت و آزادی» (مطهری، ۱۳۷۶، ج ۷: ۲۶۱). استاد اضافه می‌کنند: «آزادی لزوم عدم ایجاد مانع است» (مطهری، ۱۳۷۶، ج ۱: ۷۱) و مانع دارای دو ویژگی است: ۱. آزادی باید در قیدوبندی بودن انسان باشد تا با کنار زدن آن آزادی را پیدا کرد؛ ۲. قوای ظاهری و یا باطنی فاعل را محدود سازد» (مطهری، ۱۳۷۶، ج ۷: ۱۱۷). ایشان به مصادیق آزادی سیاسی و اجتماعی نیز اشاره می‌کنند که عبارت‌اند از: ۱. آزادی به معنای رهایی از سلطه دیگران؛ ۲. آزادی به معنای حق مشارکت؛ ۳. آزادی به عنوان حق بیان (مطهری، ۱۳۷۶، ج ۷: ۱۰۳، ۱۰۴). استاد با برتر شمردن آزادی معنوی نسبت به آزادی اجتماعی آن را

رهایی از صفات پست حیوانی می‌داند و آن را این‌گونه تعریف می‌کند: «آزادی معنوی، برخلاف آزادی اجتماعی، آزادی انسان از خود است (آزادی معنوی)؛ یعنی نجات از خود؛ خودی که به سمت پلیدی‌ها می‌رود» (مطهری، ۱۳۷۶، ج ۷: ۳۲).

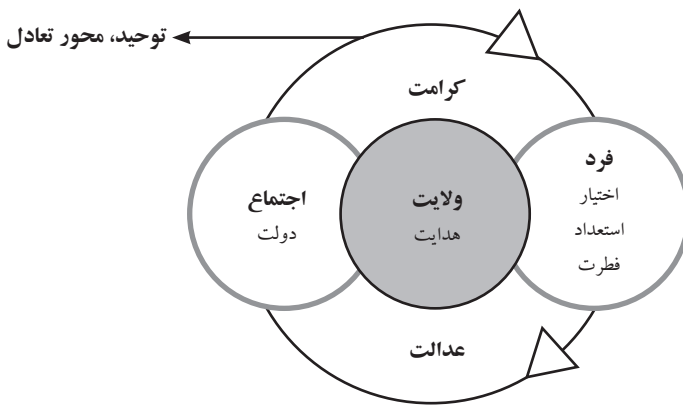
ج) تعادل هدایت‌شونده جامعه بشری

نوصدرائیان معتقدند که خداوند انسان را جانشین خود در زمین قرار داده است و با استناد به آیه خلافت^۱، معتقدند که خداوند متعال فرشتگان را آگاه ساخته است که بنیاد جامعه‌ای را روی زمین پی افکنده است که عناصر اصلی آن عبارت‌اند از: انسان؛ زمین (یا به‌طور کلی طبیعت)؛ پیوند معنوی که انسان را از یک سو با زمین و طبیعت و از سویی دیگر با انسان‌های دیگر به عنوان برادر مرتبط می‌سازد. این پیوند معنوی را قرآن استخلاف می‌نامد (صدر، ۱۳۷۲: ۱۸۴).

دو عنصر اول و دوم در همه جوامع کمابیش ثابت و یکسان هستند؛ اما مسئله «پیوند» و «ارتباط» میان انسان‌ها با یکدیگر و با طبیعت در هر جامعه‌ای می‌تواند متفاوت باشد و این به عنصر چهارم و رکن بیرونی جامعه، یعنی خدا، بستگی دارد که عمل تعیین جانشین در زمین را انجام داده است. اگر انسان مسئولیت جانشینی را آن‌چنان که او می‌خواهد به جا آورد و به «مالکیت تام خداوند» توجه تمام کند، عنصر سوم جامعه، یعنی مسئله «پیوند و ارتباط» که همان ولایت است، شکل می‌گیرد و برادری، صلح، آرامش، عدالت، برابری، فراوانی، خیر و برکت و، در یک کلمه، تعادل پایدار تحقق می‌یابد. اما اگر انسان خود را در برابر خداوند مسئول و متعهد نداند، بر هر کس مسلط شود، رابطه‌اش با آن فرد رابطه حاکم و محکوم و به هر چیز دست یابد، رابطه‌اش با آن چیز رابطه مالک و مملوک خواهد بود؛ در نتیجه، سرکشی، استثمار، استعمار و استکبار حاکم خواهد شد (طباطبایی، ۱۳۹۲: ۱۰۲). در واقع، «انسان‌های طبیعی» براساس خصلت استخداگری و بهره‌جویانه خود به تأسیس نهادهای اجتماعی ستمگرانه و ایجاد نظام‌های اجتماعی فرهنگی ظالمانه اقدام می‌کنند و بندگان خدا را به شرک و بت‌پرستی و عبادت فراغنه و طغیانگران فرامی‌خوانند. در نتیجه این وضع انسان‌های تک‌ساحتی حاصل می‌شوند. از همین رو، انسان می‌تواند با اراده و اختیار خود در مسیر تعادل هدایت‌شونده نظام هستی و جامعه بشری قرار گیرد و موجب ایجاد نظامی اجتماعی-فرهنگی مبتنی بر عدل شود.

این هدایت بدون قوانین و نهادهای عادلانه‌ای که به دست رهبری پیامبرگونه به انجام می‌رسند به تعادل نمی‌رسد. براین اساس ثابت می‌شود که هدف متوسط خلقت انسان در سطح کلان «ایجاد نظام اجتماعی فرهنگی عادلانه» است (جهانیان، ۱۳۸۸: ۳۰۳). خداوند، برای ایجاد هماهنگی بین هدف نهایی خود و اهداف نهایی افراد بشر در

جهت رسیدن به کمال انسانی، پیامبرانی را فرستاد تا از طریق «ارتباط» و «ولایت» هدف نهایی خلقت یعنی «توسعه معنویت» تأمین شود. اما این هدف نهایی بدون تحقق هدف متوسط ارسال رسل امکان پذیر نبود. اگر ارسال انبیا و رسولان الهی به قصد «ایجاد نظام اجتماعی فرهنگی عادلانه» نمی بود، این ارسال اثربخشی خود را نمی داشت و تنها صدایی که در عالم شنیده می شد صدای شیاطین بود. از این جهت، دین و سیاست هیچگاه از هم منفک نبودند. حال با عنایت به مبانی نظری ارائه شده می توان الگوی ذیل را به عنوان الگوی تحلیلی منتخب در این پژوهش برای ورود به تحلیل و درک زیست فرهنگی در اندیشه استاد مطهری پیشنهاد کرد:



شکل ۱. چارچوب نظری زیست فرهنگی در اندیشه حکمت متعالیه

چنانچه از شکل ۱ برمی آید، در اندیشه این جریان فکری می توان دریافت که باید تعادل هدایت شونده در کنار نهادهای اجتماعی، که براساس قاعده لطف به بندگان خدا به ارث می رسد، نوعی تعامل و تعادل را برقرار کند تا اجتماع مؤمنان بتوانند فرهنگ صحیحی بیابند و البته این ارتباط تعاملی و دوسویه است و مربی یا مردم جامعه اسلامی هم باید نقش نظارتی خود را با اجرای اصول اسلامی، از جمله امر به معروف و نهی از منکر، به خوبی ایفا کنند. از همین رو، تحقق زیست فرهنگی در حکمت متعالیه بر تعادل سه رکن فرد، اجتماع و دولت مبتنی است که بر مبنای کرامت و عدالت تحقق پیدا می کند (محسن پور، ۱۳۹۰: ۱۱۷).

تحلیل یافته های پژوهش براساس اندیشه استاد مطهری

در اندیشه استاد مطهری^۱، اسلام، به عنوان آخرین و کامل ترین دین آسمانی، به دنبال

۱. استاد مطهری همواره در تمامی آثارشان دغدغه انحطاط و عقب ماندگی تمدن اسلامی را داشتند و به دنبال احیای دین

ارائه فرهنگ متعالی برای انسان است. ایشان همانند دیگر اصحاب حکمت متعالیه فطرت محوری، درهم تنیدگی روح و بدن، عقلانی بودن انسان، اراده و اختیار داشتن، هویت جمعی و کرامت انسان را از جمله مبانی اساسی فرهنگ برمی شمارند (مطهری، ۱۳۷۶، ج ۵: ۲۱۰). در نگاه ایشان فرهنگ چیزی نیست که آن را از بیرون بر نفس و روح انسان تحمیل کنیم (فطرت فردی)، بلکه کافی است، با دعوت انسان به درون نگری و آگاه کردن او به ارزشمندی نفسش، او را در مسیر متخلق شدن به اخلاقیات پسندیده قرار دهیم^۱.

با این توجهات، فرهنگ بر مبنای کرامت فقط در آگاه کردن شخص (فطرت فردی) به کرامت ذاتی اش و حفظ آن کرامت خلاصه نمی شود، بلکه در این میان، باید برای حفظ و ارتقای آن در زیست فرهنگی و اجتماعی به آگاه کردن اجتماع به کرامت ذاتی و الهی اش در جهت فطرت اجتماعی دست یازید که این امر بر عهده افراد، اجتماع و دولت است. بر این مبناست که جامعه اسلامی باید زمینه دست یابی به کرامت انسانی را بر اساس شناسایی ویژگی هایی که سبب کرامت تکوینی انسان هستند فراهم کند (افتخاری و مهجور، ۱۳۹۵: ۳۶).

الف) عناصر

۱. سیاست اسلامی

بر خلاف مکاتب غربی که موضوع سیاست را کسب قدرت و حفظ آن تعریف کرده اند، سیاست در حکمت متعالیه استصلاح الخلق یا «هدایت بشر» است (لک زایی، ۱۳۹۵: ۳۲۶)؛ چرا که به نظر استاد مطهری اسلام آیینی جامع است که شامل تمامی شئون زندگی بشر اعم از ظاهری و باطنی می شود و در عین حال که مکتبی اخلاقی است، سیستمی اجتماعی و سیاسی نیز به شمار می رود. این تجزیه ناپذیری اجزا سبب شده است که هر بُعدی از ابعاد در جای خود قرار گیرند؛ در نتیجه دین و سیاست در اسلام وحدت دارند. به عبارتی، این وحدت به معنی این نیست که وابستگی دین به سیاست نباشد، بلکه به معنی وابستگی سیاست به دین است تا بتوانند برای تمام شئون انسان برنامه داشته باشند و همانند مکاتب قدرت به دنبال لذت جویی نباشند (مطهری، ۱۳۷۶: ۸۳).

برای کسب برتری و عزت مسلمین در بُعد استقلال فرهنگی و قدرت سیاسی ... بودند. ایشان مدعای این بحث هستند که فرهنگ در متن رسالت دین اسلام است؛ چرا که وظیفه اصلی دین اسلام ساخت «انسان متعالی» است (مطهری، ۱۳۷۶، ج ۴: ۴۹-۳۶). ایشان درباره اهمیت فرهنگ آن را به گذشته تاریخی و زمان حال منحصر نمی دانند، بلکه آن را تحول آفرین در آینده می دانند. به تعبیر ایشان، «انسان آینده حیوان فرهنگی است نه حیوان اقتصادی» (مطهری، ۱۳۷۶، ج ۴: ۴۹-۳۶).

۱. شهید مطهری در این باره می نویسد: «با مکرم داشتن نفس است که تمام اخلاق مقدسه در انسان زنده می شود و تمام اخلاق رذیله از انسان دور می گردد. اگر این خود کرامت پیدا کرد، شخصیت خودش را بازیافت و در انسان زنده شد، دیگر به انسان اجازه نمی دهد که راستی را رها کند، دنبال دروغ برود، امانت را رها کند دنبال خیانت برود، عزت را رها کند دنبال تن به ذلت دادن برود، عفت کلام را رها کند دنبال غیبت کردن برود» (مطهری، ۱۳۷۶: ۱۵۹).

۲. وحدت

از دیگر عناصر مهم در فرهنگ وجود وحدت در جامعه است و اینکه مردم باید، ضمن فهم قوانین و رعایت آن، بر اشتراک‌های موجود در جامعه اسلامی، یعنی توحید، پایبند باشند (افتخاری و مهجور، ۱۳۹۵: ۷۷) تا زمینه رشد و تربیت در عرصه‌های مختلف به خصوص عرصه سیاست نیز برای تمامی افراد جامعه فراهم آید. ایشان در این باره می‌گویند: «چون اجتماع و اتحاد مربوط است به جامعه انسانی و تنها اینکه مردم از نظر حقوق و از نظر وظایف و تکالیف وحدتی داشته باشند کافی نیست، یک فکر و یک ایمان هم لازم است که مردم را گرد خود جمع کند، ایمان اسلامی احتیاج است که مردم در حدود ایمان خودشان با یکدیگر اتفاق داشته باشند و مسائلی که میان آن‌ها شکاف می‌اندازد و اختلاف ایجاد می‌کند به وجود نیاید» (مطهری، ۱۳۷۶، ج ۲۴: ۱۳۹).

۳. استقلال‌گرایی

یکی از بزرگ‌ترین دستاوردهای انقلاب اسلامی ترویج فرهنگ استقلال‌خواهی و عدم وابستگی در حوزه‌های اجتماعی (سیاسی، اقتصادی، فرهنگی) بوده است. استاد مطهری با استناد به آیه ۱۴۱ سوره نساء معتقد است: «اسلام جامعه‌ای می‌خواهد که عزتمند و مستقل و متکی به خود باشد. اسلام نمی‌پسندد که یک ملت مسلمان در زمینه‌های گوناگون زیر دست یک ملت غیرمسلمان باشد... استعمار سیاسی کوشش می‌کند حکومت را به دست افرادی بدهد که عامل او و مجری منویات او باشند، به ظاهر مستقل باشند و حتی در مقابل آن‌ها غرض هم نکنند، اما در باطن، همه دستورها را از آنجا بگیرند» (مطهری، ۱۳۷۶، ج ۲۴: ۱۳۶).

ب) عوامل

زیست فرهنگی دارای پیچیدگی و گستردگی بسیاری است و در صورتی می‌توان به اهداف در نظر گرفته شده در زیست فرهنگی دست یافت که عواملی که در این عرصه تأثیرگذارند به خوبی بررسی شوند. عوامل اموری هستند که در زیست فرهنگی تأثیرگذاری مثبت دارند.

۱. حکومت

در اندیشه استاد مطهری تشکیل حکومت به خودی خود موضوعیت ندارد، بلکه طریقت به مثابه وسیله سودمندی است که هدف آن «کرامت‌بخشی به جامعه مؤمنان» است. همچنین است که فصل مقوم حکومت اسلامی از حکومت‌های سکولار وجود گزاره‌هایی است که از جهان‌بینی و انسان‌شناسی اسلامی برمی‌خیزند و به ضرورت مداخله حکومت

اسلامی در عرصه فرهنگی حکم می‌کنند (باقی نصرآبادی، ۱۳۹۸: ۳۹-۳۰). به عبارتی، حتی بنیاد حکومت اسلامی را باید همین تکالیف فرهنگی خاص دانست که بر عهده‌اش نهاده شده است، در غیر این صورت، حکومت اسلامی و حکومت سکولار هر دو نسبت به تأمین نیازهای مادی و دنیوی جامعه مکلف هستند (جمشیدی، ۱۳۹۳: ۱۶۴). از همین روست که استاد مطهری دستاورد اصلی انقلاب اسلامی را به حفظ استقلال فرهنگی آن منوط می‌داند و می‌فرماید:

ما اگر مکتب مستقل خودمان را ارائه نکنیم انقلاب ما به نتیجه و ثمر نمی‌رسد، جذب مکتب‌های دیگر می‌شویم. ولو اینکه رژیم را عوض کردیم، استقلال سیاسی و استقلال اقتصادی به دست آوریم، اما اگر به استقلال فرهنگی بالخصوص به استقلال مکتبی نرسیم باخت‌ه‌ایم. ما باید کار کنیم، باید نشان بدهیم جهان بینی اسلامی نه با جهان بینی غربی می‌خواند نه با جهان بینی شرقی. این چه بیماری است که عده‌ای می‌خواهند حتی جهان بینی اسلامی را به یکی از جهان بینی غربی یا شرقی تطبیق بدهند (مطهری، ۱۳۷۶، ج ۲۴: ۲۴۵).

ایشان عالی‌ترین هدف حکومت امام علی (ع) را اجرای آموزه‌های دینی می‌دانند که در این باره فرمودند: «بازگشت به اسلام نخستین و راستین، از میان بردن بدعت‌ها و برقراری سنت‌های اصیل، اصلاح در فکرها و اندیشه‌ها و تحول در روح‌ها و ضمیرها از هدف‌های حکومت من است». استاد مطهری واژه «اصلاح» را در این خطبه نقطه مقابل فساد می‌دانند (مطهری، ۱۳۷۶، ج ۲۴: ۱۱۳) که نه تنها به حوزه سیاست یا اقتصاد ختم نمی‌شود، بلکه فرهنگ را نیز دربرمی‌گیرد.

۲. خانواده

نوصدرائیان، برخلاف مکتب فاشیسم و مارکسیسم^۱، نقش نهاد خانواده را از مهم‌ترین و اصلی‌ترین نهاد فرهنگ‌سازی در جامعه می‌دانند. شهید مطهری معتقد است سعادت نسل‌های آینده کاملاً به نوع اجتماعی خانوادگی بستگی دارد (مطهری، ۱۳۷۶، ج ۲۱: ۷۳). استاد معتقد است اسلام برای خانواده حقوق، تکالیف، مجازات‌های مخصوص و متغایر با

۱. نهج البلاغه، خطبه ۳.

۲. فاشیسم و مارکسیسم: متفکران دیگر (همچون مارکس، انگلس، لنین و به‌ویژه استالین) معتقدند تعیین فرهنگ از وظایف اصلی اجتماع و دولت است که از گذشته بر عهده این نهادهای اجتماعی بوده تا حفظ کیان جامعه را به وجود آورند (علم‌الهدی، ۱۳۹۱: ۱۰۰). افلاطون، از اندیشمندان کلاسیک، فرهنگ‌سازی را از وظایف دولت می‌داند و معتقد است که دولت باید بر تمامی جنبه‌های آن نظارت داشته باشد. وی هدف اجتماعی تربیت را ایجاد آمادگی برای فرمانبری و تحت حکومت و حاکمیت قرارگرفتن و اطاعت از قانون می‌داند و معتقد است رفاه دولت و آسایش و آرامش آن به تربیت آموزشی شهروندان بستگی دارد و در صورتی که نظام تعلیم و تربیت خصوصی باشد، دولت مقصر خواهد بود. این دیدگاه، که به صراحت نگاه حداکثری در باب دخالت فرهنگی دولت را مطرح می‌کند، سالیان طولانی در کشورهای بلوک شرق اجرا شد.

حیات اجتماعی و حیات فردی قائل است و آن را نوعی دیگر از حیات می‌داند. ایشان تربیت در نهاد خانواده را بر دو رکن اساسی می‌دانند؛ یکی علم و اطلاع از رموز تربیت و دیگر علاقه به سرنوشت. از همین رو خانواده را مکلف می‌دانند که براساس اطلاع از اصول تربیتی باید آگاهی لازم در زمینه فرهنگ را به فرزندان خود بدهند و به علت علاقه‌مند بودن به سرنوشت فرزندان خود باید آن‌ها را تحت کنترل و نظارت داشته باشند (مطهری، ۱۳۷۶، ج ۲۱: ۸۳).

۳. عالمان

شهید مطهری (ره)، ضمن نقد لیبرالیسم^۱، معتقدند عالمان در جوامع اسلامی براساس تعهدی که خداوند از ایشان گرفته‌اند^۲ باید نقش و جایگاه مؤثری در تربیت و ارتقای فرهنگ شیعه داشته باشند. ایشان عالمان دینی را حلقه اتصال به هسته مرکزی فرهنگ شیعه (امامت) می‌دانند که عامل اساسی در تشکیل فرهنگ شیعه بوده‌اند. استاد جایگاه علمای شیعی را در طول تاریخ بر جریان‌های سیاسی و نهضت‌های اسلامی تأثیرگذار می‌دانند و می‌نویسند: «کسانی که آرزوی اعتلای دین اسلام را دارند و علل ترقی و انحطاط مسلمین در گذشته و حال را مورد بررسی قرار می‌دهند نمی‌توانند نقش دستگاه رهبری آن یعنی سازمان روحانیت را نادیده بگیرند» (مطهری، ۱۳۷۶: ۲۶۰). به عبارتی، هرگونه صلاح و اصلاحی در امر مسلمین رخ دهد یا باید مستقیماً به وسیله رهبری دینی مسلمانان صورت گیرد یا حداقل با این سازمان هماهنگی داشته باشد.

ج. روش‌ها

اجرای درست هر سیاستی بسیار مهم‌تر از نوشتن آن سیاست است، به طوری که طریقه و روش هدایت کردن در همه احوال و شرایط یکسان نیست و وسایل تربیت در هر زمانی متفاوت است و نمی‌توان گفت یک روش برای همیشه مؤثر واقع خواهد شد (افتخاری و مهجور، ۱۳۹۵: ۴۵). در نتیجه، در هر زمان و تحت هر شرایطی باید دقیقاً آندیشید تا بهترین روش متناسب با شرایط انتخاب شود.

۱ لیبرالیسم: طرف‌داران این مکتب (همانند هابز و لاک و روسو، اصحاب قرارداد اجتماعی که اعتقاد به دولت مدرن دارند) معتقدند که اجتماع و دولت در برآوردن تمامی انتظارات فرهنگی مردم ناتوان هستند و باید نقش خانواده را به عنوان نهاد اصلی در تعیین زیست فرهنگی مؤثر و بااهمیت دانست (علم‌الهدی، ۱۳۸۸: ۹۵). آن‌ها، ضمن دفاع از نظریه بی‌طرفانه فرهنگ، خواهان عرفی‌نگری به طیفی گسترده از مسائل اخلاقی و دینی هستند (صمدی و رضایی، ۱۳۹۰: ۹۷). به عبارتی، این مکتب تنها به یک دولت شب‌گرد و عدم مداخله آن در تمامی شئون اجتماعی قائل است. حتی چهره‌های جدی این مکتب فکری (نولیرال‌ها) همچون جان رالز و رابرت نوزیک و... نیز قرائت جدیدی از فرهنگ ارائه نداده‌اند که محصول آن را میلیون‌ها کارتن خواب و قتل سیاه‌پوستان در جامعه آمریکا و کانادا است.

۲. نهج البلاغه، خطبه ۳.

۱. سیاست‌گذاری فرهنگی

تعاریف متعدد و رسمی نیز از سیاست فرهنگی، با توجه به ارائه وسیعی که از مفهوم فرهنگ ارائه شده است، وجود دارد که نشان از وجود پارادایم‌های متفاوتی چون اثبات‌گرایی و تفسیری‌هرمنوتیکی است که بر این مفهوم تأثیر گذاشته است^۱ (الوانی و هاشمیان، ۱۳۸۷)، به‌طوری‌که آن‌ها با دخالت حداقلی دولت بر فرهنگ و یا به دخالت حداکثری آن معتقدند. گرچه این تعاریف در اندیشه نوصدرائیان مورد قبول و حتی قابل استخراج در اندیشه آن‌هاست، اما باید گفت که این تعاریف ناظر به سیاست‌گذاری پیشرفت مادی از فرهنگ است و تنها به یک جنبه وجودی از انسان تکیه دارد (خالقی‌پور، ۱۳۹۵).

نوصدرائیان وظیفه حاکم مسلمان را به‌تأسی از جمله «وتقام المعطله من حدودک»^۲ را برقراری احکام اسلامی می‌دانند (مطهری، ۱۳۷۶، ج ۲۴: ۱۱۳)، به‌طوری‌که این احکام نه تنها به احکام سیاسی یا جزایی منحصر نمی‌شود، بلکه «احکام فرهنگی» را نیز دربردارد. بنابراین حکومت اسلامی در اندیشه ایشان باید در تمام شئون و جامعیتش در جامعه اسلامی محقق شود (باقی نصرآبادی، ۱۳۹۸: ۳۹-۳۰)؛ تکیه سیاست‌گذاری فرهنگی در گفتمان صدراتی بر روش‌شناسی و هستی‌شناسی است که بر ابزار عقلانیت و وحیانی استوار بوده است. ایشان همچنین معتقدند گرچه دولت در سیاست‌گذاری‌های فرهنگی نقش مؤثری دارد، اما این نقش در تعامل با مردم صورت می‌پذیرد (خان‌محمدی، ۱۳۸۶). بنابراین، در این دیدگاه سیاست‌گذاری فرهنگی حاصل تعامل دولت و ملت است.

۲. امر به معروف

فرهنگ امر به معروف و نهی از منکر می‌تواند شرایط نامطلوب هر جامعه‌ای را تغییر دهد و باعث توسعه معرفت، بینش، نجات‌آفرینی و کمال‌زایی در جامعه شود. از همین‌روست که استاد مطهری امر به معروف را این‌گونه تعریف می‌کند:

تشویق و تحریک افراد و یکدیگر به ملازمت ایمان و حق و عمل شایسته می‌دانند. افراد جامعه نه تنها بایست ایمان داشته باشند و نیکو عمل کنند، بلکه باید به انواع وسایل

۱. برای مثال، جریان معتقد به دخالت حداقلی دولت در فرهنگ به تعریف یونسکو از سیاست فرهنگی عمل می‌کند. بر این اساس، سیاست فرهنگی «به اقدامات دولتی، سیاست‌گذاری و اجرای برنامه‌هایی اطلاق می‌شود که از فعالیت‌های فرهنگی حمایت می‌کنند. این حمایت‌های دولتی اغلب از طریق کمک‌های مالی و تشویقی در حوزه‌های زبان و میراث فرهنگی صورت می‌گیرند» (یونسکو، به نقل از ویکی‌پدیا). اما از نظر جریانی که به دخالت حداکثری دولت در فرهنگ معتقد است «سیاست فرهنگی نظامی از اهداف غایی، مقاصد عملی و شیوه‌هایی است که توسط یک گروه دنبال می‌شود و به‌وسیله یک سازمان اعمال می‌گردد. سیاست‌های فرهنگی در یک اتحادیه صنفی، یک حزب، یک نهضت آموزشی، یک شرکت، یک شهر یا یک دولت قابل تشخیص است» (صباغیان، ۱۳۹۶).

۲. نهج‌البلاغه، خطبه ۱۲۹.

قولی و عملی یکدیگر را به ایمان و عمل صالح توصیه و تشویق کنند؛ جامعه خود را باید طوری بسازند که دائماً افراد تحت تلقین کارهای خیر واقع گردند، نه آنکه خدای ناخواسته وضع جامعه به صورتی درآید که افراد دائماً تحت تلقین بدکاری و فساد قرار گیرند (مطهری، ۱۳۷۶، ج ۲۰: ۸۶).

۳. پویایی و پیشرفت‌گرایی

تجبر در مقابل پویایی و پیشرفت ویژگی فرهنگی و اجتماعی است و مبارزه با آن سبب مبارزه با ایستایی، جمود و خموشی فکری می‌شود. استاد مطهری با طرح قاعده «ممنوعیت اغفال و اضلال در اسلام» معتقدند که حکومت اسلامی، ضمن استقرار آزادی در فضای فرهنگی جامعه اسلامی، باید از جریان‌های مغایر با فرهنگ منطقی جامعه جلوگیری کند. ایشان بارزترین این جریان‌ها را التقاط و تجرگری می‌دانند که خطر بزرگی برای جامعه اسلامی ایجاد می‌کنند. در این باره شهید مطهری می‌فرماید:

تصور شود که با جلوگیری از ابراز افکار و عقاید می‌شود از اسلام پاسداری کرد، از اسلام فقط با یک نیرو می‌شود پاسداری کرد و آن منطق و آزادی دادن و مواجهه صریح و رک و روشن با افکار مخالف است (مطهری، ۱۳۷۶، ج ۱۱: ۱۳۱). در غیر این صورت، نه تنها فضای بسته معرفتی و خفقان فرهنگی به گسترش یافتن اسلام منجر نمی‌شود، بلکه تولید سرخوردگی و دافعه می‌کند و به این ترتیب، انقلاب اسلامی از وصول به آرمان‌هایش باز می‌ماند؛ اگر دولت اسلامی، جمهوری اسلامی، حکومت اسلامی بخواهد زمینه اختناق را به وجود بیاورد قطعاً شکست خواهد خورد (مطهری، ۱۳۷۶، ج ۱۱: ۱۷۴).

۴. آگاهی بخشی

تعلیم و تربیت نقش بسزایی در آگاهی بخشی دارد، به طوری که اگر رویکرد نظام تعلیم و تربیت جوشش غیربومی داشته باشد نباید توقع داشت ارزش‌های اساسی جامعه اسلامی همچون پیشرفت مادی و معنوی تحقق پیدا کند. از همین‌روست که مهم‌ترین عنصر و ویژگی در فرهنگ متعالی در اندیشه استاد را باید «تعلیم و تربیت» معرفی کرد؛ چراکه استاد با به‌کارگیری نظریه فطرت در تلاش است هدف آن را شکوفایی کمال انسان معرفی کند (مطهری، ۱۳۷۶، ج ۶: ۱۳۰). ایشان پرورش کمال را پرورش استعدادها و تکامل نیروهای انسانی می‌دانند که بر دو پایه استوار است: کوشش در راه شناخت استعدادها و انسان و پرورش دادن آن‌ها و برقراری نظام تربیتی میان استعدادها و انسانی. به نظر ایشان، این تعلیم و تربیت سبب از بین رفتن افراط و تفریط در وجود انسان‌ها می‌شود و

سبب می شود که هر نیرو و استعدادی بهره خود را ببرد و به بقیه تجاوز نکند (مطهری، ۱۳۷۶، ج ۲: ۴۹-۳۳).

د) آسیب شناسی

۱. عدم قانون گرایی

اطاعت از قانون در هر جامعه ای سبب ایجاد استحکام و ثبات در مناسبات اجتماعی و فرهنگی آن جامعه می شود و باید آن را مؤلفه ای اساسی در جامعه سالم معرفی کرد. تنها قانونی که می تواند قانون گرایی را پدید آورد عمل کردن به قوانین الهی است که باید در کنار قوانین بشری، که ناتوان از ایجاد جامعه قانون مدار است، قرار گیرند تا بتوانند زمینه سعادت همه جانبه بشر را رقم زنند. از همین رو استاد مطهری می فرماید که قانون و شریعت برای سعادت فردی، جمعی و اخروی وضع می شود (مطهری، ۱۳۷۶: ۱۷۸). در دید استاد مطهری، قوانین و شرایع از جهات مهم دیگری نیز به قوام فرهنگی جامعه و نظام سیاسی کمک می کنند: قانون و شریعت با در نظر گرفتن امور ثابت (مبتنی بر فطرت بشر) و متغیر (مبتنی بر مقتضیات زمان) جامعه وضع می شود و، ضمن حفظ مصالح و شروط اصلی خوشبختی، به پویایی حیات نیز نظر دارد. همچنین قانون و شریعت، در زمینه تنظیم رابطه فرد و جمع و ترجیح منافع جمع یا آزادی شخص، مصلحت سنجی و اولویت بندی می کند (مطهری، ۱۳۷۶، ج ۲: ۶۳). در دیدگاه ایشان، یکی از معیارهای فرهنگی که سبب خوشبختی جمعی و زندگی سالم اجتماعی، حرمت قوانین و حدود حقوق دیگری می شود «قانون گرایی» است (مطهری، ۱۳۷۶، ج ۲: ۴۹).

۲. عدم عدالت خواهی

مهم ترین جلوه فرهنگ عدالت خواهی آن است که کمک به تحقق «حکمرانی اسلامی» می کند تا الگوی تمدن سازی ایرانی اسلامی پیشرفت را محقق گرداند. از همین رو، استاد مطهری یکی دیگر از عوامل فرهنگی را که نقش مهمی در نهادینه شدن فرهنگ عدالت دارد عدالت می داند و آن را فعل و انفعالی می پندارند که در روان انسان ها نقش اساسی دارد. ایشان، با رجوع به مفهوم حقوق طبیعی، عدالت را حقی می دانند که خداوند و آفرینش در وجود انسان به ودیعه نهاده اند. استاد بعد از تعریف خود از عدالت آن را به روحی، جسمی، مزاجی و اجتماعی تقسیم بندی می کنند و موجبات عدالت اجتماعی را قانون و مجریان خوب می دانند که آثاری چون تعادل فکری و اخلاقی و عملی و آسایش روحی را دربردارد (مطهری، ۱۳۷۶، ج ۲: ۳۳۶). ایشان همچنین، با نقد اندیشه های لیبرالی و سوسیالیستی، لازمه بقا

و استمرار جوامع اسلامی را در پرهیز از این اندیشه‌ها و مشروط به برقراری عدالت اسلامی می‌دانند. استاد مطهری، در چارچوب فرهنگ اسلامی، نهادینه‌شدن عدالت را تابعی از گسترش فرهنگ اصیل اسلامی و دل‌سپردن انسان‌ها به حقوق فطری و طبیعی بشر می‌داند (شعبانی سارویی، ۱۳۹۰).

۳. عدم تربیت انسان مسئولیت‌پذیر

چنان‌که انسان در این اندیشه صاحب اختیار است، موضوع مسئولیت‌پذیری نیز به دنبال آن خواهد آمد که در تعلیم و تربیت اسلامی این اصل به‌عنوان یک اصل مهم تربیتی مورد مذاقه قرار گرفته است. شهید مطهری اساس مسئولیت‌پذیری را در عبودیت می‌داند و معتقدند که اگر در ارتباط با خدا باشد محبت و وجدان در متعالی‌ترین جایگاه خودشان را پیدا خواهند کرد (شریعتی و انصافی مهربانی، ۱۳۹۳: ۸). از آثار مسئولیت‌پذیری می‌توان به برقراری نظم اجتماعی، استحکام پیوند خانواده و اجتماع، حفظ سرمایه‌های اجتماعی، تقویت عزت فردی و اجتماعی و... اشاره کرد.

۵. نسبت‌سنجی وضعیت سیاست فرهنگی در ایران کنونی

با توجه به عناصر، عوامل و روش‌هایی که در بحث گذشته در اندیشه نوصدرائیان مطرح شد، می‌توان تأثیر اندیشه نوصدرائیان را بر مبانی گفتمانی انقلاب اسلامی و جهان‌بینی فرهنگی آن‌ها بسیار مؤثر دانست که بازتاب خود را در قانون اساسی و اصول سیاست فرهنگی جمهوری اسلامی ایران (مصوب سال ۱۳۷۱) گذاشته است.

زیست فرهنگی در این گفتمان تلاشی است در جهت احیای هویت فرهنگ اصیل بومی که تجلی آن نیز با پیدایش باورهای همچون استقلال، خودباوری، سلطه‌ناپذیری، حمایت از پیشرفت واقعی و مظاهر واقعی تمدن، نفی هر گونه تقلید غیرعقلانی از دیگران، حفظ کرامت اصیل انسانی، استقلال فرهنگی و اقتصادی، احیای فرهنگ اسلامی، مبارزه با وابستگی و طرد و نفی کامل استعمار و استکبار و عدم پذیرش سلطه بیگانگان و... است. بالاین حال باید اذعان کرد که فرهنگ و جهان‌بینی و حتی اصول فرهنگی‌ای که مد نظر نوصدرائیان است و باید در محیط فکری امروزی ما دیده شود حضور چشمگیری ندارد و اولویت در مسائل اجتماعی نزد دولت‌مردان ما کاملاً متفاوت شده و از همین‌روست که پژوهشگران حوزه فرهنگ از هویت چهل‌تکه و چندپارگی فرهنگی در جامعه ایران سخن به میان آورده‌اند.

بحث و نتیجه‌گیری

در بررسی اجمالی می‌توان نتیجه گرفت که فرهنگ در حکمت متعالیه نه تنها نزولی یا افولی نبوده، بلکه به‌گونه‌ای طی مسیر کرده که عقل خودمختار بشری به سمت عقلی هدایت شده و کمال یافته الهی سوق داده شود. سیر حکمت عملی نیز در فلسفه اسلامی «در ایران» به‌گونه‌ای بوده است که نه تنها تفکر عقلانی در حوزه اندیشه اجتماعی تعطیل نشده و حتی تفسیری قشری از شریعت بر تفسیری اصولی و عقلانی حاکم نشده است، بلکه راهی در پیش گرفته شده که با آنچه مدرنیته بدان سو رفته تمایز اساسی دارد. این نگاه را می‌توان در اندیشه نوصدرائیان دید. در دیدگاه نوصدرائیان دولت بزرگ‌ترین نهاد اجتماعی است که مسئولیت برقراری تعادل اجتماعی و تکامل ساختارهای آن را بر عهده دارد و از همین رو، آن‌ها «دولت هادی» را دولت برگزیده خود معرفی می‌کنند که نه تنها متولی تکامل فرهنگ است، بلکه سرپرست رشد و تکامل تمامی ابعاد اجتماعی حیات بشری نیز هست. بر این مبنا، دولت کارکرد خاصی پیدا می‌کند و حتی حوزه فرهنگ به نحو گسترده‌ای تحت تأثیر این نهاد اجتماعی قرار می‌گیرد. به عبارتی دیگر، آنان حضور دولت در سیاست‌گذاری فرهنگی را به جهت ضرورت هدایت و سرپرستی تمام شئون زندگی اجتماعی در جهت سعادت و قانونمندی و ضابطه‌مندسازی، مقابله با هرج و مرج فرهنگی، اتخاذ موضع فعال فرهنگی در نظام موازنه جهانی، جلوگیری از ورود فرهنگ فاسد بیگانه به عرصه فرهنگ اسلامی، استقلال فرهنگی و... می‌دانند.

منابع و مأخذ

آزاد ارمکی، تقی و نوح منوری (۱۳۹۱). «تحلیل محتوای سیاست‌های فرهنگی ایران، براساس قانون اساسی، سند سیاست‌های فرهنگی و برنامه پنجم توسعه». **فصلنامه راهبرد اجتماعی فرهنگی**، شماره ۳: ۲۱۳۹.

اسفندیاری، شهاب (۱۳۹۵). «تأملی بر سیاست فرهنگی آیت‌الله خامنه‌ای». بازایی شده در: <https://farsi.khamenei.ir/others-note?id=32768>

اسماعیلی کلیشمی، علیرضا و جلال درخشه (۱۳۹۶). «درآمدی بر سیاست‌گذاری فرهنگی بین‌المللی جمهوری اسلامی ایران». **فصلنامه پژوهشنامه انقلاب اسلامی**، شماره ۲۵: ۶۶۸۱.

افتخاری، اصغر و حمید مهجور (۱۳۹۵). «الگوی تربیت سیاسی از دیدگاه شهید مطهری (ره)». **فصلنامه رهیافت انقلاب اسلامی**، شماره ۳۶: ۷۷۹۸.

الوانی، سید مهدی و سید محمدحسین هاشمیان (۱۳۸۷). «ارائه مدل بومی سیاست‌گذاری متوازن بخش فرهنگ». بازایی شده در: <http://kms.bou.ac.ir/paper/>

باقی نصرآبادی، علی (۱۳۹۸). «راهبری حکومت اسلامی در مدیریت فرهنگ با تأکید بر آرای شهید مطهری». **فصلنامه انجمن مطالعات سیاسی حوزه**، شماره ۳۱: ۲۶۳۲۸۰.

بیلینگتون، روزاموند (۱۳۹۵). **فرهنگ و جامعه**. ترجمه فریبا عرب‌دفتری. تهران: قطره.

پارسانیا، حمید (۱۳۸۷). «نسبت علم و فرهنگ». **فصلنامه راهبرد فرهنگ**، شماره ۲: ۵۱۶۴.

جعفری هفتخوانی، نادر (۱۳۹۱). «منظومه فرهنگی: کاربرد استعاره منظومه شمسی برای ساماندهی سازمان‌های فرهنگی جمهوری اسلامی ایران». **فصلنامه دین و ارتباطات**، شماره ۱: ۱۲۳۳.

جمال‌زاده، ناصر و میثم آقاداتی (۱۳۸۹). «سیاست‌گذاری امور فرهنگی کشور از دیدگاه امام خمینی (ره)». **فصلنامه مطالعات فرهنگ-ارتباطات**، شماره ۱۲: ۳۷۶۴.

جمشیدی، مهدی (۱۳۹۳). **نظریه فرهنگی استاد مطهری**. تهران: پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی.

جوادی آملی، عبدالله (۱۳۸۴). **ده مقاله پیرامون مبدأ و معاد**. جلد ۲۴. قم: اسراء.

جوادی، علی (۱۳۹۵). «مناشی و بنیادهای فلسفی فرهنگ از منظر حکمت متعالیه». **فصلنامه مطالعات معرفتی در دانشگاه اسلامی**، شماره ۶۹: ۵۶۳۵۸۲.

جهانپان، ناصر (۱۳۸۸). **اسلام و رشد عدالت‌محور**. تهران: پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی.

خالقی‌پور، بشیر (۱۳۹۵). **سیاست‌گذاری پیشرفت فرهنگی مبتنی بر حکمت متعالیه**، دهمین کنگره پیشگامان پیشرفت، مرکز الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت. بازایی شده در:

https://www.civilica.com/Paper-KPIP10-KPIP10_221.html

خان‌محمدی، یوسف (۱۳۸۶). «دولت و سیاست‌گذاری فرهنگی از دیدگاه امام خمینی (ره)». **فصلنامه مطالعات معرفتی در دانشگاه اسلامی**، شماره ۳۴: ۴۳۸.

خسروی دهنزیری، رضا (۱۳۹۴). مناسبات قلمرو فرهنگ و توسعه سیاسی با تأکید بر دیدگاه امام خمینی (ره) و آیت الله جوادی آملی. قم: دانشگاه باقرالعلوم.

خمینی، روح الله (۱۳۸۸). «اهمیت فرهنگ». **صحیفه نور**. بازیابی شده در:

<http://www.imam-khomeini.ir/>

خورشیدی، سعید (۱۳۹۵). **مبانی معرفتی سیاست‌گذاری فرهنگی مبتنی بر حکمت صدرایی**. رساله دکتری مطالعات فرهنگی و ارتباطات، دانشگاه باقرالعلوم.

درتاج، فتانه و محمد محمدرضایی (۱۳۹۵). «مبانی کرامت انسان از دیدگاه ملاصدرا». **فصلنامه فلسفه دین**، شماره ۴: ۹۳-۱۰۶.

زمانی، مهدی (۱۳۹۸). «بنیان‌گذار فلسفه نوصدرایی، نقش فلسفه در تمدن‌سازی». بازیابی شده در: <http://vasael.ir/fa/news/15349>

سعیدی، زهره (۱۳۹۸). «مفهوم فرهنگ و نسبت آن با خیر اعلی در فلسفه کانت». **فصلنامه خرد**، شماره ۴۷: ۱۶۵-۱۸۶.

شریعتمداری، علی (۱۳۷۲). «چیستی فرهنگ و فرهنگ‌سازی». **ماهنامه کیهان فرهنگی**، شماره ۳۵-۴۹: ۹۵.

شریعتی، صدرالدین و سپیده انصافی مهربانی (۱۳۹۳). «نگاهی به جبر و اختیار در مکتب اسلام و دلالت‌های تربیتی آن». **فصلنامه معارف قرآنی**، شماره ۱۷: ۷-۲۹.

شریفی، سید علیرضا (۱۳۹۱). «واکاوی سیاست‌گذاری فرهنگی در جمهوری اسلامی ایران (آسیب‌ها و راهبردها)». **فصلنامه مجلس و راهبرد**، شماره ۶۹: ۵۵-۹۰.

شعاعی، محمدعلی (۱۳۹۰). **آشنایی با مفاهیم فرهنگ و روابط فرهنگی**. تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات فرهنگی بین‌الملل.

شعبانی سارویی، رمضان (۱۳۹۰). «درآمدی بر دیدگاه‌های فرهنگی شهید مطهری». بازیابی شده در: <http://ramzanshabani.blogfa.com/post/40>

صالحی، صغری (۱۳۹۸). «سنت‌گرایان و سیاست‌گذاری فرهنگی مورد مطالعه: رویکرد مهدی نصیری». **فصلنامه مطالعات فرهنگ ارتباطات**، شماره ۴۸: ۱۳۵-۱۶۶.

صباغیان، علی (۱۳۹۶). «سیاست فرهنگی چیست». بازیابی شده در:

<https://vista.ir/w/a/16/raifu>

صداقت‌زاده، میثم (۱۳۹۴). «نسبت مفهومی فرهنگ و دین بر مبنای حکمت متعالیه». **فصلنامه معرفت فرهنگی و اجتماعی**، شماره ۲: ۵۲۲.

صدر، سید محمدباقر (۱۳۷۲). **سنت‌های تاریخ در قرآن**. قم: دارالکتب اسلامی.

صدرالدین شیرازی، محمد بن ابراهیم (۱۳۶۳). **مفاتیح الغیب**. به تصحیح محمد خواجه‌ی. تهران: مؤسسه تحقیقات فرهنگی.

صدرالدین شیرازی، محمد بن ابراهیم (۱۳۸۳). *الحکمة المتعالیة فی الاسفار العقلیة الاربعة*. تهران: انتشارات بنیاد حکمت اسلامی صدرا.

صدرالدین شیرازی، محمد بن ابراهیم (۱۳۹۰). *مجموعه رسائل فلسفی. جلد سوم: اکسیر العارفین فی معرفه طریق الحق و الیقین، الواردات القلیبیه فی معرفه الربوبیه*. تهران: انتشارات بنیاد حکمت اسلامی صدرا.

صمدی، معصومه و منیره رضایی (۱۳۹۰). «بررسی نقش تربیتی خانواده در نظام تربیت رسمی و عمومی از دیدگاه علم و دین». *فصلنامه پژوهش در مسائل تعلیم و تربیت اسلامی*، شماره ۹۵: ۱۱۸-۱۲.

طباطبایی، محمدحسین (۱۳۹۲). *حکومت در اسلام*. قم: انتشارات بوستان کتاب قم. علم‌الهدی، جمیل (۱۳۹۱). *نظریه اسلامی تعلیم و تربیت مبانی آموزش رسمی*. تهران: دانشگاه امام صادق (ع).

علم‌الهدی، جمیل (۱۳۸۸). «مناسبات تربیتی خانواده و دولت». *فصلنامه خانواده‌پژوهی*، شماره ۱۹: ۳۷-۱۷.

عمید، حسن (۱۳۷۱). *فرهنگ عمید*. چاپ هشتم. تهران: انتشارات امیرکبیر. قراملکی، احد فرامرز (۱۳۸۸). *روش‌شناسی فلسفه ملاصدرا*. تهران: انتشارات بنیاد حکمت اسلامی صدرا.

کریمی مله، علی (۱۳۷۷). «عقل‌گرایی دینی و توسعه سیاسی». *فصلنامه قبسات*، شماره ۷: ۲۳-۴۳. گوردون، مارشال (۱۳۸۸). *فرهنگ جامعه‌شناسی*. ترجمه حمیرا مشیرزاده. تهران: میزان. لک‌زایی، نجف (۱۳۹۵). *اندیشه سیاسی صدرالمتألهین شیرازی*. قم: انتشارات بوستان کتاب. محسن‌پور، بهرام (۱۳۹۰). *مبانی برنامه‌ریزی آموزشی*. تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها.

مصلائی‌پور، عباس (۱۳۹۴). «الگوی سیاست‌گذاری فرهنگی در قرآن کریم». *دوفصلنامه قرآن و روشنگری دینی*، شماره ۳: ۵۷-۷۶.

مطهری، مرتضی (۱۳۷۶). *مجموعه آثار*. تهران: انتشارات صدرا. مقتدائی، مرتضی (۱۳۹۵). «آسیب‌شناسی سیاست‌گذاری فرهنگی جمهوری اسلامی ایران». *فصلنامه تخصصی علوم سیاسی دانشگاه آزاد اسلامی*، شماره ۳۴: ۷-۲۶.

نوذری، حسین‌علی (۱۳۹۲). *بازخوانی هابرماس*. تهران: نشر چشمه. یونسکو (۱۳۹۰). *سیاست‌های فرهنگی*. بازیابی شده در:

<https://fa.wikipedia.org/wiki/>

Schein, E. H. (1988). *Organizational Culture and Leadership*.

شناسایی عناصر تشکیل دهنده الگوی یکپارچه سازی دستور کارهای شورای فرهنگ عمومی کشور

• رضا یعقوبی^۱، علی اکبر رضایی^۲، محسن عامری شهرابی^۳، ندا سلیمانی^۴

چکیده

پژوهش پیش رو با هدف شناسایی عناصر تشکیل دهنده الگوی یکپارچه سازی دستورکارهای شورای فرهنگ عمومی کشور انجام شده است. این پژوهش از نظر هدف کاربردی، از نظر داده ها کیفی مبتنی بر روش داده بنیاد و از نظر ماهیت اجرا توصیفی است. جامعه آماری متشکل از افراد خبره و مطلعان کلیدی در قلمرو موضوعی پژوهش (شورای فرهنگ عمومی) بودند که بر اساس رویکرد آگاهانه و به روش هدفمند و گلوله برفی تعداد ۱۲ نفر برای مصاحبه انتخاب شدند. برای جمع آوری داده ها از روش کتابخانه ای (سندکاوی) و روش میدانی (مصاحبه و فن دلفی) استفاده شد. به منظور تعیین اعتبار یافته ها از مصاحبه با افراد کانونی و تکنیک های اشباع نظری و رویه های ویژه کدگذاری و برای تعیین روایی از تکنیک های جمع آوری داده ها از منابع متعدد، تحلیل موارد منفی و انعطاف روش استفاده شد. برای تحلیل داده ها نیز از تکنیک کدگذاری نظری استفاده شد. نتایج نشان داد الگوی یکپارچه سازی دستورکارهای شورای فرهنگ عمومی کشور دارای ۶ بُعد، ۳۲ مؤلفه و ۱۳۶ شاخص است که اجزای الگوی پارادایمی نهایی عبارتند از: شرایط علی (اسناد بالادستی، شرایط و اقتضائات زمانی و مکانی، تصمیمات و رفتارهای مدیریتی و سازمانی و تحولات فناورانه)؛ شرایط مداخله گر (عوامل سیاسی، اقتصادی، فرهنگی- اجتماعی، مذهبی و ذهنی- ادراکی)؛ بستر و زمینه حاکم (سیاست های کلان فرهنگی، مدیریت کلان فرهنگی، رسانه های جمعی و گردهمایی ها، مراکز فرهنگی، گروه های نخبگان و تاریخ و حوادث گذشته)؛ مقوله محوری (دستورکارهای شورای فرهنگ عمومی)؛ راهبردها (برنامه ریزی کلان فرهنگی، تعاملات بین فردی و بین نهادی و ظرفیت شناسی و الگوسازی فرهنگی) و پیامدها (بهره وری و کارآمدی تصمیمات شورا و بهبود فرهنگ عمومی و کاهش مشکلات و معضلات اجتماعی).

واژگان کلیدی

الگوی یکپارچه، فرهنگ عمومی، دستورکارهای شورای فرهنگ عمومی.

مقدمه

در جهان بینی اسلامی، فرهنگ به معنای اخص آن مشتمل بر نظام اعتقادات، ارزش‌ها، اخلاقیات و رفتارها و منبعث از وحی و جهت‌دهنده و تحول‌بخش نظام‌ها و بخش‌های جامعه است. فرهنگ در هر جامعه و کشوری، با حفظ ماهیت و اصالت الهی و جهان‌شمول خود، شکل و صورتی متناسب با مقتضیات جغرافیایی، تاریخی، زبانی و... به خود می‌گیرد (الوانی و هاشمیان، ۱۳۹۵). در چند دهه اخیر، به واسطه تغییر و تحولات اساسی و فراگیر در عرصه‌های فرهنگی، اجتماعی، سیاسی-امنیتی، اقتصادی، فناوری در مقیاس منطقه‌ای و جهانی، نقش ممتاز و تعیین‌کننده فرهنگ در عرصه‌های ملی، بین‌المللی و جهانی نمایان‌تر شده است (لطیفی و ظهوریان، ۱۳۹۴).

یکی از زیرمقوله‌های فرهنگی، یا به عبارت دیگر شالوده فرهنگ، فرهنگ عامه است که از آن با عنوان فرهنگ عمومی یاد می‌شود. فرهنگ عمومی جنبه‌ای از فرهنگ است که به عامه مردم مربوط می‌شود و محدود به یک قشر یا موقعیت خاص نیست (کوپیک^۱، ۲۰۱۲، به نقل از لطیفی و عبدالحسین‌زاده، ۱۳۹۵: ۲۴). فرهنگ عمومی هر آن چیزی است که مردم به طور عام در زندگی روزمره با آن سروکار دارند؛ از نحوه لباس پوشیدن گرفته تا آداب معاشرت و نحوه رانندگی، رعایت حقوق همسایه و صیانت از منابع طبیعی و فضای سبز محلی و توجه به تحصیل فرزندان تا ابراز همدردی با نیازمندان و افراد گرفتار چه در سطح محلی و منطقه‌ای و چه در سطح بین‌المللی، آداب و سنن مذهبی و عرف اجتماعی تا رفتار در کوچه و خیابان و ورزشگاه، همه و همه، در حوزه فرهنگ عمومی قرار دارند (Shaffer, 2008: 74).

مقام معظم رهبری فرهنگ را عامل شکل‌دهنده ذهن و رفتار عمومی و جهت‌بخش و تأثیرگذار در عرصه تصمیمات کلان کشور دانسته است. بر مبنای این تعریف، فرهنگ، پس از شکل‌گیری، نیازمند جهت‌دهی است تا بتواند بر مدیریت کلان کشور اثرگذار باشد. به همین منظور، ایشان بازمهندسی فرهنگی را مطرح می‌کند و مهندسی فرهنگی را به منزله بازشناسی، آسیب‌شناسی، پالایش و ارتقا بخشی فرهنگ و جهت‌دهی آن بر پایه هویت اصیل ایرانی-اسلامی با توجه به شرایط و مقتضیات ملی و جهانی تبیین می‌کند. ایشان مهندسی فرهنگی را بازطراحی، اصلاح و ارتقای شئون و مناسبات نظام‌های فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی کشور مبتنی بر فرهنگ مهندسی‌شده معرفی کرده و این وظیفه خطیر را به شورای عالی انقلاب فرهنگی، به عنوان قرارگاه اصلی فرهنگی و مرکز مهندسی فرهنگی کشور، محول کرده است. درواقع می‌توان جوهره و کارکرد مهندسی فرهنگی را تحقق و تأمین نحوه تعامل مؤثر و ارتباط سازمند و پویای نظام‌های اجتماعی، سیاسی و اقتصادی با نظام

فرهنگی دانست (لطیفی و عبدالحسین زاده، ۱۳۹۵).

به جرئت می توان گفت انقلاب اسلامی ایران به عنوان نقطه عطف تحولات معنوی، فرهنگی، اجتماعی و سیاسی قرن بیستم از توانایی های بالفعل عظیمی در حوزه فرهنگ برخوردار است و پیشرفت و تعالی همه جانبه کشور مستلزم بهره گیری مؤثر و هوشمندانه از آن در سطح ملی و مناسبات منطقه ای و جهانی است. در حقیقت، فرهنگ به معنای اخص آن از مختصات ذاتی، مزیت های راهبردی، انحصاری و سرنوشت ساز کشور و نظام جمهوری اسلامی ایران است که همواره مورد تأکید بنیان گذار کبیر انقلاب اسلامی و مقام معظم رهبری بوده است (وبگاه شورای فرهنگ عمومی کشور، ۱۳۹۷).

برای استفاده حداکثری از ظرفیت های موجود نظام جمهوری اسلامی در حوزه فرهنگ و به منظور سیاست گذاری، هدایت و نظارت فرهنگ عمومی کشور، ضرورت انقلاب فرهنگی احساس شد و لذا، به فرمان حضرت امام خمینی (ره) در سال ۱۳۶۳، شورای عالی انقلاب فرهنگی شکل گرفت و سپس پیشنهاد تشکیل شورای فرهنگ عمومی مطرح شد و به منظور تعیین اهداف، سیاست گذاری و هدایت فرهنگ عمومی کشور، شورای فرهنگ عمومی با وظایف مشخص شکل گرفت. این شورا دارای نقش مشورتی است و عملاً نقش آن ایجاد گفتمان در کشور است (نه ایفای نقش در امور اجرایی) تا بتواند دستگاه ها، دولت و جامعه را نسبت به مسائل حساس کند تا در اجرای مصوبات برنامه ریزی کنند. مصوبات شورای فرهنگ عمومی صرفاً در صورتی دارای ضمانت اجرایی است که رئیس جمهور ابلاغشان کند (لطیفی و عبدالحسین زاده، ۱۳۹۵).

برای پرداختن به موضوعات و مسائل فرهنگی در قالب جلسات شورای فرهنگ عمومی ضعف ساختاری وجود دارد و آن این است که دستور جلسات برای بررسی در شورا به نوعی سلیقه ای و برگرفته از دیدگاه های اعضای آن است. معمولاً هر نهاد، شورا، کمیته و... در راستای شرح وظایف کلان خود نیازمند ساختاری نظام مند برای انتخاب موضوعات جلسات خود است. شورای فرهنگ عمومی کشور از این حیث دارای نقصان است که عملاً دستور جلسات و مصوبات آن معطوف به نظر یک یا چند نفر شده و سایر صاحب نظران و خبرگان در آن ها نقشی ندارند و به همین علت، اول از جامعیت لازم برخوردار نیستند؛ دوم، اولویت های اصلی فرهنگی کشور در نظر گرفته نمی شوند؛ سوم، نسبت سنجی مناسبی بین امکانات، هزینه ها و پرداخت به موضوعات اصلی و فرعی وجود ندارد؛ و چهارم، تعیین دستورات و موضوعات شورا و علت یابی مسائل فرهنگ عمومی بیشتر بر اساس گمانه زنی ها و مشاهدات شخصی اعضا صورت می گیرد.

رفع این مهم، با توجه به اینکه نقش و نیروی اجتماعی فرهنگ نسبت به گذشته به مراتب افزون‌تر شده است، ضرورت بیشتر هماهنگی و همسویی صاحب‌نظران، کارشناسان و برنامه‌ریزان فرهنگی کشور با نیازهای فرهنگی جامعه را می‌طلبد. بنابراین پرداختن به موضوعات فرهنگ عامه کشور بدون داشتن الگویی نظام‌مند برای انتخاب موضوعات و دستورات جلسات مسئله‌ای است که نیازمند بررسی دقیق و علمی است. این پژوهش، به‌منظور رفع این نقصان، به دنبال پاسخ به این پرسش است که الگوی مناسب یکپارچه‌سازی تدوین دستورکارهای شورای فرهنگ عمومی کشور چیست و برای پاسخ به آن پرسش‌های فرعی ذیل را مطرح کرده است:

۱. شاخص‌های الگوی یکپارچه‌سازی دستورکارهای شورای فرهنگ عمومی کشور چیست؟
۲. مؤلفه‌ها و ابعاد الگوی یکپارچه‌سازی دستورکارهای شورای فرهنگ عمومی کشور چیست؟
۳. الگوی نظام‌مند یکپارچه‌سازی دستورکارهای شورای فرهنگ عمومی کشور چیست؟

مبانی نظری پژوهش

فرهنگ عمومی به معنای فرهنگ غالب و گسترده‌ای است که در میان عموم جامعه رواج دارد و به‌نوعی با فرهنگ توده ارتباط دارد (استوری، ۱۳۹۵). فرهنگ عمومی شامل حیات و ایدئولوژی غالب مورد تجربه در زندگی و تمام محتوای روانی ناشی از کاربرد وسیع و تعیین‌کننده وسایل ارتباط جمعی است که در برهه‌های خاصی از زمان مورد استفاده قرار گرفته‌اند و نیز شامل گرایش‌ها و نگرش‌های هر جامعه است (دارپایور، ۱۳۹۶). براساس نظرگیدنز، فرهنگ عمومی عبارت است از مجموعه منسجم و نظام‌یافته‌ای از اهداف، ارزش‌ها، عقاید، باورها، رسوم و هنجارهای مردم متعلق به جامعه‌ای بزرگ، قوم یا ملت. اما آنچه درواقع تجلی‌گر همه این‌هاست و در جامعه ظهور عمومی و قابل مشاهده دارد رفتار، منش و عرف جامعه یا همان معیارهای اجتماعی است که به‌سادگی می‌توانند به وصف درآیند (گیدنز، ۱۳۹۸: ۸۳). در جمع‌بندی می‌توان گفت: فرهنگ عمومی حوزه‌ای از نظام فرهنگی جامعه است که پشتوانه اجباری و قانونی رسمی ندارد و پای‌بند نبودن به آن مجازاتی را، به معنای حقوقی کلمه، در پی ندارد. فرهنگ عمومی شامل قوانین مدونی نیست که بتوان به آن‌ها ارجاع داد یا استناد کرد و شاید بتوان گفت که اساساً به لحاظ مفهومی در تقابل قوانین رسمی معنا و ظهور پیدا می‌کند. درعین حال، اگر بخواهیم اصل سادگی و جامعیت را در تعریف فرهنگ عمومی لحاظ کنیم و با لحاظ نکات پیش‌گفته، شاید بتوان فرهنگ عمومی را رفتارهای فرهنگی متعارف

جامعه با رفتار متعارف عموم مردم جامعه تعریف کرد (ذوعلم، ۱۳۷۹: ۱۴).

فرهنگ عمومی دارای دو جهت عینی و اعتباری است که باید هر دو را مد نظر داشت. هیچ کس بهتر از مقام معظم رهبری، آیت الله خامنه ای، این دو بُعد فرهنگ عمومی را تبیین نکرده اند. از نظر ایشان، فرهنگ عمومی دو بخش دارد: یک بخش آن ظاهری و بارز است، مثل شکل لباس و شکل معماری که تأثیر خاصی بر ذهنیات و خلیات و منش و تربیت افراد دارد؛ و بخش دیگر مربوط به امور نامحسوس، مثل اخلاقیات فردی و اجتماعی مردم، وقت شناسی، وجدان کاری، مهمان دوستی و احترام به بزرگ ترهاست. ایشان در دیدار با اعضای شوراهای فرهنگ عمومی استان ها در سال ۱۳۷۴ در این زمینه می فرمایند:

به نظر بنده، فرهنگ عمومی دو بخش دارد: یک بخش امور و مسائلی است که بارز و ظاهر و جلو چشم است و حقیقتاً هم در سرنوشت ملت دخالت دارد، اما در درازمدت تأثیر می گذارد؛ یعنی در مسیر زندگی و حرکت های آینده یک ملت تأثیر دارد. مثلاً شکل لباس و چه پوشیدن و چگونه پوشیدن، معماری و... بخش دوم از فرهنگ عمومی آن است که مانند بخش اول در سرنوشت یک ملت تأثیر دارد، اما تأثیراتش فوری و بسیار محسوس است؛ یعنی خود امور مربوط به این بخش از فرهنگ عمومی چندان محسوس نیست، لکن تأثیراتش در جامعه و سرنوشت و مسیر آن بسیار محسوس است. از جمله این امور و در واقع عمده ترین آن ها اخلاقیات است؛ اخلاق فردی و اجتماعی مردم یک جامعه است.^۱

ایشان همچنین اصلاح فرهنگ عمومی را امری ضروری و مهم برمی شمارند و وظیفه همه نهادهای دولتی، تبلیغی و فرهنگی را تلاش برای اصلاح فرهنگ عمومی می دانند. ایشان در این زمینه بیان می دارند: «اصلاح فرهنگ عمومی از همه کارها مهم تر است، چون این کار محور همه کارهای دیگر است».^۲

تأثیرات فرهنگ عمومی و سیاست های برنامه ای هر کشور از نوع متقابل و متعادل هستند؛ یعنی هریک به نوبه خود از دیگری تبعیت می کند. لازم است بدون دست یابی به چنین شناختی، حتی الامکان، از دست اندازی به موارد حساس زندگی عامه مردم پرهیز شود و به هنگام تصمیم گیری ملاحظات مرتبط دقیقاً برآورد شود. فرهنگ عمومی، از آنجا که محصول مستقیم رفتارهای عادی مردم است، باید در ساده ترین فعالیت های اجتماعات مردم، از جمله روش های کسب و معاش، پیوندهای خانوادگی، نظام اداره خانواده و جامعه، نحوه پوشش، سنت های غذا خوردن، تربیت کودک و مسائل جزئی و روزمره که در ظاهر

بی‌اهمیت به نظر می‌آیند، مورد مطالعه و تفحص قرار گیرد (مقتدایی و راعی، ۱۳۹۲).

ازجمله عوامل اساسی شکل‌گیری فرهنگ عمومی می‌توان سه عامل حکومت، اقتصاد و ارتباطات را، به‌عنوان نهادی‌ترین ارکان تشکیل جوامع، نام برد. حکومت یا به عبارت دیگر سیاست‌های حکومت در حوزه فرهنگ نیز یکی از عوامل مؤثر است. سیاست فرهنگی به‌طورکلی در حکم چارچوب یا ابزاری رسمی از سوی دولت به‌منظور هدایت و ترویج فعالیت‌های فرهنگی یا توسعه اقتصادی، اجتماعی و زیرساختی متعادل در نظر گرفته می‌شود (Bedoya, 2004). به باور گری^۱ (۲۰۰۷)، سیاست فرهنگی «طیفی از فعالیت‌هاست که دولت‌ها در عرصه فرهنگ برای انجام دادن یا ندادن آن‌ها تصمیم می‌گیرند». در این تعریف و برای تدوین و اجرای سیاست فرهنگی طیف گسترده‌ای از بازیگران وجود دارند، ازجمله دولت، به‌ویژه در حوزه‌های محلی، برنامه‌ریزی (روستایی و شهری)، سیاست‌گذاران، هنرمندان و ارگان‌های جامعه مدنی (2005 Day). البته این تعریفی گسترده از سیاست‌های فرهنگی را شامل می‌شود و می‌توان آن را به تولید و فعالیت‌های فکری و هنری نیز محدود کرد (Mulcahy, 2006). عنصر مهم دیگر، با توجه به گسترش روزافزون فناوری ارتباطات، خود ارتباطات است. هیچ جامعه‌ای بدون ارتباط مستمر و مؤثر با اجتماعات دیگر دچار تحول جدیدی در ساختار فرهنگ عمومی خود نمی‌شود. عنصر مهم دیگر اقتصاد است. هیچ اندیشه سالمی تأثیر مهم اقتصاد بر فرهنگ و متقابلاً فرهنگ بر اقتصاد را تکذیب نمی‌کند. رشد یا رکود، بارور شدن و بالیدن یا پژمردن و افسردن روح‌ها و اندیشه‌ها و استعدادها شگرف، همه و همه، در گرو حمایت‌ها و آزادی‌های اقتصادی و امکانات بارورسازی این استعدادهاست. اقتصاد چنان در چرخه حیات بشری اثر سازنده یا تخریبی می‌تواند داشته باشد که عدم معاش در دین مبین معادل عدم معاد خوانده شده است.

اما مهم‌تر از شناسایی عوامل مؤثر بر فرهنگ برنامه‌ریزی مناسب فرهنگی است تا بتوان، ضمن حفظ فرهنگ و مؤلفه‌های مثبت آن، به جذب ویژگی‌های فرهنگی مثبت سایر فرهنگ‌ها نیز اقدام کرد و از طرفی جلو هر گونه نفوذ فرهنگی را که می‌تواند برای فرهنگ بومی و سالم مضر باشد گرفت. لذا برنامه‌ریزی فرهنگی نیز یکی از موضوعات مهم در خصوص موضوع مورد بحث است.

برخی محققان برنامه‌ریزی فرهنگی را در حکم فرایند سیاست برای توسعه فرهنگی توصیف می‌کنند (Grodach, 2010; Rosenstein, 2011)؛ در صورتی که استیونسن^۲ (۲۰۰۵) تعریف گسترده‌ای دارد و بیان می‌کند که برنامه‌ریزی فرهنگی برای چندین هدف ترویج

1. Gray

2. Stevenson

داده شده است، ازجمله: پرورش توسعه جامعه، ترویج همکاری بین بخش های خصوصی و عمومی و نیز موقعیت یابی هنر به منزله صنعت. در گزارشی که دولت کانادا منتشر کرده، هدف توسعه برنامه فرهنگی تعریف رویکردی سیستماتیک به منظور توسعه فرهنگی، اهرمی کردن سود بیشتر از منابع غنی فرهنگی، حمایت از اقتصاد و توسعه جامعه، و در نهایت کمک به محیط زیست با سرمایه گذاری داخلی و خارجی بیان شده است (Statistics Canada, 2011). ضرورت برنامه ریزی فرهنگی را باید در دو چیز جست و جو کرد: نخست در کارکرد دوگانه و تناقض آمیز فرهنگ؛ یعنی کارکرد تغییر و تداوم آن، و دوم جوامعی نظیر جامعه ما که مرحله گذر را طی و تحول های سریع و ناهمگون و نابرابر را تجربه می کنند هم زمان به نظم و تغییرهای همگون و جهت دار نیاز دارند. بنابراین در خصوص بحث پیرامون موضوع فرهنگ عمومی، باید ابتدا به شناخت مفهوم فرهنگ عمومی و سپس عوامل مؤثر بر فرهنگ عمومی پرداخته شود و در نهایت برنامه ریزی فرهنگی مناسب صورت گیرد. این ها روی هم نیازمند شناسایی ابعاد، مؤلفه ها و شاخص هایی برای یکپارچه سازی دستورکارهای شورای فرهنگ عمومی هستند تا شورا بتواند بر مبنای آن برنامه ریزی دقیق، صحیح و به موقع را انجام دهد (الوانی و هاشمیان، ۱۳۹۵).

برای انجام این مهم، یعنی توجه به فرهنگ عامه و برنامه ریزی فرهنگی برای آن، می توان به دو گونه عمل کرد: از نتایج پژوهش های سایر محققان و صاحب نظران استفاده کرد یا به صورت مجزا به پژوهش پرداخت و نتایج آن را به کار گرفت. پیشینه مطالعاتی پژوهش در دو بخش داخلی و خارجی حاکی از آن است که مطالعات متعددی در این حوزه انجام شده اند که البته دقیقاً به موضوع پژوهش نپرداخته اند، اما به منظور شناخت بیشتر موضوع می توان به مرتبط ترین آن ها اشاره کرد.

پیشینه پژوهش

در حوزه مطالعات داخلی، مقتدایی و سرتیپ زاده (۱۳۹۸) در پژوهشی به تبیین چیستی شورای فرهنگ عمومی و جایگاه استانی آن (تحلیلی بر مبنای مصوبات شورای عالی انقلاب فرهنگی) پرداختند. آن ها معتقدند یکی از عناصر مهم در موجودیت هر جامعه فرهنگ آن است. در جمهوری اسلامی ایران نهادهای متعددی متولی امور فرهنگی هستند؛ لیکن یکی از علل پویا نبودن فرهنگ جامعه ما ناکارآمدی سازمان های متولی امور فرهنگی است. شورای فرهنگ عمومی یکی از نهادهای اجرایی فرهنگی است که نقش بسزایی را در سامان دهی امور فرهنگی به عهده دارد. در این میان، شورای فرهنگ عمومی استان در مرکز هر استان، با هدف شناخت و اطلاع از وضع فرهنگ عمومی و اصلاح و ارتقای آن و نظارت

و پیگیری مصوبات شورای عالی انقلاب فرهنگی و شورای فرهنگ عمومی، زیر نظر شورای فرهنگ عمومی تشکیل می‌شود. دریس، نصر اصفهانی و روزخوش (۱۳۹۸) در پژوهشی به بررسی تحلیلی بافت انضمامی و ابهام در سیاست‌گذاری فرهنگی ایران پرداختند. آن‌ها بیان می‌کنند بررسی دیدگاه‌های گروهی از نخبگان حوزه سیاست‌گذاری فرهنگی نشان می‌دهد نوعی ابهام و عدم شفافیت در شناسایی چالش‌های فرهنگی جامعه، چگونگی فرایند سیاست‌گذاری فرهنگی و نقش دولت در این فرایند وجود دارد. این ابهام و عدم شفافیت خود را در محتوای سیاست‌ها، انتظارات از آن‌ها و نتایجشان نشان می‌دهد؛ واقعیتی که حوزه سیاست‌گذاری فرهنگی را در معرض تحولات و نزاع‌های سیاسی و ناهمسویی‌ها در اجرا و ارزیابی برنامه‌ها قرار می‌دهد.

ابن یامینی (۱۳۹۷) در پژوهشی به بررسی فرهنگ عمومی، هویت فرهنگی، و سیاست‌گذاری فرهنگی پرداخت. وی بیان می‌کند که، در آینده در زمینه سیاست‌گذاری فرهنگی، نهادهای هنری به جای تکیه بر یارانه دولتی بیشتر به سمت خصوصی‌سازی پیش بروند. مدل امریکایی خصوصی‌سازی فرهنگ برای دولت‌هایی که خواهان کاهش یارانه‌های فرهنگی خود هستند بسیار جذاب به نظر می‌رسد. البته فضای فرهنگی خصوصی شده کمتر به مسائلی چون تنوع زیبایی‌شناختی، دسترسی عمومی و نمایندگی فرهنگی می‌پردازد. سیاست‌گذاری فرهنگی مناسب با حمایت از هویت فرهنگی و گفتمان زیبایی‌شناسی، که بخشی از گفت‌وگوی مدنی هستند، به افزایش رفاه عمومی منجر می‌شود. الوانی و هاشمیان (۱۳۹۵) در پژوهشی به ارائه مدل بومی سیاست‌گذاری متوازن بخش فرهنگ پرداختند. آن‌ها بیان کردند با نگرش آسیب‌شناسانه به عرصه مدیریت فرهنگ می‌توان یکی از مهم‌ترین نقاط ضعف حاکم بر سیاست‌گذاری فرهنگی را بهره‌نگرفتن از مدلی مناسب دانست. براین اساس، این مقاله در بخش نخست، پس از تعریف دو مفهوم فرهنگ و سیاست عمومی، به مرور اجمالی نسبت میان فرهنگ و سیاست‌گذاری و مدل‌های مختلف خط‌مشی‌گذاری می‌پردازد. در بخش دوم پژوهش، تلاش شده است الگویی بومی در عرصه سیاست‌گذاری ارائه شود. مهم‌ترین نقاط قوت فرهنگی با تکیه بر منطق توازن برگرفته از مدل ارزیابی متوازن عملکرد این الگور می‌توان در نگرش طولی متوازن به بخش فرهنگ نسبت به سایر بخش‌ها و پیگیری اهداف راهبردی سند چشم‌انداز در بخش فرهنگ به وسیله برقراری ارتباط میان فرایند سیاست‌گذاری فرهنگی با سند چشم‌انداز بیست‌ساله دانست. لطیفی و عبدالحسین‌زاده (۱۳۹۵) در پژوهشی به ارائه الگوی نظام‌مند اصلاح و ارتقای فرهنگ عمومی در کشور براساس اندیشه مقام معظم رهبری پرداختند. این پژوهش، با در نظر گرفتن اهمیت فرهنگ عمومی، در صدد است الگوی نظام‌مند جامعی را برای اصلاح و ارتقای فرهنگ عمومی کشور براساس

دیدگاه‌های مقام معظم رهبری ارائه دهد. در این پژوهش، با بهره‌گیری از روش داده‌بنیاد، تلاش شد الگوی نظام‌مند فرهنگ عمومی برای اصلاح و ارتقای آن در کشور استخراج شود. با مطالعه بیانات مقام معظم رهبری و استخراج بیش از ۵۰۰ مفهوم، درک‌گذاری انتخابی این مفاهیم طبقه‌بندی شدند و ۳۴ کد محوری استخراج شدند که هرکدام ذیل مقوله‌های الگوی نظام‌مند (شرایط علی، شرایط زمینه‌ای، راهبردها، شرایط مداخله‌گر و پیامدها) جای گرفت و تشریح و تبیین شد. مشخص شد که برای اصلاح فرهنگی، باید همه‌جانبه و کل‌نگر بود و همه جنبه‌های بنیادی و نظری مثل تبیین نظریه فرهنگ عمومی و طراحی الگوهای رفتاری از منابع دینی و مباحث اجرایی و راهبردی مثل شبکه‌سازی فرهنگی، توزیع مناسب فرهنگی و... مد نظر قرار گیرند. مقتدایی و ازغندی (۱۳۹۵) بیان کردند در مجموعه سیاست‌گذاری‌های اقتدار عمومی سیاست‌های فرهنگی بالاترین اهمیت را دارد. از این‌روست که در نگاه یونسکو فرهنگ و سیاست‌گذاری‌های فرهنگی در کانون فرایند توسعه پایدار کشورها تعریف می‌شوند. لذا برای سنجش و ارزیابی میزان موفقیت یا ناکامی سیاست‌گذاری در حوزه فرهنگ نیازمند نگاهی واقع‌بینانه هستیم؛ نگاهی که در سایه آسیب‌شناسی سیاست‌گذاری‌ها تحصیل خواهد شد. بنابراین هدف پژوهش، ضمن تبیین رابطه فرهنگ و سیاست‌گذاری، بررسی مهم‌ترین آسیب‌های سیاست‌گذاری فرهنگی در جمهوری اسلامی ایران با روش توصیفی-تحلیلی با استفاده از تجزیه و تحلیل داده‌های گردآوری شده به روش کتابخانه‌ای است. یافته‌ها حاکی از آن است که در حوزه سیاست‌گذاری فرهنگی مشکلات عدیده‌ای در بخش‌های مربوط به مطالعات نظری و شکل‌گیری، اجرا و ارزیابی وجود دارد. لطیفی و ظهوریان (۱۳۹۴) در پژوهشی به «تدوین الگوی ارزیابی شاخص‌های فرهنگ عمومی در دانشگاه‌ها» پرداختند. این پژوهش با رویکرد آمیخته انجام شده است. شاخص‌های فرهنگ عمومی در دانشگاه‌ها با مطالعه بیانات امام خمینی (ره) و مقام معظم رهبری استخراج شدند و شاخص‌های فرهنگی وزن دهی با روش کمی و پرسش‌نامه‌ای سنجیده شدند.

رضایی (۱۳۹۴) پژوهشی با عنوان «شناسایی وضعیت موجود و مطلوب مؤلفه‌های برنامه‌ریزی استراتژیک در مدیریت سازمان‌ها و نهادهای فرهنگی ایران (مورد مطالعه: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی)» انجام داده است. هدف این پژوهش شناسایی وضعیت موجود و مطلوب مؤلفه‌های برنامه‌ریزی استراتژیک در مدیریت سازمان‌ها و نهادهای فرهنگی ایران است. پژوهش از نوع کاربردی است و از نظر نوع و زمینه‌یابی جزء پژوهش‌های هم‌بستگی و مدل‌یابی است. نتیجه این پژوهش نشان می‌دهد که وضعیت موجود مؤلفه چشم‌انداز، اهداف و مأموریت، عوامل درون سازمانی و عوامل برون سازمانی در حد مطلوبی قرار ندارد. مقتدایی و راعی (۱۳۹۲)، در پژوهشی با عنوان «شورای فرهنگ عمومی و تأثیر مصوبه‌های آن

بر سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی فرهنگی»، جایگاه شورای فرهنگ عمومی استان اصفهان در سامان‌دهی امور فرهنگی را مطالعه کردند. بررسی وضعیت سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی در مصوبه‌های شورای فرهنگ عمومی استان اصفهان در سال‌های ۱۳۷۲ تا ۱۳۸۹ داده‌های این پژوهش را تشکیل می‌دهد. روش بررسی تحلیل محتوا، مصوبه‌های شورای فرهنگ عمومی و رابطه بین نوع مصوبه‌ها بر اساس آیین‌نامه‌ شورا و سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی با سامان‌دهی امور فرهنگی سنجیده شده است. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد نیمی از مصوبه‌های شورای فرهنگ عمومی در امر سیاست‌گذاری فرهنگی مرتبط بوده و در وظیفه برنامه‌ریزی، بیشتر مصوبه‌ها نامرتبط با وظایف شورا بوده‌اند. جمشیدی‌ها و فولادیان (۱۳۹۰) پژوهشی با عنوان «بررسی تحولات فرهنگ عمومی در ایران بر اساس تحلیل نام‌گذاری» انجام دادند. آن‌ها بیان کردند که نام‌گذاری افراد در جامعه یکی از شاخص‌هایی است که به وسیله آن می‌توان جهت‌گیری فرهنگ عمومی جامعه را مشخص کرد.

در زمینه فرهنگ عمومی در خارج از کشور پژوهش‌هایی انجام شده است که به تعدادی از آن‌ها اشاره می‌شود. بانکس^۱ (۲۰۲۰) در پژوهشی برخی توضیحات اولیه درمورد تأثیرات فرهنگی گُوید ۱۹ را ارائه می‌دهد. در ابتدا بررسی می‌شود که چگونه همه‌گیری ممکن است از قبل بورس تحصیلی مطالعات فرهنگی را تغییر دهد. یا ظرفیت‌های ما را به چالش بکشد. با این حال، پژوهش بیشتر بر این موضوع متمرکز است که چگونه اقدامات طراحی شده برای مقابله با گُوید ۱۹ برای تغییر الگوهای مصرف فرهنگی تولید و کار آغاز شده است. این پژوهش وضعیت فعلی فرهنگیان را در بحران بررسی می‌کند و در نهایت بیان می‌کند دولت‌ها می‌توانند به سرعت حرکت کنند و در صورت نیاز کافی و تقاضای عمومی شدید هزینه کنند. آن‌ها می‌توانند منابع را بسیج کرده و مداخلات گسترده‌ای را برای حمایت از جمعیت و کالای بیشتر مورد توافق انجام دهند. همچنین گُوید ۱۹ ما را وادار کرد تا در نظر بگیریم که فرهنگ در بحران فوری و فراتر از آن نیز ممکن است باشد و برای جلوگیری از خسارت باید به فرهنگ روی آورد. فیلیمون، ایفتن و تراندابا^۲ (۲۰۱۹) در پژوهشی یک بازی فرهنگ عمومی به نام باب ارائه دادند که به عنوان مهارتی برای دستیاری نرم‌افزار آمازون الکسا اجرا شده است. انگیزه اصلی این کار امکان یادگیری از طریق بازی‌ها و دستگاه‌های هوشمند است که امروزه بخشی از زندگی و خانه اکثر کودکان است. بازی باب پرسش‌های مربوط به فرهنگ عمومی را در زمینه جغرافیا، به‌ویژه مربوط به شهرها، کسورها و دریاچه‌ها. در اختیار کاربران قرار می‌دهد. پرسش‌ها با استخراج و تجزیه و تحلیل

1. Banks

2. Filimon, Iftene & Trandabăţ

اطلاعات از دو منبع عمده دانش DBpedia و Wikidata شکل می گیرند، که هر دو در زمینه پردازش زبان طبیعی به طور گسترده مورد استفاده قرار می گیرند. باب می تواند آزمایش های فرهنگ عمومی را آغاز کند. در این بازی، پرسش ها از طریق کامپیوتر به طور خودکار با سطح دانش پخش کننده سازگار می شوند. با دنبال کردن تنظیمات مشخص شده توسط کاربر، باب همچنین امکان رتبه بندی بازیکنان را با توجه به عملکرد آن ها و ارسال آمار توئیت در صورت درخواست ارائه می دهد. مزیت عمده راه حل ما این واقعیت است که می توان از طریق Amazon Echo یا تلفن هوشمند از این برنامه استفاده کرد و به کودک امکان می دهد از خانه یا هر مکانی با اتصال به اینترنت به آن دسترسی پیدا کند. خان و لو^۱ (۲۰۱۸) در پژوهشی به بررسی نقش فرهنگ های ملی در شکل گیری فرهنگ های مدیریت شرکت پرداختند. این پژوهش به دنبال پاسخ به این پرسش است که چگونه فرهنگ های ملی بر فرهنگ مدیریتی سازمان ها تأثیر می گذارند. در این پژوهش، اختلافات و شباهت ها میان فرهنگ های ملی پاکستان، مکزیک و ایالات متحده آمریکا بررسی شد تا از خلال آن تأثیرات این اختلافات و شباهت ها بر فرهنگ مدیریت سازمان های مستقر در این کشورها تجزیه و تحلیل شود. نتایج تجزیه و تحلیل براساس ادبیات موجود نشان می دهد که تفاوت در فرهنگ های ملی به شدت بر نحوه مدیریت سازمان ها در این کشورها تأثیر می گذارد. این یافته ها چالش های مدیریت بین فرهنگی را برای سازمان هایی که در این کشورها کار می کنند، به ویژه هنگامی که آن ها می خواهند مشارکت تجاری سه جانبه یا دوجانبه ایجاد کنند، ارائه می دهند. ایالات متحده آمریکا و مکزیک از نظر جغرافیایی از پاکستان فاصله دارند. چانگ^۲ (۲۰۱۱) نشان داد که فرایند تبدیل شدن شامل سه مرحله شناسایی منابع، ایجاد معنا و تغییرهای اجتماعی است. دست یابی به هر مرحله نتیجه تعامل بین دولت های محلی است و هنگامی که هدف شناسایی و بهره برداری بیشتر از منابع فرهنگی باشد، اغلب با اهداف سرمایه داری در تعارض قرار خواهد گرفت (Chang, 2011: 188). رآو و والتون^۳ (۲۰۰۴) به بررسی ویژگی های فرهنگی و تأثیر فرهنگ عمومی مردم در اقدامات و رفتارها پرداخته اند. در این پژوهش نیز توصیه هایی برای شکل گیری فرهنگ عمومی مطلوب در جامعه شده است.

مرور پیشینه مطالعاتی داخلی و خارجی نشان می دهد که هیچ یک از پژوهش ها به موضوع دستورکارهای جلسات شوراهای فرهنگ عمومی نپرداخته اند و بیشتر به موضوع

فرهنگ عمومی کشور و الگویی برای آن و یا ارتباط آن با سایر متغیرها پرداخته‌اند. لذا امکان استفاده از آن‌ها برای مسئله مطرح شده در این پژوهش وجود ندارد و تا حدی می‌توان از نتایج آن‌ها در پوشش پژوهش پیش رو استفاده کرد و باید به ارائه الگویی نظام‌مند برای یکپارچه‌سازی دستورکارهای شورای فرهنگ عمومی پرداخت.

به منظور ترسیم چارچوب نظری پژوهش، از آنجاکه پژوهشی که تا حدی بتواند مبنای کار پیش رو قرار گیرد وجود نداشت؛ لذا پژوهشگران چندین منبع را به عنوان مبنای نظری خود قرار دادند تا بتوانند مؤلفه‌های اصلی الگور شناسایی کنند که عبارت‌اند از: اسناد بالادستی نظیر سیاست‌های کلی ابلاغی، برنامه‌های توسعه و سند مهندسی فرهنگی؛ سیاست‌های کلان فرهنگی نظیر سند چشم‌انداز و شرح وظایف شورای فرهنگ عمومی؛ مصوبات شورای فرهنگ عمومی و شورای عالی انقلاب فرهنگی.

روش پژوهش

این پژوهش از منظر هدف کاربردی، از نظر داده‌ها کیفی، و از نظر ماهیت مطالعه مبتنی بر روش داده‌بنیاد است. در این پژوهش، به مدد مطالعه اسناد و مدارک علمی، مصاحبه با خبرگان با استفاده از فن دلفی و تلخیص داده‌ها، چارچوب اولیه الگوی یکپارچه‌سازی دستورکارهای شورای فرهنگ عمومی کشور شکل گرفته است.

جامعه آماری پژوهش خبرگان و مطلعان کلیدی حوزه فرهنگ عمومی و مدیران و کارشناسان خبره وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، شورای فرهنگ عمومی و شورای عالی انقلاب فرهنگی بودند و نمونه‌گیری از آن‌ها به صورت هدفمند و به روش گلوله برفی تا حد اشباع نظری انجام شد که در نهایت ۱۲ نفر در مصاحبه‌ها شرکت کردند. به منظور جمع‌آوری اطلاعات از مصاحبه نیمه ساختاریافته استفاده شد.

برای تعیین اعتبار درونی داده‌ها از چندین روش استفاده شد: داده‌ها با مطالعه مبانی نظری، پیشینه پژوهش، منابع، مصاحبه با افراد کانونی انتخاب و تأیید شدند؛ نظرها و رهنمودهای گروهی از خبرگان لحاظ شدند؛ برای تأیید دقت و صحت داده‌ها، درمورد اعتبار مطالعه از شیوه بررسی به وسیله اعضای پژوهش استفاده شد. برای تعیین اعتبار بیرونی یافته‌ها از تکنیک‌های حصول اشباع نظری، رویه‌های ویژه کدگذاری و تحلیل نمادها و نشانه‌ها، و توصیف غنی داده‌ها استفاده شد. برای تعیین روایی یافته‌ها نیز از سه تکنیک جمع‌آوری داده‌ها از منابع متعدد، تحلیل موارد منفی و انعطاف روش استفاده شد.

پس از جمع آوری اطلاعات مورد نیاز، به مدد ضریب نسبی روایی محتوا^۱ و نظریه داده بنیاد^۲ (کدگذاری مفاهیم)، مؤلفه ها و شاخص های الگوی یکپارچه سازی دستورکارهای شورای فرهنگ عمومی به دست آمدند.

نتایج حاصل از CVR با توجه به تعداد خبرگان (۲۰ نفر) و حداقل میزان قابل قبول CVR (۰/۴۹) به شرح جدول ۱ است. تمام ضرایب ابعاد همان گونه که در جدول مشاهده می شود بالاتر از ۰/۴۹ هستند.

جدول ۱. نتایج به دست آمده در خصوص شاخص نسبی تحلیل محتوا (CVR)

عناصر	روایی (CVR)	عناصر	روایی (CVR)
سیاست های کلان فرهنگی	۰/۸۷	ظرفیت شناسی و الگوسازی فرهنگی	۰/۸۰
مدیریت کلان فرهنگی	۰/۹۰	گفتمان سازی اقتصاد مقاومتی	۰/۷۵
مراکز فرهنگی	۰/۸۹	سرمایه اجتماعی	۰/۸۸
گروه های نخبگان	۰/۹۱	اخلاق عمومی	۰/۷۱
تاریخ و حوادث گذشته	۰/۹۳	زنان و خانواده	۰/۸۵
اسناد بالادستی	۰/۹۰	بهداشت، سلامت، نشاط اجتماعی	۰/۷۳
شرایط و اقتضائات زمانی و مکانی	۰/۸۹	خردورزی و استدلال گرایی	۰/۸۶
تصمیمات و رفتارهای مدیریت و سازمانی	۰/۸۸	آسیب های اجتماعی	۰/۷۴
تحولات فئاورانه	۰/۸۶	روح ملی و شخصیت های میهنی	۰/۶۳
عوامل سیاسی	۰/۸۵	محیط زیست	۰/۷۹
عوامل اقتصادی	۰/۸۷	جوانان	۰/۸۴
عوامل فرهنگی- اجتماعی	۰/۸۶	معماری و شهرسازی	۰/۷۷
عوامل مذهبی	۰/۷۹	دین و مذهب	۰/۸۲
عوامل ذهنی- ادراکی	۰/۸۲	بهره وری و کارآمدی تصمیمات شورا	۰/۹۱
تعاملات بین فردی و بین نهادی	۰/۷۴	بهبود فرهنگ عمومی و کاهش مشکلات اجتماعی	۰/۹۳
برنامه ریزی کلان فرهنگی	۰/۸۱		

در بخش کدگذاری از روش استراوس و کوربین استفاده شد که رویکردی نظام مند را پیشنهاد می کنند. مهم ترین بخش کار در تحلیل داده های پژوهش کدگذاری (باز، محوری و انتخابی) است که بدین گونه انجام شد:

1. Content Validity Ratio (CVR)

2. Grounded Theory

• کدگذاری باز^۱: مصاحبه‌ها پیاده و داده‌ها یکسان‌سازی شدند و مطابق با ادبیات نظری پژوهش اصطلاحات علمی برای آن‌ها انتخاب شد، مقوله‌بندی مفاهیم انجام شد و سپس فهرستی از مقوله‌ها به دست آمد.

• کدگذاری محوری^۲: کدهای باز به دست آمده (مقوله‌ها) دسته‌بندی شدند و هریک از کدهایی که به لحاظ علمی و مفهومی قابلیت قرارگرفتن در یک مجموعه را داشتند در یک دسته قرار گرفتند. با این کار، بین کدهای تولیدشده در کدگذاری باز رابطه برقرار شد.

• کدگذاری انتخابی^۳: در این مرحله کدهای محوری به دست آمده با مفهوم اصلی پژوهش (یکپارچه‌سازی دستورکارهای شورای فرهنگ عمومی) مرتبط شدند و اعتبار روابط بین کدهای محوری و انتخابی تأیید شد. همچنین دسته‌بندی‌هایی که نیاز به اصلاح و توسعه بیشتری داشتند تکمیل شدند.

یافته‌های پژوهش

با توجه به پرسش‌های مطرح شده در پژوهش پیش رو، به مدد نظریه داده‌بنیاد نظام‌مند و با اعمال روش کدگذاری، پاسخ پرسش‌ها به شرح ذیل ارائه شد.

شاخص‌های الگوی یکپارچه‌سازی دستورکارهای شورای فرهنگ عمومی کشور چیست ؟

برای پاسخ به این پرسش، به احصای مفاهیم کلیدی و شاخص‌های یکپارچه‌سازی دستورکارهای شورای فرهنگ عمومی از اسناد و مدارک موجود و دیدگاه‌های خبرگان و صاحب‌نظران پرداختیم. ابتدا پژوهشگران از متن اسناد و مدارک در دسترس و مقالات منتشرشده مسئولان و تصمیم‌گیرندگان موضوع به شناسایی شاخص‌ها پرداختند و مفاهیم کلیدی را استخراج و فهرست کردند. براساس سندکاوی صورت‌گرفته ۱۵۶ مفهوم به دست آمد.

براساس نتایج به دست آمده در این گام، فرم اولیه مصاحبه ساختاریافته با خبرگان و صاحب‌نظران تهیه شد تا پژوهشگر به کمک آن فرایند مصاحبه را هدایت و کنترل کند و از طرف دیگر بتواند مجموعه منسجم‌تری از شاخص‌های یکپارچه‌سازی دستورکارهای شورای فرهنگ عمومی را شناسایی کند و سپس با خبرگان مصاحبه کند. با توجه به

1. Open Coding

2. Axial Coding

3. Selective Coding

راهنمای ارائه شده استراوس و کوربین (۱۹۹۸)، با تفکیک متن مصاحبه به عناصر دارای پیام در داخل خطوط و پاراگرافها تلاش شد تا کدهای باز استخراج شوند. به عبارت دیگر، در راستای دستیابی به الگوی موردنظر، نتایج اولیه به دست آمده از مصاحبه ها تجزیه و تحلیل شدند و فرایند کدگذاری باز اجرا شد. در این فرایند، اقدام به یکسان سازی مفاهیم شد؛ به گونه ای که واژگان به دست آمده بر مبنای واژگان علمی و موضوعی تصحیح شدند، مفاهیم مشترک حذف شدند، عبارات نامفهوم و مبهم بازبینی شدند، عبارات و مواردی که لازم بود اصلاح شدند. فرایند مصاحبه طی ۴ مرحله و هر بار با سه نفر و در مجموع با ۱۲ نفر انجام شد و در نهایت منتج به شناسایی ۸۱ مفهوم کلیدی شد. پس از فرایند سندکاوی و مصاحبه با خبرگان، مفاهیم به دست آمده با یکدیگر تلفیق شدند و موارد مشترک حذف شدند و یکسان سازی عبارات و مفاهیم صورت گرفت که بر این اساس ۲۳۴ مفهوم به دست آمد. سپس مفاهیم نهایی در قالب فرم دلفی تنظیم و برای تعدادی از صاحب نظران ارسال شد که در این مرحله ۱۳ مفهوم کلیدی با یکدیگر ادغام شدند و ۲۰ مفهوم کلیدی حذف شدند. تعدادی از مفاهیم به دست آمده نیز تحت عنوان مصادیق جمع بندی شدند و ذیل یک مفهوم قرار گرفتند. همچنین تغییراتی در متن برخی مفاهیم ایجاد شد که نهایتاً ۱۳۶ مفهوم کلیدی شناسایی شدند که از آنها تحت عنوان کدهای باز یا شاخص های الگو یاد می شود. شاخص های شناسایی شده در جدول ۲ قابل مشاهده اند.

مؤلفه ها و ابعاد الگوی یکپارچه سازی دستورکارهای شورای فرهنگ عمومی کشور چیست ؟

پس از شناسایی شاخص های الگوی موردنظر تحت عنوان یکپارچه سازی دستورکارهای شورای فرهنگ عمومی، نوبت به طبقه بندی شاخص ها رسید. از آنجا که واحد اصلی تحلیل برای کدگذاری باز و محوری مفاهیم هستند، هنگام تجزیه و تحلیل، مفاهیم از طریق عنوان گذاری توسط محقق، مستقیماً از رونوشت مصاحبه با شرکت کنندگان و سندکاوی (کدهای زنده) و یا با توجه به موارد مشترک کاربرد آنها ایجاد شدند و نسخه های پیاده شده مصاحبه ها برای یافتن مقوله های اصلی به طور منظم بررسی شدند. در این مرحله ۱۳۶ شاخص شناسایی شده در قالب دسته های بزرگ مفهومی طبقه بندی شدند. در مرحله کدگذاری محوری، مقوله ها بر مبنای فرایند سندکاوی و مصاحبه با خبرگان در قالب ۳۲ خوشه بزرگ تر دسته بندی شدند. از مقوله های شناسایی شده تحت عنوان کدهای محوری یا مؤلفه ها یاد می شود که به شرح جدول ۲ هستند.

جدول ۲. کدهای باز و محوری به دست آمده از تحلیل اسناد و مصاحبه‌ها

شماره	مقوله‌ها	شاخص‌ها (مفاهیم)
شرایط زمینه‌ساز	سیاست‌های کلان فرهنگی	۱. سیاست‌های کلان فرهنگی کشور در برنامه‌های بلندمدت نظیر سند چشم‌انداز ۲. شرح وظایف مصوب شورای فرهنگ عمومی ۳. سازوکارها و برنامه‌های مصوب فرهنگی برای هدایت و اداره فرهنگ عمومی در جامعه از مراجع عالی
	مدیریت کلان فرهنگی	۴. تقسیم کار ملی میان اعضا و تعیین نقش هریک از آن‌ها در اجرای مصوبات ۵. قدرت مدیریت کلان فرهنگی کشور به طور خاص وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی ۶. برخورداری از نگاه منظومه‌ای به کلیت عوامل دخیل در نظام سیستمی کشور ۷. برخورداری از انسجام اجتماعی و انسجام سیستمی در کل نظام مدیریت کشور ۸. تعیین دستورکارها براساس نظر رئیس، دبیر و دبیرخانه و اعضای شورای فرهنگ عمومی ۹. پرداخت و تبیین مناسب موضوعات قبل از برگزاری جلسات ۱۰. استعلام از نمایندگان دستگاه‌ها و سازمان‌های عضو شورا ۱۱. مقررات‌گذاری مناسب برای نحوه ارائه دستورکارها
	رسانه‌های جمعی و گردهمایی‌ها	۱۲. صداوسیما ۱۳. سینما ۱۴. مطبوعات ۱۵. همایش‌ها ۱۶. سخنرانی‌ها
	مراکز فرهنگی	۱۷. درخواست وزارت خانه‌ها به عنوان یکی از روش‌های انتخاب دستورکارها ۱۸. دستور جلسات مناسبتی به درخواست شخصیت‌های حقوقی ۱۹. حوزه ۲۰. دانشگاه ۲۱. آموزش و پرورش و مدارس ۲۲. کتاب‌خانه‌ها ۲۳. اماکن مقدسه و زیارتی نظیر مساجد و کلیساها
	گروه‌های نخبگان	۲۴. کارگروه‌های تخصصی زیرمجموعه شورای فرهنگ عمومی ۲۵. دستور جلسات مناسبتی به درخواست شخصیت‌های حقیقی ۲۶. روحانیون و ائمه جمعه و جماعت ۲۷. استادان دانشگاه ۲۸. معلمان ۲۹. ورزش‌کاران و هنرمندان
	تاریخ و حوادث	۳۰. وقوع حوادث یا موضوعات روز (مناسبت‌های ملی و مذهبی) ۳۱. رویه‌های تقویمی و اتفاقات روزمره ۳۲. سطح‌بندی مذهبی و فرهنگی کشوری، استانی و شهری ۳۳. لهجه‌ها و گویش‌ها ۳۴. پوشش و لباس ۳۵. رفتارها و عادت‌های باستانی و ملی و مذهبی

شماره	مقوله ها	شاخص ها (مفاهیم)
۱-۳	اسناد بالادستی	۳۶. سیاست های کلی ابلاغی مقام معظم رهبری ۳۷. نقشه و سند مهندسی فرهنگی ۳۸. برنامه های توسعه پنج ساله کشور ۳۹. مصوبات جلسات ستاد راهبرد نقشه مهندسی فرهنگی کشور
	تحولات فناوریانه	۴۰. تغییرات فناوری و تولید محتواهای مجازی و شبکه های اجتماعی ۴۱. توجه به برنامه های تهاجم فرهنگی بیگانگان ۴۲. توجه به نرم افزارها و اپلیکیشن های بازی ساز و پیچ های گفت وگو ۴۳. برنامه ها، فیلم ها و نرم افزارهای ملی با هویت ایرانی اسلامی ۴۴. برنامه ریزی برای خروج جامعه از حالت انفعالی و تدافعی در مقابل فناوری امروزی ۴۵. ترویج فرهنگ استفاده مناسب از فضای مجازی ۴۶. پالایش و ارتقای سطح محتوای فضای مجازی ۴۷. مدیریت زمان استفاده از فضای مجازی ۴۸. اعتیاد به اینترنت و درمان آن
	تصمیمات و رفتارهای مدیریتی و سازمانی	۴۹. تلاش برای تقسیم کار برای ارتقای فرهنگ عمومی کشور ۵۰. ارائه بازخورد به اعضای شورا و مشخص کردن اثر فعالیت آن ها ۵۱. دریافت بازخورد در بازه های زمانی مشخص از اجتماع ۵۲. رویکردها و برنامه های وزرای فرهنگ و ارشاد اسلامی به عنوان رئیس شورای فرهنگ عمومی ۵۳. تصمیم گیری ها و رفتارهای سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، امنیتی و... مدیران و سازمان های ملی و منطقه ای
۱-۴	شرایط و اقتضات زمانی و مکانی	۵۴. پیش بینی مسائل اقتضایی برآمده از شرایط زمانی و مکانی حال حاضر ایران و جهان ۵۵. رویدادها و وقایع بین المللی، ملی و منطقه ای ۵۶. شرایط و اقتضات مناسبتی و مناسکی
	عوامل سیاسی	۵۷. کنش و واکنش های سیاستمداران و افراد تصمیم گیرنده در امور اجرایی کشور ۵۸. سیاست های کلی دولت در زمینه امور سیاسی کشور ۵۹. رهبری ۶۰. تصمیمات و فعالیت های قوای سه گانه ۶۱. احزاب و نهادهای سیاسی ۶۲. روابط بین المللی ۶۳. قانون ۶۴. موضوعات سیاسی نظیر انتخابات ۶۵. اصول انقلاب اسلامی
۱-۵	عوامل اقتصادی	۶۶. مشکلات و مسائل اقتصادی جامعه ۶۷. رکود اقتصادی ۶۸. مسائل بازار ۶۹. عرضه و تقاضای کالاها و خدمات ۷۰. تورم

شماره	مقوله‌ها	شاخص‌ها (مفاهیم)
عوامل مداخله‌گر	عوامل اجتماعی - فرهنگی	۷۱. سیاست‌ها و برنامه‌های فرهنگی. اجتماعی دولت ۷۲. جهت‌گیری فرهنگی اجتماعی دولت ۷۳. کتاب و کتاب‌خوانی ۷۴. موسیقی ۷۵. آداب و رسوم و سنت‌ها ۷۶. تهاجم فرهنگی ۷۷. زیست اجتماعی اقوام مختلف
	عوامل مذهبی	۷۸. هیئت‌های مذهبی نظیر عزاداری‌ها و راه‌پیمایی اربعین ۷۹. جلسات قرآنی و مسابقات مذهبی
	عوامل ذهنی - ادراکی	۸۰. فهم اعضا از سازوکار تغییر فرهنگ عمومی و شیوه‌های مؤثر مداخله در این فرایند ۸۱. تعریف دقیق فرهنگ عمومی و ایجاد فهم و درک مشترک از فرهنگ عمومی ۸۲. ارائه مسائل و فهم راهکارها و سپس تدوین راهبردها
فرآیند	برنامه‌ریزی کلان فرهنگی	۸۳. نقشه کلی و کلان برای دستورجلسات به منظور جلوگیری از پراکندگی دستورکارها ۸۴. نیازسنجی فرهنگی ۸۵. برخورداری از نظام موضوعات و اولویت‌ها ۸۶. شناسایی اولویت‌های فرهنگی کشور و مناطق مختلف آن ۸۷. ارزیابی سیاست‌های قبلی و مصوبات قبلی شورا ۸۸. ارزیابی برنامه‌های اجراشده و تبیین میزان موفقیت آن‌ها در رسیدن به اهداف ۸۹. تغییر و بازنگری اساس نامه شورای فرهنگ عمومی کشور ۹۰. تعیین شاخص‌های روشن برای تبیین وضعیت فرهنگی جامعه ۹۱. رصد مستمر وضعیت فرهنگ عمومی و مسئله‌یابی و مسئله‌شناسی آن ۹۲. ابلاغ، پیگیری و نظارت بر اجرای مصوبات شورای فرهنگ عمومی کشور ۹۳. ضمانت اجرایی مناسب برای تحقق دستورکارهای شورای فرهنگ عمومی ۹۴. حضور منظم و فعال اعضای شورا ۹۵. اطلاع‌رسانی اقدامات انجام‌شده به مسئولان و مردم ۹۶. تذکر به افراد و یا دستگاه‌های مسئول انجام مأموریت‌های فرهنگی به‌علت قصور
	ظرفیت‌شناسی و الگوسازی فرهنگی	۹۷. شناسایی ظرفیت‌های نهادهای فرهنگی کشور (که از بودجه عمومی استفاده می‌کنند) ۹۸. ارتقای فرهنگی با بهره‌گیری از ظرفیت مراکز و دستگاه‌های فرهنگی و تقویت روحیه همدلی و هم‌افزایی ۹۹. شناسایی الگوهای موفق در عرصه‌های فرهنگی ۱۰۰. معرفی افراد حقیقی یا حقوقی موفق (الگونمایی) ۱۰۱. تشویق عناصر موفق فرهنگی
	تعاملات بین فردی و بین‌نهادی	۱۰۲. برخورداری از زبان دیالکتیکی بین عرصه مدنی و عرصه رسمی کشور ۱۰۳. هماهنگی و تعامل بین نهادهای فرهنگی و غیرفرهنگی کشور نظیر سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و... ۱۰۴. ایجاد فضای گفت‌وگوی گسترده در جامعه درمورد شاخص‌های وضعیت فرهنگی جامعه

ردیف	مقوله ها	شاخص ها (مفاهیم)
۱-۴	تعاملات بین فردی و بین نهادی	۱۰۵. میدان دادن به اقدامات و فعالیت های محلی و فرهنگ ساز برای بهبود وضعیت اجتماعی و در جریان بودن دائمی این چرخه ۱۰۶. اجماع و توافق بین مردم، نخبگان و مسئولان
	موضوعات فرهنگی	۱۰۷. گفتمان سازی اقتصاد مقاومتی ۱۰۸. سرمایه اجتماعی ۱۰۹. اخلاق عمومی ۱۱۰. زنان و خانواده ۱۱۱. بهداشت، سلامت و نشاط اجتماعی ۱۱۲. خردورزی و استدلال گرایی ۱۱۳. آسیب های اجتماعی ۱۱۴. روح ملی و شخصیت میهنی ۱۱۵. محیط زیست ۱۱۶. جوانان ۱۱۷. معماری و شهرسازی ۱۱۸. دین و مذهب
۱-۵	بهره وری و کارآمدی تصمیمات شورا	۱۱۹. تحقق اهداف و مصوبات شورای فرهنگ عمومی کشور ۱۲۰. از دستورکار خارج کردن موضوعات فعلی به علت ناکامی آن ها در اجرا در چند دهه اخیر ۱۲۱. اثربخشی بهتر مصوبات در سطح کشور ۱۲۲. نزدیک شدن به اهداف شورای فرهنگی عمومی و شورای عالی انقلاب فرهنگی ۱۲۳. ایجاد سازوکاری ثابت برای تهیه دستورکارها ۱۲۴. وجود فرایندی نظام مند (حداقل در حد نگارش اسناد و دستورالعمل ها) برای مقابله با تغییرات سیاسی که ثبات دستورکارها را به چالش می کشد. ۱۲۵. افزایش توان کارشناسی شورای فرهنگ عمومی برای ایفای نقش های نظارتی ۱۲۶. گسترش ارتباط مؤثر با ذی نفعان و فعالان عرصه فرهنگ و استفاده از ظرفیت های فرهنگی ۱۲۷. توانمندسازی سازمان های فرهنگی برای انجام کارویژه های سازمانی ۱۲۸. ایجاد رقابت سالم فرهنگی در ارائه طرح های عملیاتی در حوزه فرهنگ عمومی ۱۲۹. به مدد طلبیدن اهل هنر و عناصر خوش ذوق برای تبدیل محتوای مورد نیاز مخاطبان ۱۳۰. تصاعد بخشی قدرت تجمیعی سازمان ها با انسجام و هم افزایی
	بهبود فرهنگ عمومی و کاهش مشکلات و معضلات اجتماعی	۱۳۱. اتخاذ تصمیمات درست و به موقع برای پیش گیری از آسیب های اجتماعی و مقابله با آن ۱۳۲. کارآمدی تصمیمات شورا و مشهود بودن اثرات آن در کاهش آلام و مشکلات جامعه برانگیزاننده است تا مشارکت بیشتری در پیاده سازی برنامه ها داشته باشند. ۱۳۳. برنامه ریزی و هدایت و اجرای طرح جامع مسئله یابی و مسئله شناسی فرهنگی کشور و اولویت بندی آن ها ۱۳۴. ایجاد سازوکار ارتباطی مستمر با نخبگان فرهنگی و اهل فکر و قلم و اقشار جامعه برای راهکار یابی کاهش مشکلات و ارتقای سطح فرهنگ عمومی ۱۳۵. کشف استعداد های فرهنگی در لایه های متفاوت اجتماعی و بهره گیری از خدمات آن ها

هدف مرحله کدگذاری محوری، طبق الگوی استراوس و کوربین، برقراری رابطه بین مقوله‌های تولیدشده در مرحله کدگذاری باز و محوری است. در این پژوهش، مقوله اصلی تحت عنوان «دستورکارهای شورای فرهنگ عمومی» است. این مقوله به عنوان «پدیده مرکزی» انتخاب شده و در مرکز الگو قرار گرفته است؛ زیرا می‌توان ردّپا و اثر آن را در اغلب داده‌ها و نقل قول‌های مصاحبه‌شوندگان به وضوح مشاهده کرد. سپس دیگر مقوله‌ها به آن ربط داده شده‌اند که عبارت‌اند از: «شرایط علی»، «راهبردها»، «شرایط زمینه‌ای»، «شرایط مداخله‌گر»، و «پیامدها» که در شکل ۱ ارائه شده‌اند. این مرحله مشتمل بر ترسیم نموداری است که الگوی کدگذاری نامیده می‌شود. الگوی کدگذاری روابط میان شرایط علی، راهبردها، شرایط زمینه‌ای، شرایط مداخله‌گر، و پیامدها را نمایان می‌کند.

شکل ۱ فرایند مدیریت داده‌ها و تکامل الگو در سه مرحله کدگذاری (باز، محوری و انتخابی) را نشان می‌دهد.



شکل ۱. فرایند مدیریت داده‌ها و تکامل الگو در سه مرحله کدگذاری (یافته‌های پژوهشگران)

الگوی نظام مند یکپارچه سازی دستورکارهای شورای فرهنگ عمومی کشور چیست؟

در نهایت در مرحله کدگذاری انتخابی و خلق نظریه، روابط بین مقوله ها مشخص شدند و الگوی پارادایمی نظریه برخاسته از داده ها شکل گرفت. در این مرحله نیز، با بهره گیری از دیدگاه های خبرگان حوزه فرهنگ عمومی، الگوی یکپارچه سازی دستورکارهای شورای فرهنگ عمومی مشتمل بر ۱۳۶ شاخص (کد باز) و ۳۲ مؤلفه (کد محوری) و ۶ بُعد ترسیم شد.

در طول فرایند کدگذاری و فرایند تلفیق جهت یکپارچه سازی و پالایش نظریه، متن مصاحبه ها چندین بار بررسی شدند و بعد از مشخص شدن مقوله محوری (یکپارچه سازی دستورکارهای شورای فرهنگ عمومی) و استفاده از آن برای نزدیک کردن مقوله ها، عبارات و ایده هایی که بیانگر روابط بین مقوله های اصلی و فرعی بودند مورد توجه قرار گرفتند. بر همین اساس، روابط بین مقوله های اصلی و الگوی پارادایمی یکپارچه سازی دستورکارهای شورای فرهنگ عمومی شکل گرفتند. نهایتاً مقوله های آشکار شده در قالب ابعاد شش گانه الگوی پارادایمی، با روابطی که بین آن ها وجود دارد، به صورت ذیل تعیین شدند.

عوامل علی: این خط باید حذف شود.

خلق نظریه: یکپارچه سازی تدوین دستورکارهای شورای فرهنگ عمومی یکی از ضرورت ها و اولویت های شورای فرهنگ عمومی کشور است؛ چراکه نبود برنامه ای مدون و پرداختن به مسائل سلیقه ای و برگرفته از نظرهای شخصی اعضا به رویکردی غیرهمه جانبه منجر شده است و در بسیاری موارد، موضوعات مورد بررسی اولویت های فرهنگی کشور نبوده اند. بر این اساس، باید دستورکارها در قالب مدلی فراگیر و منبعث از مسائل مهم و اساسی فرهنگ کشور به دست آیند، درمورد آن ها بحث شود و در نهایت نتیجه گیری و تصمیم گیری شود تا برنامه ریزی لازم برای مسائل فرهنگی کشور صورت گیرد. بر این اساس، الگوی به دست آمده در این پژوهش نشان می دهد باید عوامل علی یعنی حوادث، وقایع و اتفاقاتی که به وقوع یا گسترش دستورکارهای شورای فرهنگ عمومی منجر می شوند. شناسایی و بیان شوند. این عوامل به اسناد بالادستی، شرایط زمانی و مکانی، تصمیمات کلان مدیریتی کشور و تغییرات فناورانه مربوط می شدند که باید در دستورکار شورای فرهنگ عمومی قرار گیرند. انجام هر عملی نیازمند بسترسازی مناسب است. اگر بستر حاکم بر موضوع مورد بحث به درستی شناسایی و تحلیل نشود،

مراجع ارائه‌دهنده دستورکارهای شورای فرهنگ عمومی نامشخص خواهند ماند و امکان اینکه تمام دیدگاه‌های صاحب‌نظران اخذ و جمع‌بندی شوند وجود نخواهد داشت. لذا عوامل بسترساز یا پیشنهاددهنده دستورکارها در این پژوهش شناسایی شده‌اند و می‌توان براساس نظر آن‌ها دستورکارها را شناسایی کرد. هر عملی که انجام آن با مشکلاتی روبه‌روست باید برای برطرف‌کردن آن‌ها برنامه داشت. این عوامل مداخله‌گر مسیر تدوین دستورکارها را دشوار می‌کنند و مانعی بر سر راه آن‌ها خواهند بود. بنابراین در این پژوهش عوامل مداخله‌گر یا مشکل‌ساز شناسایی شده‌اند و برای رفع آن‌ها باید برنامه‌ریزی لازم را انجام داد. در ادامه فرایند الگوسازی برای یکپارچه‌سازی تدوین دستورکارها، باید راهبردهای مناسبی طراحی و اجرا شوند. شورای فرهنگ عمومی براساس نظر خبرگان باید برای هریک از دستورکارهای شورای فرهنگ عمومی چندین راهبرد تعریف کند و تمام ابعاد و مؤلفه‌های عملیاتی‌کردن آن‌ها را شناسایی و مصوب کند. اجرای راهبردهای فرهنگی نیازمند همکاری نهادها و سازمان‌های دولتی و عمومی مختلفی است و باید برای عملیاتی‌کردنشان در بخش‌های مختلف ضمانت اجرایی مشخص کرد، بودجه تخصیص داد، زمان‌بندی مناسب برای شروع و اتمام تعیین کرد (چراکه اگر برنامه‌ها به‌موقع و در زمان مناسب پیاده نشوند اثرگذاری خود را از دست می‌دهند). لذا تعیین راهبرد یکی از گام‌های مهم در تدوین الگوی مزبور است. در نهایت، گام‌های قبلی نظیر شناسایی عوامل علی، مداخله‌گر، بسترساز و راهبردها به پیامدهای مثبت و منفی برای کشور منجر خواهند شد که فرهنگ کشور را تا حد زیادی به سمت مطلوب تغییر می‌دهند. باید دید آیا آنچه انتظارش را داشته‌ایم محقق شده و اصلاً هدفمان چه بوده است. باید بازنگری لازم برای اقدامات انجام‌شده صورت گیرد و نظرهای اصلاحی براساس بازخوردها و نتایج به‌دست‌آمده بررسی شوند و برای آن‌ها برنامه‌های جدیدی مصوب شود تا حداقل اقدامات منفی حذف یا کاهش محسوس یابند.

بنابراین یکپارچه‌سازی تدوین دستورکارهای شورای فرهنگ عمومی از طریق توجه به مقوله‌های مختلف شرایط زمینه، شرایط مداخله‌گر، شرایط علی، راهبردها و پیامدها تحقق‌پذیر است. براساس مفاهیم و مقوله‌های استخراجی از مراحل قبل، روایتی از نحوه به‌کارگیری سایر عوامل مؤثر بر دستورکارهای شورای فرهنگ عمومی کشور تشریح شده است که شماتیک وار به‌عنوان الگوی نهایی پژوهش ترسیم شده است.



شکل ۲. الگوی نظام مند یکپارچه سازی دستورکارهای شورای فرهنگ عمومی کشور (یافته های محققان)

بحث و نتیجه‌گیری

در این پژوهش، به منظور ارائه الگویی برای یکپارچه‌سازی دستورکارهای شورای فرهنگ عمومی کشور، ابعاد و مؤلفه‌ها و شاخص‌هایی استخراج شدند که برخی از آن‌ها زمینه‌ساز علل به وجودآورنده، مداخله‌گر، راهبردی و پیامد بودند.

یافته‌های حاصل از پژوهش پیش‌رو حکایت از آن دارد که برای یکپارچه‌سازی تدوین دستورکارهای شورای فرهنگ عمومی کشور ابتدا باید دستورکارها بر اساس معیاری از کانال مشخصی تنظیم شوند. نتایج نشان داد باید دستورکارها بر اساس اسناد بالادستی (نظیر بیانات مقام معظم رهبری، برنامه‌های توسعه کشور، اسناد و مدارک فرهنگی کشور)، تغییر و تحولات ایجادشده در فناوری و دانش روز، و شرایط و اقتضائات زمانی و مکانی مناطق مختلف کشور تنظیم شوند و هیچ دستوری خارج از این بستر نباشد. بررسی این زمینه‌های حاکم بر موضوع فرهنگ عمومی را باید افراد، گروه‌ها و مراکزی مشخص پیشنهاد کنند و در دستورکار قرار دهند که از آن جمله می‌توان این موارد را برشمرد: مدیریت کلان فرهنگی کشور؛ رسانه‌های جمعی (صداوسیما، مطبوعات، همایش‌ها)؛ مراکز فرهنگی (حوزه، دانشگاه، آموزش و پرورش، اماکن زیارتی)؛ گروه‌های نخبگان (روحانیان، استادان دانشگاه، معلمان، ورزش‌کاران و هنرمندان)؛ و وقایع و حوادث تاریخی (سطح‌بندی‌های مذهبی، زبان، پوشش، آداب و سنن). این گروه‌ها و مراکز فرهنگی به علت اینکه بیشترین ارتباط را با آحاد جامعه دارند و در بطن جامعه قرار دارند بیشتر مشکلات و معضلات اجتماعی را دیده و درک می‌کنند و می‌توانند برای رفع آن‌ها پیشنهادهای اثرگذاری به شورای فرهنگ عمومی ارائه دهند. ضمن اینکه این نخبگان و گروه‌ها خود برای تقویت نقاط قوت فرهنگی مراکز و حیطه فعالیت خودشان می‌توانند پیشنهادهایی را به شورای فرهنگ عمومی ارائه کنند. علاوه بر موضوعات و مسائل مهم و مرتبط با فرهنگ غنی ایرانی اسلامی که نیازمند پیگیری و ارائه مصوبات فرهنگی هستند، عوامل دیگری نیز بر دستورکارهای شورای فرهنگ عمومی می‌توانند تأثیرگذار باشند و شورا نباید بدون در نظر گرفتن آن‌ها و بر اساس فرایندی ثابت و غیرمنعطف پیش برود. شرایط سیاسی، اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی، مذهبی، امنیتی و... در جهان به سرعت در حال تغییر و تحول مسائلی را پیش می‌آورند که غفلت از آن‌ها باعث نفوذ و تهاجم فرهنگی خواهد شد یا بی‌توجهی آحاد مردم را به دستورکارها و مصوبات جاری فرهنگ عمومی موجب خواهد شد. لذا شورای فرهنگ عمومی، علاوه بر داشتن سازوکار ثابت در موضوعات و کانال‌های پیشنهاددهنده دستورکارها، باید به کمک کارگروه‌های تخصصی، پیوسته به دنبال ارزیابی روندهای سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و... باشد و متناسب با تحولات سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی در جهان

پیشنهادهایی را به شورا ارائه دهد.

بنابراین براساس نتایج، پس از بسترسازی لازم و شناسایی کانال های پیشنهاددهنده و عوامل مؤثر بر تدوین دستورکارهای شورای فرهنگ عمومی، باید راهبردهای مشخصی را برای عملیاتی کردن مصوبات و برنامه ها تعیین کرد. براین اساس، ضرورت دارد برنامه ریزی کلان فرهنگی صورت گیرد و نقش تمام ذی نفعان مشخص شود، تعاملات بین فردی و بین نهادی برای عملیاتی کردن برنامه ها مشخص شود و سازوکارهای تعاملات ترسیم شود. همچنین باید ظرفیت های مختلف فرهنگی شناسایی شوند و الگوسازی فرهنگی براساس آن ها شکل بگیرد و در قالب راهبردهای تعیین شده به موضوعات اساسی جامعه، که با فرهنگ عمومی قرابت معنایی و کارکردی دوطرفه دارند، پرداخته شود. این موضوعات، که مهم ترین مسائل همه جوامع هستند، عبارت اند از: اقتصاد مقاومتی، جوانان، زنان و خانواده، اخلاق، محیط زیست، سرمایه اجتماعی، سلامت و نشاط اجتماعی، خردورزی، هویت و روحیه ملی، معماری و شهرسازی، و دین و مذهب.

پیگیری چنین فرایندی در شورای فرهنگ عمومی کشور نهایتاً فوایدی را به دنبال دارد که ازجمله می توان به افزایش بهره وری و کارآمدی تصمیمات اخذ شده و مصوبات شورای فرهنگ عمومی اشاره کرد. این فرایند همچنین به کاهش مشکلات و معضلات اجتماعی و بهبود فرهنگ عمومی کشور منجر خواهد شد.

بنابراین براساس نتایج به دست آمده باید گفت شورای فرهنگ عمومی کشور برای این مهم تشکیل شده است که به وضعیت فرهنگ عمومی کشور بپردازد و موضوعات مهم و روز را متناسب با اқشار مختلف از نظر فرهنگی، جنسیتی، سنی و... شناسایی کند؛ برای آن ها برنامه ریزی کند؛ و فرهنگ کشور را از گزند سایر فرهنگ های بیگانه و وارداتی حفظ کند. تعداد محدود اعضای این شورا قطعاً به تنهایی نمی توانند مسائل و مشکلات فرهنگی کشور را رصد کنند و به موقع به آن ها بپردازند. برای این کار باید از همه گروه ها و نهادهای عمومی و دولتی استفاده کنند و از آن ها نظرخواهی کنند و مسائل را دریافت کنند و با اولویت بندی آن ها به مسائل حیاتی و مهم بپردازند. نظرخواهی از تمام اقشار جامعه و نخبگان باید در قالب الگو یا برنامه ای مدون و مصوب انجام شود و کانال های ارتباطی مشخص شوند تا بتوانند نظرها را دریافت کنند. در این پژوهش، الگویی ارائه شده است که می توان تا حد زیادی این مشکل را برطرف کرد و به انسجام و یکپارچگی در تدوین دستورکارهای شورای فرهنگ عمومی دست یافت.

اما به لحاظ نوآوری و تازگی نتیجه به دست آمده در این پژوهش باید گفت که این پژوهش تاکنون مشابهی نداشته و برای اولین بار در نهادی مثل شورای فرهنگ عمومی

انجام شده و منتج به ارائه الگویی شده است که از جوانب مختلف به بحث دستورکارهای شورای فرهنگ عمومی پرداخته است و الگویی نظام‌مند ارائه کرده است که در نوع خود کاملاً نوآورانه است. سایر پژوهش‌های انجام‌شده داخل کشور به هیچ وجه به موضوع دستورکارهای شورای فرهنگ عمومی نپرداخته‌اند، و بر اساس بررسی‌های پژوهشگر در خارج از کشور چنین شورایی وجود ندارد و پژوهشی هم به آن نپرداخته است و بررسی مقایسه نتایج پژوهش‌هایی که به فرهنگ عمومی پرداخته‌اند با نتایج این پژوهش، که به یکپارچه‌سازی تدوین دستورکارهای شورای فرهنگ عمومی پرداخته، امکان‌پذیر نیست. به کارگیری الگوی یکپارچه‌سازی تدوین دستورکارهای شورای فرهنگ عمومی کشور به دست آمده در پژوهش پیش رو می‌تواند، ضمن جلوگیری از بی‌برنامه بودن جلسات شورا و یا بی‌نتیجه ماندن تصمیمات آن به لحاظ کارکردی نبودن و ناهم‌زمانی با تغییر و تحولات جامعه، به فرایند محور شدن جلسات و دستورکارها و برنامه‌ریزی دقیق و صحیح برای تصمیم‌گیری، تصویب و ابلاغ و همچنین پیگیری تحقق آن‌ها منجر شود.

منابع و مأخذ

- ابن یامینی، پریسا (۱۳۹۷). «فرهنگ عمومی، هویت فرهنگی، سیاست گذاری فرهنگی دیدگاه های مقایسه ای». **فصلنامه سیاست گذاری عمومی**، شماره ۱: ۱۹۷.۲۱۱.
- استوری، جان (۱۳۹۵). **مطالعات فرهنگی درباره فرهنگ عامه**. ترجمه حسین پاینده. تهران: نشر آگه.
- الوانی، سید مهدی و سید محمدحسین هاشمیان (۱۳۹۵). «ارائه مدل بومی سیاست گذاری متوازن بخش فرهنگ». شماره: ۱۲۵.
- جمشیدی ها، غلامرضا و مجید فولادیان (۱۳۹۰). «بررسی تحولات فرهنگ عمومی در ایران بر اساس تحلیل نام گذاری». **فصلنامه مطالعات فرهنگی و ارتباطات**، شماره ۲۴: ۳۹۶۴.
- داریاپور، زهرا (۱۳۹۶). **پژوهشنامه فرهنگ عمومی**. تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
- دریس، پویا و آرش نصرافهانی و محمد روزخوش (۱۳۹۸). «تحلیلی از بافت انضمامی سیاست گذاری فرهنگی در ایران؛ پژوهشی درباره عدم شفافیت و ابهام در سیاست گذاری فرهنگی ایران». **فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات**، شماره ۵۶: ۴۵۶۹.
- ذوعلم، علی (۱۳۷۹). «مقدمه ای در باب تعریف فرهنگ عمومی». **فصلنامه فرهنگ عمومی**، شماره ۱۵: ۴۲-۵۳.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۹۸). **جامعه شناسی**. ترجمه منوچهر صبوری. تهران: نشر نی.
- لطیفی، میثم و محمد عبدالحسین زاده (۱۳۹۵). «الگوی نظام مند اصلاح و ارتقای فرهنگ عمومی در کشور بر اساس اندیشه های مقام معظم رهبری». **فصلنامه راهبرد اجتماعی فرهنگی**، شماره ۲: ۲۳.۵۴.
- لطیفی، میثم و میثم ظهوریان (۱۳۹۴). «تدوین الگوی ارزیابی شاخص های فرهنگ عمومی در دانشگاه ها». **فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران**، شماره ۲۹: ۴۷.۷۰.
- مقتدایی، عباس و کبری راعی (۱۳۹۲). «شورای فرهنگ عمومی و تأثیر مصوبه های آن بر سیاست گذاری و برنامه ریزی فرهنگی». **فصلنامه مطالعات فرهنگ ارتباطات**، شماره ۲۳: ۹۳-۵۷.
- مقتدایی، عباس و لیلا سرتیپ زاده (۱۳۹۸). «تبیین چیستی شورای فرهنگ عمومی و جایگاه استانی آن (تحلیلی بر مبنای مصوبات شورای عالی انقلاب فرهنگی)». **فصلنامه فرهنگ اصفهان**، شماره ۵۵ و ۵۶: ۷۱-۶۲.

- Banks, M. (2020). 'The work of culture and C-19'. **European Journal of Cultural**, 23 (4): 648-654. doi.org/10.1177/1367549420924687.
- Bedoya, R. (2004). **US Cultural Policy: Its Politics of Participation, Its Creative Potential**. National performance network.
- Chang, W. C. (2011). Rethinking resource identification and utilization: The reconstruction

- of indigenous ethnoecological knowledge in Fata'an Wetland, Taiwan. **Management of Environmental Quality: An International Journal**.
- Filimon, M., Iftene, A. & Trandabăţ, D. (2019). Bob-a general culture game with voice interaction. **Procedia Computer Science**, 159, 323–332.
- Gray, C. (2007). 'Commodification and instrumentality in cultural policy'. **International Journal of Cultural Policy**, 13(2): 203–215.
- Grodach, C. (2010). 'Beyond Bilbao: Rethinking flagship cultural development and planning in three California cities'. **Journal of Planning Education and Research**, 29(3): 353–366.
- Khan, M. A. & Law, L. S. (2018). The role of national cultures in shaping the corporate management cultures: A three-country theoretical analysis. In **Organizational Culture**. IntechOpen.
- Mulcahy, K. (2006). Cultural policy. **Handbook of Public Policy**, 265–279.
- Rao, V. & Walton, M. (2004). **Culture and Public Action**. Stanford, Calif: Stanford University Press.
- Rosenstein, C. (2011). 'Cultural development and city neighborhoods'. **City, Culture and Society**, 2(1): 9–15.
- Shaffer, M. S. (2008). **Public Culture: Diversity, Democracy and Community in the United States**. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Statistics Canada. (2011). **Canadian Framework for Culture Statistics**.
- Stevenson, D. (2005). 'Cultural planning in Australia: Texts and contexts'. **The Journal of Arts Management, Law, and Society**, 35(1): 36–48.

پیش بینی تقاضای گردشگری فرهنگی شهر تهران

• ابتهال زندی^۱، رحیم یعقوبزاده^۲

چکیده

یکی از مهم ترین رویدادها در صنعت گردشگری هر کشور میزان تقاضا برای يك محصول یا مقصد گردشگری است، اما باید توجه داشت که پیش بینی ها هرگز نمی توانند کاملاً با آنچه در عمل پیش خواهد آمد تطابق داشته باشند. همیشه فواصل و انحرافات بین مقادیر واقعی و پیش بینی وجود خواهد داشت، اما استفاده از روش های علمی و نوین در امر پیش بینی باعث خواهد شد که نتایج به مراتب بیش از یک تخمین عینی به حقیقت نزدیک شود. در سال های اخیر با تغییر الگوی تعطیلات و شکل گیری تعطیلات کوتاه مدت، شهرها فرصتی برای توسعه گردشگری پیدا کردند. یکی از مهم ترین انواع گردشگری داخلی شهر تهران، بر اساس گزارش مرکز ملی آمار و دیدگاه های صاحب نظران این حوزه، گردشگری فرهنگی است. از این رو، پژوهش پیش رو سعی دارد مدلی را برای پیش بینی تقاضای گردشگری فرهنگی داخلی شهر تهران پیشنهاد کند. برای این کار از اطلاعات ماهیانه سال های ۱۳۸۱ - ۱۳۹۸ استفاده شده است. متغیر مستقل این پژوهش تعداد گردشگران فرهنگی داخلی شهر تهران است و متغیرهای وابسته نیز بر اساس تکنیک دلفی و دیماتل فازی انتخاب شدند. چارچوب مدل ترکیبی از رگرسیون، شبکه عصبی فازی و الگوریتم SVR است که با ترکیب این روش ها می توان خطای پیش بینی را اندازه گیری کرد و روش ها را با هم مقایسه کرد. نتایج این پژوهش نشان می دهد رویکرد ترکیبی رگرسیون و الگوریتم SVR پیشنهادی می تواند پیش بینی بهتری نسبت به سایر روش ها در خصوص گردشگری فرهنگی داخلی داشته باشد.

واژگان کلیدی

رگرسیون، شبکه عصبی فازی، الگوریتم SVR، گردشگری فرهنگی، پیش بینی تقاضا.

مقدمه

اکثر تصمیمات مدیریتی در تمام سطوح سازمان، مستقیم یا غیرمستقیم، به حالتی از پیش‌بینی آینده بستگی دارد و از طریق همین پیش‌بینی است که می‌توان موفقیت یا وضعیتی را در آینده تجسم کرد و از این طریق ریسک را به حداقل ممکن رساند و یا هرگونه تعدیل و تطبیق در برنامه صورت داد (اینسکیپ^۱، ۱۳۹۲: ۲۸).

صنعت گردشگری و سایر صنایعی که به دنبال موفقیت در کمک به ارتقای سطح رفاه اقتصادی و اجتماعی شهروندی هستند نیاز دارند که ریسک تصمیماتشان را کاهش دهند. یکی از مهم‌ترین این رویدادها در صنعت گردشگری هر کشور میزان تقاضا برای یک محصول یا مقصد گردشگری است. البته، تمامی صنایع به چنین کاهش ریسکی علاقه‌مند هستند. بالاین حال، این نیاز ممکن است، به علت ماهیت و ویژگی‌های صنعت و فعالیت‌های گردشگری (ذخیره‌ناپذیر بودن، فناپذیر بودن و...)، برای این صنعت نسبت به صنایع عرضه‌کننده دیگر محصولات و خدمات، مبرم‌تر و حادث‌تر باشد (Torra & Claveria, 2014). درواقع پیش‌بینی گردشگری عبارت است از ایجاد رابطه بین تغییرات کنترل‌ناشدنی بازار و اقتصاد خارج از محیط گردشگری با تغییرات کنترل‌شدنی داخل محیط گردشگری. بنابراین، انجام عمل پیش‌بینی مستلزم مطالعه و تجزیه و تحلیل دقیق عوامل محیط خارج و داخل است. در بسیاری از موارد، مطالعه این عوامل با بررسی روند حرکت آن‌ها در گذشته، که از آمار و ارقام و اطلاعات دوره‌های قبل قابل دسترسی است، امکان‌پذیر خواهد بود. اما باید توجه داشت که پیش‌بینی‌ها هرگز نمی‌توانند صددرصد با آنچه در عمل پیش خواهد آمد تطابق داشته باشند. همواره فاصله و انحرافی بین اندازه‌های واقعی و پیش‌بینی وجود دارد؛ ولی استفاده از روش‌های علمی و نوین در امر پیش‌بینی موجب خواهد شد که نتیجه به دست آمده به مراتب بیش از یک تخمین به حقیقت نزدیک شود. روش‌های مختلفی به منظور پیش‌بینی تقاضای گردشگری وجود دارد که از آن جمله می‌توان به روش‌های سری زمانی، رگرسیون^۲ و... اشاره کرد که پژوهش‌های انجام شده در زمینه پیش‌بینی جریان گردشگری عمدتاً از مدل‌های اقتصادسنجی^۳، مدل‌های سری‌های زمانی^۴، شبکه‌های عصبی BP و... استفاده کرده‌اند. بالاین حال، این روش‌ها از نظر زمان و بودجه مالی هزینه‌بر هستند و با فقدان فرایند یادگیری مواجه‌اند. این مدل‌ها همچنین

1. Inskip

2. Regression

3. Econometric Models

4. Time Series Models

در تعیین عوامل تأثیر، ساختار شبکه، بهینه محلی و پیش‌بینی داده‌های جریان گردشگری با خصوصیات غیرخطی مشکلاتی دارند و سرعت هم‌گرایی آن‌ها نیز کم است (Weng & Li, 2015). از سوی دیگر، با توجه به اینکه روند متغیرهای موردبررسی در پیش‌بینی تابع تقاضا گردشگری در طول زمان در نوسان است، مدل‌های غیرخطی می‌توانند تخمین دقیق‌تری از تابع تقاضای گردشگری حاصل کنند. درواقع روش‌های هوشمند روش‌های جدیدتری هستند که، علی‌رغم پیچیدگی، به کمک پردازشگرهای رایانه‌ای توان حل مسائل بزرگ و اصطلاحاً غول‌پیکر را دارند و اخیراً کاربرد وسیعی در عرصه‌های مختلف پیدا کرده‌اند (منهاج، کاظمی، شکوری گنجوی، مهرگان و تقی‌زاده، ۱۳۸۹: ۱۴۵). در گذشته، هوش مصنوعی از تکنیک‌های مشتق شده از سیستم‌های قانون‌محور و برنامه‌ریزی منطقی بهره می‌برد؛ درحالی‌که توجه کنونی بر روی روش‌های ابتکاری و اکتشافی با جامعیت کمتر از قبیل منطق فازی، شبکه‌های عصبی و ماشین‌های بردار پوششی متمرکز یافته است (Song & Turner, 2006). پژوهش‌ها نشان می‌دهد که ترکیب روش‌های مختلف هوشمند پیش‌بینی موجب کاهش خطای پیش‌بینی نیز می‌شود (Shen, Li, & Song, 2011)؛ تا جایی که بیتز و گرانگر نشان دادند که چگونه پیش‌بینی‌های ترکیبی می‌توانند دقت پیش‌بینی را افزایش دهند. کلمن^۲ شواهد شبیه‌سازی و تجربی مربوط به ادبیات ترکیب پیش‌بینی را ارائه می‌دهد. وی این‌گونه اشاره می‌کند: «ترکیب پیش‌بینی‌های مختلف به افزایش دقت پیش‌بینی منجر می‌شود» (کلمن، ۱۹۸۹، به نقل از Shen, Li, & Song, ۲۰۱۱). ماکریداکیس و هیبون^۳ (۲۰۰۰) این‌گونه نتیجه‌گیری می‌کنند که دقت پیش‌بینی هنگام ترکیب روش‌های مختلف به‌طور متوسط نسبت به روش‌های منفرد بیشتر است.

با توجه به تمرکز اکثر پژوهش‌ها بر پیش‌بینی تقاضا در حوزه گردشگری خارجی و کمبود پژوهش در زمینه تقاضای گردشگری داخلی، در این پژوهش سعی شده است تمرکز بر گردشگری داخلی و یکی از مهم‌ترین انواع آن، یعنی گردشگری فرهنگی، باشد. پژوهش پیش‌رو بر آن است تا به شناسایی کامل‌تری از عوامل تأثیرگذار بر تقاضای گردشگری فرهنگی داخلی - که بنابر نظر خبرگان و آمار گردشگری موجود انتخاب می‌شوند - بپردازد. در ادامه، به منظور تخمین و پیش‌بینی روند تقاضای گردشگری فرهنگی داخلی شهر تهران در قالب الگوهای خطی و نمایی، روش شبکه عصبی - فازی، الگوریتم SVR^۴ و رگرسیون را به صورت مجزا و ترکیبی انتخاب و بررسی می‌شوند تا مشخص شود کدام روش کمترین خطا را به دنبال دارد.

1. Impact Factors

2. Colman

3. Makridakis & Hibon

4. Support Vector Regression (SVR)

تقاضای گردشگری فرهنگی داخلی و عوامل مؤثر بر آن

در دنیای امروز، صنعت گردشگری به سمت تعطیلات هدفمند و مسافرتی که نیازهای استراحتی و ذهنی را با هم داشته باشد حرکت می‌کند؛ گردشگری فرهنگی یکی از این اشکال جدید گردشگری است. در این نوع از گردشگری، عناصر فرهنگی جاذبه‌ای عمده در مطالعات انسان‌شناختی گردشگری به‌خصوص در جوامع مقصد گردشگری فرهنگی است. اماکن مذهبی و زیارتی نیز جاذبه‌های فرهنگی دیگری هستند که نقش بسیار مهمی در تغییرات اجتماعی و اقتصادی دارند. در مجموع می‌توان گفت، عناصر فرهنگی که یک جامعه در عرصه گردشگری به نمایش می‌گذارد بخشی از سنت‌های جامعه مقصد است (زارع اشکذری، سقایی، نجف موسوی و مختاری ملک آبادی، ۱۳۹۴). این فرهنگ‌ها، سنت‌ها و میراث ازجمله انگیزه‌های اصلی گردشگران برای بازدید از این مناطق محسوب می‌شوند؛ بنابراین، گردشگری فرهنگی وابسته به این منابع فرهنگی است. مناطق فرهنگی غالباً شکل‌دهنده و توسعه‌دهنده صنعت گردشگری به شمار می‌روند. بازدید از مکان‌های تاریخی و یا شرکت در فعالیت‌های تاریخی به گردشگران امکان می‌دهد در مورد گذشته تاریخی و فرهنگی آن منطقه چیزهای زیادی یاد بگیرند و همچنین تجربه‌های مختلف از فرصت‌های تاریخی کسب کنند و از محیط فرهنگی منطقه لذت ببرند. به‌طور بالقوه، رابطه بین گردشگری و بخش‌های فرهنگی مکمل همدیگر هستند. بخش فرهنگی جاذبه‌هایی برای گردشگران ایجاد می‌کند، درحالی‌که گردشگری مخاطبان اضافی برای رویدادها و فعالیت‌های فرهنگی فراهم می‌کند. بنابراین، گردشگری دارای منافع بالقوه بسیاری برای جوامع است؛ به این علت که گردشگری فرصتی را برای بهره‌برداری از مناظر روستایی، محصولات کشاورزی، آداب و رسوم و سنت‌های محلی و میراث فرهنگی فراهم می‌کند و همچنین جهت تأمین نیازهای بازدیدکنندگان و گردشگران خارجی برای جامعه هدف گردشگری منافع اقتصادی به دنبال دارد (Xiao & Li, 2004).

به‌طور کلی، تجارب فرهنگی می‌تواند به افزایش محصولات فرهنگی و همچنین گردشگران جدید به منطقه منجر شود که در این صورت جذب بازدیدکنندگان بر اساس عوامل انگیزشی مبتنی بر فرهنگ صورت می‌گیرد. گزارش سازمان همکاری اقتصادی و توسعه سازمانی در سال ۲۰۰۹، که نشان‌دهنده تأثیر فرهنگ بر روی گردشگری است، بیان می‌کند که گردشگری فرهنگی می‌تواند نقش عمده‌ای در توسعه مناطق مختلف، گرد هم آوردن مردم با سنت‌های متعدد و به اشتراک‌گذاری آداب و رسوم و ارزش‌ها داشته باشد. یکی از مهم‌ترین مشکلات در این زمینه این است که اصطلاح «فرهنگ» به‌شدت در طول دهه گذشته مورد بحث قرار گرفته و هیچ تعریف روشن و مقبولی از مفهوم آن را جامعه به‌عنوان یک کل نشان نداده است.

این مورد ارتباط نزدیکی با هویت ملی ما دارد که مردم را در سازمان‌های اجتماعی، محلی و ملی مانند دولت‌های محلی، نهادهای آموزش و پرورش، جوامع مذهبی، کار و فراغت و تفریح قرار می‌دهد (Raj, 2012). در نتیجه در چنین شرایطی چگونه فرهنگ می‌تواند ابزار و اهرمی در توسعه گردشگری محسوب شود؟ اولین گام در توسعه گردشگری فرهنگی در یک جامعه تعریف روشنی از فرهنگ آن جامعه و محصولات فرهنگی آن است. رایج‌ترین روش صورت‌گرفته در برخورد با گردشگری فرهنگی کاهش ناملموس یک محصول در بازار و ایجاد تمایز بین محصولات و تبدیل آن‌ها به محصولات مختلف و مرتبط با مفاهیم گردشگری میراث فرهنگی، گردشگری فرهنگی و گردشگری خلاق است. در خصوص محصولات گردشگری فرهنگی، هرچه دیدگاه‌ها و نظرها به سمت وسوی متمرکز کردن محصولات گردشگری فرهنگی در کالاهای خاص متمایل شود، به همان اندازه باعث معرفی گردشگری فرهنگی به عنوان تولید فرهنگی خواهد شد (نمودار ۱). در این مدل، شاخص‌های مورد استفاده تجربه و اهمیت گردشگری فرهنگی در تصمیم برای بازدید از یک مقصد است.



نمودار ۱. گردشگری فرهنگی (McKercher & Cros, 2002)

می‌توان گفت «گردشگری امری فرهنگی است که، در دو سوی جریان آن در یک مکان، تعامل‌ها و تبادل‌ها را سبب می‌شود و با انسان‌ها، انگیزه‌ها، خواسته‌ها، نیازها و آرزوهای آن‌ها، که منبعث از فرهنگ جامعه است، ارتباط دارد. توسعه گردشگری به عنوان پدیده‌ای فرهنگی موجب می‌شود که فرصت کافی برای تبادل فرهنگی بین گردشگر و جامعه میزبان به وجود آید. فرایند ارتباطات بین فرهنگی به تعاملات گسترده‌تر با حساسیت کمتر منجر

می شود. در نتیجه تعاملات، سلیقه ها، خواسته ها، مطالبات و انتظارات افراد در فرهنگ های گوناگون به هم نزدیک شده و روابط خرده فرهنگ ها و فرهنگ های عام با یکدیگر تقویت می شوند. پدیده هایی مانند گردشگری نقشی مهم در ایجاد این وضعیت و تقویت ویژگی های مشترک بین افراد جامعه دارند» (زارع و همکاران، ۱۳۹۴).

پیشینه پژوهش

تمرکز بیشتر پژوهش های داخلی صورت گرفته در ایران بر تخمین تابع تقاضای گردشگران خارجی ورودی به ایران است و کمتر به گردشگری داخلی پرداخته شده است. به علاوه در تحقیقات پیشین انجام گرفته در ایران بیشترین مدل های استفاده شده روش های اقتصادسنجی (نوری، ۱۳۷۵؛ موسایی، ۱۳۸۳؛ کاوه نیان، ۱۳۸۱؛ رسولی، ۱۳۸۱؛ خسروآبادی، ۱۳۸۵؛ الیاس پور و نصرالله، ۱۳۸۵؛ صفایی، ۱۳۸۶؛ غلامی پور، ۱۳۹۰؛ خوشنویس یزدی و غمامی، ۱۳۹۴؛ اسلامی کولایی و حساسی، ۱۳۹۵) بوده و از روش های هوش مصنوعی کمتر استفاده شده است. در این رابطه، تنها دو مطالعه از روش های هوش مصنوعی در ایران برای پیش بینی تقاضای گردشگری انجام گرفته اند: مطالعه عبدی آلاذرگه (۱۳۸۲) و اکبرپور (۱۳۹۰). عبدی آلاذرگه از روش های شبکه های عصبی و رگرسیون فازی جداگانه برای پیش بینی استفاده کرده است. هدف مطالعه عبدی آلاذرگه روش هایی نوین همچون مدل شبکه های عصبی مصنوعی و رگرسیون فازی برای پیش بینی تقاضای گردشگری خارجی ایران و مقایسه این روش ها با مدل سری زمانی خود رگرسیون میانگین متحرک انباشته بود. اکبرپور نیز به مدل سازی پیش بینی گردشگری ورودی به ایران با استفاده از روش های ARIMA و شبکه های عصبی فازی^۱ پرداخته و صحت و دقت عملکرد این روش را با روش ARIMA مقایسه کرده است. این مطالعه، پس از تعیین و اولویت بندی مهم ترین عوامل تأثیرگذار بر تابع تقاضای گردشگری ورودی به ایران و تعیین معماری شبکه های عصبی فازی، به این نتیجه دست یافت که در تمامی معیارهای ارزیابی عملکرد پیش بینی، روش مدل شبکه های عصبی فازی بر ARIMA برتری دارد. هر دوی این مطالعات نیز درباره گردشگری خارجی هستند و متأسفانه هیچ مطالعه ای در ایران که به ترکیب تکنیک های پیش بینی در حوزه گردشگری داخلی آن هم به تفکیک انگیزه های گردشگری پرداخته باشد یافت نشد.

در مطالعات خارجی نیز، مطالعات بسیاری در خصوص تقاضای گردشگری - چه داخلی و چه بین المللی - وجود دارد. اما نکته مهم در این مطالعات تغییر رویکرد و وارد کردن متغیرهای جدید در تابع تقاضاست، به طوری که عواملی نظیر آب و هوا

Qiu, Köberl, Prettenhaler & Bird, 2016; Arbel & Revid, 2001; Jaume & Aon, 2015) (Song, Park & 2019)، میراث فرهنگی (Patuelli, Mussoni & Candela, 2013)، جمعیت (Diamond, 2000; Romilly, Liu & Song, 2009) و... به تابع تقاضا اضافه شده و این تابع از تابع صرفاً اقتصادی خارج شده و عوامل غیراقتصادی نیز در آن وارد شده است و یا اینکه این تابع تقاضا به تفکیک نوع خاص یا انواع خاصی از گردشگری منطقه طراحی و بررسی شده است (Hamal, 2007; Massidda & Etzo, 2012; Can, 2013; Yang, Liu & Qi, 2014; Vetitnev,) (Kopyirin & Kiseleva, 2015; Jiao & Chen, 2018; Li & Jiao, 2020) که در ادامه به برخی از این پژوهش‌ها اشاره می‌شود.

یانگ و همکاران (۲۰۱۴) به بررسی تقاضای گردشگری داخلی ساکنان شهری و روستایی در چین پرداخته‌اند. در این پژوهش، تقاضای گردشگری داخلی تابعی از درآمد مطلق، درآمد نسبی، قیمت گردشگری، و قیمت جایگزین در نظر گرفته شده است و تمرکز اصلی آن بر درآمد نسبی ساکنان شهری و روستایی بوده است. نتایج حاصل بیانگر آن است که درآمد نسبی نقش مهمی در تقاضای گردشگری داخلی در مناطق مختلف شهری و روستایی چین دارد.

کان (۲۰۱۳) سه هدف را هم‌زمان دنبال می‌کند: ۱. بررسی اثرات عوامل اقتصادی و غیراقتصادی در جریان گردشگری داخلی در بلندمدت و کوتاه‌مدت؛ ۲. بررسی ویژگی‌های گردشگران داخلی و تأثیر ویژگی‌های هریک از انواع سفر بر انتخاب گردشگران؛ و ۳. بررسی عوامل تأثیرگذار بر رضایت و موانع وفاداری گردشگران به یک مقصد. نتایج پژوهش پیش رو نشان داد که متغیرهای آب‌وهوا دارای اثر چشمگیری بر روی تقاضای گردشگری در بلندمدت و کوتاه‌مدت‌اند. به علاوه، تبلیغات دهان‌به‌دهان نقش بسیار مهمی بر تقاضای گردشگران ویتنامی دارد و اینکه آن‌ها بسیار به هزینه‌های گردشگری حساس هستند و درآمد عنصر کلیدی در توضیح رفتار گردشگران است.

ماسیدا و اتزو (۲۰۱۲) به بررسی رفتار گردشگران ایتالیایی و عوامل اصلی مؤثر بر تقاضای گردشگری داخلی آن‌ها در سه منطقه مرکز، شمال و جنوب پرداختند و به این نتیجه رسیدند که گردشگران مناطق جنوب، در مقایسه با هم‌تایان شمالی خود، به تغییرات درآمد حساسیت کمتری دارند. علاوه بر این، درجه رقابت بین سفرهای داخلی و خارجی در مناطق جنوب بیشتر است. همچنین گردشگران مناطق جنوب تمایل بیشتری به فعالیت‌های زیست‌محیطی دارند. این در حالی است که گردشگران منطقه شمال تمایل بیشتری به فعالیت‌های فرهنگی دارند.

آتاناسوپولوس و هیندمن^۱ (2008) به پیش‌بینی تقاضای گردشگری داخلی استرالیا پرداخته‌اند و تأثیر حوادث جهانی همچون المپیک ۲۰۰۰ سیدنی و بمب‌گذاری ۲۰۰۲ بالی را بر گردشگری داخلی استرالیا بررسی می‌کنند. داده‌ها مربوط به ۱۲۰ هزار استرالیایی بالای ۱۵ سال است که هدفشان از سفر عمدتاً برای تعطیلات (Hol)، ملاقات با دوستان و بستگان (Vfr)، کار (Bus) و سایر موارد (Oth) بوده است. داده‌ها از اولین فصل سال ۱۹۹۸ تا دومین فصل ۲۰۰۵ است. نتایج تخمین نشان‌دهنده رابطه اقتصادی معناداری برای تقاضای گردشگری داخلی هستند و نشان می‌دهند که سفرهای فرهنگی بعد از المپیک ۲۰۰۰ سیدنی و نیز تعداد سفرها برای ملاقات با دوستان و بستگان، بعد از بمب‌گذاری ۲۰۰۲ بالی، به‌طور معناداری افزایش یافته است.

اما به لحاظ روش، سانگ و ترنر^۲ (۲۰۰۶) در مطالعه‌شان به این نتیجه رسیدند که اکثر مطالعات منتشرشده از روش‌های کمی برای پیش‌بینی تقاضای گردشگری استفاده کرده‌اند. در این مطالعه، ۱۲۱ مطالعه انجام‌شده پس از سال ۲۰۰۰ تا سال ۲۰۰۶ با موضوع پیش‌بینی تقاضای گردشگری بررسی شدند. اکثر این مطالعات از تکنیک‌های سری‌های زمانی و اقتصادسنجی استفاده کرده‌اند و ۱۱ مطالعه نیز از دیگر تکنیک‌های پیش‌بینی که در رده روش‌های هوش مصنوعی‌اند بهره برده‌اند. از میان مطالعات انجام‌گرفته با استفاده از روش‌های هوش مصنوعی می‌توان به لو و آیو^۳ (۱۹۹۹)، چو^۴ (۲۰۰۳)، و پالمر و همکاران^۵ (۲۰۰۶) اشاره کرد. این پژوهش‌ها هرکدام از روش‌های شبکه‌های عصبی یا منطق فازی بهره برده‌اند؛ ولی تنها مطالعه یافت‌شده که از روش ترکیبی شبکه‌های عصبی فازی برای پیش‌بینی تقاضای گردشگری استفاده کرده پیرمیان^۶ (۲۰۰۵) با عنوان پیش‌بینی عصبی فازی ورودی‌های گردشگری است که میزان تقاضا را با استفاده از روش‌های مختلف کلاسیک، اقتصادسنجی و هوش مصنوعی برای مقصد گردشگری ژاپن پیش‌بینی کرده است.

در میان این مطالعات، چن و ونگ^۷ (۲۰۰۷)، پای، هنگ، چانگ و چن^۸ (۲۰۰۶) و چن

1. Athanasopoulos & Hyndman

2. Song & Turner

3. Law & Au

4. Cho

5. Palmer, Jose, Montano & Sese

6. Yepremian

7. Chen & Wang

8. Pai, Hong, Chang & Chen

(۲۰۱۱) از روش رگرسیون بردار ساپورت (SVR) برای پیش‌بینی تقاضای گردشگری استفاده کرده‌اند. شایان ذکر است که SVR در نتایج تجربی عملکرد بهتری نسبت به مدل‌های پیش‌بینی سنتی همچون میانگین مؤثر انتگرالی اتورگرسیون داشته است. چن (۲۰۱۱) مدل‌های ریاضیاتی خطی و غیرخطی را برای پیش‌بینی گردشگری برون مرزی تایوان ترکیب کرد. نتایج تجربی نشان می‌دهد که مدل‌های ترکیبی SVR دارای قابلیت آشکارسازی تغییر هدایتی فوق‌العاده‌ای هستند. آکین (۲۰۱۵) از طریق ترکیب روش‌های شبکه عصبی و رگرسیون بردار ساپورت (SVR) و ARIMA داده‌های گردشگران ورودی ماهانه به ترکیه از کشورهای مختلف را بررسی کرد؛ نتایج نشان داد دقت پیش‌بینی روش SVR از دو روش دیگر بیشتر است.

ونگ و لی^۱ (۲۰۱۵) به منظور از بین بردن تأثیر فصلی بودن جریان گردشگری با ترکیب دو روش SVR و PSO مدل PSO-SVR را پیشنهاد داده‌اند که درجه برازش مدل‌های پیش‌بینی‌های مختلف نشان می‌دهد که دقت پیش‌بینی مدل PSO-SVR فصلی بسیار بیشتر از مدل SVR، مدل SVR فصلی و مدل PSO-SVR است.

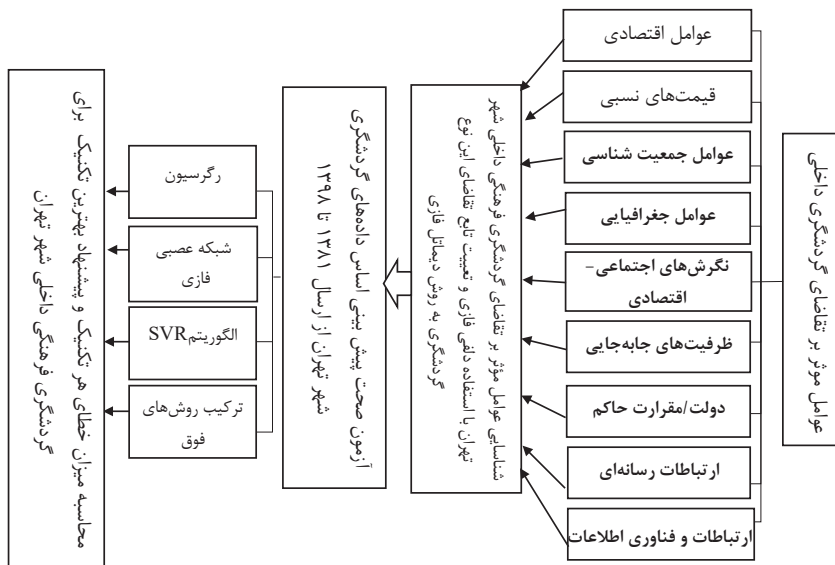
روش پژوهش

در این پژوهش، به منظور جمع‌آوری اطلاعات موردنیاز، از روش‌های اسنادی و کتاب‌خانه‌ای و روش‌های میدانی، شامل مشاهده و پیمایش از طریق پرسش‌نامه، استفاده شد. به این ترتیب که ابتدا به منظور تدوین ادبیات موضوع و مبانی نظری از روش اسنادی و کتاب‌خانه‌ای استفاده شده و مقالات، مجلات، کتاب‌ها، گزارش‌ها و طرح‌های مرتبط مورد مطالعه دقیق قرار گرفتند. در گام بعد، از آنجایی که در این پژوهش لازم بود پس از شناسایی عوامل مؤثر بر تقاضای گردشگری فرهنگی داخلی شهر تهران، که با نظر خبرگان دلفی فازی صورت گرفت. مهم‌ترین متغیرهای ورودی برای این نوع گردشگری شناسایی شود، لذا از پرسش‌نامه دیماتل فازی استفاده شد.

پس از مشخص شدن متغیرهای مستقل در هریک از ۹ زیرگروه (عوامل اقتصادی؛ قیمت‌های نسبی؛ عوامل جمعیت‌شناسی؛ عوامل جغرافیایی؛ نگرش‌های اجتماعی. اقتصادی نسبت به گردشگری؛ (ظرفیت‌های) جابه‌جایی؛ دولت/ مقررات حاکم؛ ارتباطات رسانه‌ای؛ ارتباطات و فناوری اطلاعات) تأثیرگذار بر متغیر وابسته، که همان تعداد گردشگران فرهنگی داخلی ورودی به شهر تهران است، و تعیین تابع تقاضا، سری‌های زمانی این متغیرها از طریق مطالعات کتاب‌خانه‌ای و اینترنتی استخراج

می‌شوند و از طریق نرم‌افزار Spss به نرم‌افزار MATLAB و جعبه‌ابزارهای تعبیه‌شده برای هریک از روش‌های شبکه‌ی عصبی، فازی، الگوریتم SVR و رگرسیون داده می‌شوند و در نهایت خروجی‌های این نرم‌افزار برای سناریوهای منتخب پیش‌بینی این روش‌ها تفسیر می‌شوند. سپس میزان خطای این روش‌ها بر اساس معیار ارزیابی عملکرد از قبیل مربع میانگین خطای استاندارد (MSE)، مربع مجذور میانگین خطا (RMSE)، مربع میانگین خطای استاندارد نرمال‌شده (NMSE)، میانگین قدر مطلق خطا (MAE)، میانگین قدر مطلق درصد خطا (MAPE) محاسبه شد و با توجه به نرخ خطای به دست‌آمده از سناریوها، مقایسه‌ی یک روش پیش‌بینی با روش‌های دیگر ممکن خواهد شد و سپس نتایج بررسی خواهد شد تا مدل بهینه برای پیش‌بینی تقاضای گردشگری فرهنگی داخلی شهر تهران به دست آید.

مبانی نظری پژوهش



نمودار ۲. چارچوب نظری پژوهش

پرسش‌های اصلی و فرعی

۱. عوامل تأثیرگذار بر تقاضای گردشگری فرهنگی داخلی شهر تهران کدام‌اند؟
۲. کدام یک از روش‌های پیش‌بینی تابع تقاضا می‌تواند از دقت و اعتبار بیشتری در تخمین تابع تقاضای گردشگری فرهنگی داخلی شهر تهران برخوردار باشد؟

تجزیه و تحلیل داده‌ها

در این پژوهش، از روش دلفی با هدف کسب نظر خبرگان راجع به میزان موافقت آن‌ها با عوامل مؤثر بر تقاضای گردشگری فرهنگی داخلی شهر تهران استفاده شده است. لذا، خبرگان، که با گردشگری شهری، اقتصاد گردشگری و شهر تهران آشنایی کامل داشتند، انتخاب شدند و از طریق متغیرهای کیفی «کم»، «متوسط» و «زیاد» میزان موافقت خود را بیان کرده‌اند.

از آنجاکه خبرگان خصوصیات متفاوتی دارند، از ذهنیت‌های متفاوتی نیز برخوردارند و اگر به گزینه‌ها براساس ذهنیت‌های متفاوت پاسخ داده شود، تجزیه و تحلیل متغیرها فاقد ارزش است؛ اما با تعریف دامنه متغیرهای کیفی، خبرگان با ذهنیت یکسان به پرسش‌ها پاسخ خواهند داد. لذا متغیرهای کیفی به صورت اعداد فازی دوزنقه‌ای تعریف می‌شوند. به عبارتی، کم (۰،۵،۲،۴)، متوسط (۳،۴،۶،۷)، زیاد (۶،۸،۱۰،۱۰) است (Chang, 1998).

در اولین مرحله استفاده از روش دلفی فازی، باید خبرگان انتخاب شوند و در خصوص موضوع، روش و مدت پژوهش توجیه شوند. در پژوهش پیش رو اعضای پانل خبرگان گروهی از استادان، مدیران و کارشناسان گردشگری در سطح کشور بودند که براساس چهارویژگی دانش، تجربه، تمایل و زمان کافی برای شرکت در مراحل دلفی و همچنین لزوم داشتن نگرشی جامع از عوامل مؤثر بر تقاضای گردشگری داخلی شهر تهران به تفکیک ۴ نوع مهم گردشگری داخلی این شهر با استفاده از روش نمونه‌گیری قضاوتی و گلوله برفی شناسایی و انتخاب شدند.

جدول ۴ ویژگی‌های جمعیت‌شناختی ۳۱ نفر از اعضای پانل خبرگان دلفی را نشان می‌دهد. پس از تعیین اعضای پانل، پرسش‌نامه‌های هر دور به صورت حضوری و در مواردی که امکان دسترسی به خبرگان وجود نداشت به شیوه الکترونیکی توزیع و جمع‌آوری شدند.

۱. این خبرگان، با استفاده از روش نمونه‌گیری گلوله برفی، از بین اعضای هیئت علمی رشته مدیریت جهانگردی؛ مدیریت شهری؛ اعضای شورای شهر تهران؛ شهرداری تهران؛ و سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری انتخاب شدند.

جدول ۱. ویژگی‌های جمعیت‌شناختی اعضای پانل خبرگان گردشگری شهر تهران

متغیر	گروه	تعداد
میزان تحصیلات	کارشناسی ارشد	۸
	دانشجوی دکتری	۷
	دکتری	۱۶
سمت شغلی	مدرس دانشگاه	۱۲
	مدیر	۱۴
	کارشناس	۵
تجربه کاری	کمتر از ۵ سال	۳
	بین ۵ تا ۱۰ سال	۴
	بین ۱۰ تا ۱۵ سال	۱۴
	بیش از ۱۵ سال	۱۰

منبع: محاسبات محققان

پس از تعیین خبرگان، چهار دور روش دلفی برای گردشگری فرهنگی تکرار شد. در دور اول، فهرستی از عوامل مؤثر بر تقاضای گردشگری داخلی - به طور کلی - در اختیار خبرگان قرار گرفت. علاوه بر این، از آن‌ها خواسته شد تا عواملی را که به نظر آن‌ها یا بر اساس تجربه‌شان می‌توانند بر تقاضای گردشگری فرهنگی داخلی شهر تهران مؤثر باشند و در فهرست نیستند بیان کنند^۱. در دور اول، سه عامل تعداد نمایشگاه‌های برگزار شده، تعداد بانک‌ها و تعداد ارگان‌های دولتی شهر تهران در بخش گردشگری فرهنگی اضافه شدند. در دور دوم، عواملی که در دور اول پیشنهاد شده بودند به همراه نسخه‌ای از پاسخ‌های آن‌ها در دور اول برای هر خبره ارسال شدند.

درگام بعدی، میانگین مربوط به نظرهای خبرگان درمورد میزان اهمیت هر معیار طبق روابط ذیل محاسبه شد (Cheng & Lin, 2002).

$$A^{(f)} = (a_1^f, a_2^f, a_3^f, a_4^f), i = 1, 2, 3, \dots,$$

$$m = (a_{m1}^f, a_{m2}^f, a_{m3}^f, a_{m4}^f) = (1/n \sum a_1^{(f)}, 1/n \sum a_2^{(f)}, 1/n \sum a_3^{(f)}, 1/n \sum a_4^{(f)})$$

در روابط یادشده A(i) بیانگر دیدگاه خبره i ام و Am میانگین دیدگاه‌های خبرگان است. در این مرحله از خبرگان خواسته شد که میزان اهمیت عوامل تأثیرگذار بر تقاضای گردشگری فرهنگی داخلی شهر تهران را با گزینه‌های کم، متوسط و زیاد انتخاب کنند. اختلاف نظر هریک از

خبرگان طبق رابطه ذیل محاسبه می‌شود. درحقیقت، براساس این رابطه هریک از خبرگان می‌توانند نظر خود را با میانگین نظرهای بسنجند و در صورت تمایل نظرهای قبلی خود را تعدیل کنند.

$$= (a_{m1} - a_1^{(i)}, a_{m2} - a_2^{(i)}, a_{m3} - a_3^{(i)}, a_{m4} - a_4^{(i)})$$

$$(1/n \sum a_1^{(i)} - a_1^i, 1/n \sum a_2^{(i)} - a_2^i, 1/n \sum a_3^{(i)} - a_3^i, 1/n \sum a_4^{(i)} - a_4^i)$$

با استفاده از رابطه یادشده اختلاف نظرهای خبرگان محاسبه و در پرسش‌نامه‌ای تنظیم شد. سپس هریک از خبرگان، با توجه به ارزیابی مجدد نظر قبلی خود، نظرهای جدید را اعلام کردند. در این مرحله با محاسبه اختلاف میانگین‌ها، با استفاده از روابط فاصله میان اعداد فازی (رابطه ذیل) میزان اجماع نظر خبرگان محاسبه می‌شود. در صورتی که اختلاف محاسبه شده از ۲/۰ کمتر باشد، فرایند دلفی فازی متوقف می‌شود (Cheng & Lin, 2002).

$$(A_{m2}, A_{m1}) = \left| \frac{1}{4} [(a_{m21} + a_{m22} + a_{m23} + a_{m24}) - (a_{m11} + a_{m12} + a_{m13} + a_{m14})] \right|$$

جدول ۲. اختلاف میانگین دیدگاه‌های خبرگان در دور اول و دوم

معیارها	اختلاف میانگین گردشگری فرهنگی دور اول و دوم	اختلاف میانگین گردشگری فرهنگی دور دوم و سوم
عوامل اقتصادی (درآمد و ثروت افراد)	۰	۰
قیمت حمل و نقل	۰	۰
قیمت خدمات و هزینه زندگی در مقصد	۰	۰
قیمت تأسیسات اقامتی	۰	۰
وجود تسهیلات زیربنایی	۱,۷۵	۰
ساعت کاری و وقت آزاد	۰	۰
فعالیت‌های تبلیغاتی	۰,۸۷	۰
قیمت محصولات جایگزین (سفر خارجی)	۰	۰
قیمت محصولات جایگزین (سفر داخلی)	۰	۰
فاصله مبدأ و مقصد	۰	۰
دولت و مقررات (مرکزیت پایتخت)	۰	۰
وجود آلودگی هوا	۰	۰
آب و هوا	۱,۷۵	۰
نرخ مهاجرت	۰,۸۷	۰
انتظارات و توقعات	۰	۰
تعداد جاذبه‌های فرهنگی - گردشگری	-	۰
قیمت بلیت جاذبه‌ها	-	۰

مأخذ: محاسبات پژوهش

بنابراین عوامل ذیل برای گردشگری فرهنگی داخلی شهر تهران شناسایی شدند:

جدول ۳. عوامل مؤثر بر تقاضای گردشگری فرهنگی داخلی شهر تهران بر اساس نظر خبرگان در روش دلفی فازی

	عوامل مؤثر بر تقاضای گردشگری فرهنگی داخلی شهر تهران بر اساس نظر خبرگان
گردشگری فرهنگی	عوامل اقتصادی، قیمت حمل و نقل، قیمت خدمات و هزینه زندگی در مقصد، قیمت تأسیسات اقامتی، تعطیلات رسمی، آلودگی هوا، قیمت محصولات جایگزین (سفر خارجی)، قیمت محصولات جایگزین (سفر داخلی)، قیمت بلیت موزه‌های تهران، فعالیت‌های تبلیغاتی، تعداد جاذبه‌های فرهنگی. گردشگری

مأخذ: محاسبات پژوهش

در مرحله پاک‌سازی داده‌ها، داده‌هایی که متغیرهای مستقل آن‌ها به علت ناقص بودن اطلاعات وجود نداشتند یا قابل محاسبه نبودند حذف شدند و در نهایت ۷ عامل اصلی برای گردشگری فرهنگی انتخاب شدند که در جدول ذیل نشان داده شده‌اند:

جدول ۴. عوامل مؤثر بر تقاضای گردشگری فرهنگی داخلی شهر تهران بر اساس نظر خبرگان در روش دلفی فازی پس از غربالگری

	عوامل مؤثر بر تقاضای گردشگری فرهنگی داخلی شهر تهران بر اساس نظر خبرگان پس از غربالگری
گردشگری فرهنگی	عوامل اقتصادی، قیمت حمل و نقل، قیمت خدمات و هزینه زندگی در مقصد، قیمت تأسیسات اقامتی، تعطیلات رسمی، آلودگی هوا، قیمت محصولات جایگزین (سفر خارجی)، قیمت محصولات جایگزین (سفر داخلی)، قیمت بلیت موزه‌های تهران

مأخذ: محاسبات پژوهش

با توجه به این جدول، پرسش‌نامه بعدی به منظور تعیین اثرگذارترین عوامل در تقاضای گردشگری فرهنگی داخلی شهر تهران با استفاده از رویکرد مقایسه‌های زوجی دیماتل فازی تدوین شد تا در نهایت ورودی‌های اصلی مشخص شوند.

خروجی دیماتل فازی

تکنیک دیماتل فازی از انواع روش‌های تصمیم‌گیری برپایه مقایسه زوجی است. این تکنیک، با بهره‌مندی از قضاوت خبرگان در استخراج عوامل سیستم و ساختاردهی سیستماتیک به آن‌ها، با استفاده از اصول تئوری گراف‌ها، ساختار سلسله‌مراتبی‌ای از عوامل موجود در سیستم را با روابط تأثیرگذاری و تأثیرپذیری متقابل به دست می‌آورد، به گونه‌ای که شدت اثر روابط مذکور را به صورت امتیازی عددی معین می‌کند (Rostamzadeh & Sofian, 2011). در این راستا، عوامل مؤثر بر این نوع گردشگری طبق نتایج حاصل از بخش پیشین 5167.

(جدول ۴) به صورت جدول ذیل به دست آمد:

جدول ۵. نمادگذاری عوامل مؤثر بر سفر فرهنگی هموطنان به شهر تهران

نوع گردشگری	نماد	عوامل مؤثر
سفر فرهنگی هموطنان به شهر تهران	B1	عوامل اقتصادی (درآمد و ثروت افراد)
	B2	قیمت حمل و نقل
	B3	قیمت خدمات و هزینه زندگی در مقصد
	B4	قیمت تأسیسات اقامتی
	B5	تعداد تعطیلات رسمی
	B6	وجود آلودگی هوا
	B7	قیمت محصولات جایگزین (سفر خارجی)
	B8	قیمت محصولات جایگزین (سفر داخلی)
	B9	قیمت بلیت موزه‌های تهران

تمام مقادیر به دست آمده برای $D+R$ و $D-R$ اعداد فازی هستند که مقدار $D+R$ آن همیشه مثبت بوده و وزن یا اهمیت آن عامل در سیستم را نشان می‌دهد و $D-R$ اگر مثبت باشد، عامل تأثیرگذار قطعی و در غیر این صورت تأثیرپذیر قطعی است که از آن با نام نسبت تأثیرپذیری در سیستم یاد می‌شود.

جدول ۶. ماتریس محاسبه مقادیر اثرگذاری و اثرپذیری عوامل مؤثر بر سفر فرهنگی هموطنان به شهر تهران

	B1	B2	B3	B4	B5	B6	B7	B8	B9
D	۲/۶۰۷۹۲	۱/۹۷۲۰۱	۲/۱۶۷۸۴	۲/۳۳۷۸۴	۲/۴۰۴۲۳	۲/۴۶۸۵۶	۲/۵۸۰۲۵	۲/۱۳۶۲۳	۱/۸۱۹۱۲
R	۱/۶۶۰۱۷	۲/۵۵۷۶۹	۲/۱۴۹۶۴	۲/۳۳۴۲	۲/۳۲۸۰۸	۲/۵۷۳	۲/۳۴۸۴۵	۱/۹۱۱۴۲	۲/۶۳۱۳۷
D+R	۴/۲۶۸۰۹	۴/۵۲۹۷	۴/۳۱۷۴۹	۴/۶۷۲۰۴	۴/۷۳۲۳	۵/۰۴۱۵۶	۴/۹۲۸۷	۴/۰۴۷۶۵	۴/۴۵۰۴۹
D-R	۰/۹۴۷۷۶	-۰/۵۸۵۷	۰/۰۱۸۲	۰/۰۰۳۶۴	۰/۰۷۶۱۵	-۰/۱۰۴۴	۰/۲۳۱۷۹	۰/۲۲۴۸۲	-۰/۸۱۲۲

مأخذ: محاسبات پژوهش

در جدول مذکور، عوامل تأثیرگذار قطعی بر سفر هموطنان برای تفریح در شهر تهران عبارت‌اند از:

B1: عوامل اقتصادی (درآمد و ثروت افراد)

B3: قیمت خدمات و هزینه زندگی در مقصد

B4: قیمت تأسیسات اقامتی

B5: تعداد تعطیلات رسمی

B7: قیمت محصولات جایگزین (سفر خارجی)

B8: قیمت محصولات جایگزین (سفر داخلی).

برای پیش‌بینی تابع تقاضای گردشگری فرهنگی داخلی شهر تهران لازم بود اطلاعات مربوط به هریک از شش عامل اصلی یادشده برای ۱۸ سال (۱۳۸۱-۱۳۹۸) ماهیانه تهیه شود. شایان ذکر است که متغیر ماه رمضان نیز به عنوان متغیر ساختگی در نظر گرفته شد. با توجه به مشکلات متعدد در حوزه آمار گردشگری داخلی به ویژه به تفکیک انواع گردشگری، مسئله‌ای که معمولاً در کاربردهای واقعی با آن برخورد می‌شود داده‌های مفقودشده است. در پژوهش پیش رو برای حل این مشکل برای هر ویژگی میانگین نمونه‌های موجود در جاهای خالی قرار داده شده است.

در ادامه، به منظور آماده‌سازی داده‌ها برای آموزش و ارزیابی با تخمین‌گرها، ابتدا هرکدام از متغیرها نرمال شدند تا تأثیر اعداد بزرگ کاهش یابد. پس از مرحله نرمال‌سازی، تصادفی‌کردن^۱ داده‌ها انجام می‌شود. نتیجه این مرحله داشتن مجموعه‌ای از ورودی‌ها و خروجی‌هاست که در آن، دسته‌های ورودی و خروجی نظام خاصی ندارند. پس از پایان تصادفی‌کردن داده‌ها، میزان اطلاعاتی که باید در فرایند آموزش شبکه استفاده شود مشخص می‌شود. بر این اساس، بخشی از داده‌ها برای آموزش^۲ و بخشی دیگر برای ارزیابی^۳ شبکه در نظر گرفته می‌شود. در این مطالعه نیز، با توجه به محدودیت داده‌ها، از ۷۰ درصد مشاهدات (۱۱۸ مشاهده) برای آموزش و ۳۰ درصد آن (۵۰ مشاهده) برای تصدیق استفاده شده است.

بررسی روش‌های پیش‌بینی و سناریوهای پژوهش برای پیش‌بینی تقاضای گردشگری فرهنگی داخلی شهر تهران

برای پیش‌بینی تقاضای گردشگری فرهنگی داخلی شهر تهران، روش‌های مختلفی وجود دارد که در یک تقسیم‌بندی کلی می‌توان آن‌ها را به سه دسته روش‌های کلاسیک، هوش مصنوعی و ترکیبی تقسیم‌بندی کرد؛ بنابراین در تحلیل پیش‌بینی تقاضای گردشگری فرهنگی داخلی شهر تهران شش سناریو بررسی شد.

سناریوی ۱. پیش‌بینی تقاضای گردشگری فرهنگی داخلی شهر تهران با رویکرد رگرسیون چندمتغیره

در ابتدا لازم است معناداری رگرسیون برای گردشگری فرهنگی داخلی شهر تهران با استفاده از آزمون F سنجیده شود و سپس از روش رگرسیون برای پیش‌بینی تقاضای گردشگری فرهنگی

1. Randomizing

2. Train

3. Test

داخلی شهر تهران استفاده شود. فرمول آن به قرار ذیل است:

$$y_p = \mu_{11}x_1 + \mu_{22}x_2 + \dots \mu_{pq}x_q + \varepsilon_p$$

q : تعداد پارامترها x : پارامترهای ورودی

p : تعداد نمونه‌ها ε : انحراف معیار خروجی از میانگین کل خروجی‌ها (توزیع نرمال با میانگین صفر)

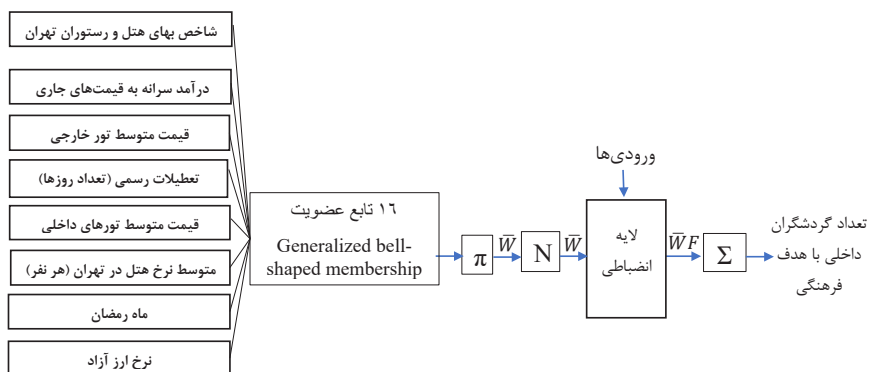
y : برابر خروجی (تعداد گردشگران)

بنابراین برای آزمون معناداری رگرسیون برای پیش‌بینی تقاضای گردشگری فرهنگی داخلی شهر تهران از آزمون F استفاده شد.

مقدار معنی‌داری نیز کمتر از ۰/۰۵ شد. بنابراین می‌توان از روش رگرسیون برای پیش‌بینی تقاضای گردشگری فرهنگی داخلی شهر تهران استفاده کرد.

سناریوی ۲. پیش‌بینی تقاضای گردشگری فرهنگی داخلی شهر تهران با رویکرد شبکه‌های عصبی فازی (ANFIS)

شبکه عصبی فازی شبکه‌ای ۵ لایه‌ای، متشکل از گره‌ها و کمان‌های اتصال دهنده گره‌هاست. در لایه اول (ورودی) میزان تعلق هر ورودی به بازه‌های مختلف فازی به دست کاربر مشخص می‌شود. با ضرب مقادیر ورودی به هر گره در یکدیگر، وزن در لایه دوم به دست می‌آید. در لایه سوم عمل محاسبه قانون‌ها (wi) انجام می‌گیرد. لایه چهارم لایه قوانین است. وزن نسبی قوانین (wi) از انجام عملیات بر روی پیام‌های ورودی به این لایه حاصل (wi fi) می‌شود. لایه آخر خروجی شبکه (f) است که هدف آن حداقل کردن اختلاف خروجی به دست آمده از شبکه و خروجی واقعی است (فهمی فرد، سالارپور و صبوچی، ۱۳۹۰). اکنون با طی مراحل یادشده شبکه‌ای تولید می‌شود که معادل سیستم استنتاج فازی سوگنو است. در ادامه این معماری برای گردشگری تفریحی داخلی شهر تهران رسم شده است:



سناریوی ۳. پیش بینی تقاضای گردشگری فرهنگی داخلی شهر تهران با استفاده از الگوریتم SVR

این روش مستقیماً از نظریه یادگیری آماری وپنیک به نام ماشین های بردار پشتیبان (SVM) استخراج شده است. ماشین های بردار پشتیبان برای مسائل طبقه بندی به کار می روند (Vapnik, 1995). بعدها الگوریتم آن ها برای کار با مسائل رگرسیون با تخمین داده ها توسعه یافت. این الگوریتم جدید رگرسیون بردار پشتیبان (SVR) نامیده شد (سمولا، ۱۹۹۸).

SVR در سال های اخیر به طور گسترده ای مورد استفاده قرار گرفته و مدل مؤثری در پیش بینی تقاضای گردشگری است.

سناریوی ۴. پیش بینی تقاضای گردشگری فرهنگی داخلی شهر تهران با استفاده از ترکیب رویکرد رگرسیون و الگوریتم SVR

در روش ترکیب رویکرد رگرسیون و الگوریتم SVR، ابتدا با روش رگرسیون ویژگی های برتر گردشگری فرهنگی شهر تهران انتخاب می شوند و سپس برای ارزیابی به الگوریتم SVR داده می شوند. شایان ذکر است که هنگامی که از روش رگرسیون برای انتخاب ویژگی استفاده شود، با قراردادن یک سری محدودیت، بهترین زیرمجموعه از ویژگی ها که دارای دقت بیشتر و کمترین تعداد ویژگی هستند برای گردشگری فرهنگی انتخاب می شود که به قرار ذیل است:

جدول ۷. ویژگی های منتخب با استفاده از روش رگرسیون برای گردشگری فرهنگی داخلی شهر تهران

ویژگی های منتخب در هریک از انواع گردشگری فرهنگی داخلی شهر تهران با استفاده از روش رگرسیون	نوع گردشگری
شاخص بهای هتل و رستوران در تهران، تعطیلات رسمی (تعداد روزها)، ماه رمضان	گردشگری فرهنگی

سناریوی ۵. پیش بینی تقاضای گردشگری داخلی شهر تهران با استفاده از ترکیب رویکرد رگرسیون و شبکه های عصبی فازی (ANFIS)

در روش ترکیب رویکرد رگرسیون و شبکه های عصبی فازی (ANFIS)، ابتدا با روش رگرسیون برای گردشگری فرهنگی داخلی شهر تهران ویژگی های برتر انتخاب می شوند و سپس برای ارزیابی به شبکه های عصبی فازی (ANFIS) داده می شوند. نتایج در جدول ۷ قابل مشاهده است.

سناریوی ۶. پیش‌بینی تقاضای گردشگری داخلی شهر تهران با استفاده از ترکیب الگوریتم SVR و شبکه‌های عصبی فازی (ANFIS)

از آنجایی که هر دو روش یادشده به عنوان پیش‌بینی‌کننده استفاده می‌شوند، لذا ترکیب این دو روش با یکدیگر اصولی و اجرایی نیست.

و در انتها، با توجه به نتایج اعمال داده‌های ارزیابی (جدول ۸) و خطای حاصل، مشخص می‌شود رویکرد ترکیبی رگرسیون و شبکه‌های عصبی فازی (ANFIS) دارای کمترین خطا در مقایسه با سایر روش‌هاست. بنابراین به نظر می‌رسد، از بین روش‌های یادشده، استفاده از رویکرد ترکیبی رگرسیون و شبکه‌های عصبی فازی (ANFIS) پیشنهادی می‌تواند پیش‌بینی بهتری نسبت به سایر روش‌ها در خصوص پیش‌بینی گردشگری فرهنگی داخلی داشته باشد.

جدول ۸. نتایج آزمون روش‌های مختلف بر تقاضای گردشگری فرهنگی داخلی شهر تهران (داده‌های ارزیابی)

MSE	RMSE	NMSE	R ^۲	MAE	MAPE	سناریوها	گردشگری فرهنگی
۱/۷۲E-۰۵	۴/۹۶E-۰۵	۰/۰۰۰۱۹۳	۵E-۰۵	۳/۵۲E-۰۵	۰/۰۰۳۵۳	رگرسیون	
۱/۴۶E-۰۵	۴/۵۴E-۰۵	۰/۰۰۰۱۶۴	۱/۱۲E-۰۵	۳/۲۶E-۰۵	۰/۰۰۳۲۶۱	رویکرد شبکه‌های عصبی فازی (ANFIS)	
۰/۰۰۲۴۷۷	۰/۰۰۰۵۹۵	۰/۰۲۷۷۶۴	۰/۰۲۷۶۲۱	۰/۰۰۰۴۸۵	۰/۰۴۸۵۲۹	الگوریتم SVR	
۱/E۴۳-۰۵	۴/E۵۳-۰۵	۰/۰۰۰۱۶۱	۱/۷۸E-۰۵	۳/۰۶E-۰۵	۰/۰۰۳۰۶۴	رویکرد ترکیبی رگرسیون و الگوریتم SVR	
۱/۲۶E-۰۵	۴/۲۴E-۰۵	۰۰۰۱۴۱/۰	۱/۷۷E-۰۶	۳/۱۸E-۰۵	۰/۰۰۳۱۸۳	رویکرد ترکیبی رگرسیون و شبکه‌های عصبی فازی (ANFIS)	

و خروجی نهایی این پژوهش برای گردشگری فرهنگی داخلی شهر تهران به قرار ذیل است:

گردشگری فرهنگی

شاخص بهای هتل و رستوران در تهران
درآمد سرانه به قیمت‌های جاری (هزار ریال)
قیمت متوسط تور خارجی (استانبول ۳ ستاره) (ریال)
تعطیلات رسمی (تعداد روزها)
قیمت متوسط هتل‌های داخلی (متوسط شیراز، اصفهان سه ستاره T ریال)
متوسط نرخ هتل در تهران هر نفر (ریال)
ماه رمضان
نرخ ارز آزاد (ریال)

متغیرهای تابع تقاضا

رویکرد ترکیبی رگرسیون و شبکه‌های عصبی فازی (ANFIS)

روش پیش‌بینی موثر

نمودار ۴. خروجی نهایی این پژوهش برای گردشگری فرهنگی داخلی شهر تهران

بنابراین مشخص شد که بهتر است برای پیش‌بینی دقیق‌تر و مناسب‌تر تقاضای گردشگری فرهنگی شهر تهران از شاخص‌های بهای هتل و رستوران، درآمد سرانه به قیمت جاری، تعداد روزهای تعطیلات رسمی، متوسط قیمت هتل‌های داخلی، متوسط نرخ هتل در تهران، نرخ ارز آزاد، و رویکرد ترکیبی رگرسیون و شبکه‌های عصبی فازی استفاده کرد.

بحث و نتیجه‌گیری

در این پژوهش، عوامل مؤثر بر تقاضای گردشگری فرهنگی داخلی شهر تهران، که با استفاده از روش دلفی فازی و تکنیک دیماتل فازی با استفاده از نظر خبرگان شناسایی شدند، عبارت‌اند از: عوامل اقتصادی (درآمد و ثروت افراد)، قیمت خدمات و هزینه زندگی در مقصد، قیمت تأسیسات اقامتی، تعداد تعطیلات رسمی، قیمت محصولات جایگزین (سفر خارجی)، و قیمت محصولات جایگزین (سفر داخلی). سپس، مدل ترکیبی و مجزای پیش‌بینی تقاضای گردشگری فرهنگی داخلی شهر تهران با استفاده از شبکه عصبی فازی، رگرسیون و الگوریتم SVR طراحی شد و از لحاظ معیارهای عملکرد (R^2 , MAPE, MAE, NMSE, RMSE, MSE) با هم مقایسه شدند و نتیجه حاصل نشان داد که رویکرد ترکیبی رگرسیون و شبکه‌های عصبی فازی (ANFIS) دارای کمترین خطا در مقایسه با سایر روش‌ها در خصوص پیش‌بینی گردشگری فرهنگی است.

پیشنهادهای

برای آزمون یا تثبیت نتایج این پژوهش و کمک به محققان علاقه‌مند به موضوعات پیش‌بینی در حوزه گردشگری، پیشنهادهایی منتج از این مطالعه در ذیل ارائه می‌شوند.

۱. با توجه به اینکه برخلاف بسیاری از بازارهای مهم، بازار گردشگری داخلی از عرصه روش‌های نوین پیش‌بینی به دور مانده و پیش‌بینی درست تقاضای گردشگری داخلی تأثیرات مهمی در سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی‌های اقتصادی دارد، به‌کارگیری و توسعه روش‌های نوین پیش‌بینی در حوزه گردشگری داخلی و فراهم آوردن امکان پیش‌بینی دقیق‌تر متغیرهای گردشگری داخلی، به‌طوری‌که تا حد امکان داده‌های گم‌شده کمتری داشته باشیم، برای برنامه‌ریزی و تصمیم‌گیری‌های آتی پیشنهاد می‌شود.

۲. در پژوهش‌های آتی، چنانچه پیش‌بینی گردشگری ورودی به شهر تهران از تنها یک شهر یا استان، برای مثال شهری یا استانی که بیشترین میزان ورودی گردشگری را به شهر تهران دارد، انجام شود قابلیت کاربردی پژوهش افزایش خواهد یافت.

۳. این مدل محض نیست و می‌تواند برای پیش‌بینی موضوعات مختلف در حوزه گردشگری کاربرد داشته باشد. موضوعاتی از قبیل پیش‌بینی فروش و رفتار مصرف‌کننده، پیش‌بینی تقاضا برای مراکز اقامتی و یا جاذبه‌های گردشگری، پیش‌بینی میزان مصرف منابع ورودی صنعت گردشگری همچون مواد غذایی رستوران‌ها یا حامل‌های انرژی برای جاذبه‌ها و مراکز اقامتی.

منابع و مأخذ

اسلامی کولایی، سعید و نادر حساسی (۱۳۹۵). پیش‌بینی تقاضای گردشگری به ایران با رویکرد شبکه‌های عصبی فازی، چهارمین کنفرانس ملی کارآفرینی و مدیریت کسب‌وکارهای دانش‌بنیان.

اکبریور، تقی (۱۳۹۰). پیش‌بینی تقاضای گردشگری ورودی ایران (رویکرد شبکه‌های عصبی - فازی). پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی. الیاس‌پور، بهنام و مهدی نصرالله (۱۳۸۵). برآورد تابع تقاضای گردشگری خارجی در ایران. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم اقتصادی و سیاسی، دانشگاه شهید بهشتی. اینسکیپ، ادوارد (۱۳۹۲). برنامه‌ریزی گردشگری رویکردی یکپارچه و پایدار به برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری. ترجمه محمود حسن‌پور و سعید داغستانی. تهران: مه‌کامه.

خسروآبادی، محمد (۱۳۸۵). تخمین تابع تقاضای گردشگری خارجی ایران طی دوره ۱۳۸۳-۱۳۴۴ و ارائه استراتژی‌های گسترش صنعت گردشگری ایران (با استفاده از استراتژی‌های توسعه گردشگری در مالزی، سنگاپور و مصر). پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده صنایع و سیستم‌ها، دانشگاه صنعتی اصفهان.

خوشنویس یزدی، سهیلا و مریم غمایی (۱۳۹۴). «برآورد تابع تقاضای گردشگری ایران». فصلنامه پژوهشنامه اقتصاد و کسب‌وکار، شماره ۱۲: ۱۲.

رسولی، اسماعیل (۱۳۸۱). تخمین تابع تقاضای گردشگری ورودی به ایران. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده اقتصاد، دانشگاه علامه طباطبائی.

زارع اشکذری، سید محمد، محسن سقایی، میر نجف موسوی و رضا مختاری ملک آبادی (۱۳۹۴). «عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری فرهنگی با رویکرد جذب گردشگران خارجی در ایران مرکزی، مورد مطالعه: شهر یزد». فصلنامه جغرافیا و آمایش شهری. منطقه‌ای، شماره ۱۷: ۱۸۹۲۰۸.

صفایی، شهاب‌الدین (۱۳۸۶). برآورد تابع تقاضای گردشگری ایران با استفاده از داده‌های سال‌های ۱۳۸۴-۱۳۵۹. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم اجتماعی، گروه اقتصاد، دانشگاه رازی.

عبدی آلودرگه، ابراهیم (۱۳۸۲). پیش‌بینی تقاضای گردشگری خارجی با استفاده از شبکه عصبی و رگرسیون فازی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده صنایع و سیستم‌ها، دانشگاه صنعتی اصفهان. غلامی‌پور، لیلا (۱۳۹۰). تخمین تابع تقاضای گردشگری در استان‌های منتخب. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز.

فهیمی فرد، محمد، ماشالله سالارپور و محمود صبوچی (۱۳۹۰). «مقایسه توان پیش‌بینی مدل عصبی - فازی با مدل شبکه عصبی و خود رگرسیونی ARIMA، مطالعه موردی قیمت هفتگی

- تخم مرغ». فصلنامه اقتصاد کشاورزی و توسعه، شماره ۷۴: ۱۳۸۱۴۵.
- کاوه‌نایان، نسترن (۱۳۸۱). برآورد تابع تقاضای گردشگری بین‌المللی ایران طی سال‌های ۷۵-۱۳۵۰. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم اقتصادی و سیاسی، دانشگاه شهید بهشتی.
- منهاج، محمدباقر، عالیه کاظمی، حامد شکوری گنجوی، محمدرضا مهرگان و محمدرضا تقی‌زاده (۱۳۸۹). «پیش‌بینی تقاضای انرژی بخش حمل‌ونقل با استفاده از شبکه‌های عصبی: مطالعه موردی در ایران». فصلنامه مدرس علوم انسانی، شماره ۲: ۲۰۳-۲۲۰.
- موسایی، میثم (۱۳۸۳). «تخمین تابع تقاضای توریسم به ایران». فصلنامه تحقیق‌نامه بازرگانی، شماره ۲۳: ۲۲۵-۲۴۴.
- نوری، مهناز (۱۳۷۵). برآورد تابع تقاضای گردشگری در ایران ۷۲-۱۳۴۸. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم اقتصادی و اجتماعی، دانشگاه الزهرا.
- AkIn, M. (2015). 'A novel approach to model selection in tourism demand modeling'. **Tourism Management**, 48, 64-72.
- Arbel, A. & Revid, A. (2001). 'On recreation demand: A time series approach'. **Journal of Applied Economics**, 22(3/4), 7-20.
- Athanasopoulos, G., & Hyndman, R. J. (2008). 'Modelling and forecasting Australian domestic tourism'. **Tourism Management**, 29(1), 19-31.
- Can, V. (2013). **Modeling tourism demand, travel mode choice and destination loyalty**. a dissertation for the degree of Philosophies Doctor, Faculty of Biosciences, Fisheries and Economics, Troms University Business School.
- Chang, P.T. (1998). 'The fuzzy Delphi method via fuzzy statistics and membership function fitting and application to the human resources'. **Fuzzy Sets and Systems**, 112(3), 511-520.
- Chen, K. Y. (2011). 'Combining linear and nonlinear model in forecasting tourism demand'. **Expert Systems with Applications**, 38(8), 10368-10376.
- Chen, K. Y. & Wang, C.H. (2007). 'Support vector regression with genetic algorithms in forecasting tourism demand'. **Tourism Management**, 28, 215-216.
- Cheng, C.H. & Lin, Y. (2002). 'Evaluating the best main battle tank using fuzzy decision theory with linguistic criteria evaluation European'. **Journal of Operational Research**, 142, 147-186.
- Cho, V. (2003). 'A comparison of three different approaches to tourist arrival forecasting'. **Tourism Management**, 24, 323-330.

- Claveria, O. & Torra, A. (2014). 'Forecasting Tourism Demand to Catalonia: Neural Networks vs'. **Time Series Models, Economic Modeling**, 36, 220–228.
- Diamond, J. (2000). **Tourism role in economics development**, the case Re-examines economic development.
- Hamal, K. (2007). 'Modeling domestic holiday tourism demand in Australia: problems and solutions'. **Asia Pacific Journal of Tourism Research**, 1 (2), 35–46.
- Jaume, R. & Aon, W. (2015). 'The Use of Tourism Demand Models in the Estimation of the Impact of Climate Change on Tourism'. **Revista Turismo em Análise**, 26(1), 4–20.
- Jiao, E. X., & Chen, J. L. (2018). 'Tourism forecasting: A review of methodological developments over the last decade'. **Tourism Economics**, 25(3), 469–492.
- Köberl, J., Prettenhaler, F., & Bird, D. N. (2016). Modelling climate change impacts on tourism demand: A comparative study from Sardinia (Italy) and Cap Bon (Tunisia). **Science of the Total Environment**, 543, 1039–1053.
- Law, R. & Au, N. (1999). 'A Neural network model to forecast Japanese demand for travel to Hong Kong'. **Tourism Management**, 20, 89–97.
- Li, G. & Jiao, X. (2020). **Tourism forecasting research: a perspective paper, Tourism Review**. University of Surrey, Guildford, UK.
- Makridakis, S. & Hibon, M. (2000). 'The M3-competition: Results, conclusions and implications'. **International Journal of Forecasting**, 16, 451–476.
- Massidda, C. & Etzo, I. (2012). 'The Determinants of Italian Domestic Tourism: A Panel Data Analysis'. **Journal of Tourism Management**, 33(3), 415–423.
- McKercher, B. & du Cros, H. (2002). **Cultural Tourism: The Partnership between Tourism and Cultural Heritage Management**. Hayworth Hospitality Press, New York.
- Pai, P. F., Hong, W. C., Chang, P. T., & Chen, C. T. (2006). 'The application of support vector machines to forecast tourist arrivals in Barbados: an empirical study'. **International Journal of Management**, 23, 375–385.
- Palmer, A., Jose, M. & Sese, A. (2006). 'Designing an artificial neural network for forecasting tourism time series'. **Tourism Management**, 27, 781–790.
- Patuelli, R., Mussoni, M. & Candela, G. (2013). 'The Effects of World Heritage Sites on Domestic Tourism: A Spatial Interaction Model for Italy'. **The Rimini Centre for**

- Economic Analysis journal**, 11, 189–213.
- Raj, R. (2012). **Contemporary cultural issues and policies for the region**, Palermo Business Review 6 Special Issue, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad de Palermo, Buenos Aires, Argentina. Retrieved from: <http://www.palermo.edu>
- Rapoport, A. (1992). **House Form and Culture**. Prentice-Hall, New Jersey.
- Romilly, P., Liu, X. & Song, H. (2009). 'Economic and social determinant of international Tourism spending: A panel data analysis'. **Tourism analysis**, 3(1), 3–16.
- Rostamzadeh, R., & Sofian, S. (2011). 'Prioritizing effective 7 Ms to improve production systems performance using fuzzy AHP and fuzzy Topsis(case study)'. **Expert system with Applications**, 38, 5166–5177.
- Shen, S., Li, G., & Song, H. (2011). 'Combination forecasts of international tourism demand'. **Annals of Tourism Research**, 38, 72–89.
- Smola, J. (1998). Learning with Kernels. PhD thesis, Technische Universit" at Berlin. GMD Research Series No. 25.
- Song, H., & Turner, L. (2006). 'Tourism demand forecasting'. In L. Dwyer, & P. Forsyth (Eds.), **International handbook on the economics of tourism**. Cheltenham: Edward Elgar.
- Song, H., Qiu, R. T., & Park, J. (2019). 'A review of research on tourism demand forecasting'. **Annals of Tourism Research**, 75, 338–362.
- Vapnik, V. (1995). **The Nature of Statistical Learning Theory**. Springer-Verlag, New York.
- Vetitnev, A., Kopyirin, A., & Kiseleva, A. (2015). 'System dynamics modeling and forecasting health tourism demand: the case of Russian resorts'. **Current Issues in Tourism**, 19(7), 618–623.
- Weng, G., & Li, L. (2015). 'Study of Tourism Forecasting Based on a Seasonally Adjusted Particle Swarm Optimization-Support Vector Regression Model'. **Journal of Information & Computational Science**, 12(7), 2747–2757.
- Xiao, H., & Li, L. (2004). Villagers' perceptions of traditions: some observations on the development of rural cultural tourism in China. **Tourism Recreation Research**, 29(2), 69–80.
- Yang, y., Liu, Z., & Qi, Q. (2014). 'Domestic tourism demand of urban and rural residents in China: Does relative income matter?'. **Journal of Tourism Management**, 40, 193–202.
- Yepremian, G. (2005). 'Forecasting Tourism Demand in Japon'. **International Journal of Forecasting**, 12, 447–475.

تحلیل توسعه نقش زنان در جهت ارتقای شغلی با تأکید بر سیاست‌گذاری فرهنگی در سازمان تأمین اجتماعی

• سمیه فجری^۱

چکیده

یکی از معیارهای توسعه یافتگی جوامع در قرن ۲۱ توسعه فرهنگی آن است که زیربنای سایر شاخه‌های توسعه محسوب می‌شود. یکی از معیارهای توسعه فرهنگی اهمیت و ارزشی است که زنان در آن کشور دارا هستند. هدف این مقاله تحلیل توسعه نقش زنان جهت ارتقای شغلی در سازمان تأمین اجتماعی شهر تهران است. جامعه آماری پژوهش مدیران و کارشناسان ارشد زن در حوزه مرتبط مدیریتی سازمان تأمین اجتماعی است که به کمک روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای و جدول کوکران، ۱۴۰ نفر از مدیران و کارشناسان انتخاب شدند. روش پژوهش توصیفی - پیمایشی است و ابزار گردآوری اطلاعات پرسش‌نامه محقق ساخته است که شامل سه متغیر و ۲۵ پرسش است. یافته‌های پژوهش با استفاده از آزمون همبستگی و رگرسیون نشان داد که بر مبنای سیاست‌گذاری فرهنگی توسعه نقش زنان جهت ارتقای سازمانی با تقویت سه متغیر نگرش‌های شخصی زنان، فرهنگ خانوادگی، و بهبود شرایط اجتماعی تأیید می‌شود.

واژگان کلیدی

ارتقای شغلی زنان، نگرش‌های شخصی، فرهنگ خانوادگی، شرایط اجتماعی.

مقدمه

امروزه نقش زنان در توسعه جوامع به شدت مورد توجه قرار گرفته است (Kattara, 2011). پژوهش‌ها نشان می‌دهد در ایران حضور زنان در بخش مشارکت اقتصادی و آموزش در دهه‌های گذشته بهبود نسبی یافته است. زنان ایرانی، به‌رغم محدودیت‌های اجتماعی و فرهنگی، از نقش‌های گذشته خود فاصله گرفته‌اند و تمایل بیشتری به مشارکت اجتماعی و سیاسی و آموزشی از خود نشان داده‌اند و بر شمار زنانی که در جست‌وجوی مناصب مدیریتی و رده‌بالای سازمان هستند افزوده شده است؛ اما هنوز هم نسبت حضور زنان شاغل در رده‌های بالای سازمان محدود و کم است (نصیری، ۱۳۹۳). طی بیست سال اخیر، نرخ مشارکت زنان ۷۶ درصد افزایش یافته و همچنین تعداد زنان دارای تحصیلات دانشگاهی در همین دوره ۱۲ برابر شده است. با این حال همچنان فاصله وضعیت مشارکت زنان در ایران با سایر کشورها و نرخ جهانی زیاد است. نرخ مشارکت زنان از سال ۱۳۷۵ تا ۱۳۹۷ روند صعودی داشته و از ۹/۱ درصد در سال ۱۳۷۵ به ۱۶/۴ درصد در دهه ۸۰ رسیده است؛ اما این نرخ در سال ۱۳۹۰ به ۱۲/۶ درصد و در سال ۱۳۹۷ به عدد ۱۶/۱ رسید که عقب‌گرد محسوب می‌شود. با توجه به این موضوع، در مقایسه با مقیاس‌های جهانی، نرخ مشارکت زنان در سال ۲۰۱۸ در کشورهای توسعه‌یافته‌ای مثل ژاپن، نروژ و کانادا حدود ۵۰ تا ۶۰ درصد و در ترکیه ۳۳/۵ درصد است، در حالی که در ایران این عدد ۱۶/۸ درصد برآورد شده است. بنابر گزارش جهانی، شاخص شکاف جنسیتی کشور ایران در سال ۲۰۱۸ در بین ۱۴۹ کشور در رتبه ۱۴۲ قرار دارد (مرکز آمار و اطلاعات راهبردی وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی، ۱۳۹۸). این موضوع بیانگر این است که در زمینه‌های متنوع رهبری با مردان شناسایی می‌شود حتی اگر زنان نقش‌ها را رهبرانه و مسئولانه پیش ببرند. این گرایش عمومی وجود دارد که مردان بهتر عمل می‌کنند و رهبری مفهومی جنسیتی محسوب می‌شود (کلمن، ۱۳۹۰). قاعده کلی که تقریباً در همه جا وجود دارد این است که «آنجا که قدرت است زنان نیستند» (بیانیان، ۱۳۹۰).

توجه به مشارکت زنان در ابعاد مختلف اجتماعی، سیاسی و اقتصادی باعث می‌شود آنان پایگاه اجتماعی بالاتری را کسب کنند و در تصمیم‌گیری‌های مربوط به سرنوشت خود و نهایتاً کشورشان مؤثر واقع شوند؛ به عبارتی، اگر از توانایی‌ها و استعدادهای زنان درست استفاده شود، این امر می‌تواند بر توسعه‌یافتگی جوامع تأثیرگذار باشد. در حقیقت، مشارکت جدی زنان کلید رشد و ترقی کشورها محسوب می‌شود. جامعه‌شناسان معتقدند زنان به‌عنوان جمعیت فعال کشور تأثیری مستقیم بر پیشرفت و توسعه همه‌جانبه جامعه دارند و نابرابری جنسیتی و تبعیض میان زن و مرد به مانعی جدی بر سر راه پیشرفت بشر تبدیل شده و باعث به حاشیه راندن فیزیکی و اجتماعی زنان و ممانعت از رشد و ترقی آن‌ها در جامعه یا

در مشاغل سازمانی شده که گاهی ریشه آن را می‌توان در مسائل فرهنگی موجود در جامعه و وجود مفاهیمی چون دنیای شیشه‌ای، سقف شیشه‌ای و صخره شیشه‌ای جست‌وجو کرد. اگرچه تحصیل در دانشگاه‌ها و مشکلات اقتصادی باعث شده زنان وارد بازار کار شوند و حضور خود را در عرصه‌های مختلف فرهنگی و اقتصادی و... نسبت به گذشته بیشتر نشان دهند، اما این قشر هنوز هم در حوزه زندگی سازمانی خود با تبعیض‌ها و نابرابری‌هایی مواجه هستند و به ندرت در حوزه‌های عالی و مدیریتی به خصوص در سازمان‌های دولتی پیشرفت داشته‌اند و از برابری در کسب جایگاه‌های بالای سازمان برخوردار نیستند و تعداد کمتری نیز به بالاترین مناصب دست پیدا می‌کنند و حتی گاهی دستیابی آنان به درجه‌های عالی دست‌نیافتنی انگاشته می‌شود؛ زیرا تصور غالب این است که آنان باید در حاشیه باشند و هرگز نباید در رأس و در فعالیت‌های مدیریتی یا سیاست‌گذاری و... قرار گیرند (قادرزاده و رضا زاده، ۱۳۹۸). با توجه به اینکه فرهنگ و باورهای موجود در سازمان‌ها و جوامع می‌توانند نقش تأثیرگذاری در ابعاد مختلف توسعه نقش زنان در جامعه داشته باشند، در این مقاله پژوهشگر به دنبال این است که راهبردهای فرهنگی‌ای را که می‌توانند بر توسعه نقش زنان در جامعه و شکستن دنیای شیشه‌ای تأثیرگذار باشند بررسی و تحلیل کند. بنابراین پرسش اصلی این مقاله این است که، بر مبنای سیاست‌گذاری فرهنگی، چه عواملی می‌توانند بر توسعه نقش زنان به منظور ارتقای شغلی در رده‌های عالی سازمان تأمین اجتماعی شهر تهران مؤثر باشند.

پیشینه پژوهش

مردآور (۱۳۹۴) در پژوهش خود به موانع عمده ارتقای زنان اشاره کرده است که عبارت‌اند از: محدودیت‌های خانوادگی، نامساعد بودن شرایط جامعه، عدم تمکین از مافوق زن، تضاد کار و خانواده، کلیشه‌ها، عدم اخذ بازخورد از زنان، ارزش‌گذاری به کار زنان، سبک مدیریت، شبکه‌های استخدامی سنتی، تعصب‌های موجود در استخدام و پیشرفت زنان، تقویت نشدن قانون فرصت برابر، نداشتن تحصیلات کافی برای دستیابی به پست‌های مدیریتی، انگاشته شدن مدیریت زنان به سان تهدیدی مستقیم برای فرصت‌های پیشرفت مردان.

رفعت‌جاه و قربانی (۱۳۹۰)، در مقاله‌ای با عنوان «تأثیر سرمایه اجتماعی بر ارتقای شغلی زنان»، بیان می‌دارند که نگاه جنسیتی کلیشه‌ای در جامعه و فرهنگ زنان را از حضور فعالانه در صحنه‌های مختلف جامعه باز می‌دارد و سبب می‌شود سرمایه اجتماعی زنان (اعتماد، مشارکت، و روابط اجتماعی) کاهش یابد و از لحاظ ساختاری نیز باعث ایجاد ارتباط غیررسمی پایین‌تر آن‌ها با افراد در اجتماع می‌شود.

نعمی و نظری (۱۳۹۱) به فقدان تنوع مشاغل قابل دسترس و نبود امکان تحرک شغلی برای زنان اشاره دارند. به باور آنان، عدم حضور زنان در پست‌های مدیریتی به‌خاطر ناتوانی و بی‌علاقگی‌شان نیست، بلکه به‌واسطه عوامل فرهنگی است که سال‌ها جامعه مردسالار به زنان تحمیل کرده است.

به باور چایچی ملتشاهی (۱۳۸۸)، عوامل فرهنگی بیشترین اولویت و عامل فردی کمترین اولویت را در میان موانع اشتغال زنان دارند. در میان ابعاد عامل فردی، نخست مسئولیت‌های خانوادگی و سپس، مهارت‌های فنی و انسانی و مدیریتی در عدم ارتقای شغلی زنان اثرگذارند. در میان ابعاد عامل سازمانی، فرهنگ سازمانی تأثیر بیشتری بر عدم ارتقای زنان دارد. در میان ابعاد عامل فرهنگی نیز، باورهای فرهنگی در رتبه اول تأثیرگذاری و جامعه‌پذیری جنسیتی در رتبه بعدی قرار دارند.

برکمولر، ریان و رینک^۱ (۲۰۱۴) سبک رهبری، نگاه‌های جنسیتی و سقف شیشه‌ای را موانع ارتقای شغلی بانوان می‌دانند.

راس اسمیت و هوپاتز^۲ (۲۰۱۰) در پژوهشی به بررسی تأثیر جنسیت بر مدیریت پرداختند و به این نتیجه رسیدند که جنسیت تأثیری بر توانایی مدیریتی ندارد، بلکه این نگرش و فرهنگ است که مانع حضور زنان در پست‌های مدیریتی شده است.

براش و هیسریچ^۳ (۲۰۰۲) درمورد موانع تحرک اجتماعی مدیران زن نشان داد که فقدان یا محدودیت شبکه ارتباطات، ترس از کارهای غیرزنانه، اعتماد به نفس پایین، کمبود امکانات آموزشی، تبعیض جنسیتی و فقدان فرصت‌های ارتقا برای زنان از اصلی‌ترین موانع حضور زنان در پست‌های مدیریتی هستند.

مبانی نظری پژوهش

از دیدگاه علم سیاست‌گذاری، سیاست فرهنگی مقوله‌ای است که اهمیت راهبردی دارد و بر تمام زمینه‌های توسعه تأثیرگذار است (اشتریان، ۱۳۸۱). سیاست فرهنگی به معنای همگرا کردن اقدام‌های جمعی برای تحقق اهداف معین و برنامه‌ریزی به‌منظور استفاده از منابع است. برای تدوین سیاست فرهنگی متناسب با دیدگاه‌های اجتماعی راهبردهای متنوعی وجود دارد؛ راهبرد نخبه‌گرا (که بر حفظ هویت ملی از طریق توجه به میراث فرهنگی و احیای گذشته تاریخی تأکید دارد)؛ راهبرد توسعه‌ای (که بر هماهنگی و

1. Bruckmuller, Ryan, & Rink

2. Roos-smith & Huppatz

3. Brush & Hisrich

پیوند بین فرهنگ و سایر بخش‌ها تأکید دارد؛ و راهبرد کثرت‌گرا (که بر حقوق فرهنگی، خود فرد، و گروه‌های ویژه که در معرض سلطه فرهنگی هستند مثل زنان یا اقلیت‌های قومی و دینی تأکید دارد) (همایون، ۱۳۸۷). با توجه به اینکه مقاله پیش رو بر توسعه نقش زنان برای ارتقای شغلی در سازمان تأمین اجتماعی متمرکز است، بنابراین بر مبنای راهبرد کثرت‌گرا (که پیش‌تر تعریف شد) مبنای پژوهش شکل می‌گیرد. در این زمینه رویکردهایی نیز وجود دارد که به بررسی نقش زن در توسعه جامعه کمک می‌کنند که باید به آن‌ها توجه شود.

از ابتدای صنعتی شدن جوامع، جامعه‌شناسان درباره نقش زنان در اداره امور جامعه و توسعه آن رویکردهای متفاوتی داشته‌اند. برخی از این رویکردها بر مبنای نیاز جامعه جدید صنعتی به نیروی کار و استفاده از کل نیروی انسانی جامعه، برخی دیگر از رویکردها بر مبنای لزوم تساوی زن و مرد و همچنین تساوی حقوق فردی آن‌ها، و برخی دیگر برای مدیریت مطلوب‌تر نیروی انسانی متناسب با شرایط و نیازهای مختلف و متنوع جامعه شکل گرفته‌اند. در کشورهای توسعه‌یافته، با توجه به کاهش رشد جمعیت و رقابت در تولید، جامعه مجبور به استفاده از نیروی کار زنان شد. تمام زنان در این جوامع می‌دانند که باید شغلی داشته باشند و جامعه نیز باید زمینه اشتغال آنان را فراهم کند. ولی در کشور در حال توسعه‌ای مثل ایران زمینه اشتغال نه تنها برای همه مردان فراهم نیست، بلکه زنان هم که در مرتبه دوم قرار می‌گیرند با این مشکل مواجه هستند. رویکردهایی که بر این مبنا شکل می‌گیرند عبارت‌اند از:

۱. رویکرد مذهبی (توسعه انسانی)

براساس این رویکرد، توسعه عاملی برای بهینه‌سازی کیفی سطح زندگی معرفی شده است. زنان در این رویکرد حتی اگر در نظام تولید صنعتی شرکت نداشته باشند، یعنی در بازار کار شغلی نداشته باشند، باز هم در روند توسعه نقش اساسی ایفا می‌کنند. آن‌ها با تربیت نیروی کار و فراهم کردن محیط آرام در منزل شرایط مناسب کاری را برای مردان فراهم می‌کنند. در این رویکرد از زنان به عنوان مهم‌ترین عامل توسعه انسانی یاد شده است. توسعه انسانی با توسعه فرهنگی، اقتصادی و صنعتی هم‌ارزش در نظر گرفته شده است. در این رویکرد حفظ نقش سنتی زنان مورد تأکید است. البته در شرایط اقتصادی فعلی، حفظ حقوق زن به خصوص در شهرهای بزرگ اهمیت دارد و او را از این نقش سنتی خارج می‌کند. این رویکرد بیشتر در جوامع مذهبی از جمله ایران اهمیت زیادی دارد که در درجه اول به نقش مادربودن زن تأکید دارند.

۲. رویکرد فمینیستی

فمینیست با اندیشه دفاع از حقوق زنان به وجود آمد و از همان ابتدا تمام تلاش خود را برای آگاهی زنان از حقوقشان انجام داد. فمینیست‌ها یکی از دلایل در حاشیه قرار گرفتن زنان را ماندن آن‌ها در خانه و عدم شرکتشان در فعالیت‌های اجتماعی می‌دانند. به باور آن‌ها، همه زنان باید در فعالیت‌های اجتماعی و روند توسعه مشارکت داشته باشند و مستقل و شاغل باشند. جامعه باید برای زنانی که تمایل به کار دارند شرایط لازم را مهیا کند. نظریه فمینیسم سعی دارد جهان واقعیت را از زاویه دید زنان نگاه کند و در تحلیل‌های خود به بررسی موضوعاتی مثل روابط میان افراد و ساختارهای اجتماعی، تجارب روزمره زنان و ساختار جامعه‌ای که در آن زندگی می‌کنند، سلطه مردان بر روابط متقابل شخصی و شیوه‌های نهادی شدن این سلطه در جامعه می‌پردازد. فمینیست‌ها در مورد حقوق زنان بحث می‌کنند و به شدت با عقاید گروه اول مخالف‌اند. رویکرد فمینیسم شامل سه موج است که از سال ۱۸۳۰ تا کنون را دربرمی‌گیرد. موج اول (۱۸۵۰-۱۹۲۰) کوششی برای حق رأی و شنیده شدن صدای زنان بود؛ موج دوم (۱۹۲۰-۱۹۸۰) به دو واژه جنس و جنسیت پرداخت. بر این اساس، جنسیت بر مبنای فرهنگ شکل می‌گرفت. موج سوم نیز از سال ۱۹۸۰ تا کنون است. برخی از دیدگاه‌هایی که در این موج‌ها قرار دارند شامل لیبرال فمینیسم، مارکسیسم فمینیسم، رادیکال فمینیسم، سوسیال فمینیسم، و پست مدرن فمینیسم هستند (پیشگاهی فرد و قدسی، ۱۳۸۹).

۳. رویکرد عدالت جنسیتی

طرفداران این رویکرد معتقدند زنان امروزی به اندازه مردان توانایی دارند و بی‌توجهی و عدم به کارگیری این سرمایه انسانی سبب بروز ناهنجاری‌های اجتماعی، بحران‌ها و به طور کلی ایجاد ناامنی سیاسی و اجتماعی می‌شود. توسعه دانایی ایجاب می‌کند که جامعه از سرمایه انسانی زنان برخوردار شود. بنابراین در برنامه‌های توسعه و همچنین در برنامه ریزی‌های سازمانی باید تبعیض‌ها کنار گذاشته شوند و فرصت‌های برابر اشتغال و ارتقا برای زنان نیز فراهم شود. این امر با شناسایی موانع توسعه زنان در سازمان ممکن خواهد بود و عدالت اجتماعی و انسانی در تمام بخش‌های اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی و سیاسی ایجاد می‌شود. در واقع، رعایت انصاف و عدالت ایجاب می‌کند که زنان نیز در فرایند سیاست‌گذاری، تصمیم‌سازی و تصمیم‌گیری مشارکت کنند و با تصویب قوانین از حقوق کامل برخوردار باشند (شاطری، ۱۳۹۰).

عوامل توسعه نقش زنان در احراز پست‌های مدیریتی سازمان

برای تدوین برنامه‌های فرهنگی مطلوب در زمینه توسعه نقش زنان در اشتغال و کسب جایگاه‌های مدیریتی سازمان لازم است عواملی را که در این زمینه وجود دارند بررسی کنیم. البته این عوامل نقشی چالشی دارند و بود یا نبود آن‌ها می‌تواند به عنوان نقطه مثبت یا منفی در توسعه نقش زنان برای ارتقای شغلی در نظر گرفته شود.

الف) نابرابری در اشتغال: معمولاً زن‌ها تمایل دارند ازدواج کنند و بچه‌دار شوند. از عوامل عمده‌ای که می‌تواند بر زندگی شغلی زنان تأثیر بگذارد ادراک مردانه‌ای است که برای کارمندان زن وجود دارد. از دید مردان، کار در مرتبه دوم بعد از بچه‌دار شدن برای زنان قرار می‌گیرد (گیدنز، ۱۳۸۱).

زنان بیشتر نیمه‌وقت کار می‌کنند؛ درحالی‌که شمار زیادی از مردان کار تمام‌وقت دارند. در نتیجه اگر حتی زنان از شرایط برابری همانند مردان برخوردار باشند، حمایت‌های قانونی اشتغال برای آن‌ها برابر نخواهد بود. این گروه از زنان نه تنها از مزایای شغلی بی‌بهره‌اند و استثمار می‌شوند، بلکه در رده‌های سرپرستی نیز قرار نمی‌گیرند و احتمال ترفیع شغلی هم برای آنان وجود ندارد و همواره در رده‌های پایین شغلی هستند (آبوت و والاس، ۱۳۷۶). زنانی که از نظر اقتصادی موفق هستند باید خود را با دنیایی هماهنگ کنند که هیچ احساس تعلقی به آن ندارند؛ اما در درازمدت اثری تعدیل‌کننده بر نظام ارزشی مردانه می‌توانند داشته باشند.

ب) تعادل بین کار و زندگی: زنان براساس وظایفی که به عنوان همسر و مادر به عهده دارند و همچنین وظایف و مسئولیت‌های شغلی باید بتوانند بین کار و زندگی تعادل برقرار کنند، در غیر این صورت همین موضوع می‌تواند مانعی برای دستیابی به شغل یا حتی ارتقای سازمانی باشد.

ج) تحرک شغلی زنان: تحرک شغلی صورت عمودی، افقی، درون نسلی و... دارد. تحرک عمودی به معنای تحرک به سمت بالا یا پایین نردبان است. افراد ثروتمند یا صاحب پایگاه اجتماعی بالا تحرک شغلی صعودی دارند؛ درحالی‌که افرادی که در جهت عکس آن قرار دارند تحرک نزولی دارند (گیدنز، ۱۳۸۱). تحرک صعودی در مردان بیشتر از زنان است. گاهی زنان به خاطر مسئولیت خانواده و تولد و تربیت فرزندان باید کار را رها کنند و وقتی مجدد به کار برمی‌گردند دچار تنزل شغلی می‌شوند (چایچی ملتشاهی، ۱۳۸۸). این موضوع با عنوان تعلیق بودن در شغل نیز مورد توجه قرار می‌گیرد؛ زیرا به علت مسائل موجود در این زمینه باید به وظایف و مسئولیت‌های اولیه خود، که حفظ کانون خانواده است، بپردازند و بنابراین ممکن است فرصتی برای ارتقای شغلی یا کسب جایگاه مطلوب در سازمان به دست نیاورند.

د) سقف شیشه‌ای^۱: ناکامی زنان در دست‌یابی به سطوح عالی سازمان یا ارتقای شغلی را در اصطلاح «سقف شیشه‌ای» می‌گویند. به عبارت دیگر، موانعی تبعیض‌آمیز در راه تلاش خود برای دست‌یابی به سطوح عالی مدیریتی در سازمان‌ها مشاهده می‌کنند. این موانع می‌توانند واقعی یا ادراکی باشند و در بخش دولتی یا بخش خصوصی بروز کنند (نظیری، ۱۳۹۲). نظیری (۱۳۹۴) در مقاله خود وجود سقف شیشه‌ای را مانعی برای آرزوی پرواز زنان در نظر می‌گیرد که شامل موانع ساختگی مبتنی بر تعصبات نگرشی یا سازمانی است که موجب شکست زنان در دست‌یابی به سطوح بالای سلسله‌مراتب سازمانی می‌شوند. مرتضوی این اصطلاح را مترداف با زمین چسبناک^۲ تعبیر می‌کند. نظیری از اصلاح دیوار شیشه‌ای نیز استفاده می‌کند که به معنای بسته‌بندی زنان در مشاغل خاص است که در آن مهارت‌های ادراکی زنان توسعه نمی‌یابد و زنان نمی‌توانند به مشاغل عالی و مدیریتی دست یابند. واژه صخره شیشه‌ای^۳ نیز مانع دیگری برای زنان در سازمان‌ها محسوب می‌شود که به حاشیه‌های انتصاب زنان به مشاغل مدیریتی متزلزل و ناامن اشاره دارد که احتمال شکست و انتقاد زیاد در آن هست (ضرغامی فرد و بهبودی، ۱۳۹۳).

ه) جامعه‌پذیری: اشاره به امکانات و فرصت‌های شغلی دارد که زنان همراه و هم‌دوش مردان تلاش می‌کنند؛ اما همواره زنان در واحدهای ستادی و در کنار مدیران صفی، به جای احراز پست مدیریتی، به عنوان مشاور قرار می‌گیرند.

و) مسئولیت اجتماعی: با وجود اینکه میزان اشتغال زنان افزایش یافته است، اما میزان اشتغال آن‌ها در مشاغل مدیریتی هنوز هم محدود است که علت آن وجود تفکر قالبی در خصوص حضور زنان در مشاغل مدیریتی و مسئولیت اجتماعی آن‌هاست. اینکه آن‌ها تا چه میزان بین مسئولیت خانه و مسئولیت اجتماعی می‌توانند تمایز و تعادل قائل باشند به نوع تفکر خانواده و جامعه برمی‌گردد. برخی معتقدند اشتغال زنان در پست‌های عالی سازمانی به علت حساسیت شغلی بین مسئولیت در خانواده و اجتماع زنان تعارض نقش ایجاد می‌کند (یزدخواستی، میرزایی و فتحی، ۱۳۹۶).

ز) اعتماد به نفس یا خودباوری: این مورد به شناخت توانایی‌های فردی و ایجاد زمینه شناخت برای دیگران اشاره دارد. گاهی اعتماد به نفس پایین زنان یکی از عوامل ناکامی آن‌ها در کسب پست‌های عالی سازمانی است.

ح) باورهای سیاسی: این مورد به باور به حضور زنان در عرصه‌های سیاسی و

1. Glass Ceiling

2. Sticky Floor

3. Glass Cliff

مشروعیت دادن و توانمندسازی زنان برای تقسیم قدرت بین زن و مرد اشاره دارد تا براساس آن جامعه مدنی ایجاد شود.

ط) باورهای دینی: ارسطو زنان را موجوداتی می‌داند که جایی در سیاست ندارند. او عقیده داشت خداوند آن‌ها را فقط برای جنبه‌های پست زندگی آفریده است. در نیمه دوم قرن بیستم توجه به زنان به عنوان نیروی کار، مدیر و سیاست‌مدار هم در نظر و هم در عمل تغییر یافت، اما هنوز هم زنان حق اندکی در کسب مقام‌های عالی مدیریتی و سیاسی دارند (خزائی، ۱۳۹۰). در اسلام هم، شرکت زن در کار یا مسائل اجتماعی موجب انحطاط اخلاقی او می‌شود و هر عملی که فساد اخلاقی او را به دنبال داشته باشد در نگرش اسلامی حرام است.

ی) قوانین و مقررات: مثلاً زنان، براساس قوانین ناظر بر خانواده، نمی‌توانند بدون کسب رضایت شوهر اشتغال داشته باشند. در ماده ۱۱۱۷ قانون مدنی آمده است: «شوهر می‌تواند زن خود را از حرفه یا صنعتی که منافی مصالح خانوادگی یا حیات خود یا زن باشد منع کند». **ک) رفتارهای حمایتی:** گاهی تفکر قالبی که در سازمان وجود دارد باعث می‌شود در ارتقای زنان رفتارهای حمایتی مشاهده نشود؛ زیرا این باور وجود دارد که زنان قادر به انجام مشاغل خاصی، به‌ویژه در سطوح بالای سازمان، نیستند و در نتیجه حمایت کافی از آنان نمی‌شود. علاوه بر موارد یادشده، نگرش‌های مختلفی درباره اینکه چرا زنان زیادی در پست‌های مدیریتی به کار گرفته نمی‌شوند مطرح شده‌اند که به اختصار به آن‌ها اشاره می‌شود.

نخستین نگرش دیدگاه شخص‌گراست. این دیدگاه محدودیت ارتقای زنان را با عواملی مرتبط می‌داند که در خود زنان و اهداف مردان و زنان هستند. براساس نظریه تفاوت، تفاوت زنان و مردان در دستیابی به پست‌های مدیریتی ناشی از تفاوت علایق و انگیزه‌های آنان است. این دیدگاه بیان می‌کند که زنان دارای توان کمتری در ارتباطات هستند یا صفات مشخص و رفتارهای آنان ناهماهنگ با پست‌های مدیریتی ارشد سازمان است. گرایش‌هایی که زنان از لحاظ اجتماعی به‌سوی آن‌ها سوق پیدا می‌کنند، مانند: خانواده، مسیرهای پیشرفت شغلی، سازمان‌ها و زیردستان و نقش رهبری مدیریتی آن‌ها، برخلاف نیازهای پست مدیریتی رده بالای سازمان است.

دومین نگرش فرایند اجتماعی شدن فرهنگی است. این فرایند زنان را به‌سوی کارهای حرفه‌ای سوق می‌دهد نه مشاغل مدیریتی و این نمونه‌ها وجود نقش‌های قالبی را تقویت می‌کنند (یعنی برای ساختار هر جنسیتی یک سری مشاغل مناسب است. براساس فرایند اجتماعی شدن فرهنگی، تمایل زنان به مدیریت تا اندازه زیادی کمتر از مردان است (Mainzer, Baltxley & Heslin, 1990).

از علل دیگری که زنان کمتری در مدیریت رده بالای سازمان وجود دارند فرهنگ سازمانی است

که از آن جمله می‌توان به تبعیض‌های شرکتی اشاره کرد. نابرابری‌های سازمان‌ها در دادن پاداش‌ها و ایجاد فرصت پیشرفت برای زنان و بکارگیری دوستان قدیمی در پست‌ها زنان را از رسیدن به مناصب مدیریتی دور می‌کنند. تبعیض ساختارها و خط‌مشی‌ها و شبکه‌های غیررسان آن قدر مردسالار هستند که مانعی برای ارتقای زنان در سازمان‌ها می‌شوند (چایچی ملتشاهی، ۱۳۸۸).

بنابر مبانی نظری مطرح شده و براساس پرسش اصلی پژوهش، می‌توان پرسش‌های فرعی ذیل را طرح کرد:

۱. بر مبنای سیاست‌گذاری فرهنگی در بُعد کثرت‌گرا، آیا نگرش‌های شخصی زنان بر توسعه نقش آن‌ها جهت ارتقای شغلی در سازمان دولتی تأثیر دارند؟
۲. بر مبنای سیاست‌گذاری فرهنگی در بُعد کثرت‌گرا، آیا فرهنگ خانوادگی زنان بر توسعه نقش آن‌ها جهت ارتقای شغلی در سازمان دولتی تأثیر دارد؟
۳. بر مبنای سیاست‌گذاری فرهنگی در بُعد کثرت‌گرا، آیا شرایط اجتماعی جامعه بر توسعه نقش زنان جهت ارتقای شغلی در سازمان دولتی تأثیر دارد؟

روش پژوهش

روش پژوهش پیش رو توصیفی-تحلیلی است. ابزار گردآوری داده‌ها مطالعات کتابخانه‌ای و پرسش‌نامه محقق ساخته در قالب سه متغیر مستقل نگرش‌های شخصی زنان، فرهنگ خانوادگی، و شرایط اجتماعی و با تعداد ۲۵ پرسش است که بر مبنای طیف لیکرت طراحی شده است. برای سنجش متغیر نگرش‌های شخصی زنان از شاخص‌های خودباوری، جامعه‌پذیری جنسیتی، مسئولیت‌پذیری، تجربه، باور سقف شیشه‌ای؛ برای فرهنگ خانوادگی زنان از شاخص‌های مسئولیت‌پذیری خانواده، باورهای مذهبی، تفکر قالبی، فرهنگ مردسالارانه در خانه؛ و برای سنجش شرایط اجتماعی از شاخص‌های قوانین و مقررات، شناخت واقعی ارزش و توانایی زنان، باورهای سیاسی، تبعیض در سازمان برای ارتقا، رفتارهای حمایتی، تعلیق سازمانی به خاطر تولد و تربیت فرزند، سقف شیشه‌ای استفاده شده است که از مبانی نظری پژوهش استخراج شدند. روایی ابزار اندازه‌گیری، روایی محتوا و پایایی آن براساس آزمون کرونباخ ۰/۸۷ مشخص شد که نشان از قابلیت اعتماد ابزار اندازه‌گیری دارد. جامعه آماری این پژوهش تمام مدیران و کارشناسان زن دارای تحصیلات کارشناسی ارشد و بالاتر در حوزه مرتبط با مدیریت در سازمان تأمین اجتماعی در سطح شهرستان تهران از زمستان ۱۳۹۹ تا بهار ۱۴۰۰ است که از بین آن‌ها، به علت عدم دسترسی به تمام افراد جامعه پژوهش، ۱۴۰ نفر به عنوان نمونه آماری با روش نمونه‌گیری طبقه‌ای انتخاب شدند. در تجزیه و تحلیل داده‌ها در دو سطح آمار توصیفی (توزیع فراوانی متغیرها، درصد، جداول، و شاخص‌های مرکزی و

پراکندگی) و آمار استنباطی از آزمون نرمال بودن داده‌ها، هم‌بستگی و رگرسیون استفاده شد.

تجزیه و تحلیل و آزمون داده‌های پژوهش

در تجزیه و تحلیل داده‌ها ابتدا از آزمون نرمال بودن داده‌ها استفاده شد که نشان از نرمال بودن متغیرهای پژوهش داشت. در گام دوم، برای بررسی پاسخ‌ها از آزمون هم‌بستگی پیرسون و رگرسیون استفاده شد که در ادامه مطرح می‌شود.

پرسش اول: بر مبنای سیاست‌گذاری فرهنگی در بُعد کثرت‌گرا، آیا نگرش‌های شخصی زنان بر توسعه نقش آن‌ها جهت ارتقای شغلی در سازمان دولتی تأثیر دارند؟

جدول ۱. هم‌بستگی بین تقویت نگرش‌های شخصی زنان بر توسعه نقش آن‌ها برای ارتقای شغلی در سازمان دولتی

متغیرها	تعداد	ضریب هم‌بستگی	درجات آزادی	سطح معنی‌داری
تقویت نگرش‌های شخصی زنان و توسعه نقش آن‌ها برای ارتقای شغلی	۱۴۰	۰/۶۸۴	۱۳۹	۰/۰۰۱

طبق جدول ۱، ضریب هم‌بستگی بین دو متغیر تقویت نگرش‌های شخصی زنان و توسعه نقش آن‌ها برای ارتقای شغلی ۰/۶۸۴ است. با توجه به سطح معناداری به دست آمده در این جدول (۰/۰۰۱)، این ضریب هم‌بستگی در سطح ۰/۰۵ معنی‌دار است. به عبارت دیگر، هم‌بستگی معنی‌داری بین دو متغیر وجود دارد.

جدول ۲. تأثیر تقویت نگرش‌های شخصی زنان بر توسعه نقش آن‌ها برای ارتقای شغلی در سازمان دولتی

ضریب هم‌بستگی	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	انحراف معیار خطا	دوربین واتسون
۰/۶۸۴	۰/۴۶	۰/۴۶۱	۰/۵۲۴	۲/۱۴۲

هم‌بستگی بین متغیرهای تقویت نگرش‌های شخصی زنان و توسعه نقش آن‌ها برای ارتقای سازمانی برابر ۰/۶۸۴ است. بر اساس جدول ۲، ضریب تعیین ۰/۴۶ نشان می‌دهد ۴۶ درصد تغییرات توسعه نقش زنان برای ارتقای سازمانی با سیاست‌گذاری فرهنگی در زمینه تقویت نگرش‌های شخصی زنان ارتباط دارد. به این علت که این مقدار درجه آزادی را در نظر نمی‌گیرد از ضریب تعیین تعدیل شده برای این منظور استفاده می‌شود که آن هم در این آزمون ۰/۴۶ درصد است. با توجه به اینکه مقدار آماره دوربین واتسون از مقدار استاندارد ۱/۵ بزرگ‌تر است، در نتیجه، استقلال باقی‌مانده‌ها را نتیجه می‌گیریم. با توجه به شاخص‌هایی که اعلام شد، مدل از کفایت لازم برخوردار است.

جدول ۳. معنی‌دار بودن رگرسیون با آزمون F برای پرسش اول

سطح معنی‌داری	آماره F	میانگین مجموع مربعات	درجات آزادی	مجموع مربعات	مدل
۰/۰۰۱	۶۸/۶۷۹	۱۸/۹۰	۱	۱۸/۹۰	رگرسیون
		۰/۲۷۵	۶۹	۲۱/۴۶	باقی‌مانده
			۷۰	۴۰/۳۷	کل

براساس جدول ۳، سطح معنی‌داری برای این آماره (۰/۰۰۱) نشان از معنی‌دار بودن رگرسیون در سطح ۰/۹۹ دارد. مدل رگرسیونی خطی برآورد شده مورد قبول است. متغیر وارد شده در معادله رگرسیون هسته اصلی تحلیل رگرسیون است که در جدول ۴ آمده است.

جدول ۴. آماره بعد از ورود متغیر

سطح معنی داری	T	ضرایب استاندارد شده	ضریب غیراستاندارد		مدل
		Beta	Std.error	B	
۰/۰۲۰	۰/۶۰۲		۰/۳۰۰	۰/۱۸۱	مقدار ثابت
۰/۰۰۱	۸/۲۸	۰/۶۸۴	۰/۱۱۴	۰/۹۴۷	تقویت نگرش های شخصی زنان

معادله رگرسیونی را می‌توان با استفاده از ستون ضرایب استاندارد نشده به شرح ذیل محاسبه کرد:

تقویت نگرش‌های شخصی زنان $۱/۸ + (۰/۹۴۷) =$ توسعه نقش زنان برای ارتقای شغلی
 براساس جدول ۴، با ارتقای یک واحد از متغیر تقویت نگرش‌های شخصی زنان، ۰/۹۴۷ واحد انحراف معیار توسعه نقش زنان برای ارتقای شغلی افزایش خواهد یافت؛ در نتیجه این دو ارتباط مثبت دارند. آزمون t مربوط به ضرایب رگرسیون نیز در این جدول نشان دهنده این است که سیاست‌گذاری فرهنگی برای تقویت نگرش‌های شخصی زنان بر توسعه نقش زنان در جهت ارتقای شغلی آن‌ها در سازمان‌های دولتی مؤثر است.

پرسش دوم: بر مبنای سیاست‌گذاری فرهنگی در بُعد کثرت‌گرا، آیا فرهنگ خانوادگی زنان بر توسعه نقش آن‌ها جهت ارتقای شغلی در سازمان دولتی تأثیر دارد؟

جدول ۵. هم‌بستگی بین فرهنگ خانوادگی زنان و توسعه نقش زنان در جهت ارتقای شغلی در سازمان دولتی

متغیرها	تعداد	ضریب هم‌بستگی	درجات آزادی	سطح معنی‌داری
تقویت فرهنگ خانوادگی زنان و توسعه نقش زنان در جهت ارتقای شغلی در سازمان دولتی	۲۰۰	۰/۵۹۸	۱۹۹	۰/۰۱۱

طبق جدول ۵، ضریب هم‌بستگی بین دو متغیر تقویت فرهنگ خانوادگی زنان و توسعه نقش زنان در جهت ارتقای شغلی در سازمان دولتی ۰/۵۹۸ است و با توجه به سطح معناداری (۰/۰۱)، این ضریب هم‌بستگی در سطح ۰/۰۵ معنی دار است. به عبارت دیگر، هم‌بستگی معنی داری بین دو متغیر وجود دارد.

جدول ۶. تأثیر تقویت فرهنگ خانوادگی زنان و توسعه نقش زنان در جهت ارتقای شغلی در سازمان دولتی

ضریب هم‌بستگی	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	انحراف معیار خطا	دوربین واتسون
۰/۵۹۸	۰/۳۴۹	۰/۳۴۹	۰/۶۴	۱/۶۱۶

هم‌بستگی بین متغیرهای تقویت فرهنگ خانوادگی زنان و توسعه نقش زنان در جهت ارتقای شغلی در سازمان دولتی برابر ۰/۵۹۸ است. ضریب تعیین ۰/۳۴۹ نشان می‌دهد که ۳۴ درصد تغییرات توسعه نقش زنان در ارتقای شغلی در سازمان دولتی با سیاست‌گذاری فرهنگی در زمینه تقویت فرهنگ خانوادگی زنان ارتباط دارد. به این علت که این مقدار درجه آزادی را در نظر نمی‌گیرد، لذا از ضریب تعیین تعدیل شده برای این منظور استفاده می‌شود که آن هم در این آزمون ۰/۳۴۹ درصد است. با توجه به اینکه مقدار آماره دوربین واتسون از مقدار استاندارد ۱/۵ بزرگ‌تر است، در نتیجه استقلال باقی مانده‌ها را نتیجه می‌گیریم. با توجه به شاخص‌هایی که اعلام شد، مدل از کفایت لازم برخوردار است.

جدول ۷. معنی دار بودن رگرسیون با آزمون F برای فرضیه دوم

سطح معنی داری	آماره F	میانگین مجموع مربعات	درجات آزادی	مجموع مربعات	مدل
۰/۰۰۱	۴۳/۴۳۵	۱۸/۰۵	۱	۱۸/۰۵	رگرسیون
		۰/۴۱۶	۶۹	۳۲/۴۱	باقی مانده
			۷۰	۵۰/۴۷	کل

با توجه به جدول ۷، سطح معنی داری برای این آماره (۰/۰۰۱) نشان از معنی دار بودن رگرسیون در سطح ۰/۹۹ درصد دارد. مدل رگرسیونی خطی برآورد شده مورد قبول است. متغیر وارد شده در معادله رگرسیون هسته اصلی تحلیل رگرسیون است که در جدول ۸ آمده است.

جدول ۸. آماره بعد از ورود متغیر

سطح معنی داری	T	ضرایب استاندارد شده	ضریب غیر استاندارد	مدل
		Beta	Std. error	B
۰/۰۱۰	۰/۵۵۶		۰/۳۶۹	۰/۵۷۴
۰/۰۰۱	۶/۵۱	۰/۵۹۸	۰/۱۴۰	۰/۹۲۵
				تقویت فرهنگ خانوادگی زنان

معادله رگرسیونی را می‌توان با استفاده از ستون ضرایب استاندارد نشده به شرح ذیل محاسبه کرد:

تقویت فرهنگ خانوادگی زنان $(0/925) + 5/7 =$ توسعه نقش زنان در جهت ارتقای شغلی با توجه به جدول ۸، با ارتقای یک واحد از بُعد تقویت فرهنگ خانوادگی زنان $0/925$ واحد انحراف معیار توسعه نقش زنان در جهت ارتقای شغلی در سازمان دولتی افزایش پیدا خواهد کرد؛ در نتیجه، این دو ارتباط مثبت دارند. آزمون t مربوط به ضرایب رگرسیون نیز در این جدول برای متغیر مستقل نشان داده است که این مقدار برای این متغیر برابر با $0/01$ بوده؛ در نتیجه، تقویت فرهنگ خانوادگی زنان بر توسعه نقش زنان در جهت ارتقای شغلی در سازمان دولتی مؤثر است.

پرسش سوم: بر مبنای سیاست‌گذاری فرهنگی در بُعد کثرت‌گرا، آیا بهبود شرایط اجتماعی جامعه بر توسعه نقش زنان جهت ارتقای شغلی در سازمان دولتی تأثیر دارد؟

جدول ۹. هم‌بستگی بین بهبود شرایط اجتماعی جامعه با توسعه نقش زنان برای ارتقای شغلی در سازمان دولتی

متغیرها	تعداد	ضریب هم‌بستگی	درجات آزادی	سطح معنی‌داری
بهبود شرایط اجتماعی جامعه و توسعه نقش زنان برای ارتقای شغلی در سازمان دولتی	۲۰۰	$0/518$	۱۹۹	$0/001$

طبق جدول ۹، ضریب هم‌بستگی بین دو متغیر بهبود شرایط اجتماعی جامعه و توسعه نقش زنان برای ارتقای شغلی در سازمان دولتی $0/518$ است و با توجه به سطح معناداری $(0/001)$ ، این ضریب هم‌بستگی در سطح $0/05$ معنی‌دار است. به عبارت دیگر، هم‌بستگی معنی‌داری بین دو متغیر بهبود شرایط اجتماعی جامعه و توسعه نقش زنان برای ارتقای شغلی در سازمان دولتی وجود دارد.

جدول ۱۰. تأثیر بهبود شرایط اجتماعی جامعه بر توسعه نقش زنان برای ارتقای شغلی در سازمان دولتی

ضریب هم‌بستگی	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	انحراف معیار خطا	دوربین واتسون
$0/518$	$0/268$	$0/259$	$0/6636$	$2/15$

هم‌بستگی بین متغیرها برابر $0/518$ است. ضریب تعیین $0/268$ نشان می‌دهد که ۲۶ درصد تغییرات توسعه نقش زنان برای ارتقای شغلی در سازمان دولتی با بهبود شرایط اجتماعی جامعه ارتباط دارد. به این علت که این مقدار درجه آزادی را در نظر نمی‌گیرد، لذا از ضریب تعیین تعدیل شده برای این منظور استفاده می‌شود که آن هم

در این آزمون ۲۵۹/۰ درصد است. با توجه به اینکه مقدار آماره دوربین و اتسون از مقدار استاندارد ۱/۵ بزرگ‌تر است؛ در نتیجه، استقلال باقی‌مانده‌ها را نتیجه می‌گیریم. با توجه به شاخص‌هایی که اعلام شد، مدل از کفایت لازم برخوردار است.

جدول ۱۱. معنی‌دار بودن رگرسیون با آزمون F برای فرضیه سوم

سطح معنی‌داری	آماره F	میانگین مجموع مربعات	درجات آزادی	مجموع مربعات	مدل
۰/۰۲۴	۲۸/۵۸	۱۲/۵۸	۱	۱۲/۵۸	رگرسیون
		۰/۴۴۰	۶۹	۳۴/۳۵	باقی‌مانده
			۷۰	۴۶/۹۴	کل

با توجه به جدول ۱۱، سطح معنی‌داری برای این آماره (۰/۰۲۴) نشان از معنی‌دار بودن رگرسیون در سطح ۰/۹۹ درصد دارد. مدل رگرسیونی خطی برآورد شده مورد قبول است. متغیر وارد شده در معادله رگرسیون هسته اصلی تحلیل رگرسیون است که در جدول ۱۲ آمده است.

جدول ۱۲. آماره بعد از ورود متغیر

سطح معنی‌داری	T	ضرایب استاندارد شده	ضریب غیر استاندارد	مدل
		Beta	Std.error	B
۰/۰۳۲	۰/۲۴		۰/۳۷۹	۰/۵۹۸
۰/۰۰۱	۵/۳۴	۰/۵۱۸	۰/۱۴۴	۰/۷۷۲

معادله رگرسیونی را می‌توان با استفاده از ستون ضرایب استاندارد نشده به شرح ذیل محاسبه کرد:

بهبود شرایط اجتماعی جامعه $(۰/۷۷۲) + ۵/۹ =$ توسعه نقش زنان در ارتقای شغلی در سازمان دولتی با توجه به جدول ۱۲، با ارتقا یک واحد از بهبود شرایط اجتماعی جامعه $۰/۷۷۲$ واحد انحراف معیار توسعه نقش زنان برای ارتقای شغلی در سازمان دولتی افزایش پیدا خواهد کرد؛ در نتیجه، این دو ارتباط مثبت دارند. آزمون t مربوط به ضرایب رگرسیون نیز در این جدول برای متغیر مستقل نشان می‌دهد که این مقدار برای این متغیر برابر با $۰/۰۳۲$ بوده؛ در نتیجه، بهبود شرایط اجتماعی جامعه بر توسعه نقش زنان برای ارتقای شغلی در سازمان دولتی مؤثر است.

بحث و نتیجه‌گیری

در دنیای امروزی یکی از شاخص‌های توسعه پایدار اهمیت و ارزش نقش زنان در اداره امور جامعه است و جوامع برای نیل به توسعه باید به این مهم توجه داشته باشند. در این مقاله، با بررسی دیدگاه‌ها و نظریه‌های مرتبط با نوع نگرش به نقش زنان جهت ارتقای شغلی در سازمان و جامعه و ذکر عوامل چالشی زمینه که اهمیت یا کم‌اهمیتی نقش زنان را در سازمان‌ها مشخص می‌کنند، به مشکلاتی که زنان در زمینه پیشرفت و ارتقای شغلی در سازمان‌ها برای دست‌یابی به مشاغل مدیریتی یا مشاغل رده‌عالی سازمان دارند اشاره شد و پرسش‌هایی نیز مطرح شدند. بررسی پاسخ‌ها نشان داد که برای دست‌یابی زنان به مشاغل رده‌عالی سازمان تأمین اجتماعی باید بخشی از تغییرات در نگرش‌های شخصی زنان نسبت به خودشان صورت گیرد و بخشی دیگر در گرو سیاست‌های فرهنگی است که در سطح خانواده، سازمان‌ها و جامعه باید ایجاد شوند و توسعه یابند. با توجه به سیاست‌گذاری‌های فرهنگی که در این مقاله بعد کثرت‌گرای آن به عنوان مبنای پژوهش مد نظر قرار گرفت، می‌توان نتیجه گرفت که، با سیاست‌گذاری فرهنگی در سه زمینه^۱. تقویت نگرش‌های شخصی زنان نسبت به توانمندی‌های خود، و شاخص‌های خودباوری یا اعتماد به نفس، جامعه‌پذیری زنان؛^۲. تقویت فرهنگ خانواده با شاخص‌هایی چون اشتغال زنان و اجتناب از تعصبات سنتی در خصوص نقش زنان در خانواده و اجتماع، حذف تفکر قالبی در خصوص محدود کردن زنان به کار و فعالیت در خانه و تربیت فرزند؛ و^۳. بهبود شرایط اجتماعی با شاخص‌هایی چون حمایت رفتاری و قانونی و فرهنگی از زنان و توانمندی‌ها و استعداد‌های آن‌ها، می‌توان به توسعه نقش زنان در جهت ارتقای شغلی و انتصاب آن‌ها در مشاغل رده‌بالای سازمان و شکستن سقف و دیوار و صخره شیشه‌ای، که برای زنان در سازمان‌ها و جامعه وجود دارند، کمک کرد تا زمینه‌های مساعدی برای حضور پررنگ‌تر زنان در عرصه‌های اقتصادی و اجتماعی و سازمانی فراهم شود و بر حسب شایستگی آن‌ها از توانایی و مهارت و دانش آن‌ها در مشاغل رده‌بالای سازمان استفاده کرد. نتایج این پژوهش در تأثیر متغیرهای مستقل پژوهش (نگرش‌های شخصی زنان، فرهنگ خانوادگی، و بهبود شرایط اجتماعی) بر متغیر توسعه نقش زنان جهت ارتقای شغلی با پژوهش‌های برکمور و همکاران (۲۰۱۴)، براش و هیسریچ (۲۰۰۲)، مردآور (۱۳۹۴)، رفعت جاه و قربانی (۱۳۹۰)، چایچی ملتشاهی (۱۳۸۸) و نعیمی و نظری (۱۳۹۱) همخوانی دارد. با برنامه‌ریزی صحیح و تدوین سیاست‌های موردنیاز، به خصوص سیاست‌های فرهنگی که در این مقاله بر مبنای بُعد اثبات‌گرا مد نظر قرار گرفتند، می‌توان آمار کشور را از لحاظ اهمیت نقش زنان در اداره امور جامعه بهبود داد و زمینه توسعه یافتگی کشور را با استفاده از این نیروی فعال، که بخش زیادی از جمعیت جامعه را شامل می‌شود، فراهم کرد.

منابع و مأخذ

- آبوت، پاملا و کلر والاس (۱۳۷۶). **درآمدی بر جامعه‌شناسی نگرش‌های فمینیستی**. ترجمه مریم خراسانی و حمید احمدی. تهران: نشر دنیای مادر.
- اشتریان، کیومرث (۱۳۸۱). **روش سیاست‌گذاری فرهنگی**. تهران: نشر کتاب آشنا.
- بیانین، علی (۱۳۹۰). **هویت اجتماعی زنان**. تهران: نشر فدک.
- پیشگاهی فرد، زهرا و امیر قدسی (۱۳۸۹). «نظریه‌های فرهنگی فمینیسم و دلالت‌های آن بر جامعه ایران». **فصلنامه مجله پژوهش زنان**. شماره ۳: ۱۰۹۱۳۲.
- چایچی ملتشاهی، لادن (۱۳۸۸). **بررسی موانع ارتقا شغلی زنان در شرکت مخابرات شهر تهران**. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده اقتصاد و علوم اجتماعی، دانشگاه پیام نور مرکز تهران.
- خزائی، زینب (۱۳۹۰). **عوامل اقتصادی و اجتماعی مؤثر بر اشتغال زنان (شهر قائن)**. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده مدیریت، دانشگاه پیام نور قائن.
- رفعت جاه، مریم و سمیه قربانی (۱۳۹۰). «تأثیر سرمایه اجتماعی بر ارتقای شغلی زنان». **فصلنامه مجله زن در توسعه و سیاست**. شماره ۱: ۱۱۷.۱۴۶.
- شاطری، پرستو (۱۳۹۰). «رویکردهای موجود در مورد نقش زنان در توسعه». بازیابی شده در: pooyeshwhc.ir./paper/view/16311
- ضرغامی فرد، مژگان و محمدرضا بهبودی (۱۳۹۳). «پدیده صخره شیشه‌ای: بررسی تجربه‌ها و چالش‌های زنان در پست‌های رهبری سازمان». **فصلنامه مدیریت فرهنگ سازمانی**، شماره ۲: ۱۹۱۲۱۱.
- قادرزاده، امید و فاطمه رضازاده (۱۳۹۸). «مطالعه تجربه زیسته و درک مشارکت زنان از مشارکت در نهادهای مدنی». **فصلنامه جامعه‌شناسی نهادهای اجتماعی**، شماره ۶: ۶۳.۹۶.
- کلمن، جان (۱۳۹۰). **بنیادهای نظریه اجتماعی**. ترجمه مریم مدنی. تهران: نشر مروارید.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۸۱). **تجدد و تشخیص جامعه و هویت شخص در عصر جدید**. ترجمه ناصر موفقیان. تهران: نشر نی.
- مردآور، محمد (۱۳۹۴). **بررسی تأثیر ارتقای شغلی کارکنان بانک سپه شعب تهران بر انگیزه و کارایی آنان**. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی.
- مرکز آمار و اطلاعات راهبردی وزارت کار، تعاون و رفاه اجتماعی (۱۳۹۸). بازیابی شده در: <https://ssicenter.mcls.gov.ir/>
- نصیری، علی (۱۳۹۳). «موانع دستیابی زنان به پست‌های مدیریتی». **فصلنامه پژوهش زنان**، شماره ۴: ۸۱.۸۵.
- نظیری، مصطفی (۱۳۹۲). **بررسی رابطه جنسیت و پایگاه اقتصادی. اجتماعی با ارتقای شغلی**

- کارکنان نمایندگی‌های ایران خودرو در شهر تهران. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، پژوهشگاه علوم اجتماعی، دانشگاه آزاد واحد گرمسار.
- نعیمی، گیتا و علی نظری (۱۳۹۱). «بررسی رابطه بین کیفیت زندگی کاری و تعارض کار خانواده با عملکرد شغلی کارکنان مرد». **فصلنامه مشاوره شغلی و سازمانی**، شماره ۱۰: ۷۲-۵۷.
- نیری، شهرزاد (۱۳۹۴). **دنیای شیشه‌ای زنان دانشگاهی؛ واقعیتی نامشهود**. همایش زن و مدیریت در آموزش عالی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب، دوره ۱، ۵ اسفند ۱۳۹۴.
- همایون، محمدعلی (۱۳۸۷). «درآمدی بر مفهوم و روش سیاست‌گذاری فرهنگی درس‌هایی برای سیاست‌گذاران». **دوفصل‌نامه اندیشه مدیریت**، شماره ۲: ۵۳۵.
- یزد خواستی، بهجت و حسین علی میرزایی و لاله فتحی (۱۳۸۸). «مطالعه نگرش شاغلان سازمان‌های دولتی استان آذربایجان شرقی نسبت به تصدی پست‌های مدیریتی توسط زنان». **فصلنامه پژوهش زنان**، شماره ۲: ۱۳۰-۱۱۳.
- Bruckmuller, S., Ryan, M. & Rink, F. (2014). 'Beyond the Glass Ceiling: The Glass Cliff and Its Lessons For Organizational Policy'. **Social Issues and Policy Review**, 8(1), 202-232.
- Brush, C. G. & Hisrich, R. D. (2002). 'Women-owned businesses: An exploratory study comparing factors affecting performance'. **Research Institute for Small & Emerging Business (Rise), Working Paper 00-02, Washington DC**.
- Kattara, H. (2011). 'Career challenges for female managers in Egyptian hotels'. **International Journal of Contemporary Hospitality Management**, 17(3), 238-251.
- Mainzer, K.L., Baltxley, P. & Heslin, K. (1990). 'Everybody Can Create Everybody Can Service'. **Educational Leadership**, 6(8), 5-8.
- Roos-smith, A. & Huppatz, k. (2010). 'Management, Women and Gender Capital'. **Gender Work and Organization**, 5(17), 34-36.

پیشران‌های تغییر در سبک زندگی خانواده ایرانی

• سهراب هاشمی‌نژاد^۱، محمدرحیم عیوضی^۲

چکیده

خانواده یکی از کلیدی‌ترین نهادهای اجتماعی است که تقریباً در تمامی ابعاد و مؤلفه‌هایش - از ماهیت شکل‌گیری و مفهوم گرفته تا ساختار، نقش و کارکردهای درونی و بیرونی - در طول تاریخ و در جوامع مختلف دستخوش تحولات متعددی قرار گرفته است. هرچند روندهای همسویی در خصوص تغییرات خانواده در سراسر جهان مشاهده می‌شود، اما نوع، سرعت و میزان غالب تغییر و تحولات مؤلفه‌های مربوط به خانواده در جوامع مختلف یکسان نبوده و به بسیاری از عوامل تاریخی، اقتصادی، فناوری، اجتماعی و فرهنگی بستگی داشته است. شناسایی تحولات این حوزه، روندهای موجود و پیشران‌های تأثیرگذار بر تحولات آتی این نهاد نه تنها برای سیاست‌گذاران بلکه برای بسیاری از نهادهای اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی بسیار ارزشمند است. در این مقاله، با مطالعات کتابخانه‌ای و مصاحبه عمیق، تغییرات خانواده ایرانی از حیث ماهیت، ساختار، کارکرد و سبک زندگی در طول نیم قرن گذشته دسته‌بندی و توصیف شده‌اند و مؤلفه‌ها و پیشران‌های عمده تأثیرگذار بر تحولات آتی این حوزه شناسایی شده‌اند. آگاهی از پیشران‌های شکل‌دهنده آینده گام مهمی در ارزیابی هزینه‌منفعت مفاد طرح‌هایی است که قرار است مبنای خط‌مشی‌گذاری در سطوح مختلف قرار گیرند.

واژگان کلیدی

خانواده، تحولات خانواده، پیشران‌های تغییر، تغییر ساختار خانواده، تغییر کارکرد خانواده، سبک زندگی خانواده.



مقدمه

خدای متعال خانواده را مهم‌ترین رکن اجتماع و نهاد تربیتی قرار داده است، به گونه‌ای که، هم از نظر تکوینی و هم از نظر تشریعی، عمده شخصیت انسان در بستر خانواده شکل می‌گیرد. خانواده از لحاظ نحوه شکل‌گیری، ابعاد، ساختار، کارکرد و سبک زندگی، در طول تاریخ در جوامع مختلف، دستخوش تحولات زیادی قرار گرفته و هم از جامعه تأثیر پذیرفته و هم بر آن تأثیر گذاشته است. با مروری بر تاریخ خانواده در ادوار مختلف، از زمان انسان‌های بدوی گرفته تا دوران مدرن و پست مدرن، شاهد تغییراتی بنیادی در این نهاد هستیم که برخی از آن‌ها موجب تحکیم و انسجام خانواده و برخی نیز سبب تضعیف و حرکت به سمت فروپاشی آن شده است. نهاد خانواده در ایران در معرض توأمان سنت‌گرایی و مدرنیسم قرار گرفته و تحت فشار و تأثیر از سوی هر دو فرایند است. مدرنیسم از طریق تغییرات و تحولات اجتماعی و فرهنگی هدایت شده و جهانی شدن (به‌طور ارادی و غیرارادی) به سرعت و جدیت بر ساختار و مسائل خانواده ایرانی مؤثر است و، از سوی دیگر، فرهنگ و سنت‌های بومی و دینی (مانند هنجارها، سنت‌ها، میراث فرهنگی، مذهب، نظام اخلاقی و...) به شدت بر ارکان خانواده تأثیرگذارند (حاجیانی و اخلاقی، ۱۳۸۹).

از جمله تغییراتی که در ساختار زندگی خانواده‌ها به وجود آمده تغییر در ابعاد و اندازه خانواده و نقش هریک از اعضا و ارتباطاتی هستند که اعضا به واسطه نقش جدید و شرایط جدید با یکدیگر دارند. ابعاد خانواده، نقش زن در خانواده، نقش کودکان، نقش پدر، میزان تعاملات و ارتباطات اعضای خانواده با یکدیگر و... در حال تغییرند و بدیهی است با تغییر نقش‌ها، بخشی از کارکردهای خانواده مختل می‌شود. فرزندان، به ویژه فرزندان ذکور که در گذشته از منابع اقتصادی خانواده محسوب می‌شدند، اکنون به منبعی برای صرف هزینه تبدیل شده‌اند؛ نقش تعیین‌کننده و انحصاری مرد در معیشت از میان رفته و قدرت چانه‌زنی زنان با اشتغال به کارهای خارج از خانه افزایش یافته است. در گذشته تربیت فرزندان از کارکردهای خانواده بوده، در حالی که در عصر حاضر بسیاری از کارکردهای خانواده به نهادهای اجتماعی سپرده شده و بدین رو، میزان و نحوه ارتباطات میان اعضای خانواده نیز دستخوش تغییر و تحولات شده است.

بررسی‌ها حاکی از آن است که تا سال ۲۰۳۰ رشد چشمگیری در زیست‌های تک‌نفره، که تقریباً هیچ ارتباط خانوادگی‌ای با دیگران ندارند و مجردی زندگی می‌کنند، نیز به وجود خواهد آمد. همچنین تمایل به فرزندآوری نیز رفته‌رفته کاهش خواهد یافت. پیش‌بینی شده تا سال ۲۰۳۰ بسیاری از خانواده‌ها فاقد فرزند باشند؛ یعنی رفته‌رفته، به جای کودکان، بزرگ سالان کانون اصلی خانواده را شکل خواهند داد؛ چرا که به ندرت کودکی متولد خواهد شد (Oecd, 2008).

شناخت تحولات و تغییرات به وجود آمده برای خانواده‌های ایرانی و نیروهای عمده به وجود آورنده این تغییرات، که همان پیشران‌های ایجادکننده این تغییرات هستند، کمک مؤثری به سیاست‌گذاران و تصمیم‌سازان سطوح کلان کشور خواهد کرد. چنانچه تصمیم‌گیرندگان اصلی، یعنی واضعان قوانین در نهادهای قانون‌گذار، شهرداری یا با توجه به تجارب زیسته خود، برای حل مسائل روز و به‌ویژه آینده بر موضوعاتی تمرکز کنند که سهم کمی در ایجاد مسئله داشته‌اند، فرصت و هزینه‌های کلانی را تلف خواهند کرد که نمونه‌های آن در طول تاریخ بسیار است. از این رو، آگاهی از پیشران‌های تحول‌آفرین در موضوعات مربوط به خانواده از ملزومات سیاست‌گذاری صحیح و دقیق است. هدف اصلی پژوهش پیش رو رصد تغییر و تحولات خانواده ایرانی و پیشران‌های عمده شکل‌دهنده به تحولات آتی این حوزه برای مواجهه بهتر و اخذ تصمیمات سیاستی شایسته در این حوزه است. پرسش اصلی پژوهش نیز متناسب با این هدف مطرح شده است.

- خانواده ایرانی چه تغییر و تحولاتی را در طول نیم قرن گذشته تجربه کرده و چه مؤلفه‌هایی بر روندهای آینده این نهاد تأثیرگذارند؟

پاسخ‌گویی به این پرسش پرسش‌های دیگری را نیز رقم می‌زند؛ از جمله این که تغییرات در چه ابعادی صورت گرفته‌اند؛ روند تغییرات در طول چند دهه گذشته در خصوص خانواده‌های ایرانی به چه صورت بوده و تا چه حد این خانواده‌ها از سبک زندگی جوامع غربی الگو گرفته‌اند؛ پیشران‌های تأثیرگذار در شکل‌گیری این تغییرات و تحولات آتی این حوزه کدام‌اند. در این پژوهش، پس از رصد پژوهش‌های موجود در خصوص تحولات خانواده ایرانی، پیشران‌های اثرگذار بر تحولات آینده این حوزه با مصاحبه و نظرسنجی از خبرگان شناسایی و ارائه شده‌اند. به علت اثرگذاری فناوری‌های نوین و روندهای ارتباطی در جهت ایجاد وحدت رویه نسبی در نگرش‌ها و رفتار جامعه ایرانی و انتظار هم‌گرا شدن برخی از مؤلفه‌های سبک زندگی در تمام مناطق ایران، عمده تغییرات به وجود آمده در کلان‌شهرها مد نظر قرار گرفته‌اند. داده‌ها و نتایج حاصل مربوط به سال ۱۳۹۶ و نیمه اول سال ۱۳۹۷ است.

پیشینه پژوهش

نهاد خانواده، به عنوان مهم‌ترین نهاد اجتماعی، وسیله‌ای است برای رسیدن انسان به آرامش، تکامل دین‌داری و تداوم نسل‌ها. خانواده یکی از نیروهای هنجاری جامعه تلقی می‌شود که تقویت آن افزایش انسجام اجتماعی را، که پیش شرط ضروری توسعه و سازندگی اجتماعی است، موجب می‌شود. تحولات جوامع و به خصوص سرعت فزاینده این تغییرات و تأثیر این تغییرات در ساخت و کارکرد خانواده آن را به یکی از مناقشه‌آمیزترین بحث‌های

سیاست مدرن درآورده است، به طوری که مقولاتی مانند آینده خانواده، ازهم گسیختگی خانواده و اشکال مدرن آن به مهم ترین دغدغه ذهنی نه تنها اندیشمندان علوم اجتماعی بلکه تمام رشته های مرتبط با این نهاد اجتماعی تبدیل شده اند.

هدف پژوهش پیش رو شناسایی تغییر و تحولات خانواده ایرانی و پیشران های تأثیرگذار بر روندهای آتی این حوزه است. برای تحقق این هدف، بررسی ادبیات موضوع و واکاوی برخی از مفاهیم از جمله خانواده، متغیرهای این مقوله و روند تحولات در هریک از متغیرها اولین گام در پژوهش پیش روست. بدین منظور، در بررسی مبانی نظری و ادبیات موضوع، علاوه بر پیشینه پژوهش، رویکردهای موجود نسبت به تحولات حوزه خانواده، ویژگی های خانواده و تغییرات آن در گذر زمان، ادبیات مربوط به سبک زندگی و مؤلفه هایش به ویژه در مقوله خانواده آورده شده است.

مبانی نظری پژوهش

خانواده و مؤلفه هایش

خانواده اساسی ترین و مهم ترین نهاد اجتماعی است که کارکردهای بی بدیلی در جامعه دارد. اولین تأثیرات محیطی که فرد دریافت می کند از محیط خانواده است و افراد پیوند میان خانواده و اجتماع هستند. بنابراین خصوصیات، ارزش ها، باورها و هنجارهایی که در کودکی و درون خانواده در وجود شخص نهادینه شده اند در عملکرد افراد در اجتماع تأثیرگذارند و سلامت جامعه به سلامت سلول های بنیادینش، که همان خانواده ها هستند، گره می خورد. خانواده و مؤلفه های شکل دهنده آن در طول تاریخ با فرازونشیب های زیادی همراه بوده اند. گاه خانواده نقش بازیگر اصلی را در تمامی مناسبات سیاسی، اقتصادی و اجتماعی ایفا کرده و محور تمام سیاست گذاری های کلان قرار گرفته و گاهی آن قدر به حاشیه رفته که برخی از به اصطلاح متجددین و روشن فکران برای تمامی کارکردهایش مدل جایگزین ارائه کرده اند و فروپاشی یا نبود آن را در آینده نه تنها امکان پذیر بلکه محتمل دانسته اند. با این حال، آنچه در حال حاضر مسلم است وجود این نهاد اجتماعی در تمامی جوامع، البته با شدت و ضعف در کارکردها و وجود ساختارها و سبک زندگی های متنوع و متفاوت، است.

ساختار خانواده (اجزا، نقش و روابط میان آن ها)، نیازهای خانواده (ورودی ها)، کارکردهای درونی و بیرونی خانواده (خروجی ها و محصولات)، سبک زندگی خانواده (عملکردها و فرایندهای داخلی) و ارزش های خانوادگی (مقاصد و اهداف) از مهم ترین و کلیدی ترین مؤلفه های خانواده هستند. تحولات در خانواده را می توان از طریق شناسایی تغییر و تحول در هریک از این مؤلفه ها دنبال کرد. همچنین اگر آینده های مربوط به هریک از این مؤلفه ها شناسایی و بررسی شوند، آینده های بدیل خانواده شناسایی و بررسی شده اند. البته باید توجه داشت که این مؤلفه ها مستقل از یکدیگر نیستند و باید نظام مند بررسی شوند.

رویکردهای موجود به تغییر و تحولات نهاد خانواده

پژوهش‌ها درباره تغییرات در خانواده ایرانی عموماً در سه جهت حرکت کرده‌اند: دسته اول پژوهش‌هایی هستند که بر تغییرات ویژگی‌های کارکردی یا ساختاری خانواده متمرکز هستند. دسته دوم پژوهش‌هایی هستند که با نگاه آسیب‌شناختی به مسائل مربوط به خانواده پرداخته‌اند. دسته سوم پژوهش‌هایی را شامل می‌شود که تغییرات و تحولات خانواده را در ابعاد مختلف از جمله شیوه‌های همسرگزینی، علل فروپاشی، ساختار اقتدار، نوع و بُعد خانواده رصد کرده‌اند (صادقی فسایی و عرفان منش، ۱۳۹۲).

در موضوع خانواده، اغراق سکه رایج بحث‌های عمومی است. مسابقه «پایان خانواده»، از یک سو، میان مثبت‌اندیشانی در جریان است که پیروزی «فردگرایی» و ظهور «رابطه‌های خالص» را می‌ستایند و، از سوی دیگر، بین منفی‌اندیشانی رایج است که سوگوار انحلال جامعه، افت جمعیت و بازگشت عصر یخبندان هستند. در ایران نیز جامعه‌شناسان، روان‌شناسان، سیاست‌مداران و دیگر گروه‌های اجتماعی، هرکدام به زعم خود، درمورد تغییر و تحولات حوزه خانواده و پیش‌بینی آینده آن به اظهار نظر پرداخته‌اند. برخی از اندیشمندان صرفاً با توجه به تحولات خانواده در غرب و روند رو به اضمحلال آن در برخی از کشورهای امریکایی و اروپایی بحران‌های شدیدی را برای این نهاد پیش‌بینی کرده‌اند و سخن از دگرگونی و تزلزل آن به میان آورده‌اند. گروهی نیز، با خوش‌بینی مفرط، تحولات موجود را ملازم با مدرنیته دانسته‌اند و تحولات خانواده را طبیعی جلوه داده و از بقای خانواده در آینده با اطمینان سخن گفته‌اند. سایر صاحب‌نظران دیدگاه‌هایی همراه با شک و تردید در میان این دو طیف داشته‌اند. در حقیقت، خانواده در عصر حاضر محصول فرایند بلندمدت تغییراتی است که طی سه قرن اخیر روی داده‌اند. این تغییرات پایان ندارد و خانواده همواره در میان تغییراتی است که دائم و مستمر به وقوع می‌پیوندند (زمانیان، ۱۳۸۷).

بی‌شک جریان‌های فمینیستی یکی از جریان‌های اثرگذار بر تحولات خانواده هستند که اشکال متنوعی یافته‌اند. جنیفر سامرویل، رئیس دانشکده مطالعات علوم اجتماعی و زیست‌محیطی در دانشگاه لندن، در کتاب فمینیسم و خانواده؛ سیاست و جامعه در ایالات متحده و بریتانیا روند تاریخی تحولات جنبش‌های فمینیستی در غرب و آسیب‌شناسی جالبی از این تحولات را، از جمله تعارض تاریخی میان خانواده و موضوع برابری زنان، ارائه می‌کند. گیدنز معتقد است امروزه نقش‌های تعریف‌شده در خانواده سنتی تغییر کرده‌اند و خانواده دیگر نهادی شفاف با نقش‌های ثابت زن و مرد تلقی نمی‌شود. از سوی دیگر، خانواده جدید واحد تولیدی محسوب نمی‌شود، بلکه واحدی مصرفی است که هزینه‌های سنگین پرورش فرزندان تصمیم‌گیری درباره داشتن فرزند را بسیار حساس و پیچیده کرده است. همچنین

تغییر در ساختار قدرت و افقی شدن این هرم ساختار جدیدی به خانواده‌ها بخشیده که راه آن را از خانواده سنتی جدا می‌کند (گیدنز، ۱۳۸۴). مانوئل کاستلز تصریح می‌کند که خانواده معاصر در معرض چند تحول جدی است. نخست، تغییر نقش و روابط متقابل همسران با یکدیگر و اشتغال زن در خانواده معاصر که قدرت چانه‌زنی و تجارب اجتماعی زنان را افزایش داده است. دوم، تغییر روابط والدین و فرزندان که به کاهش اقتدار والدین منجر شده و فاصله میان آنها را تعمیق بخشیده است. تحول دیگر جدایی از شبکه خویشاوندان و در نتیجه افزایش احساس تنهایی در بین اعضای خانواده است که این امر به شدت متأثر از صنعتی شدن، شهرنشینی، تقسیم کار و رواج ازدواج‌های برون‌گروهی است. به بیان کاستلز، صنعتی شدن، مهاجرت، شهرنشینی و تحول در نگرش‌ها چهار عامل اصلی تحول در خانواده هستند (قاسمی، ۱۳۹۶، به نقل از کاستلز، ۱۹۴۲).

لیبی، استاد جامعه‌شناسی دانشگاه علامه طباطبایی، در کتاب خانواده‌ها در قرن بیست و یکم؛ از نگاه جامعه‌شناسان ایرانی و غربی آخرین وضعیت خانواده‌ها در دنیای غرب و شرق را بیان می‌کند. لیبی در این کتاب به علل تضعیف ارزش‌های دینی و تغییر سبک زندگی خانواده‌ها پرداخته و معتقد است با بازتعریف ارزش‌های اخلاقی می‌توان نتیجه گرفت که اعتقادات دینی در ایران هنوز هم عمیق است و در برخی موارد فقط شکل آن تغییر کرده است. زیبایی‌نژاد در مقاله‌ای با عنوان «آسیب‌شناسی نگاه به زن و خانواده در ایران»، ضمن اشاره به تحولات در ساختار و کارکرد خانواده‌ها، عللی مانند گفتمان موجود را که حاکمیت آن به ناکارآمدی و لرزل خانواده می‌انجامد و رویکردی که در برنامه‌ریزی‌ها و سیاست‌های مالی وجود دارد و نتیجه آن کاهش پایایی و پویایی خانواده است از جمله مهم‌ترین عناصری می‌داند که موجب نگرانی در خصوص آینده خانواده در ایران شده‌اند. وی، با اشاره به نظریه‌های علوم اجتماعی در زمینه خانواده و جریان‌هایی همچون فمینیسم، منشأ تمام آن‌ها را مدرنیته دانسته است و روح حاکم بر مدرنیته را سرمایه‌داری و شاخص مهم مدرنیته را تغییر می‌داند (زیبایی‌نژاد، ۱۳۸۸).

آزاد ارمکی در کتاب تغییرات، چالش‌ها و آینده خانواده ایرانی، ضمن بیان مهم‌ترین نظریه‌های مرتبط با خانواده، به وضعیت کنونی خانواده ایرانی در ابعاد مختلف آن و چالش‌ها و مسائل جاری و آتی آن از جمله روند دگرگونی ساخت و کارکرد خانواده‌های شهرنشین پرداخته و با بررسی ریشه‌های تاریخی و بستر اجتماعی و معرفتی تبدیل و تحول خانواده سعی کرده تصویر روشنی از وضعیت کنونی نهاد خانواده ارائه کند و در پی آن بتواند چشم‌انداز دقیق‌تری برای آینده خانواده ایرانی متصور شود. نجفی رستاقی و خالقی‌پور (۱۳۹۵) مسئله

ساختارهای نوین خانواده را به روش تحلیل لایه‌ای علت‌ها تحلیل و بررسی کرده‌اند. در این پژوهش، ابعاد و مؤلفه‌های ساختار خانواده در آینده در لایه‌های عینی، سیستمی و گفتمانی بررسی شده است. در لایه گفتمانی با رویکرد آینده‌محور، تحلیل علی در سه محور مدرنیته، پسامدرنیته و رویکرد دینی صورت گرفته است.

عوامل تأثیرگذار و تأثیرپذیر در مقوله خانواده را می‌توان در چهار دسته شامل ماهیت و ساختار، کارکرد، ارزش‌ها و بینش‌ها و سبک زندگی قرار داد. البته هم‌پوشانی‌هایی هم بین این موارد به‌ویژه در سبک زندگی با سایر موارد وجود دارد، اما اکثر جامعه‌شناسان وقتی از تغییر و تحولات حوزه خانواده صحبت می‌کنند عموماً از همین قالب‌ها استفاده می‌کنند.

۱. تحولات ساختاری خانواده

متناسب با ساختار سیستم که شامل تعداد اجزای آن، نقش هرکدام از اجزا و ارتباطات میان اجزاست، درمورد خانواده نیز ساختار خانواده با توجه به افراد تشکیل دهنده خانواده، نقشی که ایفا می‌کنند و رابطه‌ای که با یکدیگر دارند مشخص می‌شود. بسیاری از محققان برای دسته‌بندی و ذکر انواع خانواده تمایزات ساختاری را مد نظر قرار می‌دهند. مطابق با اجماع نظری که در این خصوص شده است، متداول‌ترین انواع خانواده از حیث ساختار عبارت‌اند از گسترده، هسته‌ای (شامل هسته‌ای کامل، هسته‌ای ناقص و هسته‌ای پیوسته کامل یا ناقص)، تک‌والدینی^۱ و الگوهای جایگزین خانواده (مانند هم‌باشی‌های بدون ازدواج، زوج‌های هم‌جنس، زیست تجردی، چندشوهری، کمون‌ها یا اجتماعات اشتراکی (زیست جنسی چند زن با چند مرد فارغ از حس مالکیت و رقابت) و

بیورن برگ درخصوص تغییرات خانواده غربی به الگوی نوظهوری اشاره می‌کند که شامل کاهش نرخ موالید، تأخیر در ازدواج، بالا رفتن سن والدین به هنگام تولد اولین فرزند، وجود فرزندان کمتر در هر واحد خانوادگی، رشد میزان طلاق، خانواده تک‌والدی و هم‌بالینی، افزایش تعداد موالید خارج از چارچوب ازدواج و میزان کار دستمزدی زنان است (برناردز، ۱۳۸۴).

با نگاهی کلی به تحولات ساختاری خانواده در چند قرن گذشته، ارتباط تنگاتنگی میان ساختار خانواده با کارکردهای اقتصادی و اجتماعی آن مشاهده می‌شود. قبل از انقلاب صنعتی هر جا که کشاورزی رواج می‌یافت، مردم به زندگی در خانواده‌های چندنسلی تمایل پیدا می‌کردند و نیاز اقتصادی مردم با شکل‌گیری چنین خانواده‌هایی بهتر مرتفع می‌شد. در آن دوران، طلاق رواج نداشت و امری مذموم به حساب می‌آمد، اما ازدواج‌های مجدد و چندهمسری به‌وفور دیده می‌شد. با انتقال اقتصاد از مزرعه به کارخانه و مهاجرت به شهرها،

خانواده‌ها برای مقابله با بحران‌های اقتصادی و تأمین مایحتاج خود کوچک و کوچک‌تر شدند و بدین ترتیب خانواده‌های هسته‌ای گسترش یافتند. در خانواده هسته‌ای رشد جمعیت روندی کاهشی دارد و شبکه‌های خویشاوندی تأثیر خود را از دست داده‌اند (اعزازی، ۱۳۷۶). اکنون در دنیای مدرن شاهد پیدایش شکل‌های جدیدی از زندگی هستیم: افرادی که به‌تنهایی و خارج از خانواده زندگی می‌کنند؛ افرادی که پیایی ازدواج می‌کنند و جدا می‌شوند؛ زندگی‌های مشترکی که بدون ازدواج آغاز می‌شود؛ زوج‌هایی که شیوه زندگی بدون فرزند را برمی‌گزینند؛ ازدواج‌های گروهی؛ ازدواج با هم‌جنسان؛ و اشکال دیگر خانواده. به باور برناردز (۱۳۸۴)، مشخص‌ترین ویژگی ازدواج در آینده دقیقاً این است که برای افرادی که از رابطه‌شان با یکدیگر انتظارات متفاوتی دارند راه‌های مختلفی وجود دارد. اینکه کدام‌یک از اشکال خانواده‌های ذکرشده در آینده رواج پیدا می‌کند در گرو تصمیماتی است که درمورد فناوری و شیوه کار اتخاذ می‌شوند.

۲. تحولات کارکردی خانواده

ویلیام آگبرن^۱ و کلارک تیبتس^۲ در سال ۱۹۳۴ شش کارکرد اساسی خانواده را مورد تأکید قرار داده‌اند که عبارت‌اند از تولیدمثل، حمایت و مراقبت، جامعه‌پذیری، تنظیم رفتار جنسی، عطوفت و همراهی، و تأمین پایگاه اجتماعی (بستان، ۱۳۸۳، به نقل از شافر^۳، ۱۹۸۹). استین هاور و همکارانش فرایند کارکرد خانواده را در پنج بُعد شامل انجام وظیفه، ایفای نقش، ارتباطات، دخالت عاطفی و کنترل مطرح کرده‌اند (حسینی، ۱۳۸۸). بستان، علاوه بر کارکردهایی که آگبرن برای خانواده مطرح کرده، مواردی از جمله آموزش، تربیت دینی، تأمین پدر مشروع، کنترل اجتماعی، تأمین نیازهای اقتصادی، انتقال کالاهای مادی، گذران اوقات فراغت، رشد و تثبیت شخصیت، و ایجاد تغییرات اجتماعی را از جمله کارکردهای خانواده برشمرده است (بستان، ۱۳۸۳).

تغییر در ارزش‌های خانوادگی، مناسبات اقتصادی و سیستم‌های اجتماعی تأثیرات گسترده‌ای را بر روند کارکردی خانواده گذاشته‌اند. هرچند میزان و سرعت این تغییرات در تمامی جوامع یکسان نیست، اما روند روبه‌رشد پیشرفت در فناوری‌های نوین ارتباطاتی، اطلاعاتی و تجهیزاتی و گسترش مدرنیته در جوامع مختلف سبب ایجاد هم‌گرایی در تغییر و تحولات حوزه کارکردی خانواده در جوامع مختلف شده است.

1. William F. Ogburn

2. Clark Tibbitts

3. Schaefer

پارسونز^۱ معتقد است در جوامع صنعتی پیشرفته خانواده تقریباً تمام کارکردهای اجتماعی خود را از دست داده و به خانواده‌ای منزوی تبدیل شده است. در عین حال سایر کارکردهای خانواده مانند کارکردهای اقتصادی، تعلیم و تربیت، خدماتی، محافظتی و... به نهادها و سازمان‌های دیگر اجتماعی مانند شرکت‌ها، کارخانه‌ها، مدارس، بیمارستان‌ها و... واگذار شده است (اعزازی، ۱۳۷۶). آزاد ارمکی معتقد است در دوره جدید خانواده با جامعه رابطه‌ای تعامل‌گرایانه پیدا کرده است و هرچند بسیاری از کارکردهای اساسی خود را کاملاً از دست داده یا کارکردها دچار کاهش شده‌اند، ولی هنوز کارکردهای بسیار مهمی نظیر تولیدمثل، تربیت فرزندان، حمایت آموزشی و پرورشی از فرزندان، حمایت از پدران و مادران، مشارکت در ازدواج فرزندان، ایجاد حس مشارکت لازم در فرد، تنها قلمرو شناخته شده و قابل اعتماد زندگی، محلی برای بروز علایق و نیازها، محل استراحت و رفع خستگی انسان امروز و تحقق فردیت اجتماعی دارد (مشگی، ۱۳۹۱، به نقل از آزاد ارمکی، ۱۳۸۶).

شاید اولین اثر مدرنیته بر نهاد خانواده تغییر ساختار گسترده آن به هسته‌ای بوده است، اما این ساختار جدید نیز به تدریج، متناسب با الزامات و مقتضیات جامعه مدرن، دچار تحولاتی شده است که وضعیت آن را از شرایط چند دهه گذشته به کلی متمایز کرده است. وضعیت جدید به سست شدن پیوندهای خانوادگی، روابط عاری از قدرت در درون خانواده، کاهش پایداری خانواده، کم‌توان شدن هنجارهای خانوادگی در کنترل و سامان بخشی به رفتارها و روابط اعضای خانواده، تضعیف روابط عاطفی میان اعضای خانواده، درهم ریختن نظام سنتی، تقسیم نقش‌ها بدون جایگزینی و مقبولیت یافتن نظامی نوین و کارآمد و بروز بسیاری عوارض و پدیده‌ها منجر شده است که رصد دائمی آثار و آسیب‌های احتمالی ناشی از این تحولات را گریزناپذیر می‌کند (جمشیدیها، صادقی فسایی و لولآور، ۱۳۹۲).

۳. تحولات بینشی و ارزشی خانواده

بدیهی است نمی‌توان تغییرات ساختاری و کارکردی خانواده را جدای از تغییرات بینشی و ارزشی افراد جامعه دید. ارزش‌ها نقشی اساسی در تبیین، کنترل، هدایت و پیش‌بینی کنش‌های افراد ایفا می‌کنند و شیوه جهت‌گیری، کنش و تعامل آن‌ها را نسبت به سایر افراد تعیین و هدایت می‌کنند (آزاد ارمکی، ۱۳۸۹). ارزش‌ها، به عنوان بنیادی‌ترین عنصر فرهنگی، بر انتخاب شیوه‌ها، وسایل و اهداف موجود برای کنش اثر می‌گذارند (چلبی، ۱۳۸۳). در دهه‌های اخیر، با تغییر در ساختار اجتماعی و فرهنگی جامعه ایران در نتیجه بهبود شاخص‌هایی همچون صنعتی شدن، افزایش میزان شهرنشینی، افزایش میزان تحرک

اجتماعی و مهاجرت، جوانی جمعیت، توسعه شبکه حمل و نقل عمومی، توسعه وسایل ارتباط جمعی و کاربرد فناوری‌های نوین ارتباطی و توسعه نهادهای اجتماعی جدید مانند آموزش و پرورش و دانشگاه، زمینه مساعدی برای بروز تغییراتی در ارزش‌ها و نگرش‌های اعضای خانواده ایرانی به وجود آمده است، به طوری که ارزش‌های والدین، به علت تجربه شرایط اجتماعی و اقتصادی ویژه دوران جنگ و قبل از آن، با ارزش‌های جوانانی که آن شرایط را تجربه نکرده‌اند و در شرایط اجتماعی و اقتصادی مساعد و بهتری پرورش یافته‌اند تفاوت‌هایی دارد (آزاد ارمکی، ۱۳۸۹). درمورد نگرش جوانان به معاشرت‌های پیش از ازدواج با جنس مخالف، مطابق با یافته‌های پژوهش پیمایشی احمدنیا و مهریار (۱۳۸۳) با نمونه‌ای شامل ۷۳۱ پسر و ۷۲۰ دختر شاغل به تحصیل در سال‌های اول تا سوم دبیرستان و هنرستان در سطح شهر تهران، حدود ۹۵ درصد از پاسخ‌دهندگان موافق معاشرت پیش از ازدواج با همسر آینده برای آشنایی با خصوصیات او بودند.

در گذشته، فرهنگ عمومی بسیاری از جوامع چنان بود که روابط جنسی پیش از ازدواج را قبیح می‌دانستند و آشکار شدن آن به رسوایی بزرگی تبدیل می‌شد؛ یا طلاق بسیار نكوهیده و در برخی جوامع ناممکن تلقی می‌شد. اما در برخی از همین جوامع در عصر حاضر برخی از تابوها شکسته شده، تا آنجا که نگرش‌ها به ارزش بکارت دختران هنگام ازدواج نیز تغییر کرده است. در ایران نیز نگرش‌ها نسبت به تحصیلات و اشتغال زنان، آشنایی دختر و پسر برای تشکیل خانواده، سن ازدواج، میزان فرزندآوری و... تغییر و تحولات عمیقی کرده است (احمدنیا، ۱۳۹۲، به نقل از بستان و همکاران، ۱۳۸۸). شکاف نسلی موجود در نگرش‌ها، عقاید، علایق، نوع زندگی و ارتباطات اجتماعی نسل‌های متوالی، تفاوت در نحوه گذران اوقات فراغت، دل‌بستگی به جذابیت‌ها و ظواهر فریبنده زندگی و بسیاری از رفتارهای زوج‌های امروزی از جمله نشانه‌هایی هستند که به تغییرات بینشی و گرایشی خانواده‌های امروزی اشاره دارند.

۴. تغییرات در سبک زندگی خانواده

سبک زندگی نوعی انتخاب است از میان تعداد بی‌شمار امکان‌های موجود و، در عمل، از نسل گذشته دریافت نمی‌شود، بلکه پذیرفته می‌شود. سبک‌های زندگی به صورت روزمره درمی‌آیند و عملکردهایی را که در نوع‌گزینش، نوع زندگی، نحوه ارتباطات، برخورد و روابط میان فردی، امرار معاش و... حاصل می‌کنند متبلور می‌کنند. گلاپیتیس^۱ سبک زندگی را

مترادف همه فعالیت‌های فردی می‌داند و کریستین سن^۱ شیوه‌ای را که بدان طریق زندگی می‌کنیم سبک زندگی می‌خواند (رضایی، ۱۳۹۶). در پژوهش پیش رو، با توجه به اینکه موضوع اصلی پژوهش کنکاش سبک زندگی و تشریح جزئیات آن نیست، برای شناسایی تغییرات صورت‌گرفته در سبک زندگی خانواده ایرانی ابتدا مؤلفه‌های سبک زندگی خانواده شناسایی شده‌اند و سپس روند تغییرات در برخی از این مؤلفه‌ها بررسی شده‌اند.

سوبل^۲ بر الگوی مصرف به‌عنوان قابل مشاهده‌ترین و بهترین شاخص سبک زندگی تأکید می‌کند. لامونت^۳ و همکارانش نیز، ضمن تأکید بر شیوه سازمان‌دادن زندگی شخصی، الگوی تفریح و مصرف را بهترین شاخص سبک زندگی می‌دانند. زابلکی و کانتر^۴ رفتار افراد در خانواده را به‌منزله شاخص سبک زندگی معرفی کرده‌اند (رضایی، ۱۳۹۶). چاپین^۵ و اسول^۶ به محل سکونت، نوع خانه، وسایل اتاق نشیمن و دیگر جلوه‌های عینی شأن و منزلت اشاره کرده‌اند (مهدوی کنی، ۱۳۸۷). هوتن^۷ عناصر سبک زندگی را در خانواده چنین توصیف می‌کند: اثاثیه، اشیای هنری، انواع لباس پوشیدن‌ها، مواد خواندنی، آلات موسیقی، سلیقه در غذا و مشروبات، روش پخت، نوع صحبت کردن در خانه (چه در کلمات و گرامر، چه در عناوین گفت‌وگوها)، نوع گذران اوقات فراغت، بودجه‌بندی، روابط با فرزندان، ضوابط و روش‌های تربیت کودک، تراکم جمعیت ساکن در خانه و محل، نوع و ویژگی‌های اشتغال (مهدوی کنی، ۱۳۸۶، به نقل از مک‌کی^۸، ۱۹۶۹).

در خصوص خانواده، براینده سبک زندگی اعضای خانواده مشخص‌کننده سبک زندگی خانواده است. در چند دهه پیش، خانواده‌ها عامل اصلی تشکیل پیوند میان زوج بودند و رسم و رسومات پیشینیان یک قوم تعیین‌کننده نحوه آشنایی و ایجاد پیوند میان جوانان بود، اما در عصر حاضر چه‌بسا در نقاط دور و محروم کشور پیوندی به سبک کاملاً غربی شکل می‌گیرد یا خانواده‌هایی هستند که، با وجود تمام مشکلات و گرفتاری‌های مالی‌ای که دارند، نحوه پوشش، نوع تغذیه و تفریحاتشان از سبکی خاص که نمایانگر خانواده اشرافی و زندگی تجملاتی است تبعیت می‌کند. مردم ایران خصوصاً نسل دوم و سوم به فرزندآوری چندان

1. Christensen

2. Sobel

3. Lamont

4. Zablky & kountertops

5. Chapin

6. Swell

7. Van Houten

8. Mckee

فکر نمی‌کنند، درحالی‌که در همین جامعه زمانی ۸ الی ۹ فرزند در یکی دو اتاق کوچک زندگی می‌کردند. اکنون طلاق پدیده‌ای ساده شده است و اهمیت ازدواج در حال کاهش است؛ سهولت در روابط جنسی خارج از خانواده و برابری جنسیتی شواهدی هستند که براساس آن‌ها می‌توان آینده جامعه را پیش‌بینی کرد. می‌توان صدای اتفاق بزرگی را شنید که در آینده با تفاوت نسل‌ها گره می‌خورد (آزاد ارمکی، ۱۳۸۹). تغییر در روابط خویشاوندی و خانوادگی، تفاوت در علایق، نوع زندگی و ارتباطات اجتماعی، رسانه‌ای شدن خانواده‌ها، تغییر در الگوی همسرگزینی، تغییر و تحول وضعیت زنان، مدگرایی و عرفی شدن برخی خانواده‌های ایرانی، فردگرایی، و صدها مورد دیگر را می‌توان از تحولات به‌وجودآمده در سبک زندگی خانواده برشمرد.

روش پژوهش

در این پژوهش شناسایی تغییرات صورت‌گرفته در خانواده ایرانی و پیشران‌های تأثیرگذار در ماهیت، ساختار، کارکرد و سبک زندگی خانواده‌های ایرانی مد نظر است. شناسایی مؤلفه‌های مؤثر و نیروهای پیشران تغییرات خانواده در پژوهش پیش رو ابتدا با استفاده از منابع علمی داخلی و خارجی و مصاحبه‌های عمیق و سپس نظرسنجی از خبرگان این حوزه انجام شده است. مطالعه نیروهای پیشران درواقع تحلیل عمیق روند ساختار و سبک زندگی خانواده‌های ایرانی مسلمان در دوران گذشته و حال حاضر است که گام نخست آن تهیه فهرست اولیه و مقدماتی مؤلفه‌های تأثیرگذار بر خانواده است. در خصوص نیروهای پیشران دو نوع تحلیل صورت می‌پذیرد: تحلیل کمی و تحلیل عدم قطعیت. هدف از تحلیل عدم قطعیت نیروهای پیشران شناسایی نیروهای پیشرانی است که بیشترین عدم قطعیت‌ها را نسبت به آینده دربردارند و می‌توانند سیر حوادث را به گستره وسیعی رهنمون شوند. در این پژوهش، با توجه به این که هدف شناسایی پیشران‌های اصلی بوده نه اولویت‌بندی آن‌ها، فقط از تحلیل کمی استفاده شده است.

شناسایی مؤلفه‌ها و پیشران‌های تأثیرگذار بر تحولات مقوله خانواده

برخی از مؤلفه‌ها با مرور پژوهش‌های موجود در قالب کتب، پایان‌نامه‌ها و مقالات، چنان‌که به برخی از آن‌ها اشاره شد، قابل احصاء هستند. برخی دیگر نیز با مراجعه به منابع آماری رسمی و مصاحبه با صاحب‌نظران این حوزه قابل دریافت‌اند. مطابق با آمار رسمی، در برخی از منابع معتبر می‌توان برخی از تغییرات ساختاری و کارکردی خانواده را به‌وضوح رصد کرد. افزایش سن ازدواج، روند نزولی فرزندآوری و کاهش بُعد خانواده، افزایش شهرنشینی، رشد

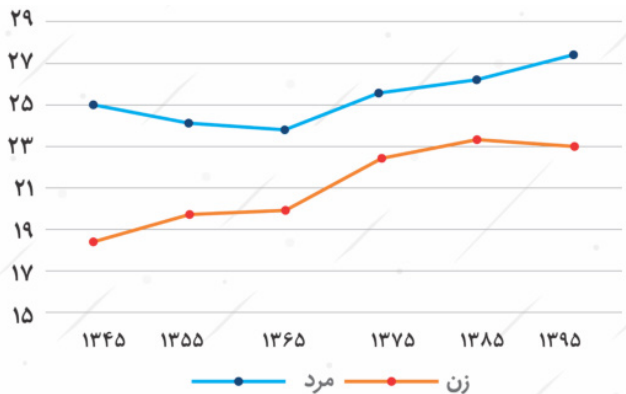
آمار طلاق، نرخ اشتغال زنان و... از جمله مواردی هستند که دست‌یابی به اطلاعات آماری آن‌ها طی چند دهه اخیر به راحتی امکان‌پذیر است.

در خصوص فراوانی ازدواج، هرچند روند نزولی در سال‌های اخیر مشاهده می‌شود و مطابق با آمار رسمی سازمان ثبت احوال کشور کاهش ۱۹/۵ درصدی در سال ۱۳۹۵ نسبت به سال ۱۳۹۰ گزارش شده، اما بخشی از این تغییرات به علت تغییرات جمعیتی (افزایش موالید در دهه ۶۰) و کاهش جمعیت در معرض ازدواج در سال‌های اخیر است. تغییر و تحولی که در این خصوص وجود داشته بیشتر به افزایش سن ازدواج مربوط است. میانگین سن در اولین ازدواج یکی از شاخص‌های جمعیتی است که وضعیت ازدواج جامعه و تغییرات الگوهای ازدواجی را در گذر زمان نشان می‌دهد. افزایش میانگین این سن بیانگر تغییر الگوی سنی ازدواج و همچنین تغییر نگرش‌ها نسبت به خانواده و ازدواج در جامعه است.

در دهه‌های اخیر میانگین سن اولین ازدواج برای زنان افزایش یافته و از حدود ۱۸ سال در ۱۳۴۵ به بیش از ۲۳ سال در ۱۳۹۵ رسیده است. میانگین سنی نخستین ازدواج برای مردان در این مدت نسبت به زنان تغییر کمتری داشته و با نوساناتی در طول دوره از ۲۵ سال در ۱۳۴۵ به حدود ۲۷/۵ سال در ۱۳۹۵ رسیده است. به گزارش مرکز ملی آمار ایران، میانگین سن در اولین ازدواج طی ۵۰ سال اخیر (۱۳۹۵-۱۳۴۵) برای مردان ۲/۴ سال و برای زنان ۴/۷ سال افزایش یافته است. جدول ۱ تغییرات سن اولین ازدواج را به تفکیک مردان و زنان شهری و روستایی نشان می‌دهد.

جدول ۱. فراوانی مطلق و میزان خام ازدواج به تفکیک جنسیت و مناطق شهری و روستایی (مرکز ملی آمار ایران، ۱۳۹۵)

سال	کل		شهری		روستایی	
	مرد	زن	مرد	زن	مرد	زن
۱۳۴۵	۲۵,۰۰	۱۸/۳۰	۲۵/۶۵	۱۸/۹۲	۲۴/۲۱	۱۷/۸۷
۱۳۵۵	۲۴/۲۴	۱۹/۹۵	۲۵/۱۰	۲۰/۲۰	۲۲/۷۰	۱۹/۱۰
۱۳۶۵	۲۳/۸۸	۲۰/۱۰	۲۴/۴۱	۲۰/۲۲	۲۲/۷۵	۱۹/۷۰
۱۳۷۵	۲۵/۱۷	۲۱/۹۳	۲۵/۷۱	۲۱/۹۱	۲۴/۲۱	۲۱/۹۹
۱۳۸۵	۲۶/۲۱	۲۳/۲۷	۶۲/۵۲	۲۳/۲۶	۲۵/۵۱	۳۶/۳۶
۱۳۹۵	۲۷/۴۱	۲۳/۰۳	۲۷/۷۶	۲۳/۴۳	۲۶/۵۰	۲۱/۹۶



شکل ۱. میانگین سن در اولین ازدواج به تفکیک جنسیت در کل کشور سال (مرکز ملی آمار ایران، ۱۳۹۵)

یکی از مؤلفه‌های ساختار خانواده ابعاد آن است که در طول چند دهه گذشته شاهد کاهش چشمگیری در ابعاد خانواده‌ها بوده‌ایم. مطابق با جدول ۲، بُعد خانوار از ۵/۱۷ سال ۱۳۷۰ به ۳/۳ در سال ۱۳۹۵ کاهش یافته است. هرچند مبنای سرشماری خانوار است و مفهوم آن در عمل با خانواده متفاوت است، اما به علت خانوادگی بودن اکثریت خانوارهای کشور تفاوت معناداری، البته در زمان کنونی، وجود ندارد.

جدول ۲. تعداد و بُعد خانوار با توجه به ابعاد جمعیت ایران در مقاطع زمانی مختلف از سال ۱۳۵۵ تا ۱۳۹۵

سال	تعداد خانوار	جمعیت کل کشور	بعد خانوار
۱۳۵۵	۶۷۱۱۶۲۸	۳۳۷۰۸۷۴۴	۵/۲
۱۳۶۵	۹۶۷۳۹۳۱	۴۹۴۴۵۰۱۰	۵/۱۱
۱۳۷۰	۱۰۷۸۷۲۲۷	۵۵۸۳۷۱۶۳	۵/۱۷
۱۳۵۷	۱۲۳۹۸۲۳۵	۶۰۰۵۵۴۸۸	۴/۸۴
۱۳۵۸	۱۷۳۵۲۶۸۶	۷۰۴۹۵۷۸۲	۴/۳
۱۳۹۰	۲۱۱۸۵۰۰۰	۷۵۱۴۹۶۶۹	۳/۵
۱۳۹۵	۲۴۱۸۵۱۳۳	۷۹۹۲۶۲۷۰	۳/۳

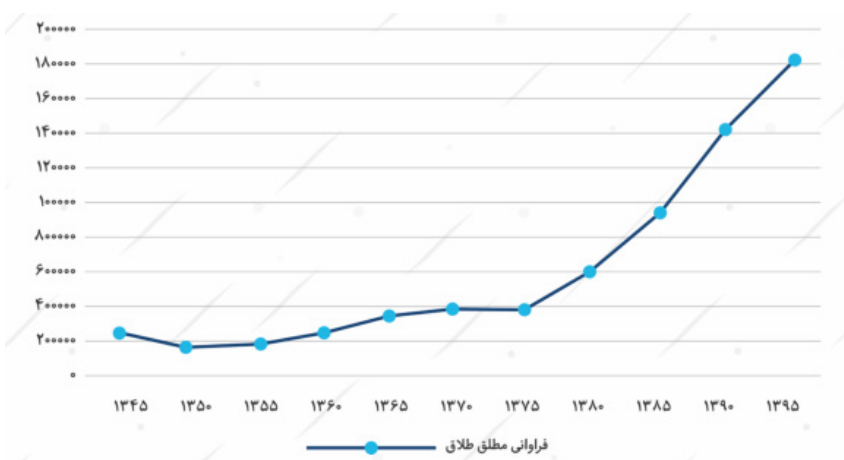
برخلاف گذشته که فرزند راز اصلی بقای خانواده بود و عدم فرزندآوری زن ممکن بود به طلاق بینجامد، در دوره جدید فرزندآوری اولویت نخست نیست، بلکه سازگاری طرفین اهمیت بیشتری یافته است (آزاد ارمکی، ۱۳۹۵).

در جامعه ایران آمار طلاق - خصوصاً در نقاط شهری (به‌ویژه تهران) - در حال افزایش است. براساس آمار ثبت احوال کشور در سال ۱۳۷۲ از هر ۱۰ ازدواج، یکی به طلاق منجر می‌شد. این میزان

در سال ۱۳۸۵ به ۱۲ طلاق و در سال ۱۳۹۳ به ۱۵ طلاق در هر ۱۰۰ ازدواج رسیده و نکته قابل تأمل اینکه در استان تهران و البرز ۳۳ درصد است (آزاد ارمکی، ۱۳۹۵). مطابق با جدول ۳ فراوانی مطلق طلاق با وجود افت و خیزهایی در کل افزایش یافته و روند صعودی آن کاملاً مشهود است. هرچند می‌توان مقداری از این افزایش را مرتبط با روند صعودی جمعیت در معرض طلاق دانست و بخشی از این افزایش را توجیه کرد، اما این روند بیش از حد انتظار صعودی بوده که نشئت گرفته از عوامل متعددی همچون کاهش قبح طلاق، تغییر نگرش جوانان برای لذت بردن از زندگی و... است.

جدول ۳. تغییرات بین دوره‌ای طلاق ثبت شده طی سال‌های ۱۳۴۵-۱۳۹۵ (سازمان ثبت احوال کشور)

سال	تعداد طلاق ثبت شده	تغییرات بین دوره‌ای طلاق	
		مطلق	نسبی
۱۳۴۵	۲۴۸۲۳	-	-
۱۳۵۰	۱۶۲۹۵	-۸۵۲۸	-۳۴/۳
۱۳۵۵	۱۸۰۲۱	۱۷۲۶	۱۰/۶
۱۳۶۰	۲۴۴۲۳	۶۴۰۲	۳۵/۵
۱۳۶۵	۳۵۲۱۱	۱۰۷۸۸	۴۴/۲
۱۳۷۰	۳۹۳۳۶	۴۱۲۵	۱۱/۷
۱۳۷۵	۳۷۸۱۷	-۱۵۱۹	-۳/۹
۱۳۸۰	۶۰۵۰۰	۲۲۶۸۳	۶۰
۱۳۸۵	۹۴۰۳۹	۳۳۵۳۹	۵۵/۴
۱۳۹۰	۱۴۲۸۴۱	۴۸۸۰۲	۵۲
۱۳۹۵	۱۸۱۰۴۹	۳۸۲۰۸	۲۶/۸



شکل ۲. فراوانی طلاق در سال‌های ۱۳۴۵-۱۳۹۵ (سازمان ثبت احوال کشور)

زیبایی نژاد در مقاله‌ای با عنوان «بازتولید خانواده ایرانی» مهم‌ترین تغییرات در مقوله خانواده را تغییر شبکه ارتباطی، دگرگونی‌های جنسیتی، تحولات ازدواج و طلاق، عرفی‌گرایی و رسانه‌ای شدن خانواده می‌داند. به باور او، فردگرا و فردمحور شدن ارتباطات، تقلیل نقش والدین در فرایند ازدواج فرزندان از هدایتگری و نظارت به حمایت اقتصادی، غلبه ادراک‌ها، کاهش اقتدار مرد و زنانه شدن برخی از گرایش‌ها در خانواده، تمایل زنان امروزی به تسخیر پست‌های مدیریتی، افزایش سن ازدواج، افزایش رشد طلاق، تضعیف تأثیر دین در تصمیم‌گیری‌های خانواده، کاهش اطاعت‌پذیری فرزندان از والدین، کاهش مسئولیت‌پذیری سرپرست خانواده، کاهش تمکین همسر، کاهش اهتمام به کسب درآمد از راه‌های حلال، کم‌رنگ شدن حریم‌ها در روابط دوستانه و طایفه‌ای و افزایش روابط دختر و پسر در زمان نامزدی بدون خواندن صیغه، که نشانه‌هایی از عرفی‌گرایی است، از مهم‌ترین تغییرات این حوزه به شمار می‌روند (زیبایی نژاد، ۱۳۸۸).

جهانی شدن و جهانی سازی نه تنها به مهم‌ترین شاخصه عصر ما تبدیل شده، بلکه به نظر می‌رسد که در سرنوشت ما نقشی تعیین‌کننده دارد و در عرصه اجتماعی به تغییر مفهوم روابط اجتماعی، عادات، روابط فامیلی، سازمان‌های اجتماعی، رفتار اجتماعی، الگوهای مصرف و شیوه زندگی منجر شده است و تمامی زوایای زندگی روزمره نظیر ارزش‌های خانوادگی، ازدواج، جنسیت و... را نیز تحت تأثیر قرار داده است (پایدار، ۱۳۸۴). پدیده جهانی شدن از طریق رشد دادن فردیت و وارد کردن زنان به فعالیت تولیدی و اجتماعی خارج از منزل، تقویت استقلال اقتصادی افراد و به تبع آن کاهش بردباری آنان نسبت به یکدیگر، شناخت و تثبیت و افزایش حقوق زنان، قانونی کردن حق طلاق، شهرنشینی، خشونت خانوادگی، اشتغال زنان و پیامدهای آن، مهاجرت از روستا به شهر، تحرک اجتماعی و اقتصادی و محلی بیشتر و کاهش نفوذ مرد در خانواده و بسیاری از عوامل دیگر بر ساختار نهاد خانواده و سبک زندگی زنان تأثیر گذاشته است (بااوش، بااوش و حکیمی، ۱۳۹۵).

با مشاهده جریان‌های فرهنگی و تغییرات روی داده در جوامع غربی به سهولت می‌توان دریافت که، با تغییر در ارزش‌ها و نگرش‌ها و هنجارها در خصوص زندگی خانوادگی، میزان باروری، سن باروری و موالید خارج از ازدواج تغییرات زیادی کرده‌اند. برخی از صاحب‌نظران این تحولات فکری و اندیشه‌ای را از لوازم توسعه یافتگی برشمردند و معتقدند هر کشوری که بخواهد راه توسعه را در پیش بگیرد ناگزیر دچار این‌گونه تغییرات خواهد شد. لذا جریان‌هایی همچون سکولاریسم و فمینیسم، که یکی فردگرایی لذت‌گرایانه و دیگری از بین رفتن تبعیض جنسیتی و آزادی زنان از یوغ ستم مردان را تبلیغ می‌کند، با تأثیرگذاری بر ارزش‌ها و اعتقادات افراد بشر، نقشی تعیین‌کننده در تحولات خانواده ایفا می‌کنند. عنوانی (۱۳۹۲)، در پژوهش خود

با عنوان «سکولاریزاسیون خانواده و تأثیر آن در کاهش جمعیت»، شهرنشینی سکولارمآبانه، تشویق به تجرد، عادی‌سازی طلاق، برهنگی و گسترش فحشا، و اشتغال زنان را از مؤلفه‌های محوری سکولاریسم معرفی کرده و نقش آن‌ها را در کاهش جمعیت مؤثر برمی‌شمارد.

مطالبی که در خصوص تغییرات و تحولات بینشی، ساختاری، کارکردی و رفتاری خانواده تدوین شده‌اند به چند روند مهم اشاره می‌کنند و منشأ تمامی تحولات و تغییرات مقوله خانواده را متأثر از تعداد محدودی از عوامل ذکر می‌کنند که مهم‌ترین آن‌ها عبارت‌اند از جهانی شدن به‌ویژه در حوزه ارتباطات؛ رشد استفاده از رسانه‌های نوین؛ روند شتابان علم و فناوری؛ ظهور جریان‌های سکولاریستی، لیبرالیستی، فمینیستی و دیگر نحله‌های فکری و تبلیغ و گسترش این افکار و ارزش‌ها به واسطه انجمن‌ها و جمعیت‌های فعال به وجود آمده؛ شهرنشینی؛ تشویق به تنظیم خانواده؛ افزایش میزان دانش بشری؛ گسترش دانشگاه‌ها در شهرهای بزرگ و کوچک؛ مهاجرت‌های دائمی و موقت برای تحصیل یا اشتغال؛ تغییرات اساسی در مشاغل و ساعات کاری؛ تجملاتی و تشریفاتی شدن زندگی‌ها و مراسمات؛ محول شدن برخی از کارکردهای خانواده به نهادهای اجتماعی؛ خروج منابع معنابخش به زندگی از دست دین و سنت؛ عرفی شدن و فاصله گرفتن از شریعت و بندگی؛ به وجود آمدن خرده فرهنگ‌های متنوع؛ گسترش حضور زنان در عرصه‌های علمی، اجتماعی و حتی سیاسی و رشد اشتغال آن‌ها و... این عوامل عمدتاً در جهت مدرن شدن خانواده‌ها بوده‌اند و باید توجه داشت در کشوری مانند ایران نیروها و عوامل دیگری نیز وجود دارند که در جهت تحکیم بنیان خانواده و حفظ آن تلاش می‌کنند. مثلاً می‌توان به نقش مذهب و تعالیم دینی، فعالیت مبلغان در جهت آگاهی بخشی به مردم در جلسات مذهبی به‌ویژه در مناسبت‌های خاص مانند محرم و صفر، برخی از قوانین موجود در راستای تحکیم خانواده، نگرش منفی اکثریت جامعه نسبت به روابط جنسی خارج از ازدواج و نکوهش آن، برخی از آداب و رسوم و سنت‌های رایج پسندیده در خصوص تشکیل خانواده و موقعیت‌های بعدی زندگی مشترک و... اشاره کرد.

در خصوص شناسایی مؤلفه‌های کلیدی تغییرات در مقوله خانواده با استفاده از منابع کتابخانه‌ای موجود و طی مصاحبه با چند نفر از استادان مطرح حوزه و دانشگاه نظیر حجج الاسلام زیبایی‌نژاد، بستان، سالاری‌فر و... و آقایان دکتر احمدی، حاجیانی، بانکی و... حدود ۱۵۰ مؤلفه به دست آمد. این موارد با مشورت با چهار تن از آینده‌پژوهان حوزه‌های فرهنگی اجتماعی و با حذف و تجمیع برخی از موارد به ۱۰۰ مورد کاهش یافت. سپس این مؤلفه‌ها در شاخه‌های اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، سیاسی و فناوریانه (براساس مدل PEST) دسته‌بندی شدند. این ۱۰۰ مورد به لحاظ ویژگی‌های موردنظر در ۱۵ دسته تقسیم‌بندی شدند که مطابق با جدول ۴ است.

جدول ۴. دسته‌بندی مؤلفه‌های تأثیرگذار بر تحولات مقوله خانواده

نوع مؤلفه	عنوان مؤلفه‌های کلیدی	ردیف	مؤلفه‌های تجمیع شده
	مصرف روزافزون سریال‌های ماهواره‌ای و استفاده از شبکه‌های مجازی	۱	متکثرشدن مرجعیت
	جایگزینی نقش برخی از رسانه‌های مجازی ارتباطی مانند تلگرام با رسانه‌هایی همچون روزنامه، صداوسیما و...		
	تأسی خانواده‌ها از سبک‌های زندگی مدرن نمایش داده شده در فیلم‌ها، کلیپ‌ها و سریال‌های تلویزیونی، ماهواره‌ای و سینمایی (رسوخ رسانه در بطن زندگی خانواده‌ها)		
	پیدایش هویت چهل تکه (جمع ارزش‌های ضدونقیض در افراد)		
	کاهش محبوبیت و مرجعیت علمای دینی به‌ویژه در نظر نسل جدید		
اجتماعی	تغییر در مناسبات توزیع قدرت در خانواده (افول قوامیت مردان)	۲	تغییر کارکردهای خانواده و نقش اعضای آن
	فرزندمحوری		
	تغییر نگرش نسبت به جنسیت فرزند (کاهش تعصب نسبت به ذکور بودن فرزند)		
	محول شدن کارکردهای خانواده به نهادهای اجتماعی		
	کاهش تمایل به فرزندآوری (کوچک شدن ابعاد خانواده)		
	افول نقش کنترلی و نظارتی والدین		
	هسته‌ای شدن خانواده‌ها (عدم پذیرش زندگی در کنار والدین از سوی زوجین و برعکس)		
	کاهش ارتباطات کلامی میان اعضای خانواده به علت تأثیرات دنیای مجازی		
	تغییر نگرش درمورد نقش‌های خانوادگی و اجتماعی زن و شوهر		
	تغییر در سبک طراحی، ابعاد و نقشه ساختمان‌های مسکونی		
	سیاست‌های مداخله‌گرایانه دولت در خانواده		

نوع مؤلفه	عنوان مؤلفه‌های کلیدی	ردیف	مؤلفه‌های تجمیع شده
اجتماعی	تغییر مناسبات نظام خویشاوندی (ترک صله‌رحم و بی‌تفاوتی نسبت به مشکلات خانوادگی، معیشتی و عقیدتی اقوام)	۲	تغییر کارکردهای خانواده و نقش اعضای آن
	کاهش تمایل به فرزندآوری (کوچک شدن ابعاد خانواده)	۳	فردمحوری
	هسته‌ای شدن خانواده‌ها (عدم پذیرش زندگی در کنار والدین از سوی زوجین و برعکس)		
	آزادی در انتخاب همسر (فردگرایانه شدن ازدواج)		
	روی‌آوری جوانان به تفرد (زندگی مجردی)		
	شخصی‌سازی رسانه		
	تغییر موازنه مسئولیت اقتصادی در خانواده (از میان رفتن نقش انحصاری مرد در تأمین معیشت خانواده)	۴	زندگی سکولار (تجددگرایی، دنیاگرایی و لذت‌طلبی)
	شکاف بین‌نسلی در طرز تفکر و اعتقادات (تغییر در آرمان‌ها، باورها، ارزش‌ها، علایق و مطالبات نسل جدید)		
	رشد آزادی‌خواهی‌های مخالف با شریعت		
	تغییر مفهوم خوشبختی و سعادت در زندگی		
	کم‌ارزش شمردن وظایف خانه‌داری و مادری		
	شکسته شدن حریم میان نامحرمان (رواج یافتن اختلاط دختر و پسر و نیز زن یا مرد متأهل با افراد نامحرم حتی در جمع‌های خانوادگی)		
	افزایش آگاهی‌های جنسی و افزایش توقعات (خارج از چارچوب شرعی) ارضای نیاز جنسی		
	از بین رفتن قبح طلاق		
	کاهش حساسیت مردان به وضع پوشش و مراودات همسران و فرزندان		
	نرخ مسافرت به کشورهای اروپایی و مناطق خوش‌گذرانی		

نوع مؤلفه	عنوان مؤلفه‌های کلیدی	ردیف	مؤلفه‌های تجمیع شده
اجتماعی	تغییر ارزش‌های دینی و گرایش به مادیات (اهمیت یافتن ارزش‌های اقتصادی و علمی به جای ارزش‌های اجتماعی و مذهبی به‌ویژه نزد نسل جدید)	۴	زندگی سکولار (تجددگرایی، دنیاگرایی و لذت‌طلبی)
	افزایش تنوع‌طلبی و لذت‌جویی		
	کاهش قبح گناه (عرفی شدن برخی از رفتارها و روابط)		
	کاهش قبح زندگی مجردي		
	رواج فرهنگ برهنگی و افزایش ابتذال		
	کم‌رنگ شدن غیرت دینی و ناموسی		
	بلوغ زودرس (آشنایی زود هنگام کودکان با مسائل جنسی از طریق تماشای ماهواره، تصاویر و هرزه‌نگاری، وضع پوشش امروزی زنان و...)		
	مصرف‌گرایی و مادی‌گرایی در کنار نابرابری اجتماعی		
	بی‌تفاوتی اجتماعی (ترک امر به معروف و نهی از منکر)		
	کمارزش شدن کسب روزی حلال و رواج ربا و...		
	سیستم‌های اقتصادی فاسد (ازدیاد ورود مال شبهه‌ناک و حرام به معیشت مردم)	۵	استقلال مالی و هویتی زنان با مشارکت در امور اقتصادی، اجتماعی و سیاسی (ارزشمند شدن ابعاد غیرخانوادگی حیات اجتماعی برای زنان)
	ورود زنان به مناسبات سیاسی، اقتصادی و اجتماعی جامعه (افزایش مشارکت اقتصادی، اجتماعی و سیاسی زنان)		
	احساس کسب منزلت و هویت با تحصیلات عالی و اشتغال برای زنان		
	اشتغال زنان و استقلال مالی آن‌ها		
	ورود زنان به عرصه‌های مدیریتی، سیاست‌گذاری و تصمیم‌سازی	۶	پیدایش گزینه‌های بدیل ازدواج (از اولویت خارج شدن ازدواج)
	افزایش سن ازدواج و کاهش طول دوران باروری		
	افزایش هزینه‌های ازدواج		
	تغییر نگرش جوانان نسبت به شرایط، سن و اصل ازدواج		

نوع مؤلفه	عنوان مؤلفه‌های کلیدی	ردیف	مؤلفه‌های تجمیع شده
اجتماعی	سهولت ارضای نیاز جنسی و عاطفی خارج از خانواده (شیوع روابط جنسی آسان‌گیرانه و غیرمتعهدانه و ارتباطات خارج از پیوند زناشویی)	۶	پیدایش گزینه‌های بدیل ازدواج (از اولویت خارج شدن ازدواج)
	تغییر انگیزه جوانان برای ازدواج		
	وجود رسوم دست و پاگیر و غلط در تشکیل خانواده		
	افزایش زنان مجرد قطعی		
	گسترش فرصت‌های تحصیلی و سهولت ورود همگان به سطوح آموزش عالی (تمایل افراد به ادامه تحصیل تا سطوح عالی)		
	پیشی گرفتن دختران در ورود به دانشگاه و رشد آن‌ها در ورود به مقاطع تحصیلی عالی		
	بروز آشکال جدید خانواده در غرب و تأثیرپذیری جامعه ایرانی از سبک زندگی غربی		
اقتصادی	خروج ازدواج از مدار هنجاری	۷	ازدواج‌های غیرمنطقی (عشق‌های سیال، زودگذر، هوس‌گونه و بی‌پایه و اساس)
	رشد آمار درخواست طلاق		
	رشد آمار طلاق‌های توافقی		
اقتصادی	رشد امکانات بهداشتی، بهبود شاخص‌های سلامت و افزایش طول عمر	۸	افزایش سالمندان
	فراگیری رفتارهای ناهنجار مانند پرخاشگری، کم‌حوصلگی و... به ویژه در جوانان	۹	اشتغال، معیشت و اقتصاد خانواده
	رشد بیکاری		
	روی‌آوری جوانان به مواد مخدر و روان‌گردان		
	مصرف‌گرایی و مادی‌گرایی در کنار نابرابری اجتماعی		
	فشارهای اقتصادی و مالی بر اقشار کم‌درآمد		
فناورانه	کاهش توان مالی برای خرید خانه‌ای مناسب (آپارتمان نشینی)	۱۰	رشد و توسعه فناوری‌های ارتباطی (دیجیتالی شدن زندگی)
	رشد و گسترش فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی نوین		
	توسعه وسایل ارتباطی و همگانی شدن آن (گسترش ارتباطات اعضای خانواده با دنیا)		
فناورانه	امکان زندگی دلخواه و انتخابی در دنیای مجازی (ساخت هویت‌های مجازی جدید)	۱۰	رشد و توسعه فناوری‌های ارتباطی (دیجیتالی شدن زندگی)
	امکان زندگی دلخواه و انتخابی در دنیای مجازی (ساخت هویت‌های مجازی جدید)		

نوع مؤلفه	عنوان مؤلفه‌های کلیدی	ردیف	مؤلفه‌های تجمیع شده
فناورانه	رسانه‌ای شدن (هزینه‌کردن برای جلب توجه و کسب منزلت)	۱۰	رشد و توسعه فناوری‌های ارتباطی (زندگی مجازی و هویت‌های چندگانه)
	بلوغ زودرس (آشنایی زودهنگام کودکان با مسائل جنسی با تماشای ماهواره، تصاویر و هرزه‌نگاری، وضع پوشش امروزی زنان و...)		
	پیشرفت در حوزه علوم ژنتیک و فناوری‌های جدید تولیدمثل یا جلوگیری از آن	۱۱	رشد و توسعه فناوری‌های زیستی و تولیدمثل
	تلاش دانشمندان در زمینه تولیدربات انسان نما (زمزمه امکان ازدواج انسان با ربات در آینده)		
	روش‌های جدید فرزندآوری (مانند باروری مساعدتی)		
	تلاش دانشمندان برای ایجاد تغییرات ژنتیکی در خصوص جنسیت، شخصیت و... نسل آینده		
فرهنگی	تلاش دانشمندان برای تشکیل جنین و تولد فرزندان آینده در خارج از رحم مادران	۱۲	گرایش به مظاهر مادی زندگی مدرن (عرفی‌گرایی، تفکر سکولار، فردمحوری و...)
	بروز اشکال جدید خانواده در غرب و تأثیرپذیری جامعه ایرانی از سبک زندگی غربی		
	رشد و گسترش مدرنیته		
	جهانی‌شدن و تجددگرایی		
	پذیرش مدرنیته و انفعال در مقابل آن		
	گسترش تفکرات امانیستی و ترویج سکولاریسم		
	الگوگیری از سبک زندگی غربی (فریفته غرب شدن)		
	تغییر در سبک پوشش به ویژه پوشش بانوان		
	روند شهرنشینی، غیربومی‌شدن محله‌ها و گسترش حاشیه‌نشینی		
	تغییر در الگوی مصرف رسانه		
	افزایش میزان توجه به بدن (افزایش جذابیت ظاهری افراد، مُدگرایی)		
	رونق صنایع جنسی، تجارت سکس و هرزه‌نگاری		
	مصرف‌گرایی، رفاه‌زدگی و تجمل‌گرایی در برخی از خانواده‌ها (با تظاهر به این موارد در خانواده‌های متوسط و ضعیف)، تشریفاتی و پُرخرج شدن مراسم		

نوع مؤلفه	عنوان مؤلفه‌های کلیدی	ردیف	مؤلفه‌های تجمیع شده
فرهنگی	مصرف‌گرایی و مادی‌گرایی در کنار نابرابری اجتماعی	۱۲	گرایش به مظاهر مادی زندگی مدرن (عرفی‌گرایی، تفکر سکولار، فردمحوری و...) (۰۰۰)
	سیستم‌های اقتصادی فاسد (ازدیاد ورود مال شبه‌ناک و حرام به معیشت مردم)		
	مناسبات نظام سرمایه‌داری و برنامه‌های توسعه کشورهای استعمارگر	۱۳	هجمه فرهنگی دشمنان
	دشمنی برخی جوامع با جمهوری اسلامی ایران (تلاش برای تضعیف بنیان‌های فرهنگی و اعتقادی خانواده‌ها)		
	تبلیغ سبک زندگی دینی متفاوت با آموزه‌های اسلام (فعالیت اقلیت‌های دینی برای جذب پیروان و پیدایش عرفان‌های نوظهور)		
سیاسی	جریان‌های روشن‌فکری دفاع از حقوق زنان مانند جریان‌ها و تفکرات فمینیستی در جهان و ایران یا جنبش حقوق زنان	۱۴	مجامع و جریان‌های تندروی دفاع از حقوق زنان
	یکسان‌خواهی بانوان		
	فشار به سیاست‌گذاران و دستگاه قضایی جهت تعدیل برخی از قوانین مربوط به حقوق زنان		
	شکل‌گیری تشکل‌های مردمی، سازمان‌های مردم‌نهاد و سازمان‌های رسمی دائم یا غیررسمی موقت برای حل مسائل یا جریان‌سازی	۱۵	تلاش نهادهای خصوصی و دولتی برای حفظ و حمایت از بنیان خانواده
	اختلافات درون حاکمیتی و جناحی در خصوص نحوه برخورد با مسائل فرهنگی (نگاه‌ها و دیدگاه‌های مختلف مدیران و متولیان حوزه فرهنگ به خانواده)		
	حساس شدن مسؤولان و سیاست‌گذاران به مقوله خانواده و عزم برای حل مسائل آن		

لیست مؤلفه‌های احصاشده به ۲۷ نفر از خبرگان این حوزه در قالب پرسش‌نامه جدول ۵ عرضه شد و با امتیازدهی این افراد مطابق با طیف لیکرت به میزان اهمیت و عدم قطعیت هر مؤلفه، مؤلفه‌های اصلی که امتیاز بیشتری داشتند به عنوان نیروهای عمده ایجاد تغییر و تحولات یا همان پیشران‌های تغییر مشخص شدند.

جدول ۵. اولویت‌بندی پیشران‌های کلیدی تغییر و تحول در ساختار و سبک زندگی خانواده‌های اسلامی - ایرانی

نوع پیشران	رتیف	عنوان پیشران	میزان اهمیت					میزان عدم قطعیت				
			بی اهمیت	کم اهمیت	ناحدودی مهم	مهم	بسیار مهم	عدم قطعیت بالا	عدم قطعیت نسبی	ناحدودی قطعی	نسبتاً قطعی	قطعی
اجتماعی	۱	مصرف روزافزون سریال های ماهواره ای و شبکه های مجازی										
	۲	تغییر در مناسبات توزیع قدرت در خانواده (افول قوامیت مردان)										
	۳	فرزند محوری										

نُه مؤلفه‌ای که امتیاز بالاتری را با فاصله محسوس نسبت به سایر مؤلفه‌ها کسب کردند و می‌توان آن‌ها را پیشران‌های تغییر و تحولات مقوله خانواده محسوب کرد عبارت‌اند از:

۱. تکثر مرجعیت؛
 ۲. تغییر کارکردهای خانواده و نقش اعضای آن؛
 ۳. استقلال مالی و هویتی زنان با مشارکت در امور اقتصادی، اجتماعی و سیاسی؛
 ۴. پیدایش گزینه‌های بدیل ازدواج (از اولویت خارج شدن ازدواج)؛
 ۵. ازدواج‌های غیرمنطقی (عشق‌های سیال، هوس‌گونه و بی‌پایه و اساس)؛
 ۶. مجامع و جریان‌های تندروی دفاع از حقوق زنان؛
 ۷. گرایش به ظواهر مادی زندگی مدرن (عرفی‌گرایی، تجددگرایی، دنیاگرایی، لذت‌طلبی، فردمحوری و...)
 ۸. اشتغال، معیشت و اقتصاد خانواده؛
 ۹. رشد و توسعه فتاوری‌های ارتباطی و زیستی (زندگی مجازی، هویت‌های چندگانه، دگرگونی فرایند تولیدمثل و...).
- برخی از این مؤلفه‌ها، هرچند در نگاه اول خود جزء تحولات اخیر در مقوله خانواده هستند،

پیشرانی برای تحولات آتی مطرح هستند. در این پژوهش، نمونه آماری مصاحبه‌شوندگان هدفمند و با روش نمونه‌گیری همگون حاصل شد. در نظرسنجی‌ها از نظر متخصصان رشته آینده‌پژوهی، جامعه‌شناسان با مطالعات تخصصی در حوزه خانواده، روان‌شناسان آگاه به مسائل خانواده، مشاوران خانواده و کارشناسان دینی حوزه خانواده بهره گرفتیم.

بحث و نتیجه‌گیری

تغییر و تحول در صورتی که در مسیر اصلی خود شکل بگیرد از نشانه‌های حیات و لازمه زندگی است و اگر خارج از قاعده و در خلاف جهت فطری باشد عامل انحراف و خسار خواهد بود. شکل‌گیری خانواده و توسعه و از بین رفتن آن همراه با زایش خانواده‌های نوپا از درون آن و مرگ کهن سالان روند طبیعی و سنت الهی است. اگر خانواده را همچون سلولی در نظر بگیریم، همان‌گونه که مرگ و زایش طبیعی سلول‌ها به حیات بدن و استمرار زندگی کمک می‌کند و همچنان که مرگ ناگهانی و غیرطبیعی سلول‌ها ضایعه‌ای برای بدن است، خانواده‌ها نیز اگر زمانی که باید با گرمای فوق‌العاده به حیات خود ادامه دهند به صورت غیرمنتظره دچار بحران شوند یا از هم فروپاشند، در جامعه اثراتی منفی را به جای می‌گذارند.

کشور در حال توسعه ایران، همچون بسیاری از کشورهای دیگر، در مواجهه با مدرنیته و توسعه و پیشرفت‌های جوامع غربی قرار گرفته است. خانواده‌های ایرانی، که عموماً مسلمان و شیعه هستند، در این مواجهه برخی از ارزش‌ها و نگرش‌هایشان تغییر یافته و همین تغییرات موجب پیدایش سبک‌های جدیدی در زندگی‌شان شده است، تا جایی که برخی از این رفتارها تعارض‌هایی جدی با اصول دین اسلام دارند. در این پژوهش، با رصد پژوهش‌ها و بررسی آمار و اطلاعات موجود و نظرسنجی از خبرگان، تغییرات خانواده ایرانی طی چند دهه اخیر شناسایی شدند و پیشران‌های مرتبط معرفی شدند. ابتدا متغیرهای خانواده در چهار دسته شامل ماهیت و ساختار، کارکردها، ارزش‌ها و بینش‌ها، و سبک زندگی خانواده مشخص شدند. سپس با توجه به منابع کتابخانه‌ای و مصاحبه با خبرگان این حوزه مؤلفه‌های تأثیرگذار بر تحولات آتی طی چند مرحله مشخص شدند. برخی از مؤلفه‌های تأثیرگذار بر تحولات حوزه خانواده هم از لحاظ شدت تأثیرگذاری و هم از نظر عدم قطعیت نسبت به سایرین دارای اهمیت بیشتری بودند. این‌ها همان نیروهای عمده شکل‌دهنده تغییرات آینده یا همان پیشران‌ها هستند. در این پژوهش نه مورد از پیشران‌های این حوزه شناسایی و ارائه شدند.

منابع و مأخذ

- آزاد ارمکی، تقی (۱۳۹۵). **تغییرات، چالش‌ها و آینده خانواده ایرانی**. تهران: تیسرا.
- آزاد ارمکی، تقی (۱۳۸۹). **جامعه‌شناسی ایران: جامعه‌شناسی مناسبات بین نسلی**. تهران: نشر علم.
- احمدنیا، شیرین و امیر هوشنگ مهریار (۱۳۸۳). **نگرش و ایده‌آل‌های نوجوانان تهرانی در زمینه همسرگزینی، فرزندآوری و تنظیم خانواده**. دومین همایش انجمن جمعیت‌شناسی ایران، شیراز: انتشارات مطالعات و پژوهش‌های جمعیتی آسیا و اقیانوسیه، صص ۱۹۷-۲۱۸.
- اعزازی، شهلا (۱۳۷۶). **جامعه‌شناسی خانواده (با تأکید بر نقش، ساختار و کارکرد خانواده در دوران معاصر)**. تهران: روشنگران و مطالعات زنان.
- بالوش، مهین و معصومه بالوش و فریبا حکیمی (۱۳۹۵). **بررسی تأثیرات جهانی‌شدن در تحولات ساختار خانواده و تغییر سبک زندگی زنان شهری**. تهران: شهرداری تهران.
- برناردز، جان (۱۳۸۴). **درآمدی به مطالعات خانواده**. ترجمه حسین قاضیان. تهران: نی.
- بستان، حسین (۱۳۸۳). **اسلام و جامعه‌شناسی خانواده**. قم: پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.
- پایدار، فروزنده (۱۳۸۴). **تقویت نظام خانواده و آسیب‌شناسی آن**. قم: مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی (ره).
- جمشیدیها، غلامرضا و سهیلا صادقی فسایی و منصوره لولآور (۱۳۹۲). «نگرش جامعه‌شناختی بر تأثیر فرهنگ مدرن از منظر جنسیتی بر تحولات خانواده در تهران». **فصلنامه زن در فرهنگ و هنر**، شماره ۲: ۱۸۳-۱۹۸.
- چلبی، مسعود (۱۳۸۳). **چارچوب مفهومی پیمایش ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان**. تهران: طرح‌های ملی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- حاجیان، ابراهیم و آریتا اخلاقی (۱۳۸۹). **آینده‌نگری تحولات ساختاری خانواده، همایش ملی آینده‌پژوهی مسائل خانواده در ایران**. تهران: مرکز تحقیقات استراتژیک مجمع تشخیص مصلحت نظام.
- حسینی، داوود (۱۳۸۸). «کارکرد خانواده از دیدگاه روان‌شناسی با نگرش به منابع اسلامی». **ماهنامه معرفت**، شماره ۱۴۷: ۱۰۱۱۱.
- رضایی، علی (۱۳۹۶). **بررسی عوامل مؤثر بر سبک زندگی اسلامی ایرانی اعضای تشکلهای اسلامی دانشجویان دانشگاه اصفهان و علوم پزشکی اصفهان**. پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته علوم اجتماعی، دانشکده ادبیات دانشگاه اصفهان.
- زمانیان، علی (۱۳۸۷). **تغییرات بنیادین نهاد خانواده در چند دهه اخیر در ایران**. تهران: مرکز تحقیقات استراتژیک.
- زیبایی‌نژاد، محمدرضا (۱۳۸۸). «بازتولید خانواده ایرانی». **دفتر مطالعات و تحقیقات زنان، ماهنامه**

حوراء، شماره ۳۱: ۳۰۱۸.

صادقی فسایی، سهیلا و ایمان عرفان منش (۱۳۹۲). «تحلیل جامعه‌شناختی تأثیرات مدرن شدن بر خانواده ایرانی و ضرورت تدوین الگوی ایرانی اسلامی». **فصلنامه زن در فرهنگ و هنر**، شماره ۶۳: ۸۴.

عنوانی، سید حامد (۱۳۹۲). «سکولاریزاسیون خانواده و تأثیر آن در کاهش جمعیت». **ماهنامه معرفت**، شماره ۱۸۹: ۱۰۱۱۱۶.

قاسمی، سجاد (۱۳۹۶). **آینده‌پژوهی مدیریت تحولات فرهنگی ایران در افق ده‌ساله با تأکید بر نهاد خانواده**، رساله دکتری در رشته مدیریت و برنامه‌ریزی فرهنگی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات.

گیدنز، آنتونی (۱۳۸۴). **پیامدهای مدرنیته**. ترجمه محسن ثلاثی. تهران: نشر مرکز.
لبیعی، محمد مهدی (۱۳۹۳). **خانواده در قرن بیست و یکم از نگاه جامعه‌شناسان ایرانی و غربی**. تهران: نشر علم.

مرکز آمار ایران، سالنامه آماری کشور (۱۳۹۵). بازیابی شده در: <https://www.amar.org.ir>
مشگی، الناز (۱۳۹۱). «راهبردهای مقابله با چالش‌های فراروی کارکرد خانواده در عرصه جهانی شدن». **فصلنامه مطالعات راهبردی سیاست‌گذاری عمومی**، شماره ۴: ۱۸۰-۱۶۰.

مهدوی کنی، محمد سعید (۱۳۸۶). «مفهوم سبک زندگی و گستره آن در علوم اجتماعی». **فصلنامه تحقیقات فرهنگی**، شماره ۱: ۱۹۹-۲۳۰.

مهدوی کنی، محمد سعید (۱۳۸۷). **دین و سبک زندگی**. تهران: نشر دانشگاه امام صادق (ع).
نجفی رستاقی، حیدر و بشیر خالقی پور (۱۳۹۵). **آینده‌پژوهی ساختار خانواده با رویکرد تحلیل لایه‌ای علت‌ها با تأکید بر سطح گفتمانی**، پنجمین کنفرانس بین‌المللی روان‌شناسی و علوم اجتماعی.

Oecd (2008). **The Future of the Family to 2030**, A Scoping Report, Oecd International Futures Programme, Paris.

راهبردهای ارتقای مدارای اجتماعی با تأکید بر نقش سرمایه اجتماعی و سرمایه فرهنگی

• مصطفی دومهری^۱، شاپور بهیان^۲، اسماعیل جهانبخش^۳

چکیده

مطالعه و پژوهش در زمینه مدارای اجتماعی به عنوان یکی از عوامل تأثیرگذار در افزایش سطح تعاملات فرهنگی و اجتماعی، مشارکت، انسجام و امنیت اجتماعی، احساس امنیت و همدلی می تواند نقش بسزایی در توسعه اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و اجتماعی جامعه داشته باشد. در این راستا، می توان از سرمایه اجتماعی و سرمایه فرهنگی به عنوان دو عامل راهبردی مهم در جهت ارتقای مدارای اجتماعی نام برد. مقاله پیش رو با استفاده از نظریه منش و میدان بوردیو به تأثیر و نقش سرمایه فرهنگی و سرمایه اجتماعی و ابعاد آن بر مدارای اجتماعی پرداخته است. برای سنجش مدارای اجتماعی از ترکیب نظریه های پترکینگ و وگت و ابعاد مدارای هویتی، مدارای اجتماعی، مدارای سیاسی و مدارای اخلاقی - رفتاری استفاده شده است. جامعه آماری پژوهش شهروندان ۱۵ تا ۴۴ سال استان مازندران است. روش پژوهش پیمایشی و از نوع توصیفی است و داده های مورد نیاز پژوهش از طریق ابزار پرسش نامه گردآوری شده است. تحلیل داده نیز با نرم افزار SPSS و Amos انجام شد. نتایج پژوهش نشان داد که بین سرمایه اجتماعی و سرمایه فرهنگی و ابعاد آن ها با مدارای اجتماعی رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد. نتایج آزمون مدل ساختاری بیانگر تأثیر مستقیم سرمایه اجتماعی (Beta: 0/29) و سرمایه فرهنگی (Beta: 0/39) بر مدارای اجتماعی است. همچنین سازه سرمایه فرهنگی و سرمایه اجتماعی توانسته ۳۸ درصد از تغییرات سازه مدارای اجتماعی را تبیین کند. به بیانی دیگر، این دو مؤلفه ۳۸ درصد در ارتقا یا کاهش مدارای اجتماعی اثرگذارند و در برنامه ریزی راهبردی سازمان ها و نهادهای مختلف کشور می توانند مورد توجه قرار گیرند.

واژگان کلیدی:

مدارای اجتماعی، سرمایه فرهنگی، سرمایه اجتماعی.

مقدمه

همه ما خصوصیات و شخصیت منحصر به فرد خود را داریم که باعث تفاوت ما با یکدیگر می‌شوند. این خصوصیات و صفات، که پایه‌های بهبود جامعه هستند، در واقع بیشترین اهمیت را دارند. مدارا از آن ویژگی‌هایی است که بستر جامعه را تشکیل می‌دهد. جهان امروز مکان بسیار کوچک‌تری است و جهانی شدن مرزها را در سراسر جهان دگرگون کرده است. افراد بیشتری از ملل، فرهنگ‌ها، آیین‌ها و سبک‌های زندگی مختلف بیش از گذشته در کنار هم کار و زندگی می‌کنند. در جهانی شدن افراد با پیشینه‌ها، فرهنگ‌ها و اعتقادات مختلف با هم زندگی می‌کنند، و جهان از هر زمان دیگری چند فرهنگی‌تر و متنوع‌تر شده است. در این شرایط، ایجاد مدارا و هماهنگی بسیار مهم و پرورش عشق و علاقه متقابل حیاتی شده است. «مدارا به معنای احترام گذاشتن و یادگیری از دیگران، ارزش دادن به اختلافات، از بین بردن شکاف‌های فرهنگی، رد کلیشه‌های ناعادلانه، کشف نقاط مشترک و ایجاد پیوندهای جدید است. مدارا، از بسیاری جهات، نقطه مقابل تعصب است» (ادیبی سده، رستگار و بهشتی، ۱۳۹۱: ۳۶۵).

اهمیت مقوله مدارا به قدری است که پیامبر اسلام (ص) مدارا کردن با مردم را مهم‌ترین رکن عقلانیت بعد از ایمان به خدا معرفی می‌کند و امام علی (ع) آن را نتیجه خردورزی می‌دانند (خبرگزاری ایسنا، ۱۳۹۲). در جهان معاصر با تنوع فرهنگی، قومی، نژادی، زبانی و درهم‌تنیدگی محیط‌های مختلف اجتماعی و درهم‌نوردیدن مرزهای جغرافیایی با فناوری‌های ارتباطی و ابزارهای نوین و عرصه‌های مجازی تعاملی اثرگذار در زندگی مردم، نمی‌توان به راحتی از نقش تأثیرگذار مدارای اجتماعی گذشت. در اولویت قراردادادن و برنامه‌ریزی برای ارتقای مدارای اجتماعی در ایران از سوی سیاست‌گذاران و دولت‌مردان از سه منظر تنوع فرهنگی، مذهبی، و قومی در کشور؛ افزایش چشمگیر آمار خشونت و پرخاشگری، نزاع و درگیری، طلاق، قتل، توهین و افترا به دنبال تغییرات گسترده جامعه در گذر از سنت به مدرنیته؛ و آسیب‌های روحی، روانی، اقتصادی و اجتماعی حاصل از همه‌گیری کرونا در شرایط کنونی بسیار حائز اهمیت است.

کشور ایران با اقوام، مذاهب، نژادها، فرهنگ‌ها و خرده فرهنگ‌ها، زبان‌ها و گویش‌های متنوع و پشتوانه تاریخی عمیق و گسترده، با فرصت‌ها و تهدیدهایی در ادوار مختلف تاریخ مواجه بوده است. مسئله تنوع و تکثر قومی و مذهبی در ایران هر زمانی که با اهداف استعماری بیگانگان همراه شد، به منبعی برای تهدید امنیت ملی کشور تبدیل شد. در تاریخ معاصر ایران، نمونه‌هایی از ردپای حضور بیگانگان را در آشوب‌های قومی نظیر

بحران آذربایجان، کردستان، غائله شیخ خزعل و ناامنی گروهبان ریگی در سیستان به خوبی می‌توان مشاهده کرد. سکونت پنج قومیت ایرانی در مناطق مرزی و هم‌جوار با کشورهای هم‌زبان خود زمینه مناسبی را برای وقوع بحران‌های قومی در نقاط مرزی خلق می‌کند. اگر گروه‌های مختلف عقاید متعارضی در زمینه اخلاقی، سیاسی و مذهبی داشته باشند و هیچ جایگزینی برای زندگی کنار هم نیابند، بخش عظیمی از سرمایه اجتماعی جامعه در کشاکش درگیری‌ها به هدر خواهد رفت و در اینجاست که نقش مدارا بسیار حیاتی است (پیشگاهی فرد و امیدی آوج، ۱۳۸۸: ۴۸).

از دیگر علل جدی گرفتن مبحث مدارای اجتماعی در ایران روند افزایشی نگران‌کننده خشونت‌های اجتماعی است. مؤسسه مطالعاتی گالوپ^۱ در آخرین گزارش خود در سال ۲۰۱۷ (۱۳۹۶ شمسی) ایران را عصبانی‌ترین کشور جهان معرفی کرد و آن را در رتبه نخست خشونت اجتماعی در دنیا قرار داد. طبق داده آماری این مؤسسه، از میان ۱۴۲ کشور مطالعه شده جهان در سال ۲۰۱۷ به ترتیب ایران، عراق و سودان جنوبی عصبانی‌ترین مردم جهان را دارند. میزان مردم عصبانی این کشورها به ترتیب ۵۰ درصد (ایران)، ۴۹ درصد (عراق) و ۴۷ درصد (سودان جنوبی) است (خبرگزاری مهر^۲، سوم تیرماه ۱۳۹۶). براساس آخرین آمارهای مربوط به خشونت در کشور، میزان خشونت خانگی و خانوادگی در ایران در سال ۹۹ نسبت به سال ۹۷ با حدود ۲۶ درصد رشد به ۴۶ درصد رسیده است. مطابق با این آمار، ۴۶ درصد مردم رفتار پر خاشگرانه و خشونت‌آمیز در خانواده‌ها دارند و می‌توان در خصوص رتبه‌بندی خشونت در کشور چنین گفت که ۶۰ درصد خشونت‌ها از نوع کلامی و روانی و ۴۰ درصد نیز اذیت و آزار جسمی و اقتصادی بوده است. خشونت خانگی اکنون متوجه کودکان و سپس زنان جامعه است. خشونت علیه کودکان رشد پنج‌برابری و علیه زنان رشد سه‌برابری داشته است. بدون وجود مدارا، افراد جامعه تنها راه مقابله با عقاید متفاوت را خشونت خواهند دانست که در چنین صورتی نظام اجتماعی دچار اختلال و نابسامانی خواهد شد (خبرگزاری ایلنا^۳). با توجه به این واقعیات، بی‌شک ارتقای مدارای اجتماعی و عوامل مؤثر بر آن به میزان چشمگیری موجب کاهش بسیاری از پرونده‌های قضایی در حوزه خشونت‌های خانگی، طلاق، توهین، فحاشی، افترا، نشر اکاذیب، ضرب و جرح، تهدید، خیانت در امانت، همسرآزاری، کودک‌آزاری، و همچنین کنترل پر خاشگری و عصبانیت خواهد شد.

1. Gallup Research Institute

2. <https://www.mehrnews.com/news/4013625>

3. <https://www.ilna.news/fa/tiny/news-544908>

در بررسی عوامل و ضرورت‌های پرداختن به موضوع مدارای اجتماعی، اثرات مخرب همه‌گیری کرونا در حوزه‌های مختلف اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی بر دنیا من جمله ایران را نمی‌توان نادیده گرفت. تبعات اقتصادی و اجتماعی کرونا موجب وقوع ابربحران‌های اقتصادی و اجتماعی در سال ۱۳۹۹ به صورت افزایش گرانی‌ها و تورم و رکود و ورشکستگی واحدهای اقتصادی و بیکاری‌های گسترده و رشد آمار آسیب‌های اجتماعی شده است. تعطیلی مراکز فرهنگی و تفریحی؛ برجسته شدن پدیده شوم فقر؛ بیکاری؛ آسیب دیدن مشاغل کوچک و غیرثابت، روزمزد و فصلی از جمله تأثیرات ویرانگر این همه‌گیری بوده است. در دوران کرونا شیوه‌های زیست اجتماعی نوین در بستر شبکه‌ها و فضای مجازی شکل گرفته‌اند. امروزه سبک صلۀ رحم، گفت‌وگوها، مراسم ترحیم، اقتصاد و نشست‌ها تحت تأثیر شیوع کرونا تغییر کرده‌اند. به عبارتی می‌توان گفت سرمایه اجتماعی و سرمایه فرهنگی در کشور دستخوش تغییرات جدی شده‌اند. کرونا، در عین حال، برای بشر امروز این پیام را دارد که راهی جز تعامل و هم‌زیستی مسالمت‌آمیز با هم‌نوع خود را ندارد؛ بنابراین کرونا، در کنار تمام پیامدهای منفی، می‌تواند سرآغازی بر سبک زندگی مسالمت‌آمیز و مداراجویانه باشد (صالحی امیری، ۱۳۹۹).^۱

بررسی روندها و تغییرات اجتماعی و آمارها و ارقام فزاینده آسیب‌های اجتماعی نشان می‌دهد که پرداختن به مقوله مدارای اجتماعی و شناخت عوامل تأثیرگذار بر آن می‌تواند کمک شایانی به جامعه ایران نماید. استان مازندران، به علت تنوع مذهبی، فرهنگی و زبانی و افزایش مهاجرت‌ها از اقصی نقاط کشور به آن و قراردادن در بین استان‌های صدرنشین میزان رواج خشونت‌های خانگی و افزایش آن در چند سال اخیر به عنوان دومین جرم پرتکرار، و همچنین آسیب‌های فراوان در پی شیوع کرونا به‌ویژه در حوزه گردشگری، به عنوان نمونه آماری انتخاب و مطالعه شد. از میان عوامل تأثیرگذار بر مدارای اجتماعی می‌توان به موارد بسیاری اشاره کرد. با نگاهی دقیق به پژوهش‌های صورت گرفته در زمینه مدارای اجتماعی، تعامل در ابعاد مختلف اجتماعی، فرهنگی، سیاسی، مذهبی و اقتصادی اهمیت ویژه و نقش تعیین‌کننده‌ای در تبیین و اندازه‌گیری مدارا دارد. پیربوردیو^۲ از سرشناس‌ترین نظریه پردازان جامعه‌شناسی است که با رهیافت تعامل‌گرایانه به نقش و اهمیت تعاملات، روابط و تأثیر شبکه‌های اجتماعی و فرهنگی در قالب تقسیم‌بندی سرمایه‌ها به اقتصادی، اجتماعی و

1. <https://www.irna.ir/news/83794192>

2. Pierre Bourdieu

فرهنگی پرداخته است. براین اساس، سرمایه اجتماعی^۱ و سرمایه فرهنگی^۲ را می‌توان دو عامل بسیار مهم و اثربخش بر مدارای اجتماعی قلمداد کرد. «برای بورديو سرمایه اجتماعی مجموعه‌ای از تماس‌ها، رابطه‌ها، آشنایی‌ها، دوستی‌ها، اعتبار و جایگاه اجتماعی هستند که بر روی کیفیت و کمیت کنش و واکنش‌ها، شبکه‌های ارتباطی و پیوندهایی که شخص را به افراد دیگر وصل می‌کنند نقش دارد» (گرنفل^۳، ۱۳۹۸: ۷۳).

پاتنام^۴ سرمایه اجتماعی را وجوه گوناگون سازمان اجتماعی نظیر اعتماد، هنجارها و شبکه‌ها می‌داند و بر نقش سرمایه‌های اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی در توسعه و بهبود تحمل اجتماعی تأکید می‌کند و عقیده دارد که اشکال مختلف سرمایه‌ها در میانجیگری و گسترش بینش و افق‌های ذهنی افراد، افزایش نسبی‌گرایی و تفکر نسبی و تغییر از هویت‌های منحصربه‌فرد متعدد مؤثرند (۱۳۸۰: ۲۸۵). به زعم چلبی و امیرکافی (۱۳۸۵)، پاتنام (۱۳۸۰) و سیگلر و ژوسلین^۵ (۲۰۰۲)، سرمایه اجتماعی یکی از عواملی است که باعث ارتقای مدارا نسبت به دیگران می‌شود. بدین معنی که افراد، زمانی که در شبکه‌های اجتماعی مختلف قرار می‌گیرند و تحت تأثیر هنجارهای موجود در این شبکه‌ها با اقوام، مذاهب و اندیشه‌های متفاوت برخورد می‌کنند، به نسبت زمانی که در این‌گونه شبکه‌های اجتماعی شرکت نمی‌کنند و تحت تأثیر هنجارهای موجود در شبکه‌ها قرار نمی‌گیرند (یعنی زمانی که از سرمایه اجتماعی اندکی برخوردارند)، نگرش مداراجویانه‌تری نسبت به این‌گونه تفاوت‌ها نشان می‌دهند (شارع‌پور، آزاد ارمکی و عسکری، ۱۳۸۸: ۶۵). سرمایه اجتماعی، به تعبیر بانک جهانی، به منزله چسبی است که انسجام جوامع را تضمین می‌کند و سیستم محوری امنیتی است که از بروز خشونت و کشمکش جلوگیری می‌کند و مدارا را افزایش می‌دهد (فاین^۶، ۱۳۸۵: ۲۸۵). سرمایه اجتماعی با ارتقای شناخت اجتماعی موجب بهبود روابط اجتماعی می‌شود و مدارای اجتماعی را به دنبال دارد. اما سرمایه فرهنگی اصطلاحی است که بورديو برای نشان دادن نمادها، ایده‌ها، سلیقه‌ها و ترجیحات معرفی کرده و می‌تواند، از نظر راهبردی، به عنوان منابعی در کنش اجتماعی مورد استفاده قرار گیرد. او این سرمایه فرهنگی را «عادت»، گرایش اجتماعی متمایل یا تمایل به عمل، تفکر یا احساس به روشی خاص می‌داند (Siisänen, 2000: 158). با توجه به دیدگاه بورديو،

1. social capital
2. cultural capital
3. Grenfell
4. Putnam
5. Cigler & Joslyn
6. Fine

می‌توان مدارای اجتماعی را به منزله شیوه تفکر و منش هر فرد در نظر گرفت که با قرارگرفتن در عرصه‌های مختلف فرهنگی تفسیر می‌شود (قاسمی و نامدار جویمی، ۱۳۹۳: ۱۱).

بر این اساس و با توجه به اهمیت سرمایه فرهنگی و سرمایه اجتماعی در زندگی معاصر و بسط آن به عرصه‌های مختلف حیات زندگی بشر، هدف این پژوهش راهبردهای ارتقای مدارای اجتماعی با بررسی نقش سرمایه فرهنگی و اجتماعی و ابعاد آن بر مدارای اجتماعی و مؤلفه‌هایش است و پرسش‌های اصلی پژوهش عبارت‌اند از:

۱. سرمایه اجتماعی و ابعاد آن تا چه میزان بر تغییر مدارای اجتماعی تأثیرگذارند؟
۲. سرمایه فرهنگی و ابعاد آن تا چه میزان بر تغییر مدارای اجتماعی تأثیرگذارند؟
۳. سرمایه اجتماعی و سرمایه فرهنگی تا چه میزان بر تغییر مدارای اجتماعی در استان مازندران تأثیرگذارند؟

مبانی نظری پژوهش

در بررسی ریشه لغت مدارا در فرهنگ اروپایی و در لغت نامه دهخدا تشابه معنایی وجود دارد که در هر دوی آن مدارا به معنای «بردباری، به نرمی رفتار کردن و سازگاری داشتن» آمده است. محققان و اندیشمندان ایرانی، در مقابل واژه Tolerance، از واژه‌های هم‌معنی مانند تحمل اجتماعی، بردباری اجتماعی، تساهل اجتماعی، شکیبایی و مدارا استفاده می‌کنند که لزوماً معنای یکسانی ندارند.

در بین صاحب‌نظران، مدارا مفهومی چندبعدی در نظر گرفته شده است. پیتتر کینگ^۱ در مدل خود درباره ابعاد مدارا چهار بُعد شامل مدارای عقیدتی، مدارای سیاسی، مدارای هویتی و مدارای رفتاری را در نظر می‌گیرد (۱۹۷۶: ۴۰). فتحعلی (۱۳۷۸) به بررسی انواع مدارا. مدارای اخلاقی، دینی و سیاسی. می‌پردازد. وگت^۲ نیز مدارا را به سه نوع مدارای سیاسی، اخلاقی و اجتماعی تقسیم‌بندی می‌کند (عسگری و شارع‌پور، ۱۳۸۸: ۱۱۲). همچنین می‌توان از دو منظر به مدارا نگاه کرد؛ یکی به عنوان فضیلت اخلاقی و دیگری به عنوان ارزشی اجتماعی. دیدگاهی که مدارا را به عنوان فضیلت اخلاقی می‌نگرد جامعه‌ای اخلاقی است که ستون پایه‌های اخلاقی خویش را بر مبنای احترام به دیگری مخالف می‌گذارد. دیدگاهی که مدارا را ارزش اجتماعی و سیاسی می‌داند از آن به عنوان ملاطی برای هم‌بستگی اجتماعی استفاده می‌کند که در سایه آن هم‌زیستی مسالمت‌آمیز بین اقوام، گروه‌ها، احزاب و طبقات مختلف و متفاوت امکان‌پذیر می‌شود (Dijker & Koomen, 2007: 173).

1. Peter King

2. Vogt

دنيس يتييس^۱ مدارا را آزادگذاشتن ديگران براي داشتن ويژگي هاي شخصي يا نگهداري عقايد و اعمالي مي داند كه ديگران آن را به منزله عملي اشتباه يا تنفرانگيز در نظر مي گيرند (۳: ۲۰۰۷). درنتيجه مي توان گفت كه مدارا با احترام و تحمل اعتقادات و رفتارهاي مخالف و مؤلفه هايي چون وجود تنوع و اختلاف، ناخشنودي و نارضائتي، وجود آگاهي و قصد، توافق، وجود قدرت و توانايي مداخله، و در نهايت، كنترل خويشتن و مهار خويش در مداخله و مقاومت ملازم و همراه است.

برخي صاحب نظران نيز بر نقش مؤثر نهادها و ساختارهاي اجتماعي در رفتارهاي مداراجويانه با رويکرد جامعه شناختي تأكيد دارند. ايكدا و ريچي^۲ براي باورند مشاركت فرد در جامعه و حضور در شبكه ارتباطي متنوع و گسترده مي تواند منبع قابل توجهي براي افزايش مداراي اجتماعي باشد (گلابي و رضايي، ۱۳۹۲: ۷۶). دوريز، سوئنز و بيرز^۳ نسبت ميان ويژگي شخصيتي و مدارا با ديگران را تأييد كردند (۲۰۰۴: ۹۶). مك كري و كاستا^۴ معتقدند ويژگي هاي شخصيتي بازبودن، توافق پذيري، وظيفه شناسي و برون گرایی مي توانند نقش مثبت و اثرگذاري بر تجارب و تعاملات فرد خصوصاً مدارا ايفا كنند (۱۹۹۹: ۱۴۲). براساس نظريه هاي مختلف صاحب نظران مي توان نتيجه گرفت كه افزايش مشاركت اجتماعي، انسجام و پيوند اجتماعي و اعتماد اجتماعي (به ويژه اعتماد مدني)، كه از آن ها مي توان تحت عنوان سرمايه اجتماعي نام برد، تأثير بسزايي در ميزان مداراي اجتماعي و ارتقاي آن دارد.

هرچند پژوهش هاي متعددي در زمينه مدارا در ابعاد مذهبي، قومي، سياسي، فرهنگي و اجتماعي در ايران صورت گرفته اند، اما با بررسي و مطالعه پژوهش هاي پيشين مي توان دريافت كه ابهامات و عدم توافق گسترده اي حول ابعاد مفهومي و نيز سطح سياسي، مذهبي و اخلاقي مدارا وجود دارد و ابهام معنايي مدارا در نهايت به سردرگمي عملي و عدم سياست گذاري و برنامه ريزي مناسب در قبال آن انجاميده است. بر همين اساس، مروري بر سياست ها و اقدامات انجام شده از دوران پهلوي و نگاهی تحليلي بر محورهاي اصلي برنامه هاي اول تا ششم توسعه بعد از انقلاب حاكي از فقدان جا يگاه مدارا در امر توسعه کشور و بي توجهي به اين مقوله بسيار مهم است.

در ايران، از دوران پهلوي و متعاقب آن پس از انقلاب اسلامي، سياست هاي مختلفی

1. Dennis Yeates

2. Ikeda & Richi

3. Duriez, Soenens & Beyers

4. McCrae & Costa

در جهت ارتقای مدارای اجتماعی و رفع تنش‌ها و تعارضات فرهنگی، قومی و مذهبی اتخاذ شدند. ازجمله این سیاست‌ها پیاده‌سازی اقداماتی در جهت یکسان‌سازی فرهنگی در سطح کشور بود. شیوه برخورد خشونت‌آمیز؛ ایجاد پیوندهای سببی و مصلحتی؛ تطمیع و بخشودگی مالیاتی؛ اسکان اجباری عشایر و تخته‌قاچو کردن ایلات و طوایف؛ تغییر شیوه معاش؛ توسعه راه‌ها و ایجاد شبکه راه‌سازی برای حفظ ثبات و امنیت و دسترسی سریع و ایجاد ارتباطات اجتماعی و اختلاط امتزاج اجتماعات؛ سیاست‌های قومی‌زبانی؛ تمرکزگرایی شدید؛ تعریف جامعه چندفرهنگی به مثابه تهدید؛ تأکید بر امنیت فیزیکی به جای امنیت روانی؛ حذف ناهمسانی و تلاش برای همگنی در ابعاد مختلفی چون زبان، لباس، آداب و رسوم و به‌طور کلی همه مؤلفه‌های فرهنگی؛ وابسته‌کردن و ادغام نظام‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی پیرامون و پراکنده قومی با نظام مرکز و تلاش جهت نوسازی؛ تأسیس مراکز نظامی و مراکز جدید فرهنگی همچون سازمان پرورش افکار؛ تشکیل سپاه متحدالشکل و قانون نظام اجباری و اعزام جوانان به سربازی؛ تأسیس مدارس نوین و حذف زبان‌های محلی در مدارس و آموزش زبان فارسی در اقصا نقاط ایران؛ بردن مظاهر جدید تمدنی مانند روزنامه، سینما و تئاتر به میان اقوام، طوایف و عشایر و وادار کردن فرزندان و بزرگان آن‌ها به تحصیل و اعزام برخی از آن‌ها به تهران جهت ادامه تحصیل ازجمله اقدامات پهلوی با اقوام، نژادها و طوایف بود که همه از تغییری اساسی در ساختار زندگی سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی در ایران حکایت داشت. این تغییر در جهت جایگزین کردن نظام نوین فرهنگی و اجتماعی به جای نظام محلی و سنتی صورت گرفت.

در دوره محمدرضا شاه پهلوی نیز، رشد فرهنگ شهری، رشد مهاجرت عشایر و روستائینان به شهر، و اقتصاد وابسته منطقه‌ای، تأسیس سازمان رادیو و تلویزیون ملی ایران و رشد و توسعه دانشگاه‌ها و عمومی شدن آن در قالب کنکور در مسیر یکسان‌سازی و تعامل هرچه بیشتر فرهنگی و اجتماعی انجام پذیرفت (بهرامی، ۱۳۸۷: ۸۸). تصمیم‌گیری‌ها و سیاست‌گذاری‌های پهلوی اول و دوم، به‌ویژه در زمینه ملی‌گرایی، تأثیرات دیرپایی بر شئون مختلف سیاسی اجتماعی ایران معاصر گذاشت. با وجود این، پروسه و برنامه ملت‌سازی را می‌توان مهم‌ترین و تأثیرگذارترین سیاست دودمان پهلوی تلقی کرد.

این روند پس از انقلاب اسلامی شکلی وسیع‌تر و گسترده‌تر و متنوع‌تر به خود گرفت. انقلاب اسلامی حاوی دو تحول بنیادی بود؛ سقوط پهلوی و ایجاد فرصت برای نیروهای گریز از مرکز. در اثر وقوع انقلاب، ساختار سیاسی پیشین در دو بُعد نهادی (سیستم نظامی، اداری و آموزشی) و فکری (اندیشه سیاسی) فروپاشید. پروژه ملت‌سازی بر اساس منظومه

ایدئولوژیکی، که در آن مفاهیم دینی در اولویت قرار گرفتند، و مفاهیم ناسیونالیستی، که در دوره پهلوی در اولویت بودند، به آخر رانده شدند.

اگرچه در قانون اساسی مصوب ۲۴ آبان ۱۳۵۸ مستقیماً به مدارا اشاره نشده، اما برخی از مفاهیم هم‌پیوند با آن مطرح شده است. برای نمونه، در مقدمه قانون اساسی به مشارکت فعال و گسترده همه عناصر اجتماع در روند تحول جامعه اشاره شده است و زمینه چنین مشارکتی را در همه مراحل تصمیم‌گیری‌های سیاسی و سرنوشت‌ساز برای همه افراد اجتماع فراهم می‌کند. در اصل ۳ قانون اساسی، مشارکت عامه مردم در تعیین سرنوشت سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی خویش «بند ۸» و همچنین توسعه و تحکیم برادری اسلامی و تعاون عمومی بین همه مردم «بند ۱۵» مورد تأکید قرار گرفته است که از مصادیق و الزام‌های اتحاد ملی به شمار می‌آیند. باین همه، اگرچه بندهای ۲۶ الی ۳۸ قانون اساسی متضمن برخی اصول مدارا و تساهل و تسامح بر پایه حقوق شهروندی و سایر حقوق مدنی و اساسی هستند، اما همه آن‌ها حدود و ثغور مختص به خود را دارند. از این رو، نبود تعریف روشن، شفاف و علنی مدارا و اصول آن؛ دایره شمول و عدم شمول آن؛ عدم تصریح واضح و آشکار «مدارا» ذیل حقوق مدنی، حقوق اساسی و سایر اصول مربوطه در قانون اساسی؛ کلی‌نگری و عدم ارائه مصادیق کافی و لازم درباره مدارا و رواداری؛ مقی کردن حقوق و آزادی‌ها به قیدوبندهایی چون قرارگرفتن در چارچوب اصول کلی و مصالح عمومی و ملی؛ و نبود ضمانت‌های اجرایی مستحکم از جمله نقصان‌ها و آسیب‌هایی هستند که فراروی مدارا در قانون اساسی و متعاقب آن در رفتار مردم جامعه وجود دارند (جهانگیری و افراسیابی، ۱۳۹۵: ۱۶۰).

همه برنامه‌های توسعه‌ای که بعد از انقلاب تدوین شدند در ادامه مسیر ایدئولوژیک ملت‌سازی بوده‌اند؛ به عبارت دیگر، همچنان تأکید بر ایدئولوژی انقلابی در کنار تمرکزگرایی و تأکید بر مؤلفه‌های مذهب شیعه و در نهایت همسانی و همسان‌سازی در جامعه است. در هیچ جا، به تمرکززدایی، تکررگرایی، مدارا، تساهل، رواداری و مانند این‌ها اشاره نشده است و اساساً تمرکز این برنامه‌ها بیش از هر چیز بر رفع فقر و برقراری عدالت بوده است. در همه برنامه‌های توسعه تدوین شده بعد از انقلاب از برنامه اول توسعه (۱۳۶۸-۱۳۷۲) تا برنامه ششم توسعه (۱۳۹۶-۱۴۰۰) نقطه تمرکز آن بر عدالت و توسعه اقتصادی بوده است و در مورد مسائلی همچون مدارا و شمول آن و همچنین حقوق اقوام و اقلیت‌ها سخنی به میان نیامده است. به علاوه، این مسئله در مورد سند چشم‌انداز ۱۴۰۴ هم صادق است و دقیقاً بر مبنای همان پارادایم و دیدگاهی به نگارش درآمده که برنامه‌های توسعه نیز براساس آن تدوین شده‌اند. از این رو، سند چشم‌انداز نیز همان کاستی‌ها را دارد و ایران

به مثابه يك كليت مطرح می‌شود نه جامعه‌ای چندفرهنگی و چندقومی که حقوق و آزادی‌های اساسی و قانونی دارد. در هیچ‌کدام از برنامه‌های توسعه و حتی آمایش سرزمین به این موضوع توجه نشده است. در حقیقت، مدارا و توسعه پایدار لازم و ملزوم یکدیگرند. زمانی که افراد در شرایط دشوار و بی‌ثبات اقتصادی به سر می‌برند، هیچ‌گاه امکان مدارا نمی‌یابند. نیازمندی به ایجاد نوعی نیروی مقاوم می‌انجامد که عمدتاً عدم مدارا و طرد دیگران را برمی‌انگیزد؛ زیرا گروه انسانی که با نیازهای معیشتی خود دست به گریبان است مدارای محدودی دارد. هیچ جامعه‌ای بدون توسعه اقتصادی اقبالی برای اجرای مدارا نخواهد داشت (جهانگیری و افراسیابی، ۱۳۹۵: ۱۶۱). از سوی دیگر، مدارای یکی از بنیان‌های توسعه پایدار است؛ چراکه در فضای مدارا، نقادی و مسئولیت رشد می‌کند و همه روابط کلامی و ارتباطی را تغییر می‌دهد. روح تعاون، کار جمعی، وحدت، مسئولیت اجتماعی و امکان گفت‌وگو میان افراد گروه و جامعه فراهم می‌شود و امکان تحول و دگرگونی را با توجه به الزام‌ها و نیازهای جامعه در خود می‌پروانند و همه افراد جامعه را برای کسب تجربه تازه و گسترش نوآوری و مشارکت اجتماعی آماده می‌کند. فضای جامعه را عقلانی و قابل اعتماد جلوه می‌دهد و باعث امنیت اجتماعی و فردی و روابط معنادار در جامعه می‌شود (میری، ۱۳۸۷: ۲۷۳). مدارا گمشده‌ای است که سال‌ها جای خود را در گفتمان‌های سیاسی، فرهنگی و اجتماعی کشور به خشونت داده و متعاقب آن التهابات بسیاری را جامعه به خود دیده است.

پس از انقلاب، وقایعی چون شورش‌ها و تجزیه‌طلبی‌ها در برخی نقاط کشور، جنگ تحمیلی با تهاجم عراق به منطقه خوزستان در سال ۱۳۵۹ با شعار امت عربی و تبلیغات تفرقه‌افکنانه قومی (که فضایی مناسب برای به هم پیوستگی اقوام، طوایف، نژادها، مذاهب و زبان‌های مختلف در جهت همدلی، انسجام و مشارکت اجتماعی بود)، سیاست‌گذاری‌ها در جهت توسعه دانشگاه‌ها و پذیرش دانشجویان از سراسر کشور در قالب کنکور و متعاقب آن ازدواج‌های دانشجویی بین فرهنگی، توسعه شبکه‌های تلویزیونی و ساخت برنامه‌های متعدد فرهنگی، ایجاد شبکه‌های استانی، چاپ کتاب‌ها و نشر روزنامه‌های بی‌شمار، ساخت فیلم‌ها و سریال‌های متنوع، توسعه راه‌ها و امکانات شهری، ارتقای زیرساخت‌ها و گسترش امکانات به دورترین نقاط کشور و توسعه گردشگری و امکانات حمل‌ونقل جاده‌ای و هوایی، بهره‌مندی روستاها از مدارس و برق‌رسانی سراسری، مشارکت مردم در عرصه‌های مختلف سیاسی اجتماعی، و توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات و شبکه‌های مجازی و اینترنتی در میزان شناخت و درک هرچه بیشتر افراد جامعه از تفاوت‌های نژادی، مذهبی، قومی و زبانی نقش داشته و در زمینه مدارای اجتماعی مؤثر بوده‌اند. اما باید اذعان کرد که

گسترش و توسعه امکانات سخت افزاری و نرم افزاری به تنهایی برای بهبود وضعیت مدارای اجتماعی در جامعه کافی نیست و با توجه به نتایج بسیاری از پژوهش ها در سال های اخیر که نشانگر افول سرمایه اجتماعی، کاهش اعتماد و احساس امنیت در کشور است، این امکانات نیز تأثیر عکس داشته و، علاوه بر ایجاد آسیب های جدید، باعث کاهش مدارا در سطح جامعه شده اند. بر همین اساس، مقوله مدارا باید چندسطحی و چندوجهی نگریسته شود و میزان مدارای سیاسی، مذهبی، اجتماعی و فرهنگی مردم در ابعاد و سطوح مختلف بررسی شود.

۱. راهبرد سرمایه اجتماعی

سرمایه اجتماعی وجهه گوناگون سازمان اجتماعی نظیر اعتماد، هنجارها و شبکه هاست که می تواند، با تسهیل اقدامات هماهنگ، کارایی جامعه را بهبود بخشد (پاتنام، ۱۳۸۰: ۲۸۵). چلبی و امیرکافی (۱۳۸۵: ۱۸)، پاتنام (۱۳۸۰: ۱۴۶) و سیگلر و ژوسلین (۲۰۰۲: ۸۴) سرمایه اجتماعی را یکی از عواملی می دانند که باعث ارتقای مدارا نسبت به دیگران می شود. بدین معنی که افراد، زمانی که در شبکه های اجتماعی مختلف قرار می گیرند و تحت تأثیر هنجارهای موجود در این شبکه ها با اقوام، مذاهب و اندیشه های متفاوت برخورد می کنند، نسبت به زمانی که در این گونه شبکه های اجتماعی شرکت نمی کنند (یعنی در مقایسه با زمانی که از سرمایه اجتماعی اندکی برخوردارند)، نگرش مدارا جویانه تری نسبت به این گونه تفاوت ها نشان می دهند. در واقع سرمایه اجتماعی سیستم محوری امنیتی ای است که از بروز خشونت و کشمکش جلوگیری می کند و مدارا را افزایش می دهد (فاین، ۱۳۸۵: ۲۸۵). بنابراین مسئولان و مدیران کشور می توانند با توجه بیشتر به امر سرمایه اجتماعی، که بسیاری از مؤلفه ها از جمله اعتماد، احساس امنیت، ارتباطات و پیوندهای شبکه ای را با خود دارد، در جهت ارتقای مدارای اجتماعی گامی مؤثر بردارند.

۲. راهبرد سرمایه فرهنگی

بوردیو اصطلاح سرمایه فرهنگی را برای اشاره به اطلاعات یا دانش درباره باورها، سنت های فرهنگی و معیارهای رفتاری خاصی که موفقیت و کامیابی زندگی را ارتقا می دهند به کار می برد. سرمایه فرهنگی یعنی قدرت شناخت و قابلیت استفاده از کالاهای فرهنگی در هر فرد که دربرگیرنده تمایلات پایدار فرد است و در خلال اجتماعی شدن در فرد انباشته می شود (فکوهی، ۱۳۸۴: ۱۵۰). داشتن سرمایه در تمامی ابعاد به خصوص سرمایه فرهنگی را می توان راهی برای تقویت مدارای جوانان و ارتباطات سالم، کاهش نزاع و درگیری،

برقراری آرامش و صلح و امنیت در جامعه در نظر گرفت. در پژوهش‌های سیگلر و ژوسلین (۲۰۰۲: ۱۲۸)، مقتدایی (۱۳۸۹: ۶۷) و شارع‌پور و همکاران (۱۳۸۸: ۹۴) به طرق مختلف اشاره شد که تحصیلات، محصولات فرهنگی و به‌طور کلی سرمایه فرهنگی رابطه مستقیم، مثبت و معنی‌داری با مدارای اجتماعی دارند. این پژوهش‌ها نشان دادند افرادی که دارای سرمایه فرهنگی بیشتری هستند، برای مثال، تمایل آن‌ها به استفاده و حمایت از محصولات فرهنگی جامعه خود بیشتر است؛ گرایش به تحصیلات و مطالعه و کسب دانش دارند؛ و انتظار می‌رود که روحیه سازش‌پذیری بیشتری از خود در روابط اجتماعی با دیگران نشان دهند. بر این اساس، با برنامه‌ریزی مناسب و توجه هرچه بیشتر به موضوع سرمایه فرهنگی در سطح جامعه، می‌توان در جهت ارتقای مدارای اجتماعی گام برداشت.

پیشینه پژوهش

کینگ مدارا را، بر حسب موضوع، به سه دسته مدارای هویتی، سیاسی و رفتاری تقسیم‌بندی کرده است. مدارای هویتی شامل مدارا نسبت به ادیان دیگر (مدارای دینی)، مدارا نسبت به افراد ملیت‌های دیگر (مدارای ملیتی) و مدارا نسبت به قومیت‌های دیگر (مدارای قومیتی) می‌شود. مدارای سیاسی شناسایی حق گردهمایی صاحبان عقاید مخالف و حق اعتراض برای گروه‌هایی است که مورد تأیید فرد نیستند. مدارای رفتاری تساهل نسبت به برخی الگوهای رفتاری است که از نظر فرد نادرست هستند و شامل الگوهای روابط جنسیتی، جرم و مجرمان می‌شود (عسگری و شارع‌پور، ۱۳۸۸). پژوهشگرانی که این نظریه را برای سنجش مدارا به کار برده‌اند مدارای اجتماعی را با ابعاد هویتی، سیاسی و رفتاری سنجیده‌اند. وگت مدارا را گرایشی رفتاری در نظر می‌گیرد که در این معنا رفتار در مقابل نگرش قرار می‌گیرد. وی مدارا را به سه دسته تقسیم‌بندی می‌کند که با یکدیگر هم‌پوشانی دارند: مدارای سیاسی، اخلاقی و اجتماعی. منظور او از مدارای اجتماعی مدارا نسبت به حالت‌های مختلف انسان بودن است؛ چه ویژگی‌هایی که از هنگام تولد همراه افراد هستند، مثل رنگ پوست و جنسیت، و چه آن‌هایی که در طول زندگی از طریق فرایند اجتماعی شدن کسب می‌شوند مانند زبان صحبت کردن (Defilippis, ۲۰۰۱: ۷۸۱). بنابراین آن دسته از پژوهش‌هایی که از نظریه وگت برای تبیین مدارا استفاده کرده‌اند عموماً مدارا را مشتمل بر سه بُعد مدارای سیاسی، اخلاقی و اجتماعی مورد سنجش قرار داده‌اند که برخی از پژوهش‌های داخلی صورت‌گرفته به شرح ذیل‌اند.

نیک‌خواه، ولی‌پور، سرافراز و آهو قلندری (۱۳۹۹) در پژوهشی با عنوان «ارزیابی عوامل مؤثر بر مدارای اجتماعی» به مطالعه و سنجش میزان مدارای اجتماعی و عوامل مرتبط با

آن با روش پیمایشی بین افراد ۱۸ سال به بالا در شهر بندرعباس پرداختند. نتایج نشان داد که بین متغیرهای جنسیت، سن، درآمد و تحصیلات با متغیر تحمل اجتماعی رابطه معنی داری وجود ندارد، اما بین وضعیت تأهل و مدارا رابطه معنی داری وجود دارد.

نصراللهی و قادرزاده (۱۳۹۵) در پژوهشی با عنوان «مدارای اجتماعی در جوامع چندفرهنگی؛ مطالعه پیمایشی شهروندان میاندوآب» با الهام از سنخ‌شناسی مدارای اجتماعی پیترسون کینگ به بررسی وضعیت مدارای اجتماعی در بین شهروندان ۱۵ تا ۵۰ ساله شهر میاندوآب می‌پردازند. بر مبنای نتایج تبیینی، اشکال سرمایه (اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی) با مدارای اجتماعی در ابعاد چهارگانه آن رابطه مستقیم دارد. همچنین، با شدت یافتن جهت‌گیری قومی و دینی پاسخ‌گویان، مدارای اجتماعی کاهش می‌یابد.

جهانگیری و افراسیابی (۱۳۹۵) در پژوهشی تحت عنوان «بررسی رابطه سرمایه اجتماعی با مدارای سیاسی دانشجویان» به بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و مدارای سیاسی دانشجویان پرداختند. نتایج پژوهش نشان داد بین متغیرهای مشارکت اجتماعی، تعامل اجتماعی، تعهد اجتماعی، آگاهی اجتماعی، اعتماد اجتماعی، فرایض مذهبی، سن و مقطع تحصیلی با مدارای سیاسی رابطه معناداری وجود دارد. نتایج تحلیل رگرسیون نشان داد که متغیرهای مشارکت اجتماعی، آگاهی اجتماعی، تعامل اجتماعی، محل تولد، اعتماد اجتماعی و جنسیت در مجموع ۲۴ درصد واریانس متغیر وابسته را تبیین کردند. مقتدایی (۱۳۸۹)، با بررسی عوامل اجتماعی و فرهنگی مؤثر بر مدارای اجتماعی، نشان داد جزم‌اندیشی رابطه معکوسی با مدارای اجتماعی دارد؛ در صورتی که ابراز وجود، اعتماد اجتماعی، احساس امنیت و تحصیلات رابطه مثبت و معنی داری با مدارا دارند.

شهریاری، خلیلی و اکبری (۱۳۹۴) در پژوهشی با عنوان «سنجش رابطه سرمایه اجتماعی با مدارای مذهبی» به بررسی و سنجش تساهل مذهبی و عوامل مؤثر بر آن از جمله سرمایه اجتماعی در بین دانشجویان فردوسی مشهد با روش پیمایشی پرداخته‌اند. نتایج این پژوهش نشان داد که سرمایه اجتماعی درون‌گروهی بر مدارای مذهبی تأثیر منفی، و سرمایه اجتماعی برون‌گروهی تأثیر مثبت بر آن دارد. همچنین تحصیلات و جنسیت تأثیر مثبت، و سن تأثیر منفی بر مدارای مذهبی داشته است.

فیروزجائیان، شارع‌پور و فرزام (۱۳۹۵) در پژوهشی با عنوان «بررسی جامعه‌شناختی تأثیر سرمایه فرهنگی بر ارتباطات بین فردی با تأکید بر مدارای اجتماعی» به پژوهش و پیمایش بین جوانان ۱۸ تا ۳۵ سال در شهر ساری پرداختند. نتایج پژوهش نشان داد بین سرمایه فرهنگی و ابعاد آن با مدارای اجتماعی رابطه و تأثیر معناداری وجود دارد. همچنین سازه سرمایه فرهنگی توانست ۳۱ درصد تغییرات سازه مدارای اجتماعی را تبیین کند.

پژوهش‌های مرتبط با مدارا در خارج از کشور عمدتاً به دنبال شناسایی عوامل مرتبط با مدارا از قبیل تمایلات شخصی یا انتظارات فردی در سطح خرد هستند (Sullivan & ۶۲۵: ۱۹۹۹، Transue). همچنین اکثر پژوهش‌هایی که تاکنون انجام شده‌اند، به جای بررسی کنش‌های واقعی مرتبط با مدارا، بیشتر به دنبال اصول انتزاعی مدارا بوده‌اند. ویتنبرگ و بتروس^۱ (۲۰۱۸: ۲۲۰) در پژوهش خود به بررسی برجسته‌ترین شاخص‌های مدارا نسبت به تفاوت‌ها پرداختند. ابعاد مدارا در این پژوهش شامل مدارای عقیدتی، مدارای گفت‌وگو، و مدارای عملی بود. گیلینگ، سائیس و وروکت^۲ (۲۰۱۸: ۲۵۹) با استفاده از نظریه حوزه اجتماعی شناختی و نظریه هویت اجتماعی، مدارای اجتماعی نسبت به مسلمانان را بررسی کردند. به نظر می‌رسد در پژوهش‌هایی که تاکنون انجام شده‌اند، مدارای اجتماعی به عنوان یک خصیصه و ویژگی دیده شده است؛ در صورتی که بر مبنای نظریه ساخت‌یابی، مدارای اجتماعی وضعیتی است که در بستری مناسب رخ می‌دهد و این بستر خود بخشی از فرایند مداراست و نه از عوامل مؤثر بر آن؛ وضعیتی که محصول همسازی ساختار و عاملیت است. چنانچه ریتزر^۳ (۱۳۹۲: ۳۰۲) نیز بیان می‌کند، عملکردهای اجتماعی به طور ذهنی به دست کنشگر یا شرایط اجتماعی ساختاری که کنشگر در آن قرار دارد خلق نمی‌شوند، بلکه عملکردها و ساختار را هم‌زمان کنشگر خلق می‌کند.

یارم، اگر و بوهمان^۴ (۲۰۱۹) در پژوهشی با عنوان «رویکردی جدید برای مطالعه مدارا: مفهوم‌سازی و اندازه‌گیری مدارا» به بررسی تفاوت مفهومی مدارا و تعصب پرداخته‌اند و مدارا را با سه پارامتر پذیرش دیگران، احترام به دیگران و درک تفاوت‌ها مفهوم‌سازی کردند و با دو نظرسنجی ابتدا در یک کشور واحد (سوئد) و سپس در پنج کشور (استرالیا، دانمارک، سوئد، انگلستان و ایالات متحده) ارزیابی کردند. نتایج حاصل از تحلیل عاملی تأییدی در این پژوهش نشان داد که پاسخ‌دهندگان در سراسر کشورها مدارا را یکسان درک می‌کنند.

شاهید و شاهید^۴ (۲۰۱۶) در پژوهشی با عنوان «نقش مدارای اجتماعی در همدلی و رضایت زوجین» به بررسی رابطه بین مدارای اجتماعی و همدلی و رضایت زوجین از طریق توزیع پرسش‌نامه بین ۲۰۰ زوج از ایالت خیبر پختونخوا پاکستان پرداختند. نتایج

1. Witenburg & Burtus
2. Gieling, Thijs & Verkuyten
2. Ritzer
3. Hjerm, Eger & Bohman
4. Shahid & Shahid

پژوهش نشان داد که بین مدارای اجتماعی و همدلی و رضایت زوجین هم‌بستگی مثبت و معنادار، و بین میزان مدارای اجتماعی در مردان و زنان تفاوت معناداری وجود دارد و مدارای اجتماعی در زنان بیشتر از مردان است.

سینتانگ^۱ و همکاران (۲۰۱۳) در مقاله‌ای با عنوان «فرهنگ مدارا در خانواده‌های تازه‌مسلمان در مالزی» به دنبال برجسته کردن مدارا در جامعه کثرت‌گرای مالزی بودند. نتایج نشان داد زندگی در محیطی که چنددینی امری عادی تلقی شده و همچنین توسعه مذهبی و مدارای فرهنگی که در بین خانواده‌های آن منطقه وجود دارد باعث رشد بهتر درک متقابل احترام و مدارا به مسلمان جدید می‌شود و در نهایت به پاسخ حمایتی از جانب خانواده‌ای که به تازگی سبک زندگی جدید را به عنوان مسلمان پذیرفته منجر می‌شود. در مجموع، مدارای فرهنگی از طریق ارتباطات و رویارویی با جوامع دینی متفاوت جانشین اصول اخلاقی قبلی مالزی شد.

وایز و دریسکل^۲ (۲۰۱۷) به بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر مدارا و ابعاد آن شامل مدارای هویتی، مدارای مذهبی و مدارای رفتاری در آمریکا پرداخته‌اند. نتایج پژوهش نشان داد افراد با میزان مشارکت مدنی و تعامل اجتماعی زیاد از مدارای اجتماعی زیادی برخوردارند.

مبانی نظری پژوهش

اگر مدارای اجتماعی را نوعی کنش از طرف کنشگران تلقی کنیم که تعاملات و ارتباطات اجتماعی را تسهیل می‌کند و گرایش به رفتار مسالمت‌آمیز را به عنوان منش تأیید شده به همراه دارد، با توجه به تعاریف و دیدگاه‌ها و شاخص‌های مطرح شده در زمینه مدارای اجتماعی، می‌توان نقش هم‌بستگی اجتماعی، فرهنگی، همدلی، پیوندهای اجتماعی، اعتماد اجتماعی، مشارکت اجتماعی، احساس امنیت و بردباری اجتماعی را در ارتقا و تحکیم آن اساسی دانست. وجود شاخصه‌های ذکر شده و تجمیع ویژگی‌ها و عناصر مشترک آن‌ها ما را به سمت واژه‌های «سرمایه اجتماعی و سرمایه فرهنگی» سوق می‌دهد. برای تحلیل و نشان دادن میزان تأثیر و رابطه میان سرمایه اجتماعی و سرمایه فرهنگی و مدارای اجتماعی می‌توان نظریه عمل بوردیو را به کار بست. «بورديو برای تحلیل و تبیین کنش‌های اجتماعی از مفاهیمی همچون منش^۳ و میدان^۴ بهره

1. Sintang et al.

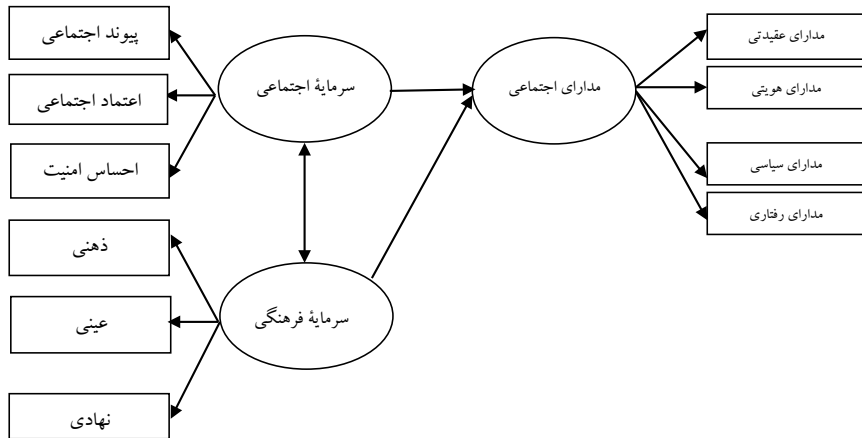
2. Wise & Driskell

3. nature

4. field

می برد. نظریهٔ عمل بوردیو در پرتو دیالکتیک دو مفهوم منش و میدان بنا شده است» (Parker, 2000: 44). بوردیو منش را به منزلهٔ نظامی از طبایع تعریف می کند. مجموعه ای از خلق و خویهای فراهم آمده در شخصیت کنشگر که ناشی از فرایند اجتماعی شدن است و به نحوهٔ مواجههٔ کنشگر با موقعیت های مختلف جهت می دهد (Bourdieu & Passeron, 1996: 107). بر این اساس می توان گفت رفتار افراد جامعه (منش) در موقعیت های مختلف اجتماعی (میدان) با نحوهٔ جامعه پذیری و ساختارهای اجتماعی در ارتباط است. اگر فرد در فرایند جامعه پذیری گذشت، فداکاری، پذیرش فرهنگ و افکار مخالف، صبر و همدلی را در مواجهه با دیگران به خوبی نیاموزد و ساختارهای اجتماعی به ویژه آموزش و پرورش، دانشگاه، فرهنگ و ارشاد برای رفتار مدارا جویانه ارزشی قائل نباشند، منش شکل گرفته در افراد آمیزه ای از کم تحملی، نابدباری، خودمحوری، خشونت و درگیری، و بی اعتمادی خواهد بود.

در نظریهٔ بوردیو، مفهوم میدان قائم به قواعدی است که بر آن حاکمیت دارند و قلمرو آن را تعیین می کنند. از این جهت همهٔ کنشگرانی که ذیل میدان اجتماعی خاصی فعالیت می کنند دست کم از نوعی منش مشترک برخوردارند (جمشیدیها و پرستش، ۱۳۸۶: ۵۲). برای مثال، اگر شرایط جامعه به گونه ای باشد که پرخاشگری، نزاع و عدم مدارا به عنوان راهی مناسب برای رسیدن به اهداف و مدارا پارامتری منفی و نشانهٔ ضعف قلمداد شود، آن گاه در چنین میدانی مجموعه ای از خلق و خواهایی (منش) را کنشگران بروز می دهند که در هر موقعیتی باید منتظر نزاع، درگیری، عدم مدارا و پرخاشگری باشیم. «از نظر بوردیو، میدان عرصه ای است اجتماعی برای نزاع بر سر منابع منافع و دسترسی به آن ها» (Whitham, 2007: 69). بوردیو کنش اجتماعی را با توجه به موقعیت منش در میدان تبیین می کند. موقعیت کنشگران وابسته به سرمایهٔ آن هاست و بنابر مقدار و نوع سرمایه ای که دارند جایگاهشان در فضای میدان مشخص می شود (۲۰۰۲: ۷۳). به عقیدهٔ بوردیو، در هر میدانی میان بازیگران یا گروه های اجتماعی، چهار نوع سرمایه (فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و نمادین) ردوبدل می شود (Defilippis, 2001: 783). بر این اساس، از سرمایهٔ اجتماعی (که طیفی وسیع از مؤلفه های اثرگذار بر کنش و کنشگران را شامل می شود) و سرمایهٔ فرهنگی به عنوان متغیر مستقل در مورد مدارای اجتماعی و از نظریهٔ عمل (یا منش و میدان) بوردیو برای تحلیل رابطهٔ میان سرمایهٔ اجتماعی و مدارای اجتماعی استفاده شد.



شکل ۱. مدل نظری رابطه میان سرمایه اجتماعی و سرمایه فرهنگی با مدارای اجتماعی

فرضیه‌ها

۱. میزان مدارای اجتماعی بر حسب گروه سنی، جنسیت و وضعیت تأهل متفاوت است.
۲. بین سرمایه اجتماعی و ابعاد آن (پیوند اجتماعی، اعتماد اجتماعی و احساس امنیت) و مدارای اجتماعی رابطه وجود دارد.
۳. بین سرمایه فرهنگی و ابعاد آن (سرمایه فرهنگی ذهنی، عینی و نهادی) و مدارای اجتماعی رابطه وجود دارد.
۴. سرمایه اجتماعی و سرمایه فرهنگی بر میزان مدارای اجتماعی در استان مازندران تأثیرگذارند.

تعریف نظری و عملیاتی متغیرها

۱. مدارای اجتماعی: مدارای اجتماعی را می‌توان «توجه به دیگران، ارزشمند شمردن تفاوت‌ها، پل زدن بر شکاف‌های فرهنگی، پذیرفتن اندیشه‌های قالبی غیرمنصفانه، کشف زمینه‌های مشترک، ارج نهادن به تنوع و توانایی زندگی، اجازه دادن به دیگران برای زندگی، توانایی اعمال نگرشی عینی و منصفانه بر عقاید، اعمال، مذهب، ملیت و همه موارد متفاوت از دیدگاه فرد تعریف کرد» (Lyness, 2006:2). برای سنجش مدارای اجتماعی در این پژوهش از ترکیب مدل کینگ^۱ و وگت^۲ با چهار مؤلفه مدارای عقیدتی، مدارای هوبیتی، مدارای سیاسی و مدارای رفتاری استفاده شد.

- ۱٫۱. **مدارای عقیدتی**^۱: مدارا نسبت به وجود یا بیان و یا تبلیغ عقایدی مخالف با عقاید عامل تساهل، مثل باور به دگراندیشی، نسبی‌گرایی فرهنگی عدم تعصب، باور به آزادی عقیده دیگران.
- ۲٫۱. **مدارای سیاسی**^۲: منظور از مدارای سیاسی مدارا نسبت به اعمال افراد در فضای عمومی یا احترام به آزادی‌های مدنی دیگران است (Witenberg & Butrus, 2018: 220).
- مدارای سیاسی شناسایی حق گردهمایی صاحبان عقاید مختلف و ایجاد نهادهای حل و فصل تضادها و حق اعتراض در قالب نشریات یا راه‌پیمایی‌ها را می‌پذیرد.
- ۳٫۱. **مدارای هویتی**^۳: اعمال مدارا نسبت به ویژگی‌های غیراختیاری دیگران مانند ملیت، جنسیت، نژاد، طایفه، زبان، دین و... را مدارای هویتی می‌نامند.
- ۴٫۱. **مدارای رفتاری**^۴: مدارا نسبت به رفتارهای مختلف دیگران (قانونی، غیرقانونی) مانند روابط جنسی، رفتار با مجرمان و تساهل نسبت به بعضی از جرم‌ها در جامعه.

جدول ۱. تعریف عملیاتی مؤلفه‌های مدارای اجتماعی

نام متغیر	شاخص	تعریف عملیاتی	تعداد گویه
مدارای اجتماعی	مدارای عقیدتی	تحمل عقاید مخالف، عدم تعصب، باور به آزادی دیگران، باور به دگراندیشی	۵
	مدارای هویتی	مدارای افراد دارای ملیت، جنسیت، نژاد، طایفه، زبان و دین مختلف	۴
	مدارای سیاسی	حق دادن برای گردهمایی مخالفان، حق اعتراض در قالب روزنامه‌ها و راه‌پیمایی‌ها	۴
	مدارای رفتاری	مدارای نسبت به رفتارهای مختلف قانونی و غیرقانونی دیگران، تساهل نسبت به مجرمان، روابط جنس مخالف	۹

۲. سرمایه اجتماعی: سرمایه اجتماعی وجوه گوناگون سازمان اجتماعی نظیر اعتماد، هنجارها و شبکه‌هاست که می‌توانند، با تسهیل اقدامات هماهنگ، کارایی جامعه را بهبود بخشند. سرمایه اجتماعی مانند سایر سرمایه‌ها مولد است و امکان دستیابی به اهداف مشخص را فراهم می‌کند (پاتنام، ۱۳۸۰: ۲۸۵). برای سنجش سرمایه اجتماعی پس از مطالعه و بررسی دیدگاه‌های مختلف و کسب نتیجه‌ای مطلوب از ترکیب دیدگاه بوردیو و پاتنام استفاده شد. بدین منظور، سه مؤلفه اعتماد اجتماعی، احساس امنیت و پیوند اجتماعی برای سنجش سرمایه اجتماعی به کار گرفته شدند.

1. Dimensions of Tolerance
2. Dimensions of Political
3. Dimensions of Identity
4. Dimensions of Behavioral

۱,۲. **پیوند اجتماعی:** به هم‌بستگی افراد با هنجارهای اجتماعی اطلاق می‌شود که از ترکیب مؤلفه‌های وابستگی، اعتقاد، تعهد و مشارکت به وجود می‌آید (صدیق سروستانی، ۱۳۸۶: ۳۶). پیوندهای اجتماعی ارائه اطلاعات به شهروندان را به لحاظ کمی و کیفی افزایش می‌دهند و سبب می‌شوند نگرش افراد به بیرون گروه تغییر یابد (Robinson, 2010: 495).

۲,۲. **اعتماد اجتماعی:** عبارت است از تمایل فرد به قبول ریسک در موقعیت اجتماعی که این تمایل بر حس اطمینان به این نکته مبتنی است که دیگران به گونه‌ای که انتظار می‌رود عمل خواهند کرد و شیوه‌ای حمایت‌کننده در پیش خواهند گرفت. اعتماد به معنی مطمئن بودن درباره کنش‌های احتمالی دیگران در آینده است (Halpern, 2003: 90).

۳,۲. **احساس امنیت:** عبارت است از حفاظت در مقابل خطر (امنیت عینی)، احساس ایمنی (امنیت ذهنی) و رهایی از تردید (اعتماد به دریافت‌های شخصی) (امیرکافی، ۱۳۸۷: ۲). به اعتقاد بوزان^۱، اکثر تهدیدهایی که متوجه افراد است ناشی از این حقیقت است که افراد در محیط انسانی به سر می‌برند و این محیط موجد انواع فشارهای اجتناب‌ناپذیر اجتماعی، اقتصادی و سیاسی است (۱۳۷۸: ۴۵).

جدول ۲. تعریف عملیاتی مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی

نام متغیر	شاخص	ابعاد عملیاتی	تعداد گویه‌ها
سرمایه اجتماعی	احساس امنیت	واهمه نداشتن از حضور در عرصه‌های اجتماعی، مشارکت با فراغ بال در جامعه، واهمه نداشتن از آینده	۴
	اعتماد اجتماعی	صداقت در رفتار و گفتار، اعتماد در معاملات، اعتقاد به عدالت در امور، تعامل با انجمن‌ها و گروه‌های اجتماعی	۴
	پیوند اجتماعی	ارتباط با دوستان، آشنایان، نهادها و ادارات	۴

۳. **سرمایه فرهنگی:** بورديو اصطلاح سرمایه فرهنگی را برای اشاره به اطلاعات یا دانش دربارهٔ باورها، سنت‌های فرهنگی و معیارهای رفتاری خاصی که موفقیت و کامیابی زندگی را ارتقا می‌دهند به کار می‌برد (سعیدسلطانی، علیزاده اقدم و کوهی، ۱۳۹۱: ۱۸۰). برای سنجش سرمایه فرهنگی بر اساس دیدگاه بورديو این سرمایه به سه بخش سرمایه فرهنگی ذهنی، عینی و نهادی تقسیم‌بندی شد.

۱,۳. **سرمایه فرهنگی ذهنی:**^۲ این سرمایه به واسطهٔ تلاش، تجربه و استعداد فرد حاصل می‌شود و با مرگ دارندهٔ آن از بین می‌رود و نمی‌توان آن را به دیگری انتقال داد. به بیان دیگر، سرمایه فرهنگی در شکل تجسم‌یافته‌اش صورتی از قابلیت یا توانایی را به خود می‌گیرد که

نمی‌توان آن را از حاملش جدا کرد. درواقع کسب سرمایه فرهنگی تجسم یافته نیازمند صرف وقت برای آموختن و یا آموزش دادن است (محمدی، ودادهیر و محمدی، ۱۳۹۱: ۹).

۲،۳. سرمایه فرهنگی عینی^۱: یکی از بدیهی‌ترین و عینی‌ترین اشکال سرمایه فرهنگی مصرف کالاهای مختلف فرهنگی در میان اقشار مختلف جامعه است که خود می‌تواند تابعی از متغیرهای گوناگون فردی و اجتماعی قرار بگیرد. سرمایه فرهنگی عینیت یافته در اشیای مادی و رسانه‌ها نظیر نوشتار، نقاشی و ابزار و نظایر آن و به‌طور کلی در مادیت آن انتقال پذیر است؛ لذا کالاهای فرهنگی را می‌توان هم به‌صورت مادی (که به سرمایه اقتصادی منجر می‌شود) و هم به‌صورت نمادی (که به سرمایه فرهنگی منجر می‌شود) تخصیص داد (سعیدسلطانی و همکاران، ۱۳۹۱: ۱۸۹).

۳،۳. سرمایه فرهنگی نهادی^۲: لازمه سرمایه فرهنگی نهادی، قبل از هر چیز، وجود افراد باصلاحیت و مستعد برای کسب انواع مدارک تحصیلی و دانشگاهی است. از طرف دیگر، مستلزم وجود نهادهای رسمی، که این مدارک تحصیلی را صادر کنند و به آن‌ها رسمیت بخشند، است (محمدی، ودادهیر و محمدی، ۱۳۹۱: ۹).

جدول ۳. تعریف عملیاتی مؤلفه‌های سرمایه فرهنگی

نام متغیر	شاخص	ابعاد عملیاتی	تعداد گویه‌ها
سرمایه فرهنگی	بعد ذهنی	تمایل به فعالیت در امور هنری و رخداد های فرهنگی؛ علاقه مندی به فعالیت های هنری مثل موسیقی، خطاطی، نقاشی، ورزش، بازدید از نمایشگاه، حضور در کلاس زبان و تسلط به زبان های خارجی	۴
	بعد عینی	برخورداری از وسایل و امکانات مثل کتابخانه شخصی، کامپیوتر، ادوات موسیقی، اینترنت، تجهیزات ورزشی، دوربین عکاسی و فیلم برداری؛ خلق آثار فرهنگی مثل هنرهای دستی، نمایشی، شعر، موسیقی، تألیفات؛ دسترسی به کالاهای فرهنگی	۴
	بعد نهادی	داشتن گواهی نامه های معتبر آموزشی و فرهنگی، مدارک تحصیلی، اسناد فرهنگی و هنری ثبت شده؛ داشتن کارت های عضویت نهادهای فرهنگی و هنری	۴

روش پژوهش

روش مورد استفاده در این پژوهش کمی و از نوع پیمایشی^۳ و ابزار گردآوری داده‌ها مطالعات

1. Objectified capital

2. Presuppositions capital

3. Survey

اسنادی و کتابخانه‌ای و پرسش‌نامه است. جامعه آماری پژوهش پیش رو تمام افراد جوان و میان سال (۴۴.۱۵ سال) ساکن استان مازندران است که طبق آخرین سرشماری ۴,۵۳۸,۸۱۷ نفرند. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران^۱ برابر با ۳۸۴ نفر است که برای دقت بیشتر و داده‌های ازدست‌رفته به ۴۰۰ نفر افزایش یافت. روش نمونه‌گیری در این پژوهش از نوع نمونه‌گیری احتمالی است. از میان انواع نمونه‌گیری احتمالی، از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای استفاده شد. با استفاده از این روش، پس از تعیین حجم نمونه، استان مازندران به ۳ منطقه شرق، مرکز و غرب تقسیم‌بندی شد و سه شهر ساری، آمل و تنکابن از هر منطقه برگزیده شدند و در نهایت، به تناسب جمعیت هر شهر و رده سنی، نمونه مورد مطالعه براساس میزان تقریبی جمعیت هر خوشه انتخاب شد. با توجه به ماهیت موضوع پژوهش و مفاهیم و متغیرهای آن، داده‌های موردنیاز پژوهش از طریق پرسش‌نامه محقق‌ساخته جمع‌آوری شدند. برای اطمینان از پایایی نتایج، از روش آلفای کرونباخ^۲ استفاده شد. برای این منظور، با استفاده از اطلاعاتی که از ۳۰ نمونه جمع‌آوری شد، پایایی پرسش‌نامه بررسی شد و برای هرکدام از شاخص‌ها که به صورت طیف طراحی شده بودند ضریب آلفا محاسبه شد که شاخص‌ها دارای پایایی زیاد (همه شاخص‌ها بالای ۰/۷) و موردقبولی بودند.

برای تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش از نرم‌افزار اسپس^۳ و ایموس^۴ استفاده شد، به طوری که برای توصیف داده‌ها از آماره‌های توصیفی (شاخص‌های تمایل به مرکز مانند میانگین و توزیع‌های فراوانی مطلق و انحراف معیار) و برای تحلیل استنباطی از آزمون تفاوت میانگین (تی‌تست)، آزمون هم‌بستگی و رگرسیون، و به منظور آزمون مدل نظری از نرم‌افزار مدل‌سازی معادله ساختاری Amos استفاده شد.

یافته‌های پژوهش

اطلاعات این پژوهش از بین ۴۰۰ نفر در دو گروه سنی جوان و میان سال (۱۵-۴۴ سال) استان مازندران جمع‌آوری شده است. اشتراک سنی پاسخ‌گویان (نما) در سن ۳۳ سال از همه بیشتر بود. گروه سنی جوانان تعداد ۱۸۸ نفر (۴۷٪) و میان سالان ۲۱۲ نفر (۵۳٪) را تشکیل می‌دهند. همچنین ۱۹۶ نفر از پاسخ‌گویان زن و ۲۰۴ نفر مرد هستند. بیشترین پاسخ‌گویان مربوط به سطح تحصیلات دیپلم و پایین‌تر با تعداد ۱۶۹ نفر (۴۲/۲۵٪) و کمترین پاسخ‌گویان

مربوط به سطح تحصیلات فوق لیسانس و بالاتر با تعداد ۶۸ نفر (۱۷٪) هستند. تعداد پاسخ‌گویان با سطح تحصیلات کاردانی و کارشناسی نیز ۱۶۳ نفر (۴۰/۷۵٪) است. بعد از آماده‌سازی اطلاعات، روابط بین متغیرهای وابسته و مستقل از طریق دو نرم‌افزار spss و Amos بررسی شد. فرضیه‌های پژوهش از طریق آماره‌های مقایسه میانگین‌ها (آزمون تی)، تحلیل واریانس و پیرسون مورد آزمون قرار گرفتند. نتایج فرضیه اول (جدول ۴) نشان داد که بین جنسیت (تی: ۱/۸۱۵- و سطح معناداری: ۰/۰۷۲)، سن (تی: ۰/۳۶۱ و سطح معناداری: ۰/۷۱۸) و وضعیت تأهل (تی: ۰/۹۳۴ و سطح معناداری: ۰/۷۳۵) و میزان مدارای اجتماعی تفاوت معناداری وجود ندارد. به عبارت دیگر، زن یا مرد بودن، جوان یا میان سال بودن و متأهل یا مجرد بودن تفاوت معناداری را در میزان مدارای اجتماعی پاسخ‌گویان به وجود نمی‌آورد.

جدول ۴. آزمون تفاوت میانگین‌های مدارای اجتماعی بر حسب جنسیت، سن و تأهل

متغیرها	فراوانی	تفاوت میانگین	آماره تی	سطح معناداری
جنسیت	زن	۳۸/۶۲	-۱/۸۱۵	۰/۰۷۲
	مرد	۲۰۴		
گروه سنی	جوان	۴۱/۳۶	۰/۳۶۱	۰/۷۱۸
	میان سال	۲۱۲		
وضعیت تأهل و مدارای اجتماعی	متأهل	۴۱/۸۲	۰/۹۳۴	۰/۷۳۵
	مجرد	۲۵۵		

جدول ۵ تأثیر سرمایه اجتماعی و ابعاد آن (احساس امنیت، اعتماد اجتماعی و پیوندهای اجتماعی) در تغییر مدارای اجتماعی را نشان می‌دهد. چون میزان سطح معناداری سرمایه اجتماعی و ابعاد آن کمتر از ۰/۰۵ است، رابطه آماری معنی‌داری بین سرمایه اجتماعی و هریک از مؤلفه‌های آن با تغییر مدارای اجتماعی وجود دارد (سرمایه اجتماعی ضریب هم‌بستگی پیرسون: ۰/۶۲ و سطح معناداری: ۰/۰۰۰ و ابعاد سرمایه اجتماعی شامل اعتماد اجتماعی با ضریب هم‌بستگی پیرسون: ۰/۶۴ و سطح معناداری: ۰/۰۰۰، احساس امنیت با ضریب هم‌بستگی پیرسون: ۰/۶۸ و سطح معناداری: ۰/۰۰۰ و پیوند اجتماعی با ضریب هم‌بستگی پیرسون: ۰/۵۸ و سطح معناداری: ۰/۰۰۵). با توجه به مقدار و علامت مثبت ضریب هم‌بستگی داده‌شده در جدول ۵، این رابطه مستقیم، مثبت و قوی است. به عبارت دیگر، با افزایش سرمایه اجتماعی و هریک از ابعاد آن (اعتماد اجتماعی، احساس امنیت و پیوند اجتماعی) میزان مدارای اجتماعی

ارتقا می یابد. این نتایج ثابت می کند که یکی از راهبردهای مؤثر برای ارتقای مدارای اجتماعی توجه به مقوله سرمایه اجتماعی و ابعاد آن است. هرچه در جامعه میزان اعتماد اجتماعی، احساس امنیت و ارتباطات و پیوندهای اجتماعی بیشتر باشد افراد جامعه رفتار مداراجویانه ای از خود نشان خواهند داد.

جدول ۵. تأثیر سرمایه اجتماعی و ابعاد آن در تغییر مدارای اجتماعی

متغیرها	مدارای اجتماعی	
	ضریب هم بستگی	سطح معناداری
اعتماد اجتماعی	۰/۶۴	۰/۰۰۰
احساس امنیت	۰/۶۸	۰/۰۰۰
پیوند اجتماعی	۰/۵۸	۰/۰۰۵
سرمایه اجتماعی	۰/۶۲	۰/۰۰۰

جدول ۶ رابطه بین سرمایه فرهنگی و مؤلفه های آن را با تغییر مدارای اجتماعی نشان می دهد. چون سطح معناداری متغیرها کمتر از مقدار معین ۰/۰۵ است، رابطه آماری معنی داری بین راهبرد سرمایه فرهنگی و مؤلفه های آن با تغییر مدارای اجتماعی وجود دارد. با توجه به مقدار و علامت مثبت ضریب هم بستگی به دست آمده در جدول ۶ (سرمایه فرهنگی با ضریب هم بستگی پیرسون: ۰/۲۹۶ و سطح معناداری: ۰/۰۰۰، ابعاد سرمایه فرهنگی شامل سرمایه فرهنگی ذهنی با ضریب هم بستگی پیرسون: ۰/۲۴۰ و سطح معناداری: ۰/۰۰۰، سرمایه فرهنگی عینی با ضریب هم بستگی پیرسون: ۰/۱۹۶ و سطح معناداری: ۰/۰۰۰ و سرمایه فرهنگی نهادی با ضریب هم بستگی پیرسون: ۰/۲۷۲ و سطح معناداری: ۰/۰۰۴)، این رابطه با مدارای اجتماعی مستقیم و مثبت است. به عبارت دیگر، با افزایش سرمایه فرهنگی و هریک از ابعاد آن (ذهنی، عینی و نهادی)، میزان مدارای اجتماعی ارتقا می یابد.

جدول ۶. تأثیر سرمایه فرهنگی و ابعاد آن در تغییر مدارای اجتماعی

متغیرها	مدارای اجتماعی	
	ضریب هم بستگی	سطح معناداری
سرمایه فرهنگی ذهنی	۰/۲۴۰	۰/۰۰۰
سرمایه فرهنگی عینی	۰/۱۹۶	۰/۰۰۰
سرمایه فرهنگی نهادی	۰/۲۷۲	۰/۰۰۴
سرمایه فرهنگی	۰/۲۹۶	۰/۰۰۰

برازش مدل رگرسیون

برای بررسی فرضیه چهارم، یعنی تأثیر سرمایه اجتماعی و سرمایه فرهنگی در تغییر مدارای اجتماعی، پس از بررسی شاخص‌های کفایت مدل، که در جدول ۷ آمده است، به ارائه مدل برازش یافته می‌پردازیم.

جدول ۷. آماره‌های برازش مدل ساختاری مدارای اجتماعی

ضریب هم‌بستگی	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	انحراف معیار خطا	دوربین. واتسون
۰/۹۴	۰/۹۱	۰/۹۲	۰/۹۴	۲/۷۰۵

تحلیل نتایج مدل رگرسیونی جدول ۷ نشان می‌دهد راهبرد سرمایه اجتماعی و سرمایه فرهنگی در تغییر مدارای اجتماعی جامعه آماری پژوهش با ضریب تعیین ۰/۹۱ تأثیرگذار بوده است. براساس داده‌های جدول، نتیجه می‌گیریم مدل از کفایت لازم برخوردار است.

با استفاده از آزمون رگرسیون، میزان تأثیر متغیرهای سرمایه اجتماعی و سرمایه فرهنگی بر متغیر مدارای اجتماعی به دست آمد که حاکی از تأثیر و سهم ۳۸ درصدی دو مؤلفه سرمایه اجتماعی و فرهنگی بر مدارای اجتماعی است (جدول ۷).

جدول ۸. خلاصه مدل رگرسیونی تأثیر سرمایه اجتماعی و سرمایه فرهنگی بر مدارای اجتماعی

خطای برآورد	تعدیل مربعات آر	مجدور آر	آر	مدل
۷/۷۸۰	/۳۸۲	/۳۸۵	۳/۳۰۳ ^a	۱
متغیر مستقل: سرمایه اجتماعی و سرمایه فرهنگی متغیر وابسته: مدارای اجتماعی				

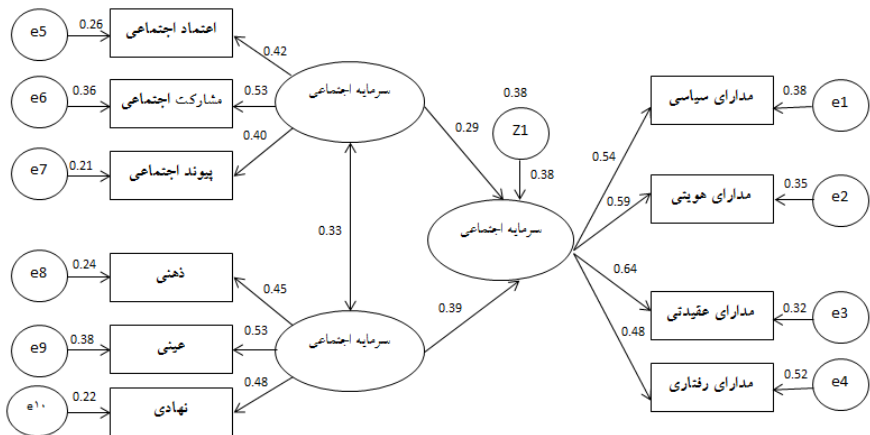
همچنین مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی ۲۹ درصد و سرمایه فرهنگی ۳۹ درصد بر روی مدارای اجتماعی تأثیر می‌گذارند (جدول ۸).

جدول ۹. ضرایب رگرسیونی تأثیر سرمایه اجتماعی و سرمایه فرهنگی بر مدارای اجتماعی

سطح معناداری	t	ضرایب استاندارد		مدل
		بتا	خطای انحراف	
۰/۰۰۰	۲۳/۱۱۱	-	۲/۵۵۸	ثابت
۰/۰۰۰	۵/۴۰۵	۰/۳۹۳	۰/۰۶۱	سرمایه فرهنگی
۰/۰۴۲	۲/۳۶۰	۰/۲۸۹	۰/۰۷۰	سرمایه اجتماعی
متغیر وابسته: مدارای اجتماعی				

این نتایج حاکی از نقش اثرگذار دو مؤلفه سرمایه فرهنگی و سرمایه اجتماعی بر ارتقای مدارای اجتماعی است.

شکل ۲. مدل ساختاری سرمایه اجتماعی و مدارای اجتماعی



Degrees of freedom=34 chi-square= 32/46 sig=0/08 RMSEA=0/04

مدل نظری پژوهش به کمک نرم افزار ایموس مورد آزمون قرار گرفت. این مدل تأثیر مستقیم مؤلفه اصلی پژوهش، یعنی سرمایه اجتماعی و سرمایه فرهنگی، را بر مدارای اجتماعی نشان می دهد. بر اساس اطلاعات شکل ۲، سرمایه اجتماعی ($\beta: 0/29$) و سرمایه فرهنگی ($\beta: 0/39$) تأثیر مستقیم بر مدارای اجتماعی دارند. به بیانی دیگر، تغییر یک انحراف استاندارد در سرمایه اجتماعی و سرمایه فرهنگی باعث تغییر $0/29$ و $0/39$ انحراف استاندارد در میزان مدارای اجتماعی می شود. همچنین سرمایه اجتماعی و سرمایه فرهنگی توانسته اند ۳۸ درصد تغییرات مدارای اجتماعی را تحلیل کنند.

بحث و نتیجه گیری

مفهوم مدارا گستره وسیعی از زمینه های مختلف نظیر مدارای دینی، قومی، اخلاقی، سیاسی، فرهنگی، جنسیتی، قومی، ملیتی و نژادی را در بر می گیرد و از متغیرهای متعددی همچون بافتاری، تاریخی، فرهنگی، اقتصادی و جامعه شناختی اثر می پذیرد. با وجود اقبال عمومی و علمی به مفهوم مدارا، به ویژه در آغاز قرن بیست و یکم، هنوز این مفهوم از لحاظ مفهومی و سنخ شناسی عقب مانده و توسعه نیافته است. این مسئله در ایران به مراتب حادتر است؛ چراکه پژوهش درباره مدارا عمدتاً متوجه ریشه های

ادبی دینی شده و محدودی نیز به پژوهش‌های کمی پرداخته‌اند. در نتیجه، تمرکز را از مبانی و ریشه‌های مدارا به ظواهر آن فروکاسته است. از این رو، نه تعریف دقیق، روشن و مورد اجماعی از مدارا وجود دارد، نه دایره مفهومی مدارا به دقت تعیین شده و نه راهکارهای مؤثری متناسب با فضای جامعه ارائه شده است.

نتایج این پژوهش نشان داد که سرمایه فرهنگی و سرمایه اجتماعی موجب ارتقای مدارای اجتماعی در جامعه می‌شوند. بر این اساس و با توجه به تنوع اقوام، طوایف و مذاهب در ایران و اینکه در حوزه مدیریتی اقوام، عوامل گوناگونی را مانع دست‌یابی به مدارا می‌دانند که شیوع تبعیض و نابرابری یکی از مخرب‌ترین و مهم‌ترین آن‌هاست؛ بنابراین درک احساسات قومی، هویت بخشی و تشخیص بخشی اقوام و احترام به حقوق اقلیت‌ها در قانون اساسی کشور، فرصت‌سازی و تعبیه سازوکارهای مشارکت ملی برای آن‌ها، اجتناب از وحدت مکانیکی اقوام و تمرکز بر وحدت استراتژیک، پرهیز از راهبرد امنیتی نسبت به اقوام و قرارداد راهبرد مذاکره و گفت‌وگو با اقوام به جای آن با هدف تأمین امنیت ملی کشور، آزادسازی نیروی بالقوه ناحیه‌گرایی از طریق توزیع قدرت سیاسی - اداری ملی در تمامی مناطق جغرافیایی کشور در چارچوب الگوی متعادل و متوازن، و بالاخره برقراری عدالت جغرافیایی و توزیع عادلانه نتایج توسعه ملی در بین بخش مرکزی و مناطق پیرامونی تا اندازه بسیاری می‌توانند به ایجاد تفاهم ملی، یکپارچگی، اطمینان اجزای ملت به یکدیگر و گسترش روحیه صمیمیت ملی و مدارای اجتماعی کمک کنند و پایه‌های اقتدار و امنیت ملی کشور را محکم کنند که البته تحقق این امر عزم نخبگان ابزاری (مدیران و مسئولان اجرایی) و فکری (روشن‌فکران، روزنامه‌نگاران، دانشجویان و...) را در دو سطح ملی و منطقه‌ای - محلی می‌طلبد (مطلبی، ۱۳۸۷: ۶۶).

گسست‌های فرهنگی و اجتماعی، افزایش نزاع و خشونت، رواج فردگرایی، و کاهش اعتماد و احساس امنیت از جمله عوامل تأثیرگذار بر میزان مدارای اجتماعی هستند. بنابراین می‌توان با توسل به راهبردهایی چون تقویت شبکه‌های اجتماعی، برقراری امنیت و تقویت اعتماد بین افراد، ارتقای بینش و شناخت فرهنگی، توسعه روابط اجتماعی و همیاری از طریق نهادهایی چون وزارت آموزش و پرورش؛ وزارت علوم، تحقیقات و فناوری؛ وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی؛ و سازمان صداوسیما بر میزان مدارای اجتماعی در جامعه افزود. همچنین مفهوم مدارا باید به گفتمان سیاسی و اجتماعی جامعه ایران بازگردد تا تلاطم‌های موجود در جامعه کاسته شود و آرامش هم در سطح تصمیم‌گیران و مسئولان و هم در جامعه افزایش یابد. از همین روی، مدارا محوری در کنشگری، تصمیم‌گیری و قضاوت‌ها می‌تواند الگوی ارزشمندی برای رفتار مردم در جامعه

ایران باشد. چنین گفتمانی در سطح قضاوت و ارزیابی هم می‌تواند عرصه را برای حضور همه سلايق و عقايد در قدرت باز کند. تغيير چنين نگرشی از سوی نهادهای حاکمیت و مسئولان یقیناً بر جامعه و مردم هم تأثیرگذار خواهد بود و مهم‌ترین نتیجه چنین تأثیری می‌تواند افزایش همدلی و ارتقای مدارای اجتماعی باشد.

نقش رسانه‌ها و خانواده در ارتقای سواد رسانه‌ای، آگاهی اجتماعی، آموزش قوانین و حقوق شهروندی در حوزه مدارای اجتماعی واقعیتی انکارناپذیر است که نباید مورد غفلت واقع شود.

منابع و مأخذ

- ادیبی سده، مهدی، یاسر رستگار و سید صمد بهشتی (۱۳۹۱). «تبیین جامعه‌شناختی مدارای اجتماعی و ابعاد آن بین اقوام ایرانی». **فصلنامه رفاه اجتماعی**، شماره ۵۰: ۳۵۳-۳۷۵.
- امیرکافی، مهدی (۱۳۸۷). «بررسی احساس امنیت و عوامل مؤثر بر آن». **فصلنامه جامعه‌شناسی مسائل اجتماعی ایران**، شماره ۱: ۱۲۶.
- بوزان، بوری (۱۳۷۸). **مردم؛ دولت‌ها، ترس**. ترجمه پژوهشکده مطالعات راهبردی. تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی.
- بهرامی، روح‌الله (۱۳۸۷). «سیاست قومی پهلوی اول در قبال قوم لر». **فصلنامه مطالعات راهبردی**، پیش شماره ۱: ۸۵-۱۲۴.
- پاننام، رابرت (۱۳۸۰). **دموکراسی و سنت‌های مدنی**. ترجمه محمدتقی دل‌افروز. تهران: جامعه‌شناسان.
- پیشگاهی‌فرد، زهرا و مریم امید آوج (۱۳۸۸). «ارتباط بین پراکندگی اقوام ایرانی و امنیت مرزها». **فصلنامه ژئوپلیتیک**، شماره ۱: ۴۸-۷۱.
- جمشیدیها، غلامرضا و شهرام پرستش (۱۳۸۶). «دیالکتیک منش و میدان در نظریه عمل پی‌یر بوردیو». **دوفصلنامه نامه علوم اجتماعی**، شماره ۳۰: ۱۳۲.
- جهانگیری، جهانگیر و حسین افراسیابی (۱۳۹۵). «مطالعه خانواده‌های شهر شیراز در زمینه عوامل و پیامدهای مدارا». **فصلنامه جامعه‌شناسی کاربردی**، شماره ۳: ۱۷۵-۱۳۵.
- چلبی، مسعود و مهدی امیرکافی (۱۳۸۵). «تحلیل چندسطحی انزوای اجتماعی». **فصلنامه مجله جامعه‌شناسی ایران**، شماره ۲: ۳۱-۳.
- ریتزر، جورج (۱۳۹۲). **نظریه جامعه‌شناسی در دوران معاصر**. ترجمه محسن ثلاثی. تهران: نشر مرکز.
- سعیدسلطانی، بهرام و محمدباقر علیزاده اقدم و کمال کوهی (۱۳۹۱). «ارتباط سرمایه فرهنگی با مدیریت بدن در بین دانشجویان دانشگاه تبریز». **فصلنامه رفاه اجتماعی**، شماره ۴۷: ۱۸۱-۲۰۵.
- شارع‌پور، محمود، تقی آزاد ارمکی و علی عسکری (۱۳۸۸). «بررسی رابطه سرمایه اجتماعی با مدارا در بین دانشجویان دانشگاه تهران و علامه طباطبایی». **فصلنامه مجله جامعه‌شناسی ایران**، شماره ۱: ۶۴-۹۸.
- شهریاری، ابوالقاسم، محسن خلیلی و حسین اکبری (۱۳۹۴). «سنجش رابطه سرمایه اجتماعی با مدارای مذهبی». **فصلنامه مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران**، شماره ۱: ۱۲۱.
- صالحی امیری، سید رضا (۱۳۹۹). «تحلیل اثرات کرونا بر سبک زندگی». **خبرگزاری جمهوری اسلامی**، کد خبر: ۸۳۷۹۴۱۹۲.
- صدیق سروستانی، رحمت‌الله (۱۳۸۶). **آسیب‌شناسی اجتماعی (انحرافات اجتماعی)**. تهران:

انتشارات سمت.

عسگری، علی و محمود شارعپور (۱۳۸۸). «گونه‌شناسی مدارا و سنجش آن در میان دانشجویان دانشکده‌های علوم اجتماعی دانشگاه تهران و علامه طباطبائی». **فصلنامه تحقیقات فرهنگی**، شماره ۸: ۷۴۰.

فاین، بن (۱۳۸۵). **سرمایه اجتماعی و نظریه اجتماعی: اقتصاد سیاسی و دانش اجتماعی در طلیعه هزاره سوم**. ترجمه محمدکمال سروریان. تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی.

فتحعلی، محمود (۱۳۷۸). **تسامح و تساهل: اخلاقی، دینی، سیاسی**. قم: مؤسسه فرهنگی طه.

فکوهی، ناصر (۱۳۸۴). «پیر بردیو: پرسمان دانش و روشنفکری». **دوفصلنامه علوم اجتماعی**، شماره ۵: ۱۶۱-۱۴۱.

فیروزجانیان، علی اصغر، محمود شارعپور و نازنین فرزام (۱۳۹۵). «بررسی جامعه‌شناختی تأثیر سرمایه فرهنگی بر ارتباطات بین فردی با تأکید بر مدارای اجتماعی». **فصلنامه مطالعات فرهنگ و ارتباطات**، شماره ۳۵: ۷۳۱.

قاسمی، یارمحمد و احسان نامدار جویی (۱۳۹۳). «بررسی رابطه سرمایه فرهنگی و سرمایه نمادین فرهنگی (مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه دولتی ایلام)». **فصلنامه فرهنگ ایلام**، شماره ۴۵-۴۴: ۷۲۱.

گرنفل، مایکل (۱۳۹۸). **مفاهیم کلیدی پیر بردیو**. ترجمه محمد مهدی لیبی. تهران: شرکت نشر نقد افکار.

گلای، فاطمه و اکرم رضایی (۱۳۹۲). «بررسی تأثیر مشارکت اجتماعی بر مدارای اجتماعی در بین دانشجویان». **فصلنامه مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران**، شماره ۱: ۶۱۸۶.

محمدی، جمال، ابوعلی و دادهیر و فردین محمدی (۱۳۹۱). «مناسبات سرمایه فرهنگی و سبک زندگی». **فصلنامه مجله جامعه‌شناسی ایران**، شماره ۴: ۱۲۳.

مطلبی، مسعود (۱۳۸۷). «جغرافیای سیاسی اقوام ایرانی». **ماهنامه زمانه**، شماره ۷۰: ۲۶۴۲.

مقتدایی، فاطمه (۱۳۸۹). **بررسی و سنجش میزان مدارا و عوامل اجتماعی و فرهنگی مؤثر بر آن**، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده اقتصاد و علوم اجتماعی، دانشگاه شهید چمران اهواز.

میری، احمد (۱۳۸۷). **وجه‌گوناگون تساهل سیاسی، در تسامح آری یا نه؟**. قم: انتشارات خرم.

نصراللهی، یوسف و امید قادرزاده (۱۳۹۵). «مدارای اجتماعی در جوامع چندفرهنگی؛ مطالعه پیمایشی شهروندان میاندوآب». **دوفصلنامه علوم اجتماعی**، شماره ۱: ۱۴۷.

نیک‌خواه هدایت‌الله، زهرا ولی‌پور، پرنیان سرافراز و سیده زینب آهو قلندری (۱۳۹۹). «سنجش تعیین‌کننده‌های اجتماعی مؤثر بر مدارای اجتماعی در شهر بندرعباس». **فصلنامه رفاه اجتماعی**، شماره ۷: ۱۳۹۱۷۹.

- Bourdieu, P. (2002). **An Invitation to reflexive sociology**. University of Chicago press and polity press.
- Bourdieu, P. & Passeron, J.C. (1996). **Rerproduction in education, society and cultural**. Beverly hills, CA: sage.
- Cigler, A., & Joslyn, M. R. (2002). 'The extensiveness of group membership and social capital: The impact on political tolerance attitudes'. **Political Research Quarterly**, 55 (1), 7-25.
- Defilippis, J. (2001). 'The myth of social capital in community development'. **Housing Policy Debate**, 12, 781-806.
- Dijker, A. M. & Koomen, W. (2007). **Stigmatization, Tolerance and Repair: An integrative psychological analysis of resposes to deviance**. Cambridge: University Press.
- Duriez, B., Soenens, B. & Beyers, W. (2004). 'Personality, Identity Styles and Religiosity: An Integrative Study among Late Adolescents in Flanders (Belgium)'. **Journal of Personality**, 72, 877-910.
- Gieling, M., Thijs, J. & Verkuyten, M. (2018). 'Voluntary and involuntary immigrants and adolescents, endorsement of multiculturalism'. **International Journal of Intercultural Relations**, 35 (2), 259-267.
- Halpern, L. W. (2003). 'The effect of higher education tolerance: An investigation of political and cultural attitudes of college students'. **Academic Forum**, 21, 90-130.
- Hjern, M., Eger, M. & Bohman, A. (2019). 'A New Approach to the Study of Tolerance: Conceptualizing and Measuring Acceptance, Respect, and Appreciation of Diference'. **Social Indicators Research (2020)**, 147: 897-919. Retrieved at: <https://doi.org/10.1007/s11205-019-02176-y>
- King, P. (1976). **Toleration**. London: George Allen and Unwin.
- Lyness, D. (2006). **Teaching Your Child Tolerance**. Retrieved at: <http://www.kidshealth.org/essay/Tolerance.html>
- McCrae, R.R. & Costa, P.T. (1999). 'A Five-factor Theory of personality'. In L. A. Pervin & O. P. John (Eds.), **Handbook of personality: Theory and research** (pp. 139-153).

- New York: Guilford Press.
- Parker, J. (2000). **Structuration**. Buckingham, Philadelphia, Open University Press.
- Putnam, R.D. (2002). **Democracies in flux: the evolution of social capital in contemporary society**. Oxford, England: Oxford University Press.
- Robinson, C. (2010). 'Cross-Cutting Messages and Political Tolerance: An Experiment Using Evangelical Protestants'. **Political Behavior**, 32, 495-515.
- Shahid, H., & Shahid, W. (2016). 'A study on, tolerance role in marital satisfaction'. **International Journal for Social Studies**, 2, 13-26.
- Siisanen, M. (2000). **The concept of social capital: Bourdieu vs. Putnam**. Department of social science and philosophy. Paper presented at IstR Fourth International Conference.
- Sullivan, J.L. & Transue, J.E. (1999). 'The psychological underpinnings of democracy: A selective review of research on political tolerance, interpersonal trust, and social capital'. **Annual Review of Psychology**, 50: 625-650.
- Sintang, S., Khambali, K. M., Hambali, N. S., Shahrud-Din, S., Rahman, N. F. A., & Zin, S. H. M. (2013). 'The culture of tolerance in families of new Muslims convert'. **Middle East Journal of Scientific Research**, 15, 1665-1675.
- Whitham, M. (2007). **Living better together: the relationship between social capital and quality of life**. Department of sociology Iowa state University.
- Wise, J. & Driskell, R. (2017). 'Tolerance Within Community: Does Capital Affect Tolerance?'. **Journal of Social Indicators Research**, Social November, 134, 607-629.
- Witenberg, R.T. & Butrus, N. (2018). 'Some Personality Predictors of Tolerance to Human Diversity: The Roles of Openness, Agreeableness, and Empathy'. **Journal of Australian Psychological Society**, 65: 220-235.
- Yeates, D. (2007). **Tolerating on faith: Lacke, Williams and the Origins of Political Toleration**. Dissertation, Department of Political Science, Duke University.

Strategies for Promoting Social Tolerance (with Emphasis on the Role of Social Capital and Cultural Capital)

Mostafa Domehri, Ph.D of Cultural Sociology, Sociology Department, Dehaghan Branch, Islamic Azad University, (Mostafa.domehri@yahoo.com).

Shapour Behyan, Assistant Professor, Social Science Department, Mobarekeh Branch, Islamic Azad University (Corresponding Author), (shapour.behyan@gmail.com).

Esmail Jahanbakhsh, Assistant Professor, Social Science Department, Dehaghan Branch, Islamic Azad University, (esjahan@yahoo.com).

Abstract

Study and research in the field of social tolerance as one of the effective factors in increasing the level of cultural and social interactions, participation, cohesion and social security, sense of security and empathy can play a significant role in the economic, political, cultural and social development of the society. In this regard, social capital and cultural capital can be mentioned as two important factors in promoting social tolerance. Using Bourdieu's theory of character and the field, the present article deals with the impact and role of cultural capital and social capital and its dimensions on social tolerance. To measure social tolerance, a combination of Petersking and Vegeta theories and dimensions of identity tolerance, social tolerance, political tolerance, and moral-behavioral tolerance have been used. The statistical population of the research is the citizens of Mazandaran province aged 15 to 44 years. The research method is survey and descriptive and the data required for the research have been collected through a questionnaire. Data analysis was performed by SPSS and Emus software. The results showed that there is a direct and significant relationship between social capital and cultural capital and their dimensions with social tolerance. The results of the structural model test indicate the direct effect of social capital (Beta: 0.29) and cultural capital (Beta: 0.39) on social tolerance. Also, the structure of cultural capital and social capital has been able to explain 38% of the changes in the structure of social tolerance. In other words, these two components are 38% effective in promoting or reducing social tolerance and can be used in strategic planning of various organizations and institutions.

Keywords

Social tolerance, Cultural capital, Social capital.,

Drivers of Change in the life Style of the Iranian Family

Sohrab, Hasheminezhad, Ph.D. in Futurology, Imam Khomeini International University, Researcher of the Mehrestan Institute of Thought (Corresponding Author), (info@mehrestan.ir - sohrab.iut@gmail.com).

Mohammadrahim, Eivazi, Ph.D. in Political Science, Sociological Orientation, Shahed University, (danesh.mr@yahoo.com).

Abstract

The family is one of the key social foundation that has undergone many changes in almost every aspect and its components - from the nature of the formation and from the concept to the structure, role and functions of the inner and outer - throughout history in various societies. Although, there are same direction trends in family change across the world, the type, speed, and extent of changes in family-related components in different societies are not the same and depend on many historical, economic, technological, social and cultural factors. Identifying the changes in this field, existing trends and Influential drivers on the future changes of this foundation is very valuable not only for policymakers, but also for many economic, social and cultural foundation. This article has been classified and described through library studies and deep interviews on the changes in the Iranian family in terms of the nature, structure, function and lifestyle of the past half century, as well as the major components and impacts on future changes in this field. Awareness of future-shaping drivers is an important step in evaluating the cost-benefit of the provisions of projects that are to form the basis of policy-making at various levels.

Keywords

Changes in family, Changes in family structure, Changes in family function, Changes in Iranian family lifestyle, Drivers of family changes.

Analysis of Development of Women's Role to Forward Job Promotion with Emphasis on Cultural Policy Making in Governmental Organization

Somaye Ghajari, Assistant professor, government Management group, Management Dpartment, Naragh Braqnch, Islamic Azad University, (sodayeghajari@gmail.com).

Abstract

One of the criteria for development of communities in 21century is cultural development that is considered as foundation for other branches of development. One of the criteria of cultural development is importance and value that women have in a country. The aim of current article is analysis of development of women's role for job promotion with emphasis on cultural Policy making in governmental organizations. The Statistical population of the research consist of female managers and senior experts in the Social Security Organization in Tehran city that out of them based on Morgan Table, a sample of 140 was randomly selected. The methodology of research is descriptive-survey and data collect tools is Likert scale questionnaire comprising 3 factors and 25 items. The results of the research by using correlation and regression tests, indicated that development of women's role for job promotion with emphasis on cultural policy making approved by context reinforcement of three variables: women's personal attitudes, family culture, improving social conditions.

Keywords

Job improvement, Personal Attitudes, Family Culture, Social condition.

Hybrid Modeling for Forecasting of Domestic Cultural Tourism Demand in Tehran

Ebtehal Zandi, Assistant Professor, Faculty Member of Tourism Management and Hotel Management, West Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran, (ebtehal.zandi@gmail.com).

Rahim Yaghoub zadeh, Faculty Member of the Academic Center for Education and Director of the Iranian Students' Scientific-Cultural Tourism Center (Corresponding Author), (rahim.yaghoubzadeh@gmail.com).

Abstract

In recent years, with the changing pattern of holidays and the formation of short-term holidays, cities have found the opportunity for tourism development. One of the most important types of domestic tourism in Tehran, based on the statistics of the National Center of Statistics and the views of the experts in this area, is cultural tourism. For this purpose, the present study seeks to propose models for forecasting effective variables on forecasting domestic cultural tourism demand in Tehran. To do this, data from years 2002 to 2019 were used and analyzed. Independent variable of this study is the number of domestic business tourists in Tehran, and dependent variables were selected based on Delphi and Fuzzy DEMATEL techniques. The model framework is a combination of regression, fuzzy neural network, and SVR algorithm, which combines these methods to measure forecast errors and compare the methods. The results of this research show that the proposed hybrid approach of regression and Adaptive Neuro-Fuzzy Inference System (ANFIS) can have better prediction than other methods for forecasting domestic Business tourism.

Keywords

Regression, Adaptive Neuro-Fuzzy Inference System (ANFIS), Support Vector Regression (SVR) Algorithm, Cultural tourism, Forecasting of tourism demand, Tehran.

Identifying the Elements that Make up the Pattern of Integration of the Agendum of the Public Culture Council of the Country

Reza Yaghobi, Ph.D. Student of Cultural and Programming Management, Science and Research Branch, Islamic Azad University, (rezayaghobi1346@gmail.com).

Aliakbar Rezaii, Assistant Professor, Economics and Management Faculty, Science and Research Branch, Islamic Azad University (Corresponding Author), (dr.rezaei50@yahoo.com).

Mohsen Ameri Shahrabi, Assistant Professor, Business Management Faculty, North Tehran Branch, Islamic Azad University, (mohsen.amerishah@gmail.com).

Neda Soleymani, Assistant Professor, Communication Science Faculty, Tabriz Branch, Islamic Azad University, (goopgoopi@gmail.com).

Abstract

The present study was conducted with the aim of identifying the elements that make up the integration pattern of agendum of the Public Culture Council of the country. The research is applied in terms of purpose, qualitative data based on the foundation data method and descriptive in terms of the nature of implementation. The statistical population consisted of experts and key informants in the field of research subject area (Public Culture Council) that based on a conscious approach and a purposeful method and snowballs, 12 people were selected for interview. For data gathering, library method (documentation) and field method (interview and Delphi technique) were used. In order to determine the validity of the findings, interviews with focal individuals and theoretical saturation techniques, special coding procedures and to determine the validity of data collection techniques from multiple sources, analysis of negative cases and flexibility of the method were used. Finally, theoretical coding technique was used to analyze the data. The results showed that the integration pattern of the composition of the Public Culture Council has 6 dimensions, 32 components and 136 indicators. The components of the final paradigm model are: causal conditions (upstream documents, temporal and spatial conditions and conditions, managerial and organizational decisions and behaviors and technological developments); Interventional conditions (political, economic, cultural-social, religious and mental-perceptual factors); The prevailing context (macro-cultural policies, macro-cultural management, mass media and gatherings, cultural centers, elite groups, and past history and events); Central category (composition of the Council of Public Culture); Strategies (macro-cultural planning, interpersonal and inter-institutional interactions, and capacity building and cultural modeling) and Consequences (efficiency and effectiveness of council decisions and improvement of public culture and reduction of social problems).

Keywords

Integrated pattern, Public culture, Composition of the Public Culture Council.

The Biocompatible Study in the Neo-Sadraian (With an Emphasis on the Views of Professor Morteza Motahari)

Jalal Derakhshah, Professor of Political Science At Imam Sadiq University, Tehran, I.R.Iran (Corresponding Author), (jdorakhshah@yahoo.com).

Hamidreza Tabshiri, Ph.D. Student, Department of Political Science, Karaj Branch, Islamic Azad University, Karaj, Islamic Republic of Iran, (hamid_tabsiri@yahoo.com).

Abstract

Neo Sadraians, who are referred to as a philosophical stream in contemporary Iran, have emerged in response to intellectual crises of 30s in order to provide an active approach to religion in modern times for human life. Regarding the requirements of era, he has shared the descendant to make a revelation for the beloved community for the need to rebuild an inner life in the religious world, in order to provide the Shiite and the emergence of Mahdi (AS). Accordingly, this article in the analytical framework of the "Transcendental Wisdom Intellectual" with the main goal of rereading the concept of bio culture that is the most important political problem of the country, tries to answer this question that according to neo Sadraians' anthropological thought (in particular, the belief in the transcendent man in this intellectual system), bio culture in the thought of neo Sadraian based on what theoretical sign? Therefore, the hypothesis of this research is based on the fact that, due to underlying concept of culture and its originality in this intellectual current, "dignity" can be considered as theoretical signifier of this thought. The data obtained from the issue of research and resources and the views of the companions of the transcendental wisdom confirm that the theory of "dignity" is central to the concept of culture, and "Bio cultural" is achieved in this intellectual current with its specific components, factors and methods such as: transcendental man, rational man. This paper carried out using descriptive-analytical method and using data analysis by library method.

Keywords

Transcendent theosophy, Bio culture, Neo sadraian, Morteza Motahhari, Cultural Policy.

Quarterly of –Strategic Studies of Culture

In the Name of God

Quarterly of –Strategic Studies of Culture

Research Institute of Culture, Art and Communication

Ministry of Culture and Islamic Guidance

Vol.1, Series.2, No.2, Summer 2021

Managing Director: Solgi, Mohammad (Ph.D)

Editor in Chief: Hajiyani, Ebrahim (Ph.D)

Editorial Board

- Eskandari, Hosein (Ph.D)
- Hajiyani, Ebrahim (Ph.D)
- Shahabi, Mahmud (Ph.D)
- Matlabi, Dariush (Ph.D)
- Montazeri, Ali (Ph.D)
- Yusofi, Ali (Ph.D)

International Editorial Board

- Reza'ee, Mohammad (Ph.D)
- Dagharleh, Aghil (Ph.D)



ISSN: 2783-3577

Production Manager: Mehri, Roghayeh

Persian Editor: Moradizadeh, Naser

Latin Editor: Shfiekhani, Shahnaz

Layout: Karami, Alireza

Editorial Office

No.9, Dameshgh St. Valiasr Square,
Tehran, Islamic Republic of Iran

Tel: (021) 88902212-15

Fax: (021) 88893076

website: <http://scsj.ricac.ac.ir>

Aims and Scope

Quarterly of Strategic Studies of Culture expands, promotes and Publishes research achievements and findings in the fields of planning, Policy making, cultural management and different aspect of them such as: future studies, political analysis, evaluation of policies, presenting political suggestions, analyzing management and financial structures, cultural decision- making and such topics in the country to provide knowledge of strategic studies in the field of culture. It also strengthening and providing ways of achieving goals and policies.



IRANIAN ASSOCIATION
OF CULTURAL STUDIES &
COMMUNICATIONS