

سوره الفجر

راهبرد فرهنگ

سال پانزدهم، شماره پنجاه و هشتم، تابستان ۱۴۰۱

۵۸

شرایط چاپ مقالات

۱. پذیرش اولیه مقالات صرفاً زمانی صورت می‌گیرد که ذیل

یکی از محورهای موضوعی نشریه به شرح زیر باشد:

- رصد و مهندسی فرهنگی کشور
- آسیب‌شناسی و ساماندهی فرهنگ عمومی
- هنجارها، ارزش‌ها و باورهای معیار و چگونگی تحقق آن
- حفاظت از دستاوردهای فرهنگی انقلاب در مقابل هجوم بیگانه
- جایگاه و عملکرد رسانه‌ها و دستگاه‌های فرهنگی کشور
- پیش‌نیازها، ملزومات و عوامل مؤثر بر ارتقای علمی و فرهنگی کشور
- نقشه جامع علمی کشور
- تحول و نوسازی نظام آموزش و تربیت کشور: خانواده، مدرسه،

دانشگاه و حوزه

- تحول و ارتقای علوم انسانی
- پیش‌نیازهای فرهنگی تحقق چشم‌انداز ۲۰ ساله کشور
- چگونگی تعامل با ادیان، فرق و قومیت‌ها
- بررسی روندها و جهت‌گیری‌ها در تولید آثار و مصنوعات

فرهنگی و هنری

۲. مقالات ارسالی نباید به‌صورت تمام‌متن برای هیچ نشریه داخلی یا خارجی ارسال و یا به‌صورت مکتوب یا الکترونیکی منتشر شده باشد.

۳. مقالات الزاماً باید مطابق با راهنمای تنظیم مقالات فصلنامه «راهبرد فرهنگ» تنظیم شود.

۴. آثار ارسال شده صرفاً پس از ارزیابی و تأیید داوران به چاپ خواهد رسید.

۵. فصلنامه در ویرایش مطالب و تغییر عناوین آزاد است.

صاحب امتیاز:

دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی

مدیر مسئول و سردبیر: سعیدرضا عاملی

مدیر داخلی: سیدعلیرضا دربندی

مترجم چکیده‌ها: سیدصدرالدین موسوی

دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی

فصلنامه راهبرد فرهنگ

دارای اعتبار علمی پژوهشی:

وزارت علوم، تحقیقات و فناوری
۳/۱۱/۱۳۵۲
۱۳۸۸/۸/۱۷

«راهبرد فرهنگ» در پایگاه استنادی علوم جهان اسلام (ISC) نمایه می‌شود.

نشانی: تهران، خیابان طالقانی بعد از تقاطع ولی عصر عجله شماره ۴۳۶

تلفن: ۸ - ۶۶۹۷۶۶۰۱ و ۵ - ۶۶۴۶۸۲۷۱

تارنما: www.jsfc.ir

■ مطالب مندرج در فصلنامه، لزوماً بیانگر دیدگاه‌های شورای عالی انقلاب فرهنگی نیست.

■ اقتباس و نقل مطالب با ذکر مأخذ آزاد است.

■ ویرایش مقالات فصلنامه، بر پایه دستور خط «فرهنگستان زبان و ادب فارسی» صورت می‌گیرد.

هیئت تحریریه:

(به ترتیب الفبا)

مسعود آذربایجانی

دانشیار پژوهشگاه حوزه و دانشگاه

محمدحسن پرداختچی

استاد گروه علوم تربیتی دانشگاه شهید بهشتی

رضا داوری اردکانی

استاد گروه فلسفه دانشگاه تهران

حسین کجویان

دانشیار دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران

محمد رضا مخبر دزفولی

استاد دانشگاه تهران

محمدعلی مظاهری

دانشیار گروه علوم تربیتی دانشگاه شهید بهشتی

راهنمای تنظیم مقالات

۱. مقالات حداکثر در ۷۵۰۰ کلمه تنظیم شود.
۲. متن تایپ شده مقاله در قالب Word و در متن فارسی قلم B Lotus با اندازه ۱۲ و در متن انگلیسی قلم Times New Roman ۱۰ تهیه شود.
۳. اجزای مقاله باید شامل عنوان گویا، چکیده (شامل طرح مختصر مسئله، چارچوب نظری، روش، یافته‌ها و نتایج به صورت فشرده و حداکثر در ۲۰۰ کلمه)، واژگان کلیدی و معادل انگلیسی آن، بیان مسئله، چارچوب نظری، فرضیه‌ها یا پرسش‌ها، روش تحقیق، یافته‌ها، بحث و نتیجه‌گیری، و منابع (درون متن و پایانی) به صورت کامل باشد.
۴. معادل‌های غیرفارسی واژه‌های تخصصی، اسامی افراد یا مکان‌ها، کوته‌نوشت‌ها و سرواژه‌ها و توضیحات ضروری در پاورقی با شماره‌گذاری مستقل برای هر صفحه ذکر شود.
۵. ارجاعات درون متنی باید در داخل پرانتز و به شیوه زیر باشد:
... (نام خانوادگی مؤلف، سال انتشار منبع: شماره صفحه یا صفحات)؛ مثال:
(حسینی، ۱۳۸۴: ۲۴) یا (گوردون، ۲۰۰۱: ۲۳۶-۲۳۱) و در صورتی که تعداد مؤلفان بیش از دو نفر باشد (رضایی و همکاران، ۱۳۸۶: ۴۹)
۶. فهرست منابع (فارسی یا غیرفارسی) در پایان مقاله به ترتیب الفبایی نام‌خانوادگی مؤلف به شکل زیر باشد:
کتاب: نام‌خانوادگی مؤلف، نام. (سال انتشار). عنوان کتاب. نام و نام‌خانوادگی مترجم (در آثار ترجمه شده). محل انتشار: ناشر.
مقاله در مجله چاپی: نام‌خانوادگی، نام. (سال انتشار). عنوان مقاله. نام و نام‌خانوادگی مترجم (در صورت ترجمه). نام مجله. سال یا دوره انتشار. شماره صفحه.
مقاله در مجلات یا روزنامه‌های اینترنتی: نام‌خانوادگی، نام. (سال انتشار). عنوان مقاله. عنوان نشریه. تاریخ بازیابی. نشانی پایگاه اینترنتی
مجموعه مقالات: نام‌خانوادگی، نام. (سال انتشار). عنوان مقاله. نام و نام‌خانوادگی مترجم (در صورت ترجمه). نام و نام‌خانوادگی گردآورنده. عنوان مجموعه مقالات. محل انتشار: ناشر.
پایان‌نامه: نام‌خانودگی مؤلف، نام. (سال تدوین). عنوان رساله. مقطع تحصیلی. دانشکده و دانشگاه محل تحصیل.
پایگاه اینترنتی: نام پایگاه اینترنتی. (تاریخ به‌روزرسانی). تاریخ بازیابی. نشانی پایگاه اینترنتی.
۷. ذکر مشخصات تحصیلی نگارنده مقاله (رشته، مقطع و محل تحصیل، تدریس یا اشتغال به تحصیل، رتبه علمی)، شغل فعلی، آدرس محل کار و سکونت و نشانی الکترونیکی و شماره تماس ضروری است

۷

نقش ارزش‌ها در مفهوم‌پردازی؛ رهیافت پسااثباتی ماکس وبر

محمدجواد اسماعیلی

۳۷

بومی‌سازی چهل اصل ابداعی دانش تریز در حوزه تعریف و حل خلاقانه مسائل فرهنگی

حمید دهقانی؛ مجید مختاریان‌پور

۶۷

فهم عرفی‌شدن کاربران در شبکه‌های اجتماعی مجازی

محمدحسین سیاح طاهری؛ اردشیر انتظاری؛ محمدسعید ذکایی

۹۹

معنای مرز در روابط بین فردی برای ایرانیان: پژوهشی با روش تحلیل تناظر

مونا چراغی؛ زهرا بی‌غم؛ عباس ذبیح‌زاده؛ محمدرضا نیک فرجام؛ سجاد توسلی

۱۲۷

بررسی ابعاد تضمین کیفیت و رتبه‌بندی دانشگاهی در آموزش عالی

امیر رجائی؛ محمد یمنی دوزی سرخابی؛ اباصلت خراسانی؛ مرتضی رضائی‌زاده

۱۴۹

بررسی ترجیحات مادی در بین خانواده‌های یزدی و عوامل اجتماعی و فرهنگی مرتبط با آن

مهناز فرهمند؛ زهرا فلک‌الدین؛ فاطمه تیموری

۱۸۱

تأثیر هوش معنوی و تاب‌آوری بر احساس شادکامی خانواده‌های شاهد و ایثارگر تبریز

کمال کوهی؛ محمد عباس‌زاده؛ ناهید داداش‌زاده

منطق مفهوم‌سازی در علوم اجتماعی یکی از مناقشات معرفت‌شناسی و روش‌شناسی را تشکیل می‌دهد. یکی از اصلی‌ترین نزاع‌ها حول نسبت دانش و ارزش است که آیا ضروری و ممکن است که دانشمندان اجتماعی در ساخت و پرداخت مفاهیم از ورود ارزش‌های فرهنگی اجتناب کند یا اینکه ارزش‌ها از عناصر مقوم و منطقی مفهوم‌سازی محسوب می‌شوند؟ در این صورت، مفهوم‌سازی آغشته به ارزش‌های محقق چگونه محلّ عینیت نیست؟ در پاسخ به این پرسش، رهیافت اثباتی و طبیعت‌گرایانه دورکیم معتقد است که مفاهیم علوم اجتماعی غیرارزش‌بار و دخالت ارزش‌های محقق در مفهوم‌سازی محلّ عینیت است. پژوهش حاضر بر اساس رهیافت پسااثباتی وبر که بر معرفت‌شناسی ایده‌آلیسم کانت، نئوکانتی‌ها و منظرگرایی نیچه استوار است، استدلال می‌کند که مفاهیم علوم اجتماعی ارزش‌بارند؛ اما ارزش‌باری مفاهیم اجتماعی نه تنها مانع عینیت نیست که شرط سوژکتیو عینیت است. نگارنده بر اساس تفکیک وبری ربط ارزشی از حکم ارزشی، نشان می‌دهد که دخالت ارزش‌های محقق اجتماعی در مفهوم‌سازی تیپ آرمانی در چه سطحی جایز است و در چه سطحی ناجایز و منحل بی‌طرفی در علم و تحصیل عینیت است.

■ واژگان کلیدی:

تیپ آرمانی، مفهوم‌سازی، ربط ارزشی، حکم ارزشی، عینیت

نقش ارزش‌ها در مفهوم‌پردازی؛ رهیافت پسااثباتی ماکس وبر

محمدجواد اسماعیلی

استادیار دانشگاه شهید بهشتی
esmaili57@gmail.com

طرح مسئله

منطق مفهوم‌سازی در علوم اجتماعی یکی از مسئله‌های بنیادین کلاسیک و امروزی فلسفه علوم اجتماعی را تشکیل می‌دهد. یکی از اصلی‌ترین نزاع‌ها حول نسبت دانش و ارزش است که آیا در علوم اجتماعی ضروری و ممکن است که دانشمند اجتماعی در مفهوم‌سازی پدیده‌های اجتماعی - تاریخی از دخالت علایق و ارزش‌های فرهنگی خود اجتناب کند یا اینکه ارزش‌های محقق از عناصر اصلی و مقوم ساخت و پرداخت مفاهیم محسوب می‌شود؟ در این صورت، مفهوم‌سازی آغشته به ارزش‌ها چگونه محل عینیت نخواهد بود؟ آیا متکی و مبتنی ساختن مفاهیم به ارزش‌های محققان، آنها را نسبی و قیاس‌ناپذیر و غیرقابل نقد و مفاهمه می‌سازد؟ در پاسخ به پرسش ارزش‌باری مفاهیم علوم اجتماعی، رهیافت اثباتی و طبیعت‌گرایانه معتقد است که مفاهیم علوم اجتماعی غیر ارزش‌بار و دخالت ارزش‌های محقق در مفهوم‌سازی محلّ عینیت است. در این رهیافت، دور‌کیم در کتاب قواعد روش جامعه‌شناسی بر این آموزه تأکید می‌کند که دانشمند علوم اجتماعی نباید «پیش‌پنداشت‌ها»ی ارزشی خود را در تعریف و ساخت و پرداخت مفاهیم علمی - اجتماعی وارد کند. (دورکیم، ۱۳۹۷: ۵۱-۵۰)

در مقابل رهیافت اثباتی و طبیعت‌گرایانه دورکیم، مقاله حاضر در جهت این تز پسااثباتی استدلال می‌کند که مفاهیم علوم اجتماعی ارزش‌بار ولی واجد عینیت است و برای این بررسی به سه دلیل به سراغ روش‌شناسی تیپ آرمانی و بر رفته است.

دلیل اول اینکه وبر بر اساس تفکیک نوآورانه ربط ارزشی^۱ از حکم ارزشی^۲، محل نزاعی که مداخله ارزش‌ها در مفهوم‌سازی، عینیت تحقیق علمی را خدشه‌دار می‌کند، تعیین و مشخص می‌کند که دخالت ارزش‌های فاعل شناسا در مفهوم‌سازی تیپ آرمانی در چه سطحی جایز است و در چه سطحی ناجایز و محل بی‌طرفی در علم و تحصیل عینیت است. وبر در روش‌شناسی تیپ آرمانی، آموزه ربط ارزشی را با آموزه علم رها از ارزش‌دآوری ترکیب می‌کند، بدون اینکه یکی را به نفع دیگری به خطر بیندازد. (بوراوی^۳، ۲۰۱۲: ۷۴۸؛ مسعودی و زاهدانی، ۱۳۹۷: ۷۳-۷۰) اما نه وبر و نه وبرپژوهان (آشتیانی، ۱۳۸۳؛ فروند، ۱۳۸۳؛ پارکین، ۱۳۸۴؛ صدری، ۱۳۸۶؛ هکمن، ۱۳۹۱؛ دریسدل، ۱۹۹۶؛ اوکس، ۱۹۹۰؛ ویمستر، ۲۰۰۷؛ کایرن، ۲۰۰۴؛ براون، ۲۰۰۷ و روزنبرگ، ۲۰۱۶)، تقریر

1. Wertbeziehung

2. Werturteilungen

3. Burawoy

نظام‌مند و منسجمی از خصلت ارزش‌بار و عینی تیپ آرمانی ارائه نکرده‌اند.^۱

دلیل دوم اینکه؛ به‌رغم پیچیدگی، عمق و طراوت آراء وبر، کماکان برخی کم‌دقتی‌ها و سوءفهم‌ها در فهم آراء وبر دیده می‌شود که از آن جمله، می‌توان به تفسیر فرانک پارکین اشاره کرد که ماهیت ارزش‌بار تیپ آرمانی را با تأکیدات وبر بر عینیت ناسازگار می‌داند. (پارکین، ۱۳۸۴: ۴۵-۴۱ و ۱۶۴) اما نوشتار حاضر مبتنی بر خوانش چشم‌اندازی نیچه‌ای وبر از ربط ارزشی ریکرت و تأکید کانتی وبر بر عینیت، نشان خواهد داد تیپ آرمانی ارزش‌بار و عینی است.

دلیل سوم اینکه؛ بازسازی و صورت‌بندی نظام‌مند مباحث پیچیده وبر درخصوص نسبت مفهوم، ارزش و عینیت، در شرایطی که علوم اجتماعی معاصر از یک‌سو با نفوذ نسبی‌گرایی ناشی از رهیافت پسااختارگرایی و پسامدرن و از دیگر سو با تمایلات توسعه علوم اجتماعی بومی متناسب با متافیزیک و ارزش‌های اسلامی ایرانی بالا گرفته است، یک ضرورت است. با استفاده از روش‌شناسی تیپ آرمانی وبر می‌توان محل نزاع ورود مشروع ولی مشروط ارزش‌ها در مفهوم‌سازی را تعیین نمود تا از این طریق بتوان از یک‌سو دغدغه کسانی را که با رجوع به ارزش‌ها بر این باورند که علم و مفاهیم علمی نمی‌تواند فارغ از ارزش باشد و از سوی دیگر، دغدغه کسانی را که نگران عینیت‌اند، پوشش داد. بر اساس آنچه گفته شد، در ابتدا، نظریه وبر مبنی بر تفکیک ربط ارزشی از حکم ارزشی را مورد بحث قرار می‌دهیم. در ادامه، با اتکا بر آموزه ربط ارزشی، ماهیت ارزش‌بار مفهوم‌سازی تیپ آرمانی را استدلال می‌کنیم و نشان می‌دهیم ارزش‌های محقق در دو مرحله انتزاع و ترکیب در برساخت تیپ‌های آرمانی مداخله می‌کنند. سپس بر اساس آموزه پرهیز از حکم ارزشی استدلال می‌کنیم که ارزش‌باری مفهوم‌سازی‌های تیپ آرمانی نه تنها مختل عینیت نیست که شرط حصول عینیت است. همچنین استدلال می‌کنیم که ارزش‌بار خواندن تیپ‌های آرمانی مانع ارزیابی تیپ‌های آرمانی نیست و می‌توان تیپ‌های آرمانی را به مدد «قواعد منطق» و شواهد «روش» تجربی دآوری کرد.

۱. دانش و ارزش: تفکیک ربط ارزشی از حکم ارزشی

مفسرانی نظیر براون (۲۰۰۷: ۲۴۰) معتقدند که وبر هیچ استدلال جدیدی برای بحث

۱. درباره تورشتاین ویلن، جامعه‌شناس آمریکایی می‌گویند که نظم‌یافته می‌اندیشید اما نظام‌یافته نمی‌نوشت، به‌نظر می‌رسد این گفته درباره آثار روش‌شناختی وبر هم صدق می‌کند. (براون، ۲۰۰۷: ۲ و ۴)

عینیت و ارزش، اضافه نکرده است. ولی به نظر می‌رسد تمایز وبری ربط ارزشی و حکم ارزشی به ظرافت و عمق بحث افزوده است. وبر که در سنت نئوکانتی‌های بادن بود کوشید از سنت کانت (تأکید بر عینیت) در مقابل اصحاب فرهنگ مانند نیچه به دفاع برخیزد؛ اما این دفاع به گونه‌ای بود که عناصری از استدلال نحله فرهنگ را با خود داشت. از این‌رو، مقاله حاضر برخلاف تفسیرهای کانتی، نئوکانتی و نیچه‌ای مفسران از وبر، نظریه دانش و ارزش وبر را که هسته روش‌شناسی او را تشکیل می‌دهد، حاصل سنتز ایده‌آلیسم آلمانی (کانت، دیلتای و ریکرت)، تجربه‌گرایی انگلیسی (هیوم و جان استوارت میل) و منظرگرایی نیچه می‌داند. (آلبرو، ۱۹۹۰: ۱۰۵-۱۰۳؛ ۲۷۹؛ ترنر، ۱۳۸۶: ۳۰ و ۳۱؛ اباضری، ۱۳۸۷: ۱۴۱ و توفیق و دیگران، ۱۳۹۸: ۲۰۱)

وبر در نقد دو رهیافت اثباتی و هنجاری دریافت که آن تلقی پوزیتیویستی که دانش را از ارزش به‌طور مطلق جدا می‌پندارد و آن تلقی هنجاری که دانش و ارزش را جدا نمی‌پندارد، چندان پایه‌های نظری محکمی ندارد. از این‌رو، وی با تفکیک ربط ارزشی از حکم ارزشی استدلال کرد که دانش و ارزش در عین جدایی منطقی، با یکدیگر دانش تجربی را می‌سازند؛ فقط در یک تحلیل علمی باید مشخص کرد کجا ربط ارزشی و کجا حکم ارزشی یا ارزش‌دآوری است. منظور از حکم ارزشی، «ارزیابی‌های عملی درباره مطلوب یا نامطلوب بودن پدیده‌هایی است که مورد قضاوت ما قرار می‌گیرند» (وبر، ۱۳۸۵: ۱۸) اما ربط ارزشی به معنای «داشتن یک ایستار معین در برابر یک موضوع» است که منابع ذهنی این ایستار یک «احساس» و «ارجحیت» است. (وبر، ۱۳۸۵: ۲۲۰)

فرض کنید شهروندی حکم می‌کند که آزادی بیان، ارزشی بنیادی است. این حکم بیانگر قضاوت شخصی اوست و هر شخص دیگری مختار است این حکم را نپذیرد و قبول داشته باشد که آزادی بیان چندان اهمیتی ندارد. هر کس حق دارد آزادی را ارزشی مثبت یا منفی، اساسی یا فرعی بداند. در این مثال، منظور از ربط ارزشی این است که ما آزادی را به عنوان موضوع و مسئله‌ای که آدمیان و احزاب بر سر آن با هم به مبارزه و تعارض برخاسته‌اند، انتخاب می‌کنیم و بدین‌گونه واقعیت سیاسی را در رابطه با ارزش آزادی بررسی می‌کنیم. اما مطالعه آزادی، ضرورتاً دلیل دل‌بستگی ما به مفهوم آزادی نیست، بلکه آزادی، ارزشی لازم است برای برش دادن واقعیت و بازسازی آن. در این‌جا، در مقام شهروند، احکام ارزشی درباره آزادی صادر نمی‌کنیم بلکه در مقام محقق، ماده مطالعه را به ارزشی که همان آزادی سیاسی است ربط می‌دهیم. (آرون، ۱۳۸۶: ۵۷۴)

و بر با تفسیر نیچه‌ای خود از ربط ارزشی، تصویری مبتنی بر چشم‌اندازهای ارزشی گوناگون از واقعیت ارائه می‌کند. و بر مانند ریکرت مبنای ربط ارزشی را در نظام استعلایی ارزش‌ها جستجو نمی‌کند بلکه در ربط‌های ارزشی متکثر غیر قابل اجماعی که در ارزش‌های غایی سوژه‌های شناسا ریشه دارند و به بر ساخت تیپ‌های آرمانی و فردهای تاریخی متفاوتی می‌انجامد، جستجو می‌کند. بی‌تردید تقریر و بر از «ربط ارزشی» به ناگزیر به یک چشم‌اندازگرایی سوژه‌محور می‌انجامد و و بر را در مقابل پرسش «عینیت» قرار می‌دهد. (توفیق و دیگران، ۱۳۹۸: ۲۰۱ و ۲۰۳) برداشت نیچه‌ای و بر از ربط ارزشی در بند زیر آمده است: «شناخت واقعیت فرهنگی به تمامی و همواره، فقط با داشتن دیدگاه‌های خاص میسر است. وقتی می‌گوییم پیش‌فرض اولیه مورخ و دست‌اندرکاران پژوهش‌های اجتماعی باید تمییز مهم از غیر مهم و داشتن «دیدگاه» لازم برای این تمایز باشد، منظورمان این است که آنها باید بدانند چگونه رخدادهای دنیای واقعی را به «ارزش‌های جهانشول» ربط دهند و مناسباتی را که برای ما معنایی دارند دست‌چین کنند». (و بر، ۱۳۸۵: ۱۲۹)

۲. ارزش‌باری تیپ‌های آرمانی

اکنون بر اساس آموزه «ربط ارزشی» و بر، با واکاوی مراحل ساخت تیپ‌های آرمانی استدلال می‌کنیم که تیپ‌های آرمانی ارزش‌پایه‌اند به این معنا که تیپ‌های آرمانی تحت تأثیر «ایده‌های ارزشگذار» بر ساخته می‌شوند: «مفهوم «فرهنگ» یک دوره خاص یا مردم خاصی، مفهوم «مسیحیت»، مفهوم «آلمان» و غیره، مفاهیم ارزشی فردیت‌یافته‌ای هستند که به‌منزله پژوهش تاریخی، یعنی توسط رابطه‌شان با ایده‌های ارزشی، شکل گرفته‌اند». (و بر، ۱۳۸۵: ۲۲۱) بر اساس آراء و بر و تفاسیر و بر پژوهان، تیپ آرمانی بر ایده‌آل‌سازی از ابژه تحقیق استوار است و در دو مرحله انتزاع و ترکیب بر ساخته می‌شود: «تیپ آرمانی، تأکید یک‌جانبه بر یک یا چند دیدگاه است که از طریق ترکیب شمار زیادی از پدیده‌های منفرد گسسته و پخش انضمامی به‌دست می‌آید که در واقعیت، پراکنده و منفصل و کم و بیش موجود و گاهی ناموجودند و در یک بر ساخته تحلیلی مفهومی مرتب شده‌اند». (و بر ۱۳۸۵: ۱۴۹) بر اساس این تعریف، عمل انتزاع به «تأکید ذهنی و عمدی» بر ویژگی‌های معینی از واقعیت از یک یا چند «دیدگاه» معین اشاره دارد، اما عمل ترکیب به‌صورت‌بندی عناصر واقعیت در قالب یک سازه فکری منطقی و یکپارچه اشاره دارد. ویژگی‌ها و عناصر برجسته‌شده در واقعیت یافت می‌شوند اما بر ساخت تیپ آرمانی با ترکیب مشخصات ابژه

در یک برساخته یکپارچه و منسجم عاری از تناقض که در واقعیت انضمامی یافت نمی‌شود، کامل می‌شود. (کوزر، ۱۳۸۳: ۳۰۱ و ۳۰۲؛ دريسدل، ۱۹۹۶: ۸۴-۸۱ و زیجرولد^۱، ۲۰۰۶: ۳۳۷) در ادامه نشان می‌دهیم در هر دو مرحله انتزاع و ترکیب، ارزش‌ها نقش منطقی در ساخت تیپ آرمانی ایفا می‌کنند.

۲.۱. نقش ارزش‌ها در برساخت ابژه‌های تیپ آرمانی (مرحله انتزاع)

در مرحله انتزاع با نشان دادن نقش ارزش‌های کنشگران و ارزش‌های محقق اجتماعی در انتخاب و برساخت ابژه‌های تیپ‌های آرمانی، ارزش‌باری ابژه‌های تیپ آرمانی و بر این پایه، ارزش‌باری تیپ‌های آرمانی را استنتاج می‌کنیم. مطابق با استدلال نئوکانتی وبر، در مرحله انتزاع، بر ویژگی‌های معینی از واقعیت تأکید می‌شود و واقعیات دیگری به‌عنوان عناصر غیرمهم، فرعی یا نامربوط کنار گذاشته می‌شود. (هکمن، ۱۳۹۱: ۳۳) اما در مرحله انتزاع، بر اساس چه معیاری تشخیص عناصر مهم، اصلی و معنادار از عناصر غیر مهم و فرعی را برای محقق اجتماعی ممکن می‌شود؟ مطابقت با ابژه؟ یا ربط ارزشی؟ از نظر وبر، مطابقت با ابژه شرط لازم برای ساخت تیپ آرمانی است اما شرط کافی نیست؛ تیپ آرمانی تنها در صورتی که در ارتباط با ارزش‌ها ساخت یابد یعنی عناصر واقعیت تحت لوای «ایده‌های ارزشگذار» از انسجام و کلیت برخوردار شود، کامل می‌شود. (دريسدل، ۱۹۹۶: ۸۴-۸۱) به عبارت دیگر، «بسته به اینکه از نظر تحلیلگر چه چیز مهم و معنادار است، سوژه واقعیت بی‌شمار و غیرقابل دریافت را در نظامی مفهومی دریافت‌پذیر می‌سازد اما منطقی که تشخیص مهم از نامهم در واقعیت بیکران را برای محقق اجتماعی امکان‌پذیر می‌سازد، نمی‌تواند با نظام ارزشی او بی‌ارتباط باشد. (توفیق، ۱۳۹۶: ۱۲۷ و ۱۴۷)

تطابق تیپ آرمانی با ابژه تجربی به این معناست که تیپ آرمانی نمی‌تواند متکی بر داده‌ها و فاکت‌های بیرونی نباشد، بلکه هر تیپ آرمانی می‌بایست برخی از خصلت‌های ویژه، اصلی و معنادار یک پدیده را که «در واقعیت تجربی موجودند»، در خود داشته باشد. اما ابژه در روش‌شناسی وبر تا زمانی که نسبیتی با نظام ارزشی کنشگران برقرار نکرده، فاقد معناست و از این‌رو، نمی‌توان به آن ابژه گفت. همچنین ابژه در نسبت با علائق نظری محققان است که در یک روندی از انتزاع و گزینش، از حالت داده و واقعیت خام به ابژه ارتقا می‌یابد. بنا بر استدلال نئوکانتی وبر، واقعیت نامتناهی و متکثر؛

غیرعقلانی و بی‌معنا؛ آشوبناک و بی‌نظم است و تنها از طریق عمل انتزاع و این انتزاع از طریق مفهوم‌سازی و این مفهوم‌سازی بواسطه ارزش‌های فرهنگی در دو مرحله به ابژه اجتماعی تبدیل می‌شود. در مرحله اول؛ آن چیزی را می‌توان ابژه اجتماعی خواند، اگر و تنها اگر، کنشگران اجتماعی بر اساس نظام ارزشی خویش معنایی بدان بخشیده یا برای آن «اهمیت و دلالت فرهنگی» قائل شده باشند. در مرحله دوم، ابژه حاصل انتخاب جزئی از فکت‌ها بر اساس علایق فرهنگی و پیش‌فهم‌های ارزشی محقق است. در این مرحله، محققان همواره نسبت به «ارزش»‌های‌شان این وجه یا آن وجه از واقعیت بسیار چندوجهی را مورد توجه قرار می‌دهند، برجسته می‌کنند و سمت و سو می‌دهند. در این مرحله، ما جنبه‌های اساسی واقعیت را - آن بخش‌هایی که برای ما مهم و معنادار است - از جنبه‌های غیراساسی و فرعی آن متمایز کنیم. (هکمن، ۱۳۹۱: ۳۹-۳۸، ۴۷-۴۴ و ۵۱)

فرض کنید عده‌ای در خیابان آمد و شد می‌کنند. در مرحله اول، اگر کسی نداند که این آمد و شد ناشی از تصادفی است که در چهار راه بالا صورت گرفته است، این حرکات به گونه‌ای حرکات عبث و بی‌معنا تعبیر می‌شود. حال آنکه به مجرد دانستن این موضوع که در چهار راه بالا تصادف شده است، تمام این حرکات به ظاهر عبث، معنادار جلوه می‌کند. در این مثال، تصادف ذیل ارزش نظم و سازوکار عادی شهر استوار است و وقتی روند طبیعی رفت و آمد شهری به هم می‌خورد ابژه تصادف معنا می‌یابد. اما این تصادف از منظر رانندگان، پلیس راهنمایی و عاملان تصادف، حداقل واجد سطوح سه‌گانه است. پلیس راهنمایی باید گزارش بنویسد و بکوشد مقصر را یافته و جریمه‌ای را به‌طور عادلانه تعیین کند. از منظر رانندگان دیگر، این تصادف، اختلالی در روند حرکتی آنهاست که در صددند هر چه زودتر به مقصدشان برسند. اما از منظر عاملان تصادف، این بحث مطرح است که چگونه می‌توانند خسارات را برآورد کرده و از پس آن برآیند. این سه موقعیت واجد سه سطح و از این‌رو، واجد سه قصدیت یا ارزشگذاری است. در مرحله دوم، محقق در روند تفهمی خویش می‌تواند در یک سطح، بر کنش پلیس راهنمایی تمرکز کند که می‌خواهد گزارش بنویسد و می‌کوشد مقصر را یافته و جریمه‌ای را به‌طور عادلانه تعیین کند. در این صورت، جامعه‌شناس باید بررسی کند که آیا پلیس در گزارش خود به ارزش عدالت و ارزش‌های حرفه‌ای پلیس پایبند بوده و کار خود را درست انجام داده است. در سطح دوم، محقق در روند تفهمی خویش می‌تواند بر کنش عابران و رانندگان ناظر تمرکز کند و این را بررسی کند که آیا آنان برای مثال، در برخورد با این تصادف واجد

ارزش‌های مسالمت‌جویانه شهروندی هستند یا نه. در این سطح، محقق به فهم رفتار رانندگان دیگر از منظر ارزش‌های خودخواهانه یا همیارانه می‌نگرد. اما در سطح سوم، محقق در روند تفهیمی خویش می‌تواند بر عاملان تصادف تمرکز کرده و از منظر ارزش انصاف و حق‌جویی به بررسی کنش عاملان تصادف بپردازد.

چنانچه مثال تصادف نشان می‌دهد، تصادف به مثابه یک رخداد، یک واقعیت نامتناهی، متکثر، بی‌معنا و آشوبناک است که فقط تحت هدایت ارزش‌های کنشگران و ارزش‌های محقق اجتماعی به ابژه علمی تبدیل می‌شود. به زبان وبری، تصادف یک «واقعیت تجربی» است اما تنها زمانی که به «فرهنگ» و «واقعیت فرهنگی» تبدیل شود یعنی به «ایده‌های ارزشی» ربط داده شود به ابژه اجتماعی تبدیل می‌شود:

«واقعیت تجربی برای ما هنگامی به «فرهنگ» تبدیل می‌شود که آن را به ایده‌های ارزشی ربط دهیم. فرهنگ، فقط بخش‌هایی از واقعیت را دربرمی‌گیرد که به دلیل ربط ارزشی برای ما اهمیت و معنا دارند. فقط بخش کوچکی از واقعیت انضمامی موجود، رنگ علایق مشروط به ارزش‌های ما را خورده، و فقط همین بخش برای ما مهم است، زیرا روابطی را آشکار می‌کند که به دلیل پیوند با ارزش‌ها برای ما اهمیت دارند». (وبر، ۱۳۸۵: ۱۲۲)

بر اساس آنچه گفته شد، می‌توان با واکاوی ساختار تیپ‌های آرمانی خود و بر بهتر روشن نمود که در مرحله انتزاع، نقش ارزش‌های جامعه مورد مطالعه و ارزش‌های و بر در انتخاب و برساخت ابژه‌های تیپ آرمانی را برجسته می‌یابیم. برای مثال، و بر تیپ آرمانی بوروکراسی را از دیدگاه تهدیدات بالقوه فرایند رو به گسترش بوروکراتیزاسیون بر تمدن لیبرال غرب و تمام عرصه‌های زندگی برساخت می‌کند و از این‌رو، در فرایند برساخت خود بر عناصری نظیر ساختار به شدت سلسله‌مراتبی بوروکراسی، حذف ابتکار عمل فردی و جایگزینی آن با تبعیت سفت و سخت از مقررات بوروکراتیک، ارزش بالای انضباط و ویژگی‌هایی نظایر اینها، دقت و تأکید می‌کند. به عبارت دیگر، و بر در ساخت تیپ آرمانی بوروکراسی مدرن، ویژگی‌هایی از سازمان بوروکراتیک را مورد تأکید قرار می‌دهد که به‌طور بالقوه یا بالفعل (در سطح مفهوم‌سازی این تمایز بی‌اهمیت است) رفتار مسئولانه و مبتنی بر آزادی و ابتکار عمل را سرکوب می‌کند و جامعه متخصصان دنباله‌رو و سازگار^۱ را پدید می‌آورد. (مومسن، ۱۹۹۸: ۱۲۳)

به این ترتیب، با نشان دادن نقش «مقوم» ارزش‌های کنشگران و نقش «تنظیمی» ارزش‌های محقق اجتماعی در انتخاب و بر ساخت ابژه‌های تیپ‌های آرمانی، می‌توان ارزش‌باری ابژه‌های تیپ آرمانی و بر این اساس، ارزش‌باری تیپ‌های آرمانی را استنتاج نمود. تفکیک مذکور، ریشه در تمایز کانت دارد، آنجا که کانت در طرح مسئله شرایط امکان معرفت عینی، با ایجاد تمایز بین دو کاربرد «تنظیمی» و «قوام‌بخشی» اصل خرد، کاربرد مشروع اصل خرد را تنها از نوع کاربرد «تنظیمی» می‌داند: «اصل خرد به هیچ وجه اصل مقوم خرد نیست که مفهوم جهان محسوس را فراسوی هرگونه تجربه ممکن بگستراند، بلکه همان اصلی برای بزرگ‌ترین ادامه و گسترش ممکن تجربه است که ما را بازمی‌دارد از اینکه هرگونه مرز تجربی را همچون مرز مطلق، اعتبار دهیم». (کانت، ۱۳۶۲: ۵۰۹ A و ۵۳۷ B) این بحث کانت بدین معناست که واقعیت ناشی از خرد نیست اما این خرد است که واقعیت را از طریق نظام ارزشی تنظیم و بر ساخت می‌کند. یعنی خرد مقوم، امری را از هیچ می‌سازد ولی خرد تنظیم‌گر یا خرد بر ساخت‌کننده امری که موجود هست را برمی‌سازد و در آنها نسبتی را تنظیم می‌کند. این درک از خرد است که هم ابژه اجتماعی را می‌سازد و هم به آن معنا می‌دهد. در این درک، خرد وجهی تمامیت‌خواه ندارد بلکه ابعادی کرانمند دارد که در این کرانمندی است که واقعیت اجتماعی را برمی‌سازد.

۲.۲. نقش ارزش‌ها در انسجام و یکپارچگی تیپ‌های آرمانی (مرحله ترکیب)

اکنون می‌خواهیم ارزش‌باری تیپ‌های آرمانی را در مرحله ترکیب استدلال کنیم. در مرحله ترکیب، تیپ آرمانی عناصر مختلف واقعیت را بر مبنای معیار «مطابقت با ابژه»، «یکپارچگی وحدت‌یافته» و «انسجام منطقی» ترکیب می‌کند. اما انسجام و یکپارچگی مفاهیم تیپ آرمانی چگونه صورت می‌گیرد؟ از طریق «ایده‌های ارزشی»^۲. (بلا کوریگ، ۱۹۵۵: ۱۵ و ۱۶) برای بررسی نقش ایده‌های ارزشی در انسجام تیپ آرمانی ناگزیریم دوباره به کانت رجوع کنیم، چه وبر به صراحت بیان می‌کند که تیپ آرمانی میراثی است که مبانی آن از کانت به او رسیده است. (وبر، ۱۳۸۵: ۱۶۳) پس در ابتدا باید دریابیم که ایده و ایده‌آل نزد کانت به چه معناست؟ ایده‌ها و ایدئال اگر از منظر دستگاه کانتی نظاره شوند، حاصل قوه «خرد» هستند نه قوه «فهم». همان‌طور که فهم، چندگانگی ابژه را یگانه می‌کند، خرد نیز چندگانگی مفاهیم را بوسیله ایده‌ها یگانه می‌کند. صورت‌های

1. Constitutive

2. Regulative

3. Evaluative Ideas

فاهمه شناخت را قوام می‌دهد اما ایده‌های خرد جستجوی شناخت را تنظیم می‌کند.
(واکر، ۲۰۱۴: ۳۲۱-۳۱۸)

ایده‌آل به بیان کانتی امری نیست که از دل تجربه بیرون آید، بلکه خرد، واجد آن چنان ظرفیتی است که نخست ایده می‌سازد آنگاه از ایده، ایده‌آل استنتاج می‌کند که آن ایده را تعین بخشد. تفاوت ایده با ایدئال در آن است که ایده، قاعده به‌دست می‌دهد اما ایدئال نمونه‌ای است برای تعیین تمام و کمال یک تصویر. به‌علاوه، ایدئال‌ها نیروی عملی دارند و بنیاد امکان کمال کنش‌ها را تشکیل می‌دهند:

«خرد انسانی نه تنها دارنده ایده‌هاست، بلکه دارای ایدئال نیز است، این ایدئال‌ها هرچند که مانند ایده‌های افلاطونی نیروی آفریننده ندارند، نیروی عملی دارند (چونان اصل‌های تنظیمی) و این ایدئال‌ها بنیاد امکان کمال کنش‌های اند....
پرهیزگاری و فرزانی در نابی کامل خود، ایده‌اند اما انسان فرزانه یک ایدئال است، یعنی انسانی است که تنها در اندیشه وجود دارد و کاملاً بر ایده دانایی منطبق است. همچنان که ایده، قاعده‌ای می‌دهد، ایدئال نیز نمونه‌ای برای تعیین تمام و کمال یک تصویر است. بدین‌سان، رفتار مرد دانا و مرد خدا معیاری است که به ما امکان می‌دهد رفتار خود را با آن بسنجیم و به یاری آن، خود را دگرگون کنیم - هرچند رسیدن به کمالی که در اوست، برای ما ممکن نباشد». (کانت، ۱۳۶۲: A ۵۶۹ و B ۵۹۷)

در نگاه افلاطونی کانت، ایده‌آل، امری است ایده‌آل و نمی‌تواند به واقعیت تقلیل پیدا بکند و گر نه ایده‌آل بودن خود را از دست می‌دهد. پس تنش بین ایده‌آل و واقعیت، امری است که باید به آن در دستگاه کانتی و پیامد آن در نظریه مفهوم‌سازی وبر دقت ویژه شود: ایده‌آل، امر واقع نیست اما امر واقع را جهت می‌دهد و ساماندهی می‌کند و چنانچه خرد نتواند ایده‌آل بسازد داده‌ها که از واقعیت بیرون می‌جهند در یک آشوب و بی‌سامانی رها می‌شوند. اکنون کانت را رها کرده به سوی وبر باز می‌گردیم. تیپ آرمانی نیز ایده‌ها را گرفته است اما آن را به ایده‌آل ارتقا داده است و ایده‌آل ناگزیر است که سامانی از مفاهیم با خود داشته باشد. نقطه‌تلاقی ایده‌ها و ایده‌آل و مفاهیم‌اند که فرم اندیشه‌ای را می‌سازند که وبر به آن «تیپ آرمانی» می‌گوید. می‌توان گفت تیپ آرمانی فرمی از ایده‌ها است نه فرمی از مفهوم. برای درک همه‌جانبه این مطلب باید گفت که ایده‌ها چه تفاوتی با مفاهیم دارند. ایده‌ها دامنه گسترده‌تری از مفاهیم دارند و از این‌رو در نظام منطقی

نمی‌توان آنها را محدود کرد. هنگامی که از مفهوم حرف می‌زنیم از یک مفهوم سخن می‌گوییم. اما اگر آن را در مجموعه‌ای از مفاهیم ساماندهی کنیم آنگاه پرسش این است که انسجام اینها چگونه صورت می‌گیرد؟ انسجام مفاهیم، ذیل ایده شکل می‌گیرد و اگر ایده‌ها را از کلیت مفاهیم بیرون بکشیم، آن مفاهیم نامرتبط می‌شوند و انسجام خود را از دست می‌دهند. در تیپ آرمانی، این ایده‌های ارزش‌گذار هستند که به عناصر واقعیت و ترکیب مفاهیم، قوام و انسجام می‌بخشند. تیپ آرمانی یک برساخته مفهومی است که می‌کوشد عناصر و ویژگی‌های یک پدیده را که از دیدگاه‌های ارزشی خاص، منحصر به فرد و اساسی و مهم به شمار می‌آید حول یک «ایده» فرم و انسجام دهد: «تیپ آرمانی به ایده‌ای مرتبط می‌شود که در پی بیان آن است». (وبر، ۱۳۸۵: ۱۴۱)

۱۷

«اگر بخواهیم تصویر کاملی از عناصر حیات معنوی افرادی را ترسیم کنیم که در دوره خاصی از قرون وسطی می‌زیسته‌اند که می‌توانیم آن را «مسیحیت» بنامیم، طبیعتاً آشفته‌بازاری از مجموعه‌های بی‌نهایت متمایز و متناقض افکار و احساسات خواهیم داشت، هر چند که کلیسای قرون وسطی به یقین قادر بود تا حد زیادی وحدت در اعتقاد و رفتار را تحقق بخشد. اگر این پرسش را طرح کنیم که در این آشفته‌بازار به چه چیزی «مسیحیت» قرون وسطی می‌گوییم و آن دسته از عناصر «مسیحی» که در نهادهای قرون وسطی یافت می‌شوند در کجای این آشفته‌بازار قرار می‌گیرند، خواهیم دید که در اینجا فقط برساخته‌ای تحلیلی باید به کار گرفت که خودمان آن را می‌سازیم.. اگر می‌خواهیم موفقیتی در بدست آوردن این گونه مفاهیم ترکیبی منسجم داشته باشیم، چاره‌ای جز بکاربردن مفاهیم تیپ آرمانی نخواهیم داشت». (وبر، ۱۳۸۵: ۱۴۹)

بگذارید آنچه را در مورد ساختار کانتی واقعیت، مفهوم و ایده در روش‌شناسی تیپ آرمانی وبر گفتیم را با تحلیل تیپ‌های آرمانی ساخته‌شده کتاب «اخلاق پروتستانی و روح سرمایه‌داری» ملموس سازیم. سرمایه‌داری را وبر به عکس مارکس در مناسبات اقتصادی صورت‌بندی نمی‌کند بلکه آن را با ایده اخلاق پروتستانی می‌فهمد. اگر بخواهیم تحول سرمایه‌داری را به مثابه یک نظام اقتصادی فرهنگی بفهمیم، ناگزیریم که معناشناسی کالوینیسیت‌ها را در شکل‌گیری کار مدرن بفهمیم. اینجا اخلاق پروتستانی با مفاهیمی چون کار، تولید، مصرف، انباشت سرمایه، فهمیده می‌شود. اما اگر سرمایه‌داری را فقط با این مجموعه مفاهیم در نظر بگیریم نمی‌توانیم این مفاهیم را در ارتباط با هم قرار دهیم.

چرا که هسته مرکزی این مفاهیم، ایده اخلاق پروتستانی است و این ایده چیزی جز نظامی ارزشی پروتستانتیسم نیست. (وبر، ۱۳۹۷ الف)

خود وبر در فراز روش‌شناسانه کتاب اخلاق پروتستانی و روح سرمایه‌داری، نقش ایده‌های ارزشی در ترکیب تیپ‌های آرمانی را مورد تعمق قرار داده است. در این فراز، وبر بیان می‌کند که دیگر نمی‌خواهد مطابق با آموزه تعریف، بررسی پدیده‌های اجتماعی را با قاعده جنس قریب و فصل قریب آغاز کند بلکه می‌خواهد از آموزه تعریف بیرون آید و محتوای یک مفهوم تاریخی را تعریف تکوینی کند و از این‌رو در آغاز به تعریف نمی‌رسد بلکه در پایان به تعریف می‌رسد. (وبر، ۱۳۹۷ الف: ۵۳-۵۲)^۱

آموزه تعریف نخست تعریفی از پدیده برمی‌سازد که این پدیده شامل آن مواردی باشد که در نظر گرفته است و شامل مواردی باشد که آن پدیده را به آن راهی نیست. به عبارتی، تعریف همواره بایست جامع و مانع باشد. اما تیپ آرمانی نمی‌تواند جامع و مانع باشد، بلکه تیپ آرمانی در مقام یک فرد تاریخی، مجموعه درهم‌بافته‌ای از عناصر به هم پیوسته است که محقق اجتماعی آن را از نظر معنای فرهنگی‌اش در یک کل مفهومی و از زاویه دیدگاه‌های ارزشی معین متحد و یکپارچه می‌کند. تیپ آرمانی با پیروی از منطق «تشکل مفاهیم تاریخی»، واقعیت تاریخی را نه در قالب مفاهیم کلی که در قالب مفهوم تکوینی مفهوم‌پردازی می‌کند. در تشکیل مفاهیم تکوینی، فراوانی آماری یک عنصر یا خصلت مشترک پدیده‌ها اهمیت کمتری دارد تا خصوصیت ویژه و اصیلی که فردیت و یکتائی یک پدیده را از یک دیدگاه ارزشی معین نشان می‌دهد. بنابراین، اصل راهنمای ساخت مفاهیم آرمانی بیش از آنکه بر عناصر عمومی و مشترک پدیده‌ها تأکید داشته باشد، بر «عناصر خاص و روابط متقابل معنادار» تأکید دارد که از «چشم‌انداز ارزشی معینی» انتخاب و برجسته شده‌اند. (جان، ۱۳۸۱: ۵۵ و هکمن، ۱۳۹۱: ۴۰-۳۵)

۳. عینیت تیپ آرمانی ارزش‌بار

در بخش قبل با بررسی نقش ارزش‌های کنشگران به‌خصوص نقش ارزش‌های محقق در ساخت تیپ‌های آرمانی، در دو مثال تیپ آرمانی بوروکراسی و تیپ آرمانی اخلاق

۱. وبر کتاب جامعه‌شناسی دین را نیز با گسست از آموزه تعریف آغاز می‌کند: «تعریف «دین» و اینکه بگوییم دین چه چیزی است، در آغاز چنین اثری امکان‌ناپذیر است. به دست دادن تعریف، اگر هم امکان‌پذیر باشد، تنها در پایان هر بررسی امکان‌پذیر است». (وبر، ۱۳۹۷: ۷۳)

پروتستان‌تیسیم در دو مرحله انتزاع و ترکیب، ارزش - باری مفهوم‌سازی تیپ آرمانی را استنتاج نمودیم. اما آیا مفهوم‌سازی آغشته به ارزش‌های محقق‌مخلّ عینیت علوم اجتماعی نیست؟ آیا جامعه‌شناسی می‌تواند بیطرف باشد زمانی که ابزارهای مفهومی کارش آکنده از ارزش‌های پیشینی محقق است؟ از نظر مفسرانی نظیر پارکین، وبر نمی‌تواند از آرمان مفهوم‌سازی «فارغ از ارزش» دفاع کند چرا که ابزار عملی او آکنده از ارزش‌ها و مفاهیم پیشینی است. به نظر پارکین، وبر اگرچه هرازگاهی اشاره می‌کند که ارزش تبیینی تیپ آرمانی بسته به «درست بودن» صورتبندی آن است اما وبر معیار عینی غیردلبخواهانه‌ای برای تعیین ارزش تبیینی تیپ‌های آرمانی کاملاً متفاوت از یک پدیده پیشنهاد نمی‌کند، به طوری که می‌توان گفت هر تیپ آرمانی صرفاً واقعیت‌های اجتماعی ساخت خودش را تقویت می‌کند. مثلاً ما می‌توانیم در یک تیپ آرمانی از «دموکراسی»، ویژگی‌هایی مانند انتخابات آزاد، احزاب سیاسی رقیب، حق قانونی مخالفت، تفکیک قوا و تضمین آزادی‌های مدنی را برجسته کنیم و نتیجه بگیریم که نظام‌های سرمایه‌داری غربی دموکراتیک‌تر از نظام‌های کمونیستی یا سوسیالیستی‌اند. همچنین می‌توانیم تیپ آرمانی دموکراسی را طوری بسازیم که تأکید یکسویه‌ای بر فقدان طبقه بهره‌کش، فقدان نابرابری‌های فاحش در ثروت داشته باشد، و آنگاه اگر دولت‌های سرمایه‌داری را با این ضابطه مفهومی بسنجیم، به رغم آزادی‌ها و حقوق مطلقاً صوری افراد، چه بسا بیش از بسیاری از دولت‌های سوسیالیستی با نمونه ناب و خالص دموکراسی اختلاف داشته باشند. (پارکین، ۱۳۸۴: ۴۵-۴۱ و ۱۶۴)

نگارنده برخلاف تأکید پارکین بر ناسازگاری ارزش‌باری تیپ‌های آرمانی و عینیت، بر اساس تفکیک وبری ربط ارزشی از حکم ارزشی استدلال می‌کند که ارزش‌باری تیپ آرمانی نه تنها مخلّ عینیت نیست، که شرط حصول عینیت است. اما پیش از این، استدلال می‌کند که ارزش‌باری تیپ آرمانی به معنای هنجاری بودن تیپ آرمانی نیست. در ادامه، منطق دآوری اعتبار تیپ‌های آرمانی ارزش‌بار و سازوکار عینیت‌بخش آنها بحث می‌شود.

۳.۱. ارزش‌باری تیپ آرمانی، هنجاری بودن تیپ آرمانی نیست.

بر اساس تمایز وبری ربط ارزشی و حکم ارزشی، تیپ‌های آرمانی ارزش‌بار، منظرگرایانه‌اند ولی شأن هنجاری ندارند. (مومسن، ۱۹۸۸: ۱۲۴) به تعبیر وبر، تیپ‌های آرمانی همچون تخت پروکرسست نیستند که واقعیت باید در آنها گنجانده شود. (وبر، ۱۳۸۵: ۱۴۷) از این‌رو، باید میان «تیپ آرمانی نظری که مقاصد اکتشافی دارد» و تیپ آرمانی «در مقام

یک آرمان هنجاری یا اخلاقی» تمایز قائل شد.

«تیپ آرمانی هیچ ربطی به قضاوت‌های ارزشی ندارد و هیچ اشاره‌ای به هیچ‌گونه کمالی جز کمال صرف منطقی نمی‌کند. همان‌طور که می‌توان برای ادیان سنخ آرمانی ساخت برای عشرت‌کده‌ها نیز می‌توان». (وهر، ۱۳۸۵: ۱۵۳)

تیپ آرمانی بین پدیده‌های اجتماعی معین و ارزش‌های معین ارتباط برقرار می‌کند اما صراحتاً آنها را ارزیابی و ارزش‌گذاری نمی‌کند. درواقع، ارزش‌باری تیپ آرمانی ابداً به این معنا نیست که افراد یا گروه‌ها ضرورتاً باید با تیپ آرمانی مورد نظر سازگار و مطابق شوند. برای مثال، وبر در تیپ آرمانی بوروکراسی، تکنیک‌های بوروکراسی را از منظر عقلانیت ابزاری یا عقلانیت ارزشی تأیید یا رد نمی‌کند. خود وبر این قاعده را فرض می‌گیرد که هرگونه ارزش‌گذاری درواقع، تضاد بین ارزش‌های آرمانی متفاوت یا رقیب است که هر یک، سرسپردگی یکسانی از فرد را طلب می‌کند. (مومسن، ۱۹۸۸: ۱۲۳)

عالم اقتصادی نیز بر اساس ارزش عقلانیت، تصویری آرمانی از بازار و شرایط نوعی اقتصاد مدرن ارائه می‌دهد اما تصویر او فقط آرمانی‌سازی سودمندی برای تحلیل عینی بازارهای رقابتی است. بکارگیری این مفهوم آرمانی برای این هدف تحلیلی، بدان معنا نیست که مصرف‌کنندگان یا تولیدکنندگان واقعی نیز مجبورند انسان‌های عقلانی اقتصادی باشند زیرا هیچ الزامی وجود ندارد که بگوییم افرادی که بیشترین تقرب به این نمونه آرمانی را دارند، بهتر یا قابل‌تحسین‌تر از کسانی هستند که به هیچ‌وجه به این نمونه نزدیک نمی‌شوند. (رووت، ۱۳۸۹: ۸۰، ۹۹-۹۸ و ۱۶۴)

۳.۲. ربط ارزشی، شرط سوژگیو عینیت است.

ربط ارزشی شرط سوژگیو عینیت است اما غالباً این بخش از استدلال وبر که «ربط ارزشی» بخشی از تئوری عینیت را تشکیل می‌دهد، مورد غفلت قرار می‌گیرد. (سوئد برگ و آگول، ۲۰۱۶: ۲۲۹ و ۳۶۷ و مسعودی و زاهدانی، ۱۳۹۷: ۵۳) بنا به استدلال وبر، در علوم فرهنگی، اعتبار عینی معرفت تجربی وابسته به «مقولات ذهنی» و آن نیز در تحلیل نهایی، وابسته به «تصورات ارزشگذار» است:

«اعتبار عینی کلیه معارف تجربی فقط بر پایه نظم‌بخشیدن به واقعیت انضمامی با استفاده از مقوله‌های ذهنی استوار است. عینیت علوم اجتماعی تجربی، امکان کسب معرفت از چیزی که در غنای بی‌پایان واقعیت‌ها برای ما اهمیت دارد، بسته

به کاربرد دیدگاه‌هایی با ویژگی خاص است که در تحلیل نهایی بر مبنای تصورات ارزشگذار جهت یافته‌اند». (وبر، ۱۳۸۵: ۱۶۸)

این دیدگاه وبر که عینیت تحلیل پدیده‌های اجتماعی فقط از طریق عملیات آگاهی (مقوله‌های ذهنی) و ارزش‌ها (تصورات ارزشگذار) ممکن می‌شود به این معناست که عینیت در علوم اجتماعی نمی‌تواند واجد عینیت مطلق و ناب باشد:

«هیچ نوع تحلیل مطلقاً «عینی» از فرهنگ یا پدیده اجتماعی وجود ندارد که جدای از نظرگاه‌های خاص و یا یک‌جانبه‌ای باشد که مطابق آنها، آن پدیده‌ها به‌طور آشکار و پنهان، آگاهانه و ناآگاهانه برگزیده می‌شوند و تحلیل می‌شوند و برای اهداف تحلیل نظم داده می‌شوند». (وبر، ۱۹۵۲: ۷۲)

درک این دیدگاه وبر درباره عینیت مستلزم درک رابطه علم و ایمان در نزد کانت است چه وبر به تأسی از کانت، مسئله عینیت را «ردیابی مسیر از مو باریک‌تری» می‌داند که «علم را از ایمان جدا می‌کند». (وبر، ۱۳۸۵: ۱۶۸) فراموش نکنیم که کانت در آغاز کتاب سنجش خرد ناب، بیان کرد که من می‌خواهم جایگاه علم را روشن کنم تا جایی برای ایمان باز کنم. برای فهم تمایز علم و ایمان نزد کانت باید به تمایز پایه‌ای تر او میان «ایده‌های خرد و «مقولات» فهم بپردازیم. ایمان در قلمرو ایده‌های خرد است که مشروعیت خود را از تجربه نمی‌گیرد اما مقولات مشروعیت‌شان را از تجربه می‌گیرند که اگر مفهومی یا گزاره‌ای تجربی نتوانست از تجربه پر شود، خالی خواهد بود. مقولات بر ساخت ذهن هستند و از تجربه نمی‌آیند اما مشروعیت کاربردشان را از داده‌ها و امور تجربی می‌گیرند اما ایده‌ها تولید خردند و مشروعیت‌شان را از داده‌های تجربی نمی‌گیرند یعنی اینکه ایده‌ها وابسته به امور تجربی نیستند بلکه ایده‌ها و ارزش‌ها خصلتی «تنظیم‌گر» دارند ولی خصلت «سازنده» ندارند. ذیل مقولات، عینیت شکل می‌گیرد که اگر مقولات نباشند داده‌های عینی پراکنده می‌شوند. پس بر اساس نگاه کانت، داده‌های تجربی چگونه حاصل می‌شود؟ کانت بیان کرد که داده‌ها تحت «پذیرندگی»^۱ ذهن توسط ذهن دریافت می‌شوند اما ذهن منفعل نیست بلکه از طریق «خودانگیختگی»^۲، داده‌ها را ساماندهی می‌کند. درواقع، ترکیب دریافت‌کنندگی و خودانگیختگی، شناخت تجربی را ممکن می‌کند. پس داده‌های تجربی از طریق نگرش و مشاهده واقعیت انضمامی حاصل می‌شوند که در یک

1. Receptivity

2. Spontaneity

سازوکاری ذیل مقولات شکل می‌گیرند. این داده‌ها که عینیت را می‌سازند چنانچه به درستی از سوی مقولات فراهم نشوند خالی‌اند و آن نگرش‌ها اگر مقولات نباشند، کور هستند. نسبت این نگرش و مقولات ناب است که عینیت را می‌سازد. این‌جا درک جدید از عینیت شکل می‌گیرد. در گذشته که به آنها رئالیسم خام می‌گفتند بر این باور بودند که بازتاب عینیت در ذهن، شناخت را صورت می‌دهد. اما با انقلابی که کانت موسوم به انقلاب کپرنیکوسی صورت داد. مسائل عینیت به کلی دگرگون شد و سنخ مباحث از پیچیدگی خاصی برخوردار شد. اینجاست که عینیت، موضوعیت جدی پیدا کرد. چون ذهن به‌طور فعال در شناخت وارد می‌شود. (کانت، ۱۳۶۲: ۷۵ B و ۵۱ A)

اما این تمام کار نیست بلکه عینیت نیاز دارد تا از طریق ارزش‌ها که از ایده‌های خرد برمی‌خیزد پشتیبانی شود و خصلت تنظیم‌گیری را در جهت‌یابی از دست ندهد. پس تأمین عینیت منوط به دو روند متضاد اما مکمل در ذهن انسانی است؛ بدین‌شکل که داده‌ها از بیرون و ارزش‌ها از درون ذهن وارد می‌شوند. در سطح تجربی، با واقعیت‌های بیکران، متنوع و متکثر را روبرویم. نخست این داده‌ها را از طریق مشاهده، جمع‌آوری می‌کنیم. اما آیا ذهن صرفاً آینه‌ای است که داده‌ها را برداشت می‌کند یا نه، ذهن تحت ارزش‌هایی که از خرد می‌گیرد داده‌ها را از طریق مفاهیم تیپ آرمانی انتخاب می‌کند. اینجا دو روند بسیار پیچیده در ذهن شکل می‌گیرد: ارزش‌ها و مفهوم‌سازی از درون و داده‌ها از بیرون. بنابراین، بدون ارزش‌ها نمی‌توان به عینیت رسید و کسی که تصور می‌کند می‌توان خالی از ارزش‌ها به عینیت دست یافت در توهم است.

ولی منتقدانی نظیر پارکین، ماهیت ارزش‌بار تیپ آرمانی را با تأکیدات وبر بر عینیت ناسازگار می‌دانند. به نظر پارکین، «تأکیدات یک‌جانبه» تیپ آرمانی بر عناصر خاص واقعیت از «دیدگاه‌های ارزشی معین»، و ویژگی «خیالی» و «برساختی» تیپ‌های آرمانی، اعتبار آنها را خدشه‌دار می‌سازد. (پارکین، ۱۳۸۴: ۴۵-۴۲) برای پاسخ به این اشکال، باید منظور وبر از سازوکار «تأکیدات یک‌جانبه» و بزرگ‌نمایی‌های خیالی^۱ را مورد تأمل قرار داد. با استناد به آراء وبر سه معنای متفاوت برای این سازوکار می‌توان در نظر گرفت؛ معنای اول، همان انتزاع است. انتزاع چنانچه گفته شد فرایندی است که در آن، به‌طور ذهنی بر ویژگی‌های معینی از واقعیت تأکید می‌شود و واقعیات دیگری به‌عنوان عناصر غیرمهم، فرعی یا نامربوط کنار گذاشته می‌شود. در معنای دوم، تیپ آرمانی ارجاع دارد به موردهای ناب که به‌طور

انضمامی ممکن‌اند اما در جهان واقعی به‌ندرت وجود دارند. در معنای سوم، تیپ آرمانی متضمن تحریف ایدئولوژیک است، چون آنچه که در تیپ آرمانی بیرون گذاشته و حذف می‌شود همان جنبه‌هایی از موردهای انضمامی است که جامعه‌شناسان در عمل آنها را تأیید یا رد می‌کنند. از این لحاظ، تیپ‌های آرمانی وبر درباره بوروکراسی و سرمایه‌داری غربی بازتاب تعهدات سیاسی خود وبر است. (رکس، ۱۹۷۷: ۱۶۱)

سازوکار انتزاع که نافی عینیت نیست چرا که وبر همچون ریکرت استفاده بی‌طرفانه از مقوله انتزاع می‌کند. اساساً تأکید نئوکانتی‌ها بر انتزاع، به‌معنای انتخاب دیدگاه یا عقاید شخصی محقق نیست، بلکه فقط به این معناست که مورخ و پژوهشگر اجتماعی مجبور است جهت نزدیک شدن به واقعیت چندگانه نامتناهی، عناصری را انتخاب کند. (ویمستر، ۲۰۰۷: ۹۵-۹۴) خصلت ناب و انتزاعی تیپ‌های آرمانی نیز متضمن نفی عینیت نیست، چرا که تیپ آرمانی هیچ اشاره‌ای به هیچ‌گونه کمال اخلاقی و هنجاری جز کمال منطقی نمی‌کند. اما در معنای سوم سازوکار تأکید و برجسته‌سازی خیالی، احتمال نوعی تحریف ایدئولوژیک متصور است که می‌تواند تهدیدی برای عینیت علوم اجتماعی به‌شمار آید. برای پاسخ به این نقیصه احتمالی می‌توان از تمایز میان بی‌طرفی و طرفداری مایکل روت^۱ بهره گرفت. به‌نظر روت تمایز وبری ربط ارزشی و آزاد از قضاوت ارزشی نمی‌تواند نقش کامل و دقیق ارزش‌ها در علوم اجتماعی را به تصویر کشد و باید تمایز وسیع‌تری را ایجاد کرد؛ تمایز میان بی‌طرفی و طرفداری. بی‌طرفی به‌معنای بی‌طرفی در میان رقبا درباره خیر است اما آزادی از ارزش یعنی اینکه عالمان اجتماعی نباید ارزش‌های‌شان را به‌عنوان بخشی از یافته‌های‌شان ارائه کنند یعنی نباید به‌گونه‌ای سخن بگویند یا مطلب بنویسند که گویی ارزش‌های‌شان از واقعیت‌های‌شان منتج شده است چرا که واقعیت و ارزش، یا قضاوت‌های مبتنی بر واقعیت و قضاوت‌های مبتنی بر ارزش، ماهیتاً متمایز از یکدیگر هستند. بر اساس خوانش روت از اصل ربط ارزشی وبر، تیپ‌های آرمانی طرفدارانه خواهند بود، حتی اگر این نظریه‌ها به معنای مورد نظر وبر، آزاد از ارزش باشند. بر اساس استدلال روت، طرفداری در علوم اجتماعی را می‌توان در اصطلاح ربط ارزشی درک کرد زیرا وبر اصطلاح ربط ارزشی را برای ارجاع به ارزش‌هایی به‌کار می‌برد که برای عالمان اجتماعی دلیلی برای حمایت از یک سؤال یا پژوهش در مقابل دیگر سؤالات یا پژوهش‌ها فراهم می‌کند. برای مثال، از نظر فمینیست‌ها علوم اجتماعی طرفدارانه است

1. Michael Root

چون علیه زنان بنا شده است به این صورت که نظریه‌های علوم اجتماعی در غالب موارد تنها سؤالاتی را درباره زندگی اجتماعی پرسیده است که از طریق تجربه‌های اجتماعی است که برای مردان مشخص شده‌اند، مسئله‌آميز به نظر می‌رسد. یعنی تعلقات مردانه اغلب تصمیم می‌گیرد چه چیزی به‌عنوان مسئله و موضوع مفهوم‌پردازی انتخاب و مورد پژوهش قرار گیرد تا تعلقات زنان. از این‌رو، تعلقات مردان با این انتخاب‌ها بهتر مورد خدمت قرار می‌گیرد تا تعلقات زنان. در مثالی دیگر، در موضوع جرم شرکتی^۱، این ادعا وجود دارد که جامعه‌شناسی در حمایت از شرکت‌ها در مقابل مصرف‌کنندگان و کارمندان بنا شده است؛ زیرا جامعه‌شناسان تنها شمار اندکی درباره خشونت شرکتی انجام داده‌اند درحالی که مطالعات بسیاری درباره خشونت خیابانی و خانوادگی انجام داده‌اند. اگر نکته مورد نظر را به زبان ربط ارزشی وبر بیان کنیم، نوشتن درباره جرم در جامعه‌شناسی، بیشتر به ارزش‌های تبهکاران شرکتی مرتبط است تا ارزش‌های قربانیان جرم شرکتی. بنابراین، از نظر روت، اصل ربط ارزشی وبر، می‌تواند توضیح دیگری درباره جانبداری پژوهش‌های اجتماعی باشد. بر این اساس، عالمان اجتماعی نوع خاصی از نظریه را که وبر تیپ آرمانی می‌نامد به کار می‌گیرند که به لحاظ ارزشی بی طرف نیستند بلکه به زبان وبر، مرتبط با ربط ارزشی و به زبان روت، طرفدارانه هستند. بر اساس دیدگاه وبر، فضیلت‌های نظری^۲ (همچون سادگی، قدرت تبیین، قدرت پیش‌بینی مطلوب و...) برای انتخاب نظریه در علوم اجتماعی مکفی نیست بلکه باید به فضیلت‌های فرهنگی و ارزش‌های فرهنگی نیز توجه داشت. بر این اساس، انتخاب یک تیپ آرمانی در مقابل یک تیپ آرمانی دیگر، علاوه بر فضیلت‌های نظری به دلایلی عملی نیز بستگی دارد و دلایل عملی دربرگیرنده ارزش‌های اخلاقی و سیاسی و شامل قضاوت‌هایی درباره ارزش‌ها هستند. برای مثال، انتخاب تیپ آرمانی «انسان عقلانی اقتصادی»، برای مطالعه حیات اقتصادی، مبتنی بر ارزش‌ها یا تعلقات خاصی است. بر اساس «قانون» برابری وضع نهایی در اقتصاد خرد، انسان عقلانی اقتصادی، واحدهای یک کالا را تا زمانی مصرف خواهد کرد که سود نهایی واحد بعدی از هزینه نهایی بیشتر باشد. اما آزمودن این قانون آن نیست که با شیوه‌ای که مصرف‌کنندگان واقعی می‌اندیشند یا رفتار می‌کنند، تطابق داشته باشد بلکه این است که تا چه میزان آنچه از دیدگاه اقتصاددانان درباره رفتار مصرف‌کنندگان مهم است را به خوبی

1. Corporate Crime
2. Theoretical Virtues

به تصویر می‌کشد. در اینجا، دلالت قضاوت اقتصاددانان، به منظر آنها بستگی دارد و این منظر، در تحلیل نهایی، بر پایه ایده‌های ارزیاب آنان، جهت‌دهی می‌شود. با این همه، تیپ آرمانی انسان عقلانی اقتصادی آزاد از ارزش است زیرا کاربرد این تیپ آرمانی بدین معنا نیست که افراد و گروه‌های اجتماعی «باید» با آن سازگار شوند. به بیان دیگر، هیچ استلزامی وجود ندارد که افرادی که بیشترین نزدیکی به این تیپ آرمانی را دارند بهتر یا قابل تحسین‌تر از کسانی هستند که به این تیپ آرمانی نزدیک نمی‌شوند. اما این بدان معنا هم نیست که تیپ‌های آرمانی صرفاً می‌توانند بر اساس فضیلت‌های نظری همچون قدرت پیش‌بینی یا قدرت تبیین انتخاب شوند زیرا تصمیم‌گیری درباره اینکه یک تیپ آرمانی مفیدتر از تیپ آرمانی دیگر است یا نه، مبتنی بر ارزش‌هایی است که پژوهشگر ذیل آنها به تحولات اقتصادی می‌نگرد. به این ترتیب، نظریه‌ای که دربرگیرنده تیپ‌های آرمانی است، نمی‌تواند از لحاظ ارزشی بی‌طرف باشد، اگرچه می‌تواند آزاد از ارزش باشد. (رووت، ۱۳۸۹: ۷۸-۷۴ و ۹۹-۹۱)

بر اساس آنچه در این فراز گفته شد، به این ترتیب، تیپ‌های آرمانی اگرچه غلوآمیز و حاصل «بزرگ‌نمایی‌های خیالی» یعنی حاصل انتزاع محققان هستند ولی این بزرگ‌نمایی‌ها اولاً؛ از حیث منطقی ضروری و غیرقابل اجتناب‌اند. ثانیاً؛ دلبخواهانه و محصول دروغ‌پردازی هنرمندان محققان نیستند بلکه محققان از طریق برجسته کردن جنبه‌هایی از واقعیت که از چشم‌انداز خاصی دلالت خاصی برای آنها در نظر گرفته می‌شود تنها به دنبال رسیدن به بیشترین وضوح مفهومی هستند.

۳.۳. معیار داوری تیپ‌های آرمانی ارزش‌بار

آیا تیپ‌های آرمانی ارزش‌بار امکان واری و تجربی و نقد منطقی دارند تا راه برای هنجاری شدن مفاهیم و لذا، راه برای نقض آموزه «آزادی از قضاوت ارزشی» باز نشود؟ اساساً تیپ‌های آرمانی را بر چه اساس و معیاری می‌توان ارزیابی و داوری کرد؟ در پاسخ به این پرسش باید گفت که ارزش‌بار خواندن تیپ‌های آرمانی مانع واری و ارزیابی و نقد تیپ‌های آرمانی نیست بلکه می‌توان در مسیر تحقیقات تجربی دائماً معناداری و حساسیت تیپ‌های آرمانی به واقعیت را به مدد «قواعد منطقی» و شواهد منتج از «روش» تجربی مورد جرح و تعدیل قرار داد. برای مثال، محققان علوم اجتماعی در بررسی بوروکراسی عقلانی مدرن، دو پدیده «درون بوروکراتیک»^۱ (نظیر شکل‌گیری باند و دسته در ادارات) و

1. Intrabureaucratic

«فراپروکراتیک»^۱ (حضور متغیرهایی نظیر خرید پست و منصب، سن، پیشینه خانوادگی، علائق شخصی، برخوردهای سلیقه‌ای) را مورد شناسایی قرار داده‌اند. برخی بر اساس منطق وبر موارد ناهمخوان را انحراف از تیپ آرمانی بوروکراسی عقلانی وبر، کارکردگرایانی همچون رابرت مرتون نشانگر شکل‌های «کژکارکرد»ی بوروکراسی، دسته سوم همچون ویلیام میلر (۱۹۵۲) و رابرت مارش (۱۹۶۱) موارد ناهمخوان را شکل حقیقی بروکراسی مدرن می‌پندارند. میلر و مارش با نشان دادن اینکه شایستگی‌های فنی و مدیریتی عامل کم‌اهمیت‌تری در پیشرفت رهبری در سازمان‌های تجاری آمریکایی نسبت به عامل «لم کار پیشرفت را در روابط شخصی بلد بودن» است، بر این باورند که بوروکراسی‌های مدرن اساساً بر مبنای متغیرهای «درون بروکراتیک» و «فراپروکراتیک» عمل می‌کنند. (کاهنمن^۲، ۱۹۶۵: ۲۸۰)

با این همه، در ارزیابی تیپ‌های آرمانی باید دقت داشت که اعتبار تیپ‌های آرمانی بسته به این نیست که آیا «شامل» واقعیت می‌شوند یا خیر. یعنی ما نمی‌پرسیم که تیپ آرمانی صادق است یا خیر. یعنی با واقعیت تطابق پیدا می‌کند یا خیر. در واقع ما باید پرسیم کنش چگونه باید پیش رود تا رفتار با تیپ آرمانی تطابق یابد؟ برای مثال، در تیپ آرمانی کنش عقلانی اقتصادی هیچ اهمیتی ندارد چه تعداد کنشگر مشمول این تیپ آرمانی قرار می‌گیرند، تیپ آرمانی با هیچ شخصی مطابقت ندارد و همین عدم مطابقت اتفاقاً مشخصه ممتاز تیپ آرمانی است. (وبر، ۱۹۵۲: ۹۰-۸۹؛ ۱۳۸۵: ۴۵، ۷۸، ۱۴۱-۱۴۰؛ ۱۴۵ و ۱۵۳ و صدی، ۱۳۸۶: ۴۲) ما باید پرسیم واقعیت تا چه حد به تیپ آرمانی نزدیک است نه اینکه پرسیم تیپ آرمانی چقدر به واقعیت نزدیک است. این همان چرخش کپرنیکی وبر در علوم اجتماعی است که کانت به‌عنوان پدر معنوی وبر، آن را با استعاره چرخش کپرنیکوسی توضیح داده بود. در این استعاره، کانت این‌گونه بیان کرد که این ما نیستیم که خود را با طبیعت تنظیم می‌کنیم بلکه این طبیعت است که خود را با ما تنظیم می‌کند. (کانت، ۱۳۶۱: B xiii)

بر اساس معرفت‌شناسی کانت که تیپ آرمانی وبر بر آن مبتنی است، هر گونه تلاش برای تعیین معنای «واقعی» و «حقیقی» تیپ‌های آرمانی تلاشی بی‌پایه است چرا که این مفاهیم محتوای حقیقی و جوهره واقعیت اجتماعی را به تصویر نمی‌کشند. (وبر ۱۳۸۵:

1. Extrabureaucratic
2. Khanman

۱۴۹) تیپ‌های آرمانی هرگز به افراد و جزئیات معینی اشاره ندارند و نمی‌توانند توسط افراد تأیید و اثبات شوند. صحبت کردن از اثبات تیپ‌های آرمانی به هرنحو، تعبیری بی‌معناست. تیپ آرمانی فقط یک «ابزار دقیق» اندازه‌گیری است و بی‌تردید تلاش برای ثابت کردن یا رد کردن مقیاس اندازه‌گیری و کندوکاو برای تأیید یا رد آن عبث و بی‌معنا خواهد بود. بر اساس نظر آلفرد شوٲس، اثبات تیپ‌های آرمانی، غیرممکن و غیرضروری است. تز اثبات‌پذیری تیپ آرمانی دربردارنده دو خطر بزرگ است؛ یکی «بازتولید» ذهنیت کنشگر بومی است که وبر همواره سعی می‌کرد تا ثابت کند این امر غیرممکن و غیرضروری است. خطر دوم و مهم‌تر، معادل‌پنداشتن تیپ آرمانی با «معنای موجود و واقعی» است. اما تقلیل معنا به معنای موجود و واقعی، غایت و اساس تیپ‌های آرمانی را معکوس می‌سازد و متوجه نیست که «تفسیر کنشگر بومی» نمی‌تواند معیار نهایی برای اعتبار تیپ‌های آرمانی باشد چرا که کنشگر اجتماعی همواره در معرض شبهه‌آگاهی و آگاهی کاذب قرار داد. (صدری، ۱۳۸۶: ۱۸۰-۱۷۹)

در ارزیابی تیپ‌های آرمانی، درست یا نادرست بودن مطرح نیست، بلکه سودمندی یا عدم سودمندی تیپ‌های آرمانی به هنگام کاربردشان در مورد پدیده‌های اجتماعی خاص مطرح است. ما فقط از «مفید» بودن تیپ آرمانی می‌توانیم صحبت کنیم نه از «صحت عینی» آن. ما میزان صدق و کذب تیپ آرمانی را نمی‌سنجیم بلکه فرضیه‌هایی را می‌سنجیم که از تیپ‌های آرمانی استخراج کرده‌ایم: «تیپ آرمانی فرضیه نیست بلکه راهنمای ساختن فرضیات است؛ تیپ آرمانی توصیف واقعیت نیست بلکه ابزاری صریح و عاری از ابهام برای بیان چنین توصیفی است». (وبر، ۱۳۸۵: ۱۴۰) تیپ آرمانی را نمی‌توان مشابه فرضیه تأیید یا رد کرد، بلکه تنها می‌توان آن را نازک‌بینانه یا روشنگر و مناسب و برعکس، خام و ناپخته، بی‌معنا و نامناسب دانست. تیپ‌های آرمانی نتیجه تأیید و اثبات استقرایی فرضیه‌ها نیست یعنی این‌طور نیست که هر تیپ آرمانی می‌باید به همان ترتیب که «فرضیه»‌ها در علوم طبیعی تأیید می‌شود، «اثبات» یا «تأیید» شود. اگر در رهیافت علوم طبیعی، کوچک‌ترین انحراف میان داده‌ها و نظریه منجر به ابطال نظریه می‌گردد، در تیپ آرمانی اگر واقعیت تجربی با آن مطابقت نداشته باشد ساقط نمی‌شود بلکه برعکس؛ دلیل مفید بودن تیپ‌های آرمانی همین عدم تطابق است، البته مادامی که چنین انحرافات از حد قابل قبولی تجاوز نکنند. در یک تعبیر، تیپ‌های آرمانی، اسکلت و چارچوبی نیست که واقعیت باید پیرامون آن شکل بگیرد، بلکه داربستی است که به محض انجام کار ویژه

خود دور انداخته می‌شود. (وبر، ۱۳۸۵: ۱۴۱-۱۴۰ و صدری، ۱۳۸۶: ۱۷۸، ۱۸۶ و ۱۸۹) بر اساس تفسیر کانتی کارل یاسپرس، تیپ‌های آرمانی در حکم «ایده» و «مدل»ی هستند که به کار بررسی تطابق ابژه واقعی با تیپ آرمانی ناب می‌آیند. برای مثال، در ارزیابی ایده اسکیزوفرنی ما نباید پرسیم آیا ایده اسکیزوفرنی درست است یا غلط؟ بلکه باید سودمندی آن را در مقام یک ایده، قابلیت آن را در شفاف کردن اصطلاح‌شناسی‌مان، فهم بهتر داده‌های بالینی، زاینده‌گی آن را به‌عنوان نطفه دانش آینده، و سودمندی آن را در ایجاد یگانگی نظام‌مند مورد پرسش قرار دهیم. باید پرسیم آیا این ایده معنای اصطلاح‌شناسی ما را واضح و شفاف می‌کند؟ آیا کمک می‌کند بیماران روانی را بهتر طبقه‌بندی کنیم؟ (واکر، ۲۰۱۴: ۳۲۲-۳۱۹) خلاصه آنکه تیپ‌های آرمانی بر مبنای مفید و مناسب بودن نقد و اصلاح می‌شوند اما تأیید یا رد نمی‌شوند. (دریسدل، ۱۹۹۶: ۸۱) ۳.۴. ارزش‌باری تیپ آرمانی سازوکار حصول عینیت است.

در پایان استدلال می‌کنیم که تیپ‌های آرمانی آغشته به ارزش‌ها، بررسی عینی و تجربی پدیده‌های اجتماعی را فراهم می‌سازد. برای مثال در پدیده فحشا، اگر مشاهده‌گر وبری نخست باید تحت نظام ارزشی فحشا را تعریف کند که چه چیزی فحشاست، در این صورت، تیپ آرمانی فحشا چگونه واگویی ذهنیت خودانگارانه محقق خواهد شد؟ از خلال آراء وبر می‌توان چهار پاسخ را برای این پرسش متصور شد.

پاسخ اول؛ تأکید بر تعریف و کاربرد «تکنیکی» مفاهیم با استفاده از روش‌شناسی تیپ آرمانی است. (وبر، ۱۳۸۵: ۶۲-۵۵) در پدیده فحشا، فردی با اعتقادات سنتی هر گونه ارتباط زن با مرد را از مصادیق فحشا می‌داند اما قطب روبروی آن، فحشا را نوعی رابطه جنسی می‌پندارد که در قبال آن پولی پرداخت می‌شود. در بیان این دو طیف که دو طیف نهایی موضوع هستند، روابط زن و مرد شکل می‌گیرد. در قطب اول هرگونه رابطه زن و مرد که بدون ابعاد شرعی باشد از مصادیق فحشاست، در قطبی دیگر رابطه جنسی اگر در قبال پرداخت مبلغی نباشد فحشا نیست. اگر بر پایه مفهوم «کنش عقلانی» وبر، کنش فحشا را ذیل مدل غایت‌شناختی وسیله هدف صورتبندی کنیم، روسپی‌گری را می‌توان تن دادن به رابطه جنسی در ازای دریافت پول تعریف کرد. مطابق با کنش عقلانی وبر، بدن فاحشه ابزاری است که او برای کسب درآمد در اختیار مشتریان قرار می‌دهد. حال اگر کسی با بی‌دقتی، هرگونه رابطه بدنی خارج از نظام شرع را از این حیث که عملی نامشروع است، ذیل مفهوم فحشا بیاورد، به او باید گفت مفهوم فحشا در اینجا

خودویژه نیست و او باید مفهوم دیگری مانند لابی‌گری یا بی‌بندوباری بسازد و ویژگی اصلی و تکینه فحشا نسبت به ازدواج، روابط مبتنی بر عشق و بی‌بندوباری را در نظر بگیرد. پاسخ دوم؛ دوباره باید تأکید کرد که بدون ارزش‌ها نمی‌توان به شناخت عینی دست یافت. فحشا ابژه «داده شده» و پدیده طبیعی نیست که در بیرون، فارغ از ما وجود داشته باشد بلکه یک مفهوم مصنوع یا برساخت‌شده است. در طبیعت، فحشا نداریم. این را وبر در سنت نئوکانتی‌ها که علوم طبیعی و علوم فرهنگی را از هم جدا کردند، تحلیل می‌کند که عینیت مطلق و نابی را که علوم طبیعی در نظر می‌گیرند در علوم انسانی ممکن نیست. پس ما نمی‌توانیم پدیده فحشا را تفهم کنیم و فاکت عینی برای تفهم فحشا ارائه دهیم مگر اینکه تیپ آرمانی از فحشا بسازیم. اما از پدیده فحشا حداقل دو تیپ آرمانی ارزش‌بار می‌توان ساخت که از نظر عینی هر دو معتبر هستند. در هر دو مورد، ذهن از میان انبوه داده‌های بی‌شمار پدیده‌ای را انتخاب می‌کند ولی تیپ آرمانی نوع اول، آن پدیده را مثبت، نوع دوم آن را منفی ارزیابی می‌کند. در نوع اول، تیپ آرمانی‌ای برساخت می‌شود که با هنجارهای اخلاقی شخص بر سازنده یکسان است اما در نوع دوم، تیپ آرمانی پرداخته شده با نگرش‌های ارزشی شخص محقق یکسان نیست و چه‌بسا در تضاد با آن باشد. (وبر، ۱۳۸۵: ۷۷) از نظر وبر، هر دو تیپ آرمانی اعتبار علمی دارند، چون آنها داده‌های مشخصی را مورد توجه قرار می‌دهند ولی دو جهت‌گیری یا دو رویکرد که ناشی از دو نظام ارزشی است از پدیده به‌بار می‌آورند. بدین‌شکل در مثال فحشا، هر دو می‌دانند که فحشا امری است که واجد اهمیت و اولویت پژوهشی است اما در سطح اول، آنکه مطابق با ربط ارزشی‌اش فحشا امری مذموم است، می‌خواهد و باید به نتایجی برسد که فحشا از جامعه رخت بزند. اما در سطح دوم، آنکه مطابق با ربط ارزشی‌اش فحشا امری آنچنان مذموم نیست از دید آن شخص فحشا می‌تواند واجد افزایش درآمد ملی باشد. از این‌رو، در برخورد با پدیده فحشا اگر دو نظام ارزشی وجود داشته باشد، هر دو داده‌ها و فاکت فحشا را یگانه می‌بینند ولی تکثر دیدگاه‌ها درباره فحشا، آسیبی به تعریف فحشا به‌عنوان «رابطه جنسی در ازای دریافت پول» وارد نمی‌کند و تن دادن به رابطه جنسی در ازای دریافت پول، خصلت اصلی، عینی و متمایز روسپی‌گری خواهد بود.

پاسخ سوم؛ ساخت تیپ‌های آرمانی از دیدگاه‌های ارزشی رقیب، نه تنها مانع عینیت نیست که به بررسی عینی‌تر پدیده‌ها کمک می‌کند. بنابر استدلال وبر، بر اساس ایده‌های ارزشی گوناگون می‌توان تیپ‌های آرمانی متعددی از پدیده‌های اجتماعی برساخت که

هیچ کدام شبیه یکدیگر نباشند و هیچ کدام را نتوان در واقعیت تجربی مشاهده کرد ولی با وجود این، هر یک از آنها مدعی بازنمایی ایده‌ها باشند. آنچه مهم است این است که تیپ‌های آرمانی ساخته شده واقعاً برخی از خصلت‌های ویژه، اصلی و معنادار پدیده اجتماعی معینی را که در واقعیت تجربی موجودند، در خود داشته و آنها را در یک برساخته آرمانی گرد آورده باشند. (ویر، ۱۳۸۵: ۱۴۲) در مثال فحشا، مفهوم‌سازی‌های گوناگون از پدیده فحشا از منظرهای ارزشی مختلف می‌تواند ما را به درک عینیت فحشا نائل کند. از دیدگاه ارزشی «فمینیسم وجودگرا»، فحشا راهی برای رهایی زنان از وابستگی به مردان تعبیر می‌شود؛ مطابق با «فمینیسم لیبرال»، فحشا نوعی قرارداد داد و ستد شخصی تلقی می‌شود؛ همسو با «فمینیسم مارکسیست»، فحشا بهره‌وری به نفع نیروی کار مردان و نوعی بهره‌کشی از زنان به حساب می‌آید؛ از دیدگاه «فمینیست سوسیالیست» فحشا ناشی از فساد جامعه طبقاتی است؛ از دیدگاه «فمینیسم‌های رادیکال» فحشا موجب تشدید، استحکام و عادی‌شدن تحقیر و بهره‌کشی نسبت به زنان و افزایش قدرت سیاسی جنس مذکر است. (مکنون و آشتیانی، ۱۳۸۴: ۲۴۷-۲۲۹)

پاسخ چهارم؛ تأکید بر مرجعیت نهاد علم و هنجارهای پژوهش علمی در داوری تیپ‌های آرمانی است. مرجعیتی که متکی به ارزش حقیقت علمی است و در عین حال، کمک می‌کند داده‌ها را به ابژه تبدیل کنیم و عینیت داده‌ها و استحکام منطقی و مفید بودن مفهوم‌های‌سازی تیپ آرمانی را تعیین می‌کند، نهاد علم است. آکادمی با خصلت جمعیت‌اش تعین این مرجعیت است. ذهن آکادمیک و پژوهش آکادمیک همواره به مرز ربط ارزشی و حکم ارزشی می‌اندیشد و بر این اساس از مرجعیت و اعتبار کار آکادمیک دفاع می‌کند. بنابراین، اگرچه برساخت‌شدگی تیپ آرمانی، این مجوز را در بدو امر به همگان می‌دهد که در موضوعات مورد علاقه خود، تیپ آرمانی بسازند و عرضه کنند اما برای اینکه تیپ‌های آرمانی اعتبار و سودمندی داشته باشند نیاز به سازوکار دیگری دارد که نهاد علم طرح و نظارت می‌کند که از نظر ویر عبارت‌اند از «قواعد معتبر اندیشه یعنی منطق و روش». (ویر، ۱۳۸۷: ۱۶۶ و ۱۳۸۵: ۲۷۲-۱۸)

پس در یک سطح، از قواعد منطقی و استدلال عقلی برای تناسب و انسجام‌عاری از تناقض مفاهیم برساخت‌شده استفاده می‌کنیم و در سطح دوم، از روش و پشتیبانی شاهد تجربی. وقتی محقق تیپ آرمانی درباره فحشا در تهران ارائه می‌دهد باید شواهد و قرائن تجربی برای تیپ آرمانی خود ارائه دهد، مثلاً باید بگوید با ۱۰۰۰ فاحشه مصاحبه

کرده است. با وجود اینکه اعتبار و سودمندی تیپ آرمانی از سوی قواعد منطقی و عقلی و شواهد تجربی احراز می‌شود با این حال، آن معیار سومی که ما عینیت را مورد توجه قرار می‌دهیم در بستر نظام فرهنگی، معنا پیدا می‌کند. در اینجا، تلاش وبر، منوط به این است که چگونه نسبت‌های امر فرهنگی را که ذهنی است با امر واقعیت که عینی است و داده‌هایی که مورد وثوق و اعتبار همگانی است، ذیل بحث عینیت صورتبندی کند. اینجا تأکید می‌کنیم که صحبت بر سر نسبت‌های اینهاست و آن تلاشی است که وبر انجام می‌دهد تا بتواند عینیت مورد ادعای علوم تجربی را با ذهنیت آشتی دهد.

بحث و نتیجه‌گیری

در این مقاله به این مسئله پرداختیم که آیا ضروری و ممکن است که دانشمند اجتماعی همچون دانشمند علوم طبیعی از ورود ارزش‌ها در ساخت و پرداخت مفاهیم اجتناب کند یا اینکه ارزش‌ها از عناصر مقوم مفهوم‌سازی محسوب می‌شوند؟ در این صورت، آیا تیپ آرمانی آغشته به ارزش‌ها عینیت پژوهش اجتماعی را خدشه‌دار می‌سازد؟ از نگاه وبر، مفهوم‌سازی از منظر پژوهشگر آغاز می‌شود و پژوهشگر ناچار از نظام ارزشی و فرهنگی خود مفهوم‌سازی را ساماندهی می‌کند. تیپ آرمانی می‌کوشد پژوهش را جهت دهد تا داده‌ها و فاکت‌ها که می‌خواهند مفاهیم را برسازند با جهت‌گیری خاصی انتخاب شوند. اما تیپ آرمانی «برساخته‌ای است ترکیبی» که می‌کوشد داده‌های پراکنده را ذیل یک الگوی مفهومی مرکب برسازد. این الگوی مفهومی اگرچه آرایش مفاهیم خود را بر اساس مناسبات منطقی برمی‌سازد اما به سطح منطق و استنتاج‌های منطقی بسنده نمی‌کند بلکه پس و پشت این مناسبات منطقی بین مفاهیم، «ایده‌های ارزشگذار» قرار دارد. ایده‌های ارزشگذار از مفاهیم تجربی بیرون نیامده‌اند اما در ترکیب خود با مفاهیم، آنها را جهت می‌دهند و انسجام می‌بخشند.

بر اساس آموزه ربط ارزشی، دانش نسبت تنگاتنگی با ارزش‌هایی دارد که پژوهشگر از منظر آن به واقعیت اجتماعی نظاره می‌کند و سمت و سوی نگاه محقق سمت‌وسویی خنثی نیست بلکه با اتکا به ارزش‌ها به پژوهش و داده‌ها سمت‌وسو می‌دهد و پدیده‌ها تنها با این جهت است که دیده می‌شوند و امکان بررسی پیدا می‌کنند و این جهت آغازین است که مسیر پژوهش را روشن می‌کند. اما بر اساس آموزه پرهیز از حکم ارزشی محقق همواره باید آگاه باشد که این جهت دادن به تمایز ربط ارزشی با حکم ارزشی خدشه وارد نکند.

محقق وبری با طرح ربط ارزشی می‌کوشد از عزیمتگاه ارزش‌ها حرکت کند ولی در عین حال نمی‌خواهد عینیت را از دست بدهد چرا که صرف حرکت از ارزش‌ها می‌تواند تنها حکم ارزشی یعنی ایدئولوژی و جهان‌بینی و نظایر اینها فراهم آورد.

ربط ارزشی به ما می‌گوید محقق که در آغاز می‌خواهد تکوین پدیده‌ای را نظاره کند ذهنش کاملاً خالی نیست بلکه با اتکا به ارزش‌ها تیپ آرمانی را برمی‌سازد که این تیپ آرمانی قطعاً تعریف نیست اما در عین حال برآمده از ذهن خالی نیز نیست. این نکته‌ای بود که وبر ضمن درک محدودیت‌های آموزه تعریف دریافت که به آن سوی بام رهیافت اثباتی‌ها نیفتد که بر این باور بودند که ذهن باید خالی از هر ارزش به پدیده نظاره کند. از این‌رو، پدیده تاریخی اجتماعی نمی‌تواند واجد عینیت ناب و مطلق باشد چرا که پژوهشگر که در واقع گونه‌ای کنشگر است با نظام ارزشی خود و حساسیت‌ها و ترجیحات خود به پدیده تاریخی نظاره می‌کند. اما این ارزش‌ها، حساسیت‌ها و ترجیحات چنانچه مورد مراقبه واقع نشود، آنچنان تعمیم داده می‌شود که داده‌های واقعی، تشخیص‌های پدیده تاریخی، خودویژگی و یکتایی پدیده تاریخی نادیده انگاشته می‌شود. پس وبر در ساخت مفاهیم علمی - اجتماعی از یک سو بر این حساسیت و بر این ترجیحات تأکید می‌کند اما خودویژگی‌ها و یکتایی‌ها را نیز در بستر آن ارزش‌ها با دقت مورد تأمل و تحقیق قرار می‌دهد.

وبر متأثر از محدودیت‌های مفهوم‌سازی در علوم طبیعی ریکرت که آموزه «ربط ارزشی» را در نقد آرمان پوزیتیویستی جدایی مطلق دانش از ارزش، مطرح کرده بود، به این آگاهی رسیده بود که منطق مفهوم‌سازی در علوم اجتماعی متفاوت با منطق مفهوم‌سازی در علوم طبیعی است. چه علوم طبیعی می‌کوشد مفاهیم را بدون رابطه با ارزش و «احساسات» صورت‌بندی و سازماندهی کند و پدیده را در نسبت با «مفاهیم عام» تبیین می‌کند. در حالی که در علوم اجتماعی، بیش از هر چیز «احساس» و «ترجیحات» ارزشی است که سازوکار مفهوم‌سازی تیپ آرمانی را در پدیده تاریخی اجتماعی تحت تأثیر قرار می‌دهد. وبر اگرچه از مفهوم‌سازی علوم طبیعی بیرون می‌آید اما او آگاه است اگر به‌طور رادیکال از منطق علوم طبیعی خارج شود، می‌تواند در امر هنری و ادبیات درغلطد. یعنی آنچنان به جزئیات، تکینگی و تفرد پدیده تأکید کند که دیگر از دایره علم خارج شود. کوشش وبر راه‌حل میانه است. چنانچه از یک سو می‌کوشد علوم اجتماعی را به‌مثابه یک علم مستدل کند و از سویی نمی‌خواهد به علوم طبیعی گردن دهد. اینجا وبر با طرح تیپ آرمانی و نسبت آن با تکنیکه بودن پدیده از دیدگاه‌های ارزشی خاص،

می‌کوشد راه‌حلی بیابد. هنگامی که تیپ آرمانی ذیل یک ارزش فرهنگی سامان می‌یابد ارزش‌بار می‌شود. اما این ارزش‌باری در خود نمی‌ماند، چرا که تنها از طریق پیوندش با واقعیت است که می‌تواند درمجموع تیپ آرمانی را بسازد. تلاش و بر این بود که در بحث مفهوم‌سازی، بین ارزش و دانش پلی بزنند. اما او نیک آگاه بود که ضمن همبستگی آنها به جدایی این قلمروها نیز توجه کند. تمایز ربط ارزشی از قضاوت ارزشی و برپا کردن برای توجه به این همبستگی و جدایی قلمروها بود.

اگر ماهیت دستگاه‌های مفهومی نظریه‌پردازان علوم اجتماعی را واکاوی کنیم، نقش ارزش‌ها در تار و پود مفاهیم علوم اجتماعی را برجسته خواهیم یافت. برای مثال، با واسازی دیدگاه آنتاگونیستی مارکس و دیدگاه کارکردگرایانه چالمرز جانسون به انقلاب (پناهی، ۱۳۹۱) درخواهیم یافت که مارکس و جانسون بر اساس دو ربط ارزشی مختلف، مفهوم‌پردازی آرمانی متفاوت از پدیده انقلاب ارائه کرده‌اند. مارکس بر اساس ارزش برابری (و آزادی) بر مفاهیم تضاد طبقاتی، مناسبات ساختاری استثمار، بیگانگی کارگران، آگاهی طبقاتی، پراکسیس، اتحاد کارگران؛ و جانسون بر مبنای ارزش نظم، توافق و انسجام اجتماعی بر مفاهیمی نظیر ناهماهنگی محیط و ارزش‌ها، از دست‌رفتن تعادل ارزش‌ها و ساختارها، ناتوانی نهاد دولت و فرهنگ در تطبیق با منابع تغییر درونی و بیرونی تأکید می‌کند و بدین‌سان، مارکس بر اساس ایده ارزشی عدالت (و آزادی) و جانسون بر اساس ایده ارزشی نظم و امنیت، تیپ آرمانی انقلاب را برمی‌سازند. بر اساس تفسیر رووت از آراء وبر، تیپ آرمانی مارکس و جانسون، می‌توانند جانبدارانه و در عین حال، آزاد از ارزش باشند.

منابع

۱. آرون، ریمون. (۱۳۸۶). *مراحل اساسی سیر اندیشه در جامعه‌شناسی*. باقر پرهام. تهران: شرکت انتشارات علمی و فرهنگی.
۲. آشتیانی، منوچهر. (۱۳۸۳). *ماکس وبر و جامعه‌شناسی شناخت*. تهران: نشر قطره.
۳. اباذری، یوسف. (۱۳۸۷). *خرد جامعه‌شناسی*. طرح نو.
۴. پارکین، فرانک. (۱۳۸۴). *ماکس وبر*. شهناز مسمی پرست. تهران: ققنوس.
۵. پناهی، حسین. (۱۳۹۱). *نظریه‌های انقلاب؛ وقوع، فرایند و پیامدها*. سمت.
۶. ترنر، برایان. (۱۳۸۶). *پیشگفتار ویراست جدید، در لویت، کارل، ماکس وبر و کارل مارکس*. شهناز مسمی پرست. نشر ققنوس.
۷. توفیق، ابراهیم. (۱۳۹۶). *درباره نظام دانش*. تهران: مؤسسه تحقیقات فرهنگی و اجتماعی.
۸. توفیق، ابراهیم؛ روح‌الله اسلامی؛ صالح اولاددمشقیه؛ مزدک تمجیدی؛ امیر خراسانی؛ حسام‌الدین صفاری؛ فیروزه فروردین؛ نوید وزوایی و سیدمهدی یوسفی. (۱۳۹۸). *نامیدن تعلیق، برنامه‌ای پژوهشی برای جامعه‌شناسی تاریخی انتقادی در ایران*. مانیا هنر.
۹. دورکیم، امیل. (۱۳۹۷). *قواعد روش جامعه‌شناسی*. علی محمد کاردان. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
۱۰. صدری، احمد. (۱۳۸۶). *جامعه‌شناسی روشنفکران ماکس وبر*. حسن آبنیکی. نشر کویر.
۱۱. روت، مایکل. (۱۳۸۹). «ماکس وبر و روش‌شناسی علوم اجتماعی» در: *فلسفه علوم اجتماعی*. محمد شجاعیان. تهران: پژوهشکده مطالعات اجتماعی و فرهنگی.
۱۲. فروند، ژولین. (۱۳۸۳). *جامعه‌شناسی ماکس وبر*. عبدالحسین نیک‌گهر. تهران: توتیا.
۱۳. کانت، ایمانوئل. (۱۳۶۲). *سنجش خرد ناب*. میرشمس‌الدین ادیب سلطانی. تهران: نشر امیرکبیر.
۱۴. کوزر، لوییس. (۱۳۸۳). *زندگی و اندیشه بزرگان جامعه‌شناسی*. محسن ثلاثی. تهران: انتشارات علمی.
۱۵. لویت، کارل. (۱۳۸۶). *ماکس وبر و کارل مارکس*. شهناز مسمی پرست. نشر ققنوس.
۱۶. مسعودی، اسماعیل و سعید زاهد زاهدانی. (۱۳۹۷). *تحلیل ابژکتیویته ماکس وبر در پرتو فلسفه استعلایی کانت*. *مجله جامعه‌شناسی ایران*. هجدهم. شماره ۴. زمستان.
۱۷. مکنون، ثریا و زهره عطایی آشتیانی. (۱۳۸۴). *فمینیسم و روسپیگری*. *مجله راهبرد زنان*. شماره ۲۸.
۱۸. وبر، ماکس. (۱۳۸۵). *روش‌شناسی علوم اجتماعی*. حسن چاوشیان. تهران: نشر مرکز.
۱۹. وبر، ماکس. (۱۳۸۷). *دین، قدرت، جامعه*. احمد تدین. تهران: هرمس.
۲۰. وبر، ماکس. (۱۳۹۷ الف). *اخلاق پروتستانی و روح سرمایه‌داری*. پریسا منوچهری‌کاشانی و عبدالکریم رشیدیان. شرکت انتشارات علمی و فرهنگی.
۲۱. وبر، ماکس. (۱۳۹۷ ب). *اقتصاد و جامعه*. عباس منوچهری و همکاران، سمت.

۲۲. وبر، ماکس. (۱۳۹۷ ج). *جامعه‌شناسی دین*. محسن ثلاثی. ثالث.
۲۳. هکمن، سوزان. (۱۳۹۳). *وبر: گونه ایده‌آل و نظریه اجتماعی معاصر*. علی پیمان زارعی و مهدی رحمانی. رخداد نو.
24. Albrow, M. (1990). *Max Weber's Construction of Social Theory*. St. Martin's Press New York.
25. Allen, K. (2004). *Max Weber: A Critical Introduction*. Pluto P Press London.
26. Bruun, H. H. (2007). *Science, Values and Politics in Max Weber's Methodology*. England: Ashgate Publishing Limited.
27. Burawoy, M. (2010). From Max Weber to Public Sociology. In *Transnationale Vergesellschaftungen Verhandlungen des 35. Kongresses der Deutschen Gesellschaft Für Soziologie in Frankfurt am Main 2010*. Herausgegeben in Deren Auftrag.
28. Cahnman, W. J. (1965). Ideal Type Theory: Max Weber's Concept and some of Its Derivations. *The Sociological Quarterly*. Vol. 6. No. 3. Summer. pp. 268-280
29. Drysdale, J. (1996). How Are Social-Scientific Concepts Formed? A Reconstruction of Max Weber's Theory of Concept Formation. *Sociological Theory*. Vol. 14. No. 1. pp. 71-88.
30. Kieran, A. (2004). *Max Weber: A Critical Introduction*. Pluto P Press London.
31. Kovrig, B. (1955). Ideal Type: Constructed Type. *The Midwest Sociologist*. Vol. 17. No. 2. Spring. pp. 13-20.
32. Mommsen, W. J. (1988). *The Political and Social Theory of Max Weber: Collected Essay*. Polity Press, Cambridge.
33. Oakes, G. (1990). *Weber and Rikert: Concept Formation in the Cultural Sciences*. Massachusetts: The MIT Press.
34. Rex, J. (1977). Value-Relevance, Scientific Laws, and Ideal Types: The Sociological Methodology of Max Weber. Source: *The Canadian Journal of Sociology / Cahiers Canadiens de Sociology*. Vol. 2. No. 2. pp. 151-166
35. Rosenberg, M. M. (2016). The Conceptual Articulation of the Reality of Life: Max Weber's Theoretical Constitution of Sociological Ideal Types. *Journal of Classical Sociology*. 16(1). 84-101.
36. Swedberg, R. & O. Agvella. (2016). *The Max Weber Dictionary: Key Words and Central Concepts*. Second Edition. Stanford University Press.
37. Walker, C. (2014). Karl Jaspers on the Disease Entity: Kantian Ideas and Weberian Ideal Type, *History of Psychiatry*. 25(3). 317-334.
38. Weber, M. (1952). *The Methodology of the Social Sciences*. Translated and Edited by E. A. Shils & A. Henry. Finch. With a Foreword by Edward A. Shils. Glencoe, Illinois: Free Press.
39. Whimster, S. (2007). *Understanding Weber*. Routledge
40. Zijderfeld, A. C. (2006). *Rickert's Relevance: The Ontological Nature and Epistemological Functions of Values*. Brill Leiden. Boston.

در سال‌های اخیر توجه زیادی به دانش خلاقانه تریز و ابزارهای آن شده است، اما در بین ابزارهای تریز، پژوهشگران حوزه‌های مختلف بیش از همه از ابزار چهل اصل ابداعی برای زمینه کاری خود استفاده کرده‌اند. پژوهش پیش رو ضمن نقد شیوه رایج استفاده از این ابزار در حوزه علوم اجتماعی که منجر به برداشت غیرعلمی و نادرست از آن شده، به ارائه شیوه کارآمدتری جهت استفاده درست از این ابزار در حوزه خط‌مشی‌گذاری فرهنگی پرداخته است. در این پژوهش که گردآوری داده‌های آن با دو روش مطالعات کتابخانه‌ای و مصاحبه نیمه‌ساخت‌یافته صورت گرفته، الگوی اولیه با روش تحلیل مضمونی قیاسی تدوین شده و سپس از روش‌های دلفی و گروه کانونی جهت اصلاح و ارتقای الگوی پیشنهادی استفاده شده است. بر اساس یافته‌های پژوهش، به‌منظور بهره‌گیری کارآمدتر از ابزار چهل اصل در حوزه خط‌مشی‌گذاری فرهنگی، از بین دو روش بهره‌گیری از این ابزار یعنی «دوستی با اصل‌ها» و «ماتریس تضاد فنی»، روش اول تجویز می‌شود. بر این اساس پس از واکاوی‌های متعدد، این پژوهش ۳۶ راهنما را ذیل ۳۴ اصل از بین اصول چهل‌گانه، جهت حل مسائل حوزه فرهنگ پیشنهاد نموده است. توصیه می‌شود پژوهشگران حوزه فرهنگ در عوض رویکرد رایج، از راهکارهای خلاقانه مطرح شده در این پژوهش به‌عنوان مجموعه‌ای از راهنمایی‌های محرک خلاقیت در تعریف و حل مسائل فرهنگی استفاده کنند. ■ واژگان کلیدی:

خلاقیت، خط‌مشی‌گذاری، فرهنگ، خط‌مشی‌گذاری فرهنگی، تریز، چهل اصل ابداعی

بومی‌سازی چهل اصل ابداعی دانش تریز در حوزه تعریف و حل خلاقانه مسائل فرهنگی

حمید دهقانی

کارشناسی ارشد خط‌مشی‌گذاری عمومی دانشکده مدیریت دانشگاه تهران
dehghani.h128@gmail.com

مجید مختاریان‌پور (نویسنده مسئول)

استادیار دانشکده مدیریت دانشگاه تهران
mokhtarianpour@ut.ac.ir

مقدمه و بیان مسئله

پژوهش پیش رو، به نحوه استفاده از تریز^۱ به عنوان دانشی شناخته شده در زمینه خلاقیت در حوزه غیرمهندسی پرداخته و معرفی شیوه درست برای آن را دنبال می کند. گنریش آلتشولر^۲ (۱۹۹۸-۱۹۲۶) تریز را اولین بار در اتحاد جماهیر شوروی معرفی کرد. آلتشولر به عنوان کسی که زندگی خود را برای کشف راز «اختراع کردن» گذاشت، معتقد بود که اختراع کردن چیزی جز یافتن تضادهای موجود و حل آنها نیست و البته از نظر او این یافتن تضادها نیز به دانش کافی نیاز دارد. (شولیاک^۳، ۱۹۹۷: ۲۴) او بعد از مجاهدت های بسیار در این زمینه، اصول، مفاهیم و ابزارهای بسیاری را در قالب دانش تریز معرفی کرد. تریز، مخفف واژه های روسی به معنای «نظریه حل خلاقانه مسئله» است. این علم ابتدا در حوزه مهندسی مطرح شده و رشد کرد، با این حال هر قدر در سال های ابتدایی خود برای حوزه صنعت و فناوری مطرح شده بود، به همان میزان اما حوزه های دیگر از جمله کسب و کار و مدیریت این علم را نمی شناختند. (سُچکو^۴، ۲۰۰۷) برای فاصله بین علوم دیگر با دانش تریز دلایلی از جمله: الف. مطرح شدن تریز توسط مهندسان و برای مهندسان (سُچکو، ۲۰۰۷)؛ ب. بنا شدن پایه های این علم بر تکنولوژی نه بر مبانی روان شناسی، اقتصاد یا علوم اجتماعی (اکمکسی و کُکسال^۵، ۲۰۱۵)؛ ج. مخالفت حاکمان سیاسی با این رویکرد در ابتدای طرح آن؛ د. آشنا نبودن متخصصان تریز با مبانی علوم غیرمهندسی؛ ه. ساختارمند نبودن علوم انسانی در مقایسه با علوم مهندسی و در نتیجه کاربردی نبودن تریز برای آنها؛ و. ضعف علوم غیرمهندسی در حقایق قطعی و واقعیت های منطقی در مقایسه با علوم مهندسی (سلیمی نمین و نطاقتی، ۲۰۰۳) را می توان برشمرد. با گذر زمان اما به تدریج بعد از حذف یا کمرنگ شدن این موانع و از طرفی شناخته تر شدن تریز، موفقیت هایی برای تریز غیرمهندسی حاصل شد. امروزه از این علم حتی در حوزه های پزشکی، ایمنی، هنر و شعر نیز استفاده می کنند. (سلیمی نمین و نطاقتی، ۲۰۰۳) در ادامه با تمرکز بر ابزار چهار اصل دانش تریز، انواع استفاده از آن در حوزه های غیرمهندسی از جمله خدمات، مدیریت، علوم اجتماعی و معماری طرح شده است.

مطالعه بیشتر در مورد این شکل استفاده از چهار اصل اما نکات مهمی در این زمینه

1. TRIZ
2. Genrich Altshuller
3. Shulyak
4. Souchkov
5. Ekmekci & Koksai

را روشن می سازد: اول آن که استقبال زیاد از چهل اصل در مقایسه با ابزارهای دیگر تریز با جایگاه آن در این دانش هم خوانی ندارد. در واقع چهل اصل تنها بعد از مرگ مبدع آن و به دست افرادی غیر از شاگردان او شهرت پیدا کرد. همچنین مبانی و محتوای این ابزار، قابل توجه و سؤال برانگیز است. علاوه بر این شیوه استفاده از این ابزار در حوزه های غیرمهندسی را نیز می توان به چالش کشید. در حقیقت چهل اصل را به سادگی نمی توان برای حوزه مدیریت یا علوم اجتماعی استفاده کرد. اصول چهل گانه و ۳۹ عامل مرتبط با آن با پشتوانه هزاران سند ثبت اختراع حوزه مهندسی به وجود آمده است و این در حالی است که این پشتوانه را نمی توان به سادگی برای حوزه های دیگر نیز به کار برد. در حقیقت بی توجهی به تفاوت مبانی علمی حوزه مهندسی و غیرمهندسی اشتباه قابل توجه اندیشمندان این حوزه علوم غیرمهندسی است.

۳۹

پژوهش پیش رو، به نحوه استفاده از تریز به عنوان دانشی شناخته شده در زمینه خلاقیت در حوزه غیرمهندسی پرداخته و معرفی شیوه درست برای آن را دنبال می کند و بدین منظور پس از تشریح ابزار چهل اصل ابداعی، با هدف اصلاح نوع نگاه موجود، پیشنهادی برای استفاده درست از این ابزار در حوزه خط مشی گذاری فرهنگی ارائه می کند. بر این مبنا، بر اساس نتایج این تحقیق، از راهکارهای مطرح شده در چهل اصل می توان برای فعال کردن ذهن خط مشی گذاران فرهنگی به عنوان مجموعه ای از راهنمای ها (و نه اصول) و با روش دوستی با اصل ها و ۳۹ عامل استفاده کرد. در این پژوهش ۳۶ راهکار خلاقانه برای حل مسائل خط مشی فرهنگی به همراه چند مثال در این زمینه ارائه می شود.

مبانی نظری

تریز دانشی جامع و عمیق در حوزه خلاقیت و مشتمل بر اصول و مفاهیم اساسی ای است. یاد کردن از تریز به عنوان دانش و علم، نیازمند در نظر گرفتن مجموعه ای از اصول و مبانی و همچنین ابزارها و راهکارها برای آن است. این اصول و ابزارها به علاوه باید در چارچوبی درست ارائه شوند. در ابتدا تریز با در نظر گرفتن چند اصل امکان متفاوت اندیشیدن را برای مخاطبان خود فراهم می کند. بعضی از این اصل ها شاید بدیهی به نظر برسند، با این حال در کنار هم در نظر گرفتن این اصول، مانوس شدن با آنها و تعیین رابطه شان با ابزارهای تریز تأثیر زیادی بر شیوه اندیشیدن می گذارد. برای مثال تریز به

نسبت روش معمول خلاقیت که در آن فرد باید منتظر رسیدن به ایده خلاقانه در ضمیر ناخودآگاه خود بماند انتقاد کرده و آن را روش آزمون و خطا می‌نامد (آلتشولر، ۱۹۹۶: ۷۲-۷۱)؛ و یا اینکه در مبانی پایه‌ای تریز، تأکید زیادی به کسب دانش پیرامون مسئله شده و پیشرفت در این زمینه را کلید موفقیت می‌داند. (آلتشولر، ۱۹۹۶: ۱۴۳) البته همواره تأکید می‌شود که دانشی به نتیجه خواهد رسید که با سازمان‌دهی همراه باشد. (آلتشولر، ۱۹۹۶: ۷۵-۷۴) بنابراین، الف. تلاش برای خودآگاهی در رسیدن به خلاقیت و دوری از آزمون و خطا؛ ب. اهمیت دانش؛ ج. ضرورت سازمان‌دهی به دانش، از اصول مهم تریز هستند. در ادامه نیز اصول؛ د. نتیجه نهایی ایده‌آل؛ ه. تجزیه و تحلیل شیئی - اثر؛ و. تضاد معرفی می‌شوند که البته نسبت به سه اصل اول دقیق‌تر بوده و ابزارهایی نیز بر اساس آنها ارائه شده است. همراه شدن این مبانی و اصول با روحیه خستگی‌ناپذیر آلتشولر در دوران جنگ سرد و صنعت پیش‌روی شوروی، موفقیت‌های زیادی به همراه داشت. آلتشولر و همکارانش در آن دوران پس از تلاش‌های بسیار، اصول و ابزارهای کاربردی زیادی در مسیر نوآوری شدن ابداع کردند.

توجه به «نتیجه نهایی ایده‌آل^۱» برای رسیدن به روش حل مسئله خلاقانه، نمونه‌ای از مبانی تریز است. در اینجا شرایط ایده‌آل، دستیابی به اثر مورد نظر بدون استفاده از منابع اضافی یا ایجاد هر نوع اثر ثانویه منفی تعریف می‌شود. (استریتون^۲ و دیگران، ۲۰۱۹)

با کمک این اصل به نوعی می‌توان پنج سطح نوآوری را به‌عنوان یک ابزار تریز معرفی کرد. آلتشولر بر اساس شاخص‌هایی، نوآوری‌ها و خلاقیت‌ها را در پنج سطح قرار داده است؛ سطوح بالای این نوآوری‌ها، دشوارتر، مهم‌تر و عمیق‌تر می‌شوند. میزان نیاز به آزمون و خطا برای رسیدن به نتیجه، میزان تغییر ایجادشده، سهم هر سطح از کل مسائل موجود، حوزه و مرز درگیری برای حل مسئله و هدف از جمله معیارهای دسته‌بندی این پنج سطح است. آلتشولر در ادامه راهکارهایی برای حل مسئله هر یک از این پنج سطح و پرداختن به مسئله در سطح‌های پیچیده‌تر پیشنهاد می‌کند. (آلتشولر، ۱۹۹۹: ۴۴) اندیشمندان بعد از تعیین سطح مسئله خود با کمک راهنمایی‌های ارائه شده، اطلاعات خوبی در مورد مسئله خود به‌دست می‌آورند.

1. Ideal Final Result (IFR)

2. Stratton

تجزیه و تحلیل شیئی - اثر از جمله اصول مهم دیگر تریز است که می توان از آن برای مدل سازی بهره برد. شیئی - اثر سطوح سازنده یک سیستم را تجزیه و تحلیل می کند؛ توضیح آنکه با کمک این اصل می توان یک سیستم را از پایین ترین سطح آن یعنی تعامل دو شیئی آنها، تا سطوح بالاتر تشریح کرد. (آلتشولر، ۱۹۶۱: ۳۴-۳۳) این اصل را این گونه می توان توضیح داد که در هر سیستم مجموعه اجزا بر یکدیگر اثر گذاشته و نتیجه ای را ارائه می کنند. این رابطه تا جزئی ترین سطح سیستم قابل تعریف است. شناخت درست و بهینه کردن آن از طریق اصلاح شیئی اول، اثر آن بر شیئی دوم و شیئی دوم باعث بهبود عملکرد کلی سیستم می شود. ابزار ۷۶ راه حل استاندارد به نوعی بعد از این اصل معرفی می شود.

همان طور که گفته شد، با کمک این اصول مجموعه ای از ابزارها از جمله پنج سطح نوآوری، ۷۶ اصل کاربردی و نه پنجره معرفی می شوند. به عنوان یک ابزار کاربردی برای خلاق تر شدن ذهن می توان از ابزار نه پنجره استفاده کرد. این ابزار با در نظر گرفتن سه وضعیت «گذشته، حال و آینده» و سه سطح «زیرسیستم، سیستم و ابرسیستم» برای یک سیستم، یک ماتریس نه پنجره ای ایجاد می کند که در واقع ابزاری مناسب برای تصور موقعیت های مختلف یک سیستم است. (منصوریان، ۱۳۸۶: ۱۳۹) البته باید توجه داشت که تعیین مرز مشخص بین اصل و ابزار دشوار و حتی می توان گفت که کار نادرستی است. برای مثال پنج سطح نوآوری هر چند ارتباط طولی با اصل ایده آلی دارد با این حال نمی توان آن دو را در دو دسته کاملاً مجزای اصول و ابزار قرار داد.

آنچه گفته شد تنها بخشی از ابزارها و مبانی دانش تریز هستند. در واقع تریز مشتمل بر مجموعه وسیعی از مفاهیم و ابزارهاست که محققان مختلف در هر پژوهشی متناسب با موضوع و هدف پژوهش خود، و البته با غفلت نکردن از بستر دانشی تریز، از بین ابزارهای مختلف، بر برخی تمرکز می کنند. در این پژوهش نیز بر دو ابزار مهم تریز یعنی «اریز» و «تضاد» تمرکز شده است که در ادامه تبیین می گردند:

اریز

اریز مخفف واژه ای روسی به معنای «الگوریتم حل خلاقانه مسئله» است. اریز فرآیند و یا به تعبیر خود آلتشولر، پلی است که فرد را از مسئله به راه حل می رساند. (آلتشولر، ۱۹۹۶: ۱۱۲) در مورد اریز نکته ها و تذکراهایی وجود دارد که به درک بیشتر آن کمک می کند:

- اریز تنها یک فرآیند است و راه‌حلی ارائه نمی‌کند.
- اریز برای رسیدن به پاسخ، راه‌حل موجود را یک بار دیگر به صورت منطقی بازطراحی و فرمول‌بندی مجدد می‌کند.
- اریز فرآیندی منطقی است که می‌تواند تابع نظم در بیاید.
- اریز به طور دائم تفسیر مجدد مسئله را به عهده دارد.
- اریز برای حل تضادهای تریز ابزاری اساسی محسوب می‌شود. (اکمکسی و کُکسال، ۲۰۱۵)

اریز، الگویی چند مرحله‌ای است. این چند مرحله‌ای بودن نیز باعث می‌شود که یک کار پیچیده از طریق خرد شدن به چند کار ساده بهتر حل شود. (آلتشولر، ۱۹۹۹: ۱۰۴) اولین نسخه اریز در سال ۱۹۵۹ ارائه شده است. بعد از این نیز نسخه‌های دیگری از جمله ۶۱، ۶۴، ۶۵، ۶۸، ۷۱، ۷۳، ۷۵، ۷۶، ۸۵، ۹۱-E، ۸۵-B، ۹۲-E منتشر شدند. عدد مربوط به هر نسخه به سال ارائه آنها برمی‌گردد، به طور مثال، منظور از اریز ۶۸، نسخه منتشر شده در سال ۱۹۶۸ است. ظاهراً اریزی که برای ایجاد تحول به وجود آمده بود، خود به طور مداوم متحول شده است. نسخه‌های مختلف اریز معمولاً بین سه تا نه بخش اصلی دارند. گام‌های ذیل هر مرحله نیز بی‌تردید متفاوت خواهد بود. (آلتشولر، ۱۹۹۹: ۱۰۴ و ۱۹۶۱: ۱۲۳)

تضاد

آلتشولر معتقد است دانشمندان اگر بفهمند که حل یک تضاد فنی در طرح ابداعی‌شان چقدر اهمیت دارد، آنگاه دنیای علم شاهد ثبت موفق اختراعات بیشتری خواهد بود. (آلتشولر، ۱۹۹۹: ۹۷) در واقع کارآمدترین و بهترین راه‌حل‌ها زمانی شکل می‌گیرند که مخترع در مسئله خود با یک تضاد مواجه بوده و برای حل آن تلاش کند. (شولیاک، ۱۹۹۷: ۳۳) در شرایط معمولی برای برقراری توافق میان دو طرف تضاد تلاش می‌شود، اما زمانی که فرد به دنبال پیدا کردن راه‌حلی خلاقانه است، دیگر نباید به برقراری یک توافق معمولی و نفع‌برابر دو طرف اکتفا کرد. در اینجا هنر خلاقیت آن است که توافقی صورت نگیرد یا در صورت رخ دادن آن، این توافق تأثیر کمی بر نتیجه کار داشته باشد، چرا که برقراری توافق معمولاً به تحمیل هزینه نهایی بیشتر به سیستم منجر می‌شود و به همین دلیل باید از توافق طرفین خودداری کرد. (آلتشولر، ۱۹۶۱: ۸۸)

با این مقدمه، تریز به دنبال ایجاد ایده آل ترین موقعیت برای تعریف یک تضاد است. لازم است طرفین تضاد به بهترین شکل تعریف شده و تمرکز زیادی روی استفاده بهینه از منابع برای حل تضاد می شود. استفاده از منابع و تحلیل آنها و همچنین توجه به ماده میدان به حل مسئله کمک می کند؛ البته برای استفاده بهتر لازم است که منابع به اندازه کافی در دسترس و آزاد باشند. از طرفی نیز محدودیتی برای استفاده از منابع درون و بیرون سیستم نیز وجود نداشته و در واقع برای حل یک مسئله از منابع سیستم های دیگر نیز می توان استفاده کرد. (آلتشولر، ۱۹۶۱: ۱۱) باید بعد از مشخص شدن تناقض و تضاد سیستم، منابع موجود برای برطرف کردن آن را نیز مشخص کرد. در اینجا نیز یکی از راه ها، استفاده از منابع ماده میدان موجود است. (منصوریان، ۳۹: ۱۳۸۶) تضاد یکی از اصلی ترین مباحث مطرح شده در دانش تریز بوده و راهکارها و ابزارهای بسیاری برای آن ایجاد شده است که البته از میان آنها چهل اصل ابداعی مشهورترین آنها است.

چهل اصل ابداعی یکی از ابزارهای معرفی شده ذیل اصل تضاد است. آلتشولر و دستیارانش بعد از مطالعه دویست هزار سند اختراع متوجه شدند که در تضادهای حل شده، همواره تضادی بین دو عامل اولیه وجود داشته است. برای مثال همواره وزن جسم متحرک مانعی برای افزایش سرعت آن بوده است و یا اینکه استحکام، مانعی برای افزایش دما بوده است. آلتشولر و همکارانش در نهایت ۳۹ عامل را معرفی کردند که همواره دو مورد از آنها پایه های تضاد اولیه را تشکیل می دادند. در نهایت نیز این گونه ادعا شد که هیچ تضاد اولیه در سیستم های فنی مهندسی نمی توان پیدا کرد که عاملی غیر از این ۳۹ مورد تشکیل دهنده آن باشد. در واقع از نظر آنها این عوامل جهان شمول اند. علاوه بر این آلتشولر و همکارانش دریافتند که نوآوری های صورت گرفته در سندهای ثبت اختراع نیز از قواعد ثابتی پیروی می کنند؛ برای مثال بعضی از پرونده های ثبت اختراع، مسئله پیش روی خود را با تکه تکه کردن اجزاء حل کرده بودند و یا اینکه اخذ و گرفتن بخش مزاحم سیستم، راهکار مشترک استفاده شده در بسیاری از اختراعات بوده است. آنها در نهایت بعد از دسته بندی و سازمان دهی مجموعه ای از راهکارهای شناسایی شده، آنها را در قالب چهل اصل معرفی کردند. قطعه قطعه کردن یا اقتباس که در اینجا مثال زده شد، در واقع به ترتیب اصل اول و دوم هستند. اقدام شگفت انگیز این اندیشمندان اما برقراری نسبت هوشمندانه بین این ۳۹ عامل و چهل اصل است. آنها در یک ماتریس

جامع، اصول را در قالب راهکارهای حل مسئله برای نقاط تلاقی عوامل تشکیل‌دهنده تضاد معرفی کردند؛ برای مثال زمانی که توان محدود یخ‌شکن مانع از سرعت بیشتر آن می‌شود، ماتریس تضاد در نقطه برخورد این دو عامل اصل‌های ۱۹، ۳۵، ۳۸ و ۲ را پیشنهاد می‌کند. با رجوع به اصل ۱۹، یعنی «عمل تناوبی» که توصیه‌های زیر را بیان می‌کند:

- به جای انجام مستمر یک کار آن را با تناوب، ضربه یا مکث انجام دهید.
- اگر کاری در حال حاضر تناوبی انجام می‌شود فرکانسش را تغییر دهید.
- از مکث بین ضربه‌ها برای تأمین کنش‌های بیشتر بهره بگیرید.

برای حل مانعیت توان محدود یخ‌شکن در برابر افزایش سرعت آن می‌توان حرکت کشتی را تناوبی کرده و با ضربه زدن یخ‌های بیشتری را شکست و یا حتی با ترکیب ضربه و حرکت، با هر بار شکستن یخ بر اثر ضربه، کشتی مقداری به جلو حرکت می‌کند. شایان ذکر است، از چهل اصل به دو روش «دوستی با اصل‌ها» و «ماتریس تضاد فنی» می‌توان استفاده کرد. (شولیاک، ۱۹۹۷: ۱۵) مرور چندباره اصل‌ها، فهم کامل آنها و به ذهن سپردن چند نمونه از روش حل‌شان - با عنوان دوستی با اصل‌ها - یکی از راه‌هایی است که بعداً برای حل مسائل جدید از آنها می‌توان استفاده کرد. دوستی با اصل‌ها عبارت استفاده شده در ادبیات و در واقع به معنای مأنوس شدن و عجین شدن با اصل‌ها بعد از بررسی دقیق و چندباره آنها است.

پیشینه پژوهش

پژوهش پیش‌رو با رویکرد انتقادی، استفاده از دانش تریز و به‌طور خاص ابزار چهل اصل در حوزه‌های غیرمهندسی را بررسی می‌کند. بررسی پیشینه با همین هدف نشان داد که تحقیقات در این زمینه در هشت حوزه معماری، صنایع غذایی، ارتقای رضایت مشتری، کسب و کار، بازاریابی و فروش و تبلیغات، مدیریت خدمات، مدیریت و علوم اجتماعی انجام گرفته‌اند. هر یک از این پژوهش‌ها با رویکردی متفاوت از ابزار چهل اصل استفاده کرده است. اولین آنها در سال ۲۰۰۱ (دو سال پس از مرگ آلتشولر) و با کمک درل من^۱ در زمینه معماری (من و گدین^۲، ۲۰۰۱) و صنایع غذایی (من و وینکلس^۳، ۲۰۰۱) انجام شده است. درل من در سال‌های بعد برای استفاده از چهل

1. Darrell Mann

2. Catháin

3. Winkless

اصل در حوزه‌های دیگر نیز تلاش کرد. در کشور ما نیز در مرتبط‌ترین پژوهش با پژوهش حاضر، نظافتی (۱۳۸۲) پایان‌نامه کارشناسی ارشد خود را در زمینه کاربرد تریز و چهل اصل در مسائل اجتماعی انجام داده است. وی در این تحقیق طی شش گام الف. فهم کامل اصول تریز، ب. فهم فلسفه معیارهای اصول آلتشولر، ج. یافتن معادل‌های فلسفه اجتماعی د. یافتن اصل معادل هـ. تأیید با کمک آمار و واقعیت‌ها و و. آزمون اعتبار اصول، چهل اصل تریز را برای حوزه اجتماعی معرفی کرده است. (سلیمی‌نمین و نظافتی، ۲۰۰۳) همچنین احمدیان و همکاران (۱۳۹۷) در پژوهشی تحت عنوان «طرح‌ریزی پژوهش سامان‌مند و میان‌رشته‌ای برای بهره‌گیری از معارف اسلامی در حوزه مسائل انسانی - اجتماعی با کمک روش تریز» با بهره‌گیری از چهار گام کلی منطق حل مسئله تریز شامل ۱. تعریف مسئله با کمک تحلیل وضع موجود و تبیین شاخص‌های مطلوبیت (ایده‌آلی) روش؛ ۲. تبیین تعارض‌های بین شاخص‌های مطلوبیت و تجزیه مسئله به مؤلفه‌های انتزاعی؛ ۳. پیشنهاد راهکار برای حل تعارض‌ها، با استفاده از چهل اصل نوآوری تریز و ۴. تجمیع، تحلیل و دسته‌بندی راهکارهای منفرد و تشکیل راهکار واقعی و یکپارچه به‌عنوان چارچوب کلی حل مسئله استفاده کرده و با غنی‌سازی آن از طریق ایده‌هایی خارج از دانش تریز به ارائه الگویی فرایندی و نوین برای سامان‌دهی به پژوهش‌های اجتماعی معطوف به معارف اسلامی پرداخته‌اند. (احمدیان و دیگران، ۱۳۹۷)

در مجموع، محققان پیشین از ابزار چهل اصل به سه روش در حوزه پژوهشی خود استفاده کرده‌اند. در ساده‌ترین روش، اصول و بندهای آنها بدون تغییر تکرار شده و تنها به ارائه مثال مرتبط به حوزه خود برای هر کدام اکتفا شده است. پژوهشگران این دسته ادعا می‌کنند که در حوزه خود مثلاً کسب و کار، مسئله‌ای را نیافته‌اند که با اصل چهل یکی قابل حل باشد. در واقع از نظر آنها این اصل‌های حوزه مهندسی، تمام مسائل حوزه مورد نظرشان را نیز پوشش می‌دهد. به عبارت دیگر این اصول از نظر آنها جهان‌شمول‌اند (مَن و کَدین، ۲۰۰۱)، (مَن و دُمب، ۲۰۰۶)، جدول یک، نمونه‌ای برای این شکل استفاده از چهل اصل را نشان می‌دهد.

جدول ۱: ارائه نمونه حوزه ارتقای رضایت مشتری برای چهل اصل تضاد (رتسپتر، ۲۰۰۶)

اصل سی و پنج: تغییر ویژگی
حالت فیزیکی سیستم را تغییر دهید - راه اندازی سیستم خرید مجازی - کاتالوگ های آنلاین مؤسسه
به تغییر غلظت یا چگالی بیندیشید
درجه انعطاف پذیری را تغییر دهید - استفاده از پیشنهادهای ویژه برای ارتقای فروش و تبلیغات
در حجم یا دما تغییر ایجاد کنید - ایجاد چالش های جدید برای تیم خدمات مشتری
تغییر مشخصه های دیگر - تغییر بازار تولیدات یا خدمات به مشتریان غیر سنتی - تغییر نام های سنتی (برای مثال بخش کیفیت سامسونگ به تیم رضایت مشتری) - فروش ویژگی های غیرمادی (برای مثال رضایت نیازهای فرهنگی، تصویر، اعتماد به نفس و...)

۴۶

در دومین روش استفاده از ابزار چهل اصل، پژوهشگران قبل از استفاده از هر اصل، بندهای ذیل آن اصل را متناسب با حوزه مورد نظر خود توضیح داده و حتی تا اندازه ای تغییر داده اند. پژوهش های صورت گرفته در حوزه خدمات (جدول دو) نمونه ای مناسب برای این روش است. تلاش های صورت گرفته در این زمینه برای تفسیر اصول چهل گانه قابل توجه است.

جدول ۲: ارائه نمونه حوزه خدمات برای چهل اصل تضاد (گازم و عبدالرحمن، ۲۰۱۴)

اصول	توضیح	نکات
اصل ۲۳ بازخورد	هدف کلیدی این اصل استفاده از خروجی به عنوان ورودی است. این اصل به استفاده از شاخص های بازار یا اطلاعات از بازار برای بهبود یک خدمت اشاره دارد. هر خروجی از یک خدمت می تواند به عنوان ورودی برای افزایش آن خدمت به کار آید. بنابراین تمرکز بر ادراکات مشتری بازخوردهای خوب برای یک سازمان را ایجاد کرده و می تواند سازمان را به سمت اضافه کردن ارزش بیشتر به خدمت هدایت کند.	الف) بهبود یک خدمت با دریافت بازخورد از مشتری و تحلیل داده - داده کاوی
		ب) استفاده از رفتار مشتری برای جذاب تر کردن یک خدمت - برخی از شرکت ها از تکنولوژی بارکد یا اسکنر کنترلی برای جمع آوری و تحلیل رفتار خرید مشتری استفاده می کنند.

اصول	توضیح	نکات
اصل ۲۴ واسطه‌تراشی	هدف کلیدی این اصل یافتن عاملی موقت بود که به راحتی نیز بتوان آن را حذف کرد. مطابق این اصل برون‌سپاری بخشی از یک خدمت یا برای کنار گذاشتن کار، فرآیند یا اقدام غیر اصلی در خدمات موجود برای بهبود ظرفیت یا قابلیت‌های آن پیشنهاد می‌شود. اصل واسطه‌تراشی معمولاً مرتبط به فرآیندهای خدماتی نیست اما می‌تواند برای اطمینان از ثبات خدمت و عملکرد مداوم آن استفاده شود. همچنین می‌تواند برای کاهش موانع یا کارکردهای مضر استفاده شود.	الف. خدمات وابسته یا خدمات موقت وابسته برای افزایش عملکرد - استفاده از خدمات ارائه‌شده توسط رستوران‌ها
		ب. استفاده از تکنولوژی به عنوان واسطی برای ارائه یک خدمت - بعضی از اینترنت به عنوان واسطی برای یافتن همسر استفاده می‌کنند.
		ج. استفاده از محیط، افراد یا منابع دیگر به عنوان میانجی - شرکت‌ها از مشتریان خود برای تبلیغ خدمات خود استفاده می‌کنند.
		د. وارد کردن کارکردهای دیگر به عنوان واسط برای کاهش کارکرد مضر، خطرهای دیگر یا برای بهبود یک خدمت. - به کارگیری کارمندان موقت در فصل‌های شلوغ
		ه. سازمان‌ها می‌توانند کارکردها یا فرآیندهای غیر اصلی خود را برون‌سپاری کنند تا بتوانند بر کارکردهای ارزشمندتر تمرکز کنند. - استفاده از سیستم پرداخت اینترنتی برای تراکنش‌ها

در سومین روش، پژوهشگران ویرایش اساسی اصل‌ها و معادل‌سازی آنها متناسب با حوزه مورد نظر را دنبال کرده‌اند. پژوهش‌های انجام شده در حوزه مدیریت، نمونه‌ای برای این روش است. گفتنی است که اصول و عوامل ارائه شده در این زمینه طی چند سال توسط صاحب‌نظران همین حوزه تغییراتی کرده که به نظر می‌رسد به اندازه کافی نیز مورد پذیرش قرار نگرفته است. جدول سه، ۳۱ عامل شناسایی شده در حوزه مدیریت است. نظافتی و سلیمی‌نمین در سال ۱۳۸۲ همچنین چهل اصل اصلاح شده با همین روش را برای حوزه علوم اجتماعی معرفی کرده‌اند. آنها طی چند گام، اصول حوزه مهندسی را بازآفرینی کرده و نمونه تازه‌ای از آن را برای علوم اجتماعی ارائه کرده‌اند. (سلیمی‌نمین و نظافتی، ۲۰۰۳)

جدول ۳: سی‌ویک عامل شناسایی شده در حوزه مدیریت برای چهل اصل تضاد (وانگ^۱ و همکاران، ۲۰۱۵)

۱. مدیریت کیفیت (مشخصات/ توانایی/معانی)	۲. مدیریت هزینه‌ها	۳. مدیریت زمان
۴. مدیریت خطرات	۵. مدیریت رابطه	۶. مدیریت تولید
۷. هزینه‌های تولید	۸. زمان‌های تولید	۹. سطح خطر تولید
۱۰. روابط تولید	۱۱. کیفیت تأمین (نیازمندی/ تقاضای مشتری)	۱۲. هزینه‌های تأمین
۱۳. زمان‌های تأمین	۱۴. خطرات تأمین	۱۵. روابط تأمین
۱۶. اعتبار	۱۷. هزینه‌های پشتیبانی	۱۸. زمان‌های پشتیبانی
۱۹. خطرات پشتیبانی	۲۰. روابط پشتیبانی	۲۱. پشتیبانی تقاضا (نیازمندی/ تقاضای مشتری)
۲۲. میزان اطلاعات	۲۳. جریان اطلاعات (جریان ارتباطات)	۲۴. تأثیر گرفتن سیستم از اثرات مضر
۲۵. تعامل با زنجیره‌های دیگر (عوارض جانبی ایجادشده توسط سیستم)	۲۶. راحتی مدیریت	۲۷. سازگاری/تطبیق پذیری
۲۸. پیچیدگی سیستم	۲۹. پیچیدگی کنترل	۳۰. فشار رقابت پذیری
۳۱. ثبات		

۴۸

در مجموع، مطابق جدول چهار، این گونه می توان جمع بندی کرد که عمده پژوهش های انجام شده، چهل اصل اولیه در حوزه مهندسی را بدون تغییر و البته با حذف ۳۹ عامل مورد استفاده قرار داده اند. از طرفی، به نظر می رسد تلاش ها در زمینه معرفی چهل اصل جدید با روش سوم نیز به اندازه کافی موفقیت آمیز نبوده است.

جدول ۴: پژوهش های انجام شده در زمینه استفاده از چهل اصل در حوزه های غیرمهندسی^۲

منابع	حوزه پژوهش	رویکرد
مَن و کَتین (۲۰۰۱)	معماری	تکرار اصول و بندهای آن بدون تغییر
مَن و وینکلس (ن.د) و وینکلس و مَن (۲۰۰۱)	صنایع غذایی	
رتسپتر (۲۰۰۶) و DW کنلی ^۱ (ن.ا، ۲۰۰۹)	ارتقای رضایت مشتری	
رتسپتر (۲۰۰۵)	بازاریابی، فروش و تبلیغات	

1. Wang
2. Dw Conley

منابع	حوزه پژوهش	رویکرد
گازم و عبدالرحمن (۲۰۱۳)؛ ژانگ ^۱ و همکاران (۲۰۰۳) و گازم و عبدالرحمن (۲۰۱۴)	مدیریت خدمات	تکرار اصول با تغییر بندهای آنها
وانگ و همکاران (۲۰۱۵)؛ فاریس ^۲ (۲۰۰۶) و مَن (۲۰۰۲)	مدیریت	طراحی اصول و عوامل جدید
سلیمی‌نمین و نظامتی (۲۰۰۳)	علوم اجتماعی	

بر اساس آنچه گفته شد، در این پژوهش به این پرسش اساسی پرداخته می‌شود که چرا چهل اصل در حوزه‌های مختلف به اندازه حوزه مهندسی مورد استقبال قرار نگرفته است؟ و آیا با روش چهارمی متفاوت با سه روش معرفی شده می‌توان بدون دچار شدن به آسیب‌های موجود در سه روش قبل، چهل اصل را در حوزه پژوهشی خود به کار گرفت؟

۴۹

روش پژوهش

در پژوهش پیش رواز روش تحلیل مضمونی قیاسی^۳ استفاده شد. در این رویکرد، برخلاف رویکرد استقرایی^۴، ادبیات و نظریه‌های قبلی به کمک فرآیند تحلیل مضمونی می‌آیند. محقق با کمک یافته‌ها و تجربه‌های موجود در ادبیات، بهتر می‌تواند کدها و مضمون‌ها را شناسایی کند. نظریه‌های موجود در این رویکرد ابزاری مؤثر در ایده‌پردازی و ارائه تفسیر هستند. البته تأیید، اصلاح یا رد پژوهش‌های قبلی در رویکرد قیاسی بلامانع است و حتی به‌عنوان یک نقطه قوت به شمار می‌رود. (کاروناسنا^۵، ۲۰۱۲: ۱۶۸-۱۶۷) روش گردآوری داده‌ها در این پژوهش نیز مطالعات کتابخانه‌ای و مصاحبه نیمه‌ساخت یافته است. بر این مبنا، پس از بررسی عمیق ادبیات تریز و حوزه فرهنگ تا رسیدن به تسلط نسبی، الگوی اولیه‌ای تدوین شده و سپس این الگو طی مصاحبه‌هایی با خبرگان دو حوزه تریز و فرهنگ که با استفاده از روش نمونه‌گیری بر مبنای اعتبار^۶ انتخاب شدند، اصلاح و تکمیل شده و پس از تدوین الگوی نهایی حاصل مطالعات کتابخانه‌ای و مصاحبه‌ها، رویکرد اتخاذ شده نسبت به چهل اصل، با استفاده از روش دلفی طی سه مرحله به صاحب‌نظران ارائه و در هر بار تکمیل‌تر شد و در نهایت صاحب‌نظران در پایان سومین مرحله، به‌طور کامل،

1. Zhang

2. Farias

3. Deductive Thematic Analysis

4. Inductive

5. Karunasena

6. Reputational Case Sampling

یافته‌ها را تأیید کردند. از آنجا که موضوع پژوهش میان‌رشته‌ای بوده و به دانش تریز و خط‌مشی فرهنگی مربوط است، شناسایی خبره مسلط به هر دو زمینه کار دشواری بود. به همین دلیل سه خبره حوزه تریز و سه صاحب نظر حوزه فرهنگ برای طی کردن فرآیند دلفی انتخاب شدند. البته توجه می‌شود که در این بین یکی از کارشناسان حوزه تریز با مباحث فرهنگی و اجتماعی آشنایی زیادی داشته و همچنین یکی از خبره‌های حوزه فرهنگ نیز مدرس دانش تریز بوده است.

همچنین با توجه به تمرکز این تحقیق بر الگوی حل مسائل فرهنگی، در انتهای فرایند تحقیق نیز، نتایج تحقیق با تشکیل یک جلسه گروه کانونی با شش خبره حوزه فرهنگ ارائه شده و پس از بحث و بررسی و دریافت اصلاحات لازم به تأیید این خبرگان رسید. این جلسه پس از پایان سه مرحله تعامل با خبرگان روش دلفی و پس از تدوین الگوی نهایی برگزار شد. این شش شرکت‌کننده گروه کانونی در واقع خبرگان جوان و تحصیل کرده حوزه فرهنگ بودند. درگیری نزدیک آنها با مسائل فرهنگی کمک‌کننده برای ارزیابی نهایی الگو بود. این الگو ابتدا برای اعضای جلسه ارائه شد و شرکت‌کنندگان به نوبت نکات خود را در مورد آن بیان کردند.

یافته‌ها

این پژوهش ضمن وارد کردن انتقاد به کیفیت، اعتبار و علمی بودن شیوه استفاده از چهل اصل در حوزه غیرمهندسی، در مقابل، راه‌حلی در این زمینه پیشنهاد می‌کند. بر اساس یافته‌های این پژوهش، هر چند اصول چهل‌گانه، اعتبار کافی برای استفاده در حوزه‌هایی چون علوم اجتماعی را ندارند، اما از آنها می‌توان به‌عنوان مجموعه‌ای از اصول راهنما به‌منظور ارتقاء خلاقیت ذهن پژوهشگر استفاده کرد. این رویکرد را می‌توان به‌عنوان روش چهارم و متفاوت با سه روش معمول استفاده محققان پیشین از چهل اصل در حوزه‌های غیرمهندسی مطرح کرد. توجه می‌شود که روش‌های معرفی شده در ادبیات، این چهل اصل را جهان‌شمول دانسته و ادعا می‌کنند که مسئله‌ای نیست که با این ابزار حل نشود. در ادامه به‌طور مفصل در مورد ناکامل بودن این رویکرد بحث می‌شود. بدین ترتیب در این بخش ابتدا در مورد روند طراحی چهل اصل اولیه و چگونگی شهرت یافتن آن در حوزه‌های غیرمهندسی بحث می‌شود. سپس آسیب‌ها و مشکلات رایج استفاده از این ابزار طرح شده و نهایتاً شیوه درست برخورد با این ابزار در حوزه غیرمهندسی ارائه می‌شود.

چگونگی شکل گیری چهل اصل

آلتشولر و همکارانش با بررسی دویست هزار سند ثبت اختراع، به این نتیجه رسیدند که در تمام این اختراعات بین چند عامل از عوامل ۳۹ گانه تضاد به وجود آمده و در مجموع مخترعان برای حل این تضادها از یک یا چند اصل از بین اصول چهل گانه استفاده کرده اند. آنها نتایج تحقیقات خود را در ابتدای دهه ۱۹۷۰ منتشر نمودند. (شولیاک، ۱۹۹۷: ۲۰) نکته قابل توجه در اینجا، نوع استفاده از این ابزار در دانش تریز و میزان توجه به آن از سوی مبدعانش است. آلتشولر چهل اصل را اولین بار به عنوان بخشی از اریز ۷۱ ارائه می کند (ایده پردازی تریز^۱، ۲۰۰۴) نه به عنوان دست آوردی ویژه و منحصر به فرد. در ادامه، ۱۳ سال بعد وی بخشی از کتاب خود را به معرفی این اصول اختصاص داد. (آلتشولر، ۱۹۸۴: ۲۰۲-۱۸۰) در واقع می توان گفت که هر چند چهل اصل ابزاری جذاب و کاربردی بود، اما اندیشمندان اصلی تریز هرگز آن را به عنوان ابزاری برتر از دیگر مباحث تریز مانند نتیجه نهایی ایده آل، اریز یا تحلیل شیء-اثر معرفی نکردند. اما برخلاف نگاه مبدعان تریز، امروز، به چهل اصل توجه بسیار زیادی می شود. در اینجا سؤالی که مطرح می شود آن است که در صورت اهمیت داشتن چهل اصل به میزانی که امروزه به آن بها داده می شود، آیا برجسته نکردن چنین یافته ای در آن دوران غیرعادی نیست؟ به نظر می رسد همراهان و شاگردان آلتشولر نیز به همین اندازه نسبت به چهل اصل کم توجه بوده اند، از زلوتین^۲، زوسمن^۳، خومنکوی^۴، سوچکوف^۵، کوالوسی^۶ و دیگران تلاش چشم گیری در این زمینه مشاهده نمی شود. در این بین تنها شولیاک کتاب «چهل اصل، شاه کلیدهای تریز برای نوآوری»^۷ را کمی پیش از مرگ خود منتشر کرده است که تلاش او را می توان ذیل رسالتش برای معرفی یافته های آلتشولر به جهانیان قرار داد نه علاقه خاصش به این ابزار چرا که در واقع شولیاک در مقایسه با دیگران بیشترین تلاش را برای ترجمه تألیفات آلتشولر به زبان انگلیسی داشته است.

شاید ریشه کم توجهی آلتشولر و همراهانش به چهل اصل را بتوان در مفهوم این

1. Ideation TRIZ
2. Zlotin
3. Zusman
4. Khomenko
5. Souchkov
6. Cavallucci
7. 40 Principles: TRIZ Keys to Technical Innovation

ابزار پیدا کرد. آلتشولر روش حل مسئله خلاقانه معمول را روش آزمون و خطا نامیده و انتقادهای جدی نیز به آن وارد می‌کند. در آزمون و خطا، تضمینی برای رسیدن به پاسخ وجود نداشته، علاوه بر اینکه بسیار نیز زمان‌بر است. در این روش ممکن است فرد مدت‌ها منتظر ایده نشسته بدون اینکه کاری از دستش برآید. (آلتشولر، ۱۹۹۶: ۷۱-۷۲) از نظر او، ادیسون مظهر روش آزمون و خطا است چرا که همه یافته‌های خود را با آزمون چندباره راه‌حل‌ها به‌دست آورده و روشی قطعی برای رسیدن به نوآوری ندارد. در ادامه، آلتشولر دقیقاً به همین دلیل، ادیسون و دیگر پژوهشگران مشابه او را مخترع نمی‌داند! (آلتشولر، ۱۹۹۶: ۷۸) در اینجا حتی روش‌های ذهن‌انگیزی^۱ و سینکتیک^۲ نیز در دسته آزمون و خطا، البته با شدت عدم اطمینان کمتر، قرار دارند؛ به این دلیل که در فرآیند آنها به شانس تمسک جسته می‌شود. (آلتشولر، ۱۹۸۴: ۳۰) در حقیقت همین استدلال را می‌توان برای انتقاد به روش چهل اصل نیز به کار برد. در واقع چهل اصل از نظر ماهیت، بیشتر به روش طوفان مغزی و سینکتیک شبیه است تا روش‌های خلاقانه تریز. هر چند چهل اصل راهنمایی‌های ویژه‌ای به نوآور ارائه کرده و او را بهتر از طوفان مغزی و سینکتیک، تا یک قدمی ایده خلاقانه پیش می‌برد، اما باید اعتراف کرد که ایده نهایی را خود نوآور و با روش آزمون و خطا باید معرفی کند. در واقع همین ماهیت روش چهل اصل شاید کم توجهی آلتشولر را نتیجه داده است. مقایسه این ابزار با اریز می‌تواند انتقاد وارد شده به چهل اصل را روشن‌تر کند. به این مسئله از جنبه دیگری نیز می‌توان نگرست. در نظر آلتشولر و همراهانش، چهل اصل، ابزاری در میان ابزارهای دیگر بوده و دلیلی برای بزرگ‌تر تصور کردن آن وجود نداشته است. در اریز ۷۱ به بحث‌های مختلفی از جمله نتیجه نهایی ایده‌آل پرداخته شده است و در این بین، چهل اصل، ابزار برتری به شمار نمی‌رود. (آلتشولر، ۱۹۹۹: ۱۱۹-۱۱۰)

فارغ از بحث مطرح شده در مورد چهل اصل اما بررسی چگونگی گسترش این ابزار در حوزه‌های مختلف و تبدیل شدن آن به نماینده دانش تریز نیز قابل توجه است. در واقع نه آلتشولر و نه پیروانش نقش اصلی در مطرح شدن این ابزار در حوزه‌های مختلف نداشتند. سادگی، قابل فهم بودن و البته جذابیت این ابزار به راحتی می‌توانست نظر خیلی‌ها را به خود جذب کند. با این حال، استفاده گسترده از این ابزار در حوزه‌های مختلف، بعد از

1. Brainstorming
2. Synectics

مرگ آلتشولر و شولیاک و به دست افرادی غیر از شاگردان مستقیم مبدع این ابزار ممکن شد. برای مثال درلמן که بیشترین نقش را در ارائه چهل اصل در حوزه‌های غیرمهندسی داشته، در واقع بیشتر، فعال حوزه کسب و کار است تا اندیشمند حوزه تریز. درلמן نقش زیادی در شهرت چهل اصل حوزه کسب و کار داشت (من، ۲۰۰۲) که البته بعداً با وجود تغییراتی در محتوای آن، (فارییس، ۲۰۰۶ و وانگ و دیگران، ۲۰۱۵) این یافته‌ها به اندازه کافی نیز مورد پذیرش قرار نگرفت.

مشکلات استفاده معمول از چهل اصل در حوزه‌های غیرمهندسی

بررسی‌ها نشان می‌دهند که شیوه پرداختن آلتشولر (آلتشولر، ۱۹۹۹: ۱۱۹-۱۱۰) یا حتی شولیاک (شولیاک، ۱۹۹۷) به چهل اصل بسیار متفاوت با رویکرد درلמן (من و کدین، ۲۰۰۱) و (من، ۲۰۰۲) و دیگر محققانی که از این ابزار در حوزه تخصصی خود استفاده کرده‌اند، بوده است. در شیوه آلتشولر و شولیاک، این ابزار در کنار انبوهی از اصول، مبانی و راهنمایی‌های تریز در مورد تضاد و خلاقیت مطرح می‌شود، حال آنکه در نگرش درلמן و هم‌سنخان او، به این اصول و مبانی اهمیت زیادی داده نشده و تنها با ارائه مقدمه‌ای ساده و بدون پرداختن به ماهیت تضاد یا نگرش نسبت به خلاقیت، اصل‌ها به همراه مثال‌هایی بیان می‌شوند که این امر باعث جدا شدن ابزار چهل اصل از ماهیت خود و بروز کژکارکردهایی می‌شود. در واقع شناسایی تضاد موجود و جایگذاری آن در ماتریس تضاد بدون توجه به تعریف تریز از آن به اندازه کافی علمی نیست.

توضیح بیشتر اینکه برای استفاده از ماتریس تضاد و چهل اصل ابتدا باید تضاد اولیه و دو عامل اثرگذار بر یکدیگر در یک مسئله را به درستی تشخیص داد. اشتباه در شناسایی این تضاد، در ادامه مانع استفاده درست از ماتریس تضاد و چهل اصل می‌شود، به‌طوری که فرد بهره زیادی از این ابزار نخواهد برد. این در حالی است که شناسایی درست این تضاد نیز مستلزم آشنایی با مفهوم تضاد در دانش تریز، تجزیه و تحلیل شیء - اثر، نتیجه نهایی ایده‌آل و البته راهنمایی‌های متعدد در مورد خود چهل اصل و چگونگی شکل‌گیری آن است. بی‌توجهی به تضاد به‌عنوان بحث زیربنایی برای چهل اصل، موفقیت در استفاده از این ابزار را با چالش مواجه می‌کند. این در واقع اشتباهی است که نگرش‌های جدید نسبت به این ابزار مرتکب شده‌اند.

استفاده از چهل اصل در حوزه‌های غیرمهندسی را از زاویه دیگری نیز می‌توان نقد

کرد. بالاتر توضیح داده شد که این ابزار بعد از بررسی سندهای ثبت اختراع طراحی شده است. در واقع آلتشولر با روش استقرایی، از داده‌های مربوط به اختراعات، یک نتیجه کلی را استخراج کرده است. (شولیاک، ۱۹۹۷: ۲۰) ده‌ها هزار روش حل خلاقانه مسئله، همه از چهل اصل و ۳۹ عامل پیروی می‌کنند. (طالقانی، ۱۳۹۱) حال آیا این چهل اصل در حوزه غیرمهندسی نیز از پشتوانه ده‌ها هزار سند ثبت اختراع حوزه غیرمهندسی برخوردار بوده و توسط آنها تأیید می‌شود؟ در حقیقت به دلیل متفاوت بودن ماهیت مسائل حوزه مهندسی با بسیاری از حوزه‌های دیگر، نمی‌توان روش استقرایی استفاده شده را به آنها نیز تعمیم داد. در واقع چون مبنای طراحی چهل اصل متفاوت با ابزارهای دیگر حوزه تریز است، بدون ارائه شواهد کافی نمی‌توان آن را برای حوزه‌های دیگر به کار برد. با این استدلال در واقع استفاده از چهل اصل در حوزه‌های مختلف از جمله علوم اجتماعی، خدمات و مدیریت حتی با وجود تغییر در بندهای آن، فاقد پشتوانه علمی کافی بوده و قابل نقد است.

سه انتقاد وارد شده به استفاده معمول از چهل اصل در حوزه‌های غیرمهندسی را به‌طور خاص می‌توان برای حوزه علوم اجتماعی تحلیل کرد. حوزه علوم اجتماعی در مقایسه با حوزه مهندسی با روابط گسترده‌تر و مبهم‌تر، تضادهای پیچیده‌تر و عمیق‌تر و جایگاه ویژه عامل انسانی مواجه است. همه اینها باعث می‌شود که ۳۹ عامل را نتوان به‌راحتی برای شناسایی تضادهای موجود در حوزه‌های اجتماعی به کار برد. چرا که این عوامل برای حوزه اجتماعی گسترده‌تر و پیچیده‌ترند، به‌طوری که به‌سادگی نمی‌توان آنها را شناسایی کرد. همین مشکلات در مورد اصول چهل‌گانه نیز قابل طرح است. در واقع شناسایی راهکار خلاقانه به کار رفته در حل یک مسئله اجتماعی به هیچ عنوان ساده نیست. حتی به سختی می‌توان یک تصمیم خلاقانه را از میان تصمیم‌های دیگر تشخیص داد. فراتر از آن، در مورد درست بودن یا اشتباه بودن یک تصمیم نیز نمی‌توان با اطمینان کامل قضاوت کرد. همه این مشکلات، طراحی چهل اصل و ماتریس تضاد در حوزه علوم اجتماعی را با چالش جدی مواجه می‌کند.

در مجموع باید گفت یافتن معادل علوم اجتماعی برای بعضی از اصول بسیار دشوار است. ضمن اینکه احتمالاً بررسی بیشتر نشان دهد که معادلی برای بعضی از اصل‌ها وجود ندارد و باید اصول جدیدی مختص حوزه اجتماعی طراحی شود. همچنین تضمینی وجود ندارد که تعداد مطلوب اصول حوزه علوم اجتماعی دقیقاً برابر با چهل باشد.

ارائه راهکار برای حل مشکلات طرح‌شده

با وجود نقدهای مطرح شده به استفاده از چهل اصل در حوزه‌های مختلف، پژوهش پیش رو نه تنها مخالف با هرگونه استفاده از این ابزار در علوم اجتماعی نیست، بلکه هدف آن نیز ارائه راهکار مناسب جهت استفاده درست از ابزار چهل اصل در این حوزه است. به‌طور خاص، پژوهش حاضر با تمرکز بر به‌کارگیری تریز در حوزه خط‌مشی‌گذاری فرهنگی تلاش نموده به ارائه راهکاری منطقی جهت استفاده از چهل اصل ابداعی در تعریف و حل مسائل فرهنگی همت گمارد.

در مبانی تریز بیان می‌شود که از چهل اصل به دو روش «دوستی با اصل‌ها» و «ماتریس تضاد فنی» می‌توان استفاده کرد. (شولی‌اک، ۱۹۹۷: ۱۵) دوستی با اصل‌ها - به معنای مرور چند باره اصل‌ها، فهم کامل آنها و به ذهن سپردن چند نمونه از روش‌های حل‌شان - یکی از راه‌هایی است که بعداً برای ارائه راهکار خلاقانه و حل مسائل جدید از آن می‌توان استفاده کرد. کسانی که اصول چهل‌گانه را به ذهن سپرده و مثال‌های متعددی از مسائل حل شده توسط آنها را به یاد دارند، در مواجهه با مسئله جدید، بهتر می‌توانند اصل مناسب برای آن را پیشنهاد کنند. دوستی با اصل‌ها در واقع روشی جایگزین در غیاب ۳۹ عامل است. بنابراین بر اساس مباحث مطرح شده در بالا، به دلیل دشواری شناسایی عوامل حوزه غیرمهندسی، پیشنهاد این پژوهش استفاده از روش دوستی با اصول از بین دو روش موجود است.

هر چند استدلال شد که طرح اصول برای حوزه غیرمهندسی به روش معمول، خالی از اشکال نیست، اما در کنار آن نیز بیان شد که بهره‌گیری از این اصول در قالب مجموعه‌ای از راهنمایی‌ها بلامانع است. آلتشولر چهل اصل خود را برای حوزه مهندسی جهان‌شمول دانسته و معتقد بود که همه مسائل حوزه مهندسی را با این ابزار می‌توان حل کرد. اما پژوهش پیش‌رو تعمیم این تفکر نسبت به چهل اصل در حوزه‌های غیرمهندسی را مورد نقد قرار داد. با این حال به این نکته مهم نیز اذعان دارد که تکنیک‌های خلاقانه مطرح شده در این اصول، برای فعال نمودن ذهن خط‌مشی‌گذار فرهنگی بسیار مفید بوده و می‌تواند اندیشیدن به راه‌حل خلاقانه جهت حل مسائل فرهنگی را به او بیاموزد. با این توضیح، در این تحقیق بعد از واکاوی‌های متعدد، شش اصل ۱۸، ۲۸، ۲۹، ۳۲، ۳۷ و ۳۸ به دلیل عدم سنخیت فراوان با حوزه فرهنگ، کنار گذاشته شده و در ذیل ۳۴ اصل باقیمانده، ۳۶ راهنما جهت حل مسائل حوزه فرهنگ ارائه گردیده است. (جدول ۵) به

دلیل حساسیت‌های ویژه حوزه فرهنگ، در انتخاب راهکارها دقت بسیار زیادی به کار رفته است. شایان ذکر است که این راهکارها پس از تدوین اولیه، با استفاده از روش دلفی نهایی شده‌اند.

در مورد تفاوت این روش برخورد با ابزار چهل اصل در مقایسه با رویکرد سوم که بالاتر مطرح شد باید گفت که در رویکرد جدید، آنچه مطرح می‌شود راهکار است نه اصل جهان‌شمول؛ بنابراین تعهدی به پایبندی به چارچوب اولیه وجود ندارد. برای نمونه ذیل اصول حذف شده هجدهم بندهای «لرزش‌های مکانیکی را با ارتعاش‌های پیزو جایگزین کنید.» یا «ارتعاش‌های فراصوت و میدان الکترومغناطیسی را همراه با هم به کار برید.» و بیست و هشتم بندهای «از میدان الکتریکی، مغناطیسی یا الکترومغناطیسی برای اثرگذاری بر جسم استفاده نمایید» و «میدان‌ها را همراه با ذرات فرو مغناطیسی به کار ببرید.» مطرح شده بود که جایگاهی برای استفاده در حوزه اجتماعی نداشتند. در رویکرد سوم، همه این چهل اصل بدون استثنا بازسازی شده و برای تولید ماتریس نیز تلاش می‌شود که در نتیجه چالش‌ها و انتقادهای مطرح شده در بالا را ایجاد می‌کند. اما در رویکرد چهارم، بعضی از اصول، همان‌گونه که گفته شد، حذف شدند.

جدول ۵: راهکارهای خلاقانه اقتباس‌شده از چهل اصل برای حوزه مسائل فرهنگی

اصل یک: تقسیم
مسئله را به اجزای جدا و مستقل از هم تقسیم کنید.
مسئله را قطعه قطعه کنید
درجه و میزان قطعه قطعه بودن مسئله را افزایش دهید.
اصل دو: اقتباس
بخش یا مشخصه مزاحمی را از مسئله اقتباس کنید.
فقط قطعه لازم یا مشخصه مورد نظر را از مسئله اقتباس کنید.
اصل سه: کیفیت موضوعی
تغییر ساختار همگن و یکسان یک مسئله یا محیط بیرونی به ساختار ناهمگن و چندگونه
اجزای مختلف یک مسئله باید کارکردها و وظایف مختلفی را انجام دهند.
هر قسمت از مسئله باید در شرایطی قرار گیرد که برای انجام عملیاتش مطلوب‌تر است.
اصل چهار: نامتقارن‌سازی

فرم و شکل متقارن یک مسئله را با فرم و شکل نامتقارن آن جایگزین کنید.
اگر مسئله هم‌اکنون نامتقارن است درجه عدم تقارن آن را بیشتر کنید.
اصل پنج: ادغام
مسائل مشابه یا مسائلی را که برای انجام عملیات پی‌درپی در نظر گرفته شده‌اند به صورت مکانی یا زمانی با هم ادغام کنید.
عملیات مشابه یا پی‌پی را به صورت زمانی با هم ترکیب کنید.
اصل شش: چندکارگی
یک مسئله می‌تواند کارکردهای متنوعی داشته باشد، بنابراین اجزای دیگر حذف می‌شوند.
اصل هفت: آشیانه دادن
مسئله‌ای درون مسئله دیگر قرار داده می‌شود. آن مسئله هم به درون مسئله سومی می‌رود و این کار ادامه می‌یابد...
مسئله از طریق مسیر و پیشنهادی به دون مسئله دیگر وارد می‌شود.
اصل هشت: جبران وزن
دشواری مسئله را با اتصال دادن آن به مسئله دیگری که دارای راه‌حل مناسب است جبران کنید.
دشواری مسئله را با نیروها و ظرفیت‌هایی که از محیط اطراف تأمین می‌شود جبران کنید.
اصل نه: واکسیناسیون
اگر انجام کاری به مسئله تنش وارد می‌کند، مقابله پیشاپیش با آن یا عمل خنثی‌کننده‌اش را از قبل انجام دهید.
اصل ده: اقدام مقدماتی
نیاز مسئله به تغییر یافتن را به‌طور کامل یا نسبی از پیش تدارک ببینید
مسائل را از قبل طوری بچینید که بلافاصله از مطلوب‌ترین جای ممکن وارد عمل شوند.
اصل یازده: راه نجات
قابلیت اطمینان کم را با از پیش فراهم کردن اقدامات فوریتی متناسب با شرایط خطر جبران کنید.
اصل دوازده: هم‌سطح‌سازی
شرایط کار را به‌نحوی تغییر دهید که به ایجاد تغییر در مسئله نیازی نباشد.
اصل سیزده: تغییر جهت
به‌جای انجام مستقیم کاری که توسط شرایط مسئله تحمیل شده است، عمل مخالف آن را اجرا کنید. (مثل رد کردن به‌جای تأیید کردن)
از سوی دیگر و متفاوت با وضعیت فعلی به مسئله نگاه کنید.
بخش‌های پویای مسئله یا محیط اطراف را ساکن کنید و قسمت‌های ساکن را پویا نمایید.

اصل چهارده: انحنای دادن
از مسیر مستقیم حل مسئله وارد نشده و برای امتحان مسیرهای متفاوت داشته باشید.
اصل پانزده: پویایی
مشخصه‌های یک مسئله یا محیط اطراف آن باید به گونه‌ای تعریف شوند که در هر مرحله از کار، عملکرد بهینه داشته باشند.
اگر مسئله‌ای غیرقابل تغییر است امکان تغییر را در آن فراهم کنید. سعی در قابل تعویض شدن همان مسئله داشته باشید.
مسئله را به اجزایی تفکیک کنید که بتوانند به نحوی مرتبط با هم موقعیت خود را تغییر دهند.
اصل شانزده: کمی کمتر کمی بیشتر
اگر دست یافتن به صد در صد یک اثر دشوار است به بیش از آن و یا کمتر از مقدار اصلی دست یابید.
اصل هفده: حرکت به بعدی جدید
حرکت یا جای‌گیری تک بعدی مسائل را به دو بعدی تغییر دهید. دو بعدی را سه بعدی کنید و این تغییر را ادامه دهید.
ترکیب و چیدمان چند لایه‌ای و چند سطحی مسائل را به کار بگیرید
مسئله یا محل قرارگیری آن را در سمت دیگرش استقرار داده و از جنبه دیگر مسئله را تعریف کنید.
به استفاده از جهت مقابل سطحی که مدنظر است فکر کنید.
اصل نوزده: عمل تناوبی
به جای انجام مستمر یک کار آن را با تناوب، شک یا مکث انجام دهید.
اگر کاری در حال حاضر تناوبی انجام می‌شود فرکانسش را تغییر دهید.
از ثبات موقت بین تغییرات برای تأمین کنش‌های بیشتر بهره بگیرید.
اصل بیست: تداوم کار مفید
کار را بدون وقفه به انجام برسانید. تمام قطعه‌های مسئله باید به طور مستمر و به تمام ظرفیت در حال کار باشند.
اجزا و عوامل زائد و واسطه را حذف کنید.
اصل بیست و یک: حمله سریع
کارهای زیان‌بار و خطرناک را با سرعت بسیار زیاد انجام دهید.
اصل بیست و دو: تبدیل ضرر با سود
عوامل زیان‌بار به خصوص عوامل محیطی را برای به دست آوردن اثرات مثبت به کار بگیرید.
یک عامل زیان‌بار را از طریق ترکیب با عامل زیان‌بار دیگر حذف کنید.
درجه عمل مضر را آن قدر افزایش دهید تا دیگر زیان‌بار نباشد.

اصل بیست‌وسه: باز خورد
باز خورد ایجاد نمایید.
اگر هم اکنون باز خورد وجود دارد آن را تغییر دهید.
اصل بیست‌وچهار: واسطه تراشی
از یک راهکار واسطه برای انجام شدن کار استفاده کنید.
مسئله را به‌طور موقت به مسئله دیگری که حذف کردنش آسان است مرتبط کنید.
اصل بیست‌وپنج: خدمت‌دهی به خود
یک مسئله باید به خودش خدمت دهد و عملیات خدمت‌دهی و اصلاح را خود انجام دهد.
از کارکردهای زائد، دور ریز و انرژی‌های هدر رونده استفاده کنید.
اصل بیست‌وشش: کپی کردن
باید از یک راهکار ساده و کم هزینه‌تر به‌جای راهکار شکننده یا نامطلوب که کار با آن راحت نیست استفاده کرد.
به‌جای مسئله (یا سیستمی متشکل از اجزای مختلف) از تصویر و عکس آن استفاده کنید. این تصویر می‌تواند کوچک یا بزرگ‌نمایی شود.
اصل بیست‌وهفت: یک بار مصرفی
راه‌حل پرهزینه را با گزینه مشابه کم هزینه جایگزین کرده و از بعضی مشخصه‌ها مثل دوام و پایداری طولانی مدت صرف‌نظر کنید.
اصل سی: مرز نازک و انعطاف‌پذیر
یک مسئله را به‌وسیله مرزهای نازک و انعطاف‌پذیر از محیط پیرامونش جدا کنید.
اصل سی‌ویک: شکاف میان اجزا
بین اجزا و بخش‌های تشکیل‌دهنده مسئله شکاف ایجاد کرده و پیوستگی میان آنها را بشکنید.
اگر هم اکنون میان اجزای تشکیل‌دهنده مسئله شکاف وجود دارد آن را با راهکارهای بیرونی و جدید پر کنید.
اصل سی‌وسه: هم‌جنس و همگن‌سازی
اجزای مرتبط با مسئله اصلی باید از همان راهکارهای یک جنس (و یا موادی با ویژگی‌های مشابه) مسئله اصلی ساخته شوند.
اصل سی‌وچهار: رد کردن و بازسازی اجزا
پس از کامل انجام شدن یک کارکرد یا بی‌استفاده شدن یک راهکار از مسئله، آن را دور اندازید (تخریبش کنید، حل نمایید، حذفش کنید) یا در حین انجام فرآیند تغییرش دهید.
اجزای استفاده شده مسئله باید در حین کار بازسازی شوند.

اصل سی و پنج: تغییر ویژگی
ویژگی‌های ظاهری مسئله را تغییر دهید.
به تغییر پیچیدگی بیندیشید.
درجه انعطاف‌پذیری را تغییر دهید.
در گستردگی یا شدت تغییر ایجاد کنید.
اصل سی و شش: تغییر فاز و وضعیت کلی
از اثرات تغییر فاز و وضعیت کلی مسئله استفاده کنید (مثلاً تغییر اندازه، بازه زمانی، پیچیدگی و...)
اصل سی و نه: محیط خنثی
محیط بی‌اثر را جایگزین محیط طبیعی کنید.
یک راهکار با جزئی خنثی را درون مسئله وارد کنید.
فرآیند را در خلأ به انجام برسانید.
اصل چهل: اجزای مرکب
برای حل مسئله به‌جای استفاده از راهکارهای یک شکل و همگن از اجزای مرکب و متفاوت استفاده کنید.

این راهنمایی‌ها به اصلاح ساختار ذهنی خط‌مشی‌گذار فرهنگی و پرورش تفکر خلاق در او کمک می‌کند. در ادامه نمونه‌هایی از بکارگیری راهنمایی‌های بالا در زمینه خط‌مشی‌گذاری فرهنگی ارائه شده است. باید توجه داشت که پژوهش حاضر تأکید زیادی بر انطباق با ویژگی‌های حوزه فرهنگ داشته و با همین هدف به متناسب‌سازی راهنمایی‌ها برای حوزه فرهنگ پرداخته است.

جدول ۶: نمونه‌هایی از به‌کارگیری راهنمایی‌های چهل اصل تریز در زمینه خط‌مشی‌گذاری فرهنگی^۱

راهکار سبزه: تغییر جهت
از سوی دیگر و متفاوت با وضعیت فعلی به مسئله نگاه کنید:
- با توسعه فرآیند تبادل دانشجو و استاد با دانشگاه‌های برتر دنیا می‌توان معضل فرار مغزها را کم کرد.
- بهتر است به‌جای کنترل محتواهای تولید شده توسط کاربران ^۱ مانند آپارات، برای انتشار محتوای نامناسب، قوانینی علیه کاربرانی که محتوا را بارگذاری می‌کنند وضع کرد؛ یعنی کنترل را از منتشرکننده به تولیدکننده منتقل کرد. این کار هم دعوای حقوقی را کم کرده و هم از تولید محتوای نامناسب را کاهش می‌دهد.

راهکار هفده: حرکت به بعدی جدید

مسئله یا محل قرارگیری آن را در سمت دیگرش استقرار داده و از جنبه دیگر مسئله را تعریف کنید. به استفاده از جهت مقابل سطحی که مدنظر است فکر کنید.

- بررسی ازدواج‌های موفق و ارائه آمار برای آن به جای بررسی طلاق و ارائه آمارهای آن. این کار از تأثیرات روانی طلاق می‌کاهد.

راهکار نوزده: عمل تناوبی

به جای انجام مستمر یک کار آن را با تناوب، شک یا مکث انجام دهید.

بهتر است فرآیند ترک اعتیاد (به مواد مخدر، دخانیات، فضای مجازی، بازی و...) به صورت حذف کامل عامل اعتیادآور^۱ انجام نشده و فرد به صورت دوره‌ای و تناوبی به تدریج اعتیاد خود را کنار بگذارد.

راهکار بیست و دو: تبدیل ضرر با سود

یک عامل زیان‌بار را از طریق ترکیب با عامل زیان‌بار دیگر حذف کنید.

مصرف سیگار ناپسند است، اما برای جلوگیری از قاچاق بی‌رویه آن و ورود و ترویج شکل‌های بدتر دخانیات مانند قلیان، پیپ و... باید از فرآیند تولید و توزیع سیگار در کشور حمایت کرد.

درجه عمل مضر را آن قدر افزایش دهید تا دیگر زیان‌بار نباشد.

برخورد با بعضی از ناهنجاری‌ها به عنوان یک عامل ناپسند شناخته می‌شود و بعضاً از آن به عنوان ابزار تبلیغ برای رسانه‌های معاند استفاده می‌شود تا آنجا که این کارها را اعمال مضر و آسیب‌زا می‌نامند؛ مانند جمع‌آوری کارت‌های خواب‌ها از سطح شهر، برخورد با اسراف‌گران و ثبت تخلف‌های رانندگی و توقیف خودرو. بهتر است به صورت منطقی و مداوم بر شدت برخورد با این هنجار شکنی‌ها افزود تا آنجا که پذیرش اجتماعی برای آن ایجاد شود.

راهکار بیست و چهار: واسطه تراشی

از یک راهکار واسطه برای انجام شدن کار استفاده کنید.

یکی از دلایل بروز آسیب‌های اجتماعی و کج‌روی‌های جنسی، بالا بودن سن ازدواج بوده که پایین آوردن این نرخ نیز راهکاری تأیید شده برای کاهش آسیب‌های بیان شده است. در اینجا می‌توان از ترویج ازدواج آسان به عنوان ابزاری میانجی و واسطه‌ای برای پایین آوردن سن ازدواج و در نتیجه کاهش آسیب‌های اجتماعی استفاده کرد.

مسئله را به طور موقت به مسئله دیگری که حذف کردنش آسان است مرتبط کنید.

در راهنمایی و رانندگی، قوانین دشوار برای بستن کمربند ایمنی وضع شده و برای اجرای آن سخت‌گیری می‌شود. نتیجه اینکه پس از مدتی مردم به کمربند بستن عادت کرده و به راحتی می‌توان این سخت‌گیری‌ها را کم کرد.

راهکار سی و چهار: رد کردن و بازسازی اجزا

پس از کامل انجام شدن یک کارکرد یا بی‌استفاده شدن یک راهکار از مسئله، آن را دور اندازید (تخریبش کنید، حل نمایید، حذفش کنید) یا در حین انجام فرآیند تغییرش دهید.

در صنعت بازی‌سازی از فرم و قالب جذاب برای جلب توجه مخاطب استفاده شود. در ادامه اما پس از انتقال محتوای مورد نظر به او برای جلوگیری از اعتیاد به بازی، باید ابزار جذابیت را از بین برد یا تعداد مراحل را محدود کرد و یا داستانی پایان‌پذیر ساخت.

۱. اصطلاحاً با سقوط آزاد یا بستن به تخت شناخته می‌شود.

راهکار سی‌وپنجم: تغییر ویژگی

ویژگی‌های ظاهری مسئله را تغییر دهید

به این دلیل که برخی از افراد جامعه از طرح مسائل جنسی خودداری می‌کنند پیشنهاد می‌شود به جای برگزاری کلاس‌ها و ارائه مشاوره‌های حضوری، سرمایه‌گذاری بیشتری بر آموزش‌های مجازی و غیرمستقیم شود. در اینجا البته باید به ارائه آموزش متناسب با رده سنی و آسیب انتشار محتوای خاص در فضای مجازی توجه داشت. بنابراین ارائه مشاوره غیرمستقیم و بی‌نام توصیه می‌شود. ترویج وقف فرهنگی میان خیرین به‌عنوان یکی از مسیرهای وقف (توزیع بلیت سینما، انتشار محتوای فرهنگی، ساخت مراکز پژوهشی، برگزاری اردوهای مذهبی و...)

راهکار سی‌ونه: محیط خنثی

محیط بی‌اثر را جایگزین محیط طبیعی کنید

یکی از مهم‌ترین عوامل بازگشت به اعتیاد، بازگشت به محیط طبیعی و پیشین است. بهتر است که محیط زندگی فرد پس از ترک اعتیاد عوض شود یا حداقل اینکه اثرات سوء آن خنثی شود. (توجه می‌شود که یکی از ویژگی‌های خوب و مهم کمپ ترک اعتیاد، جدا کردن فرد از محیط قبلی است).

یک راهکار یا جزئی خنثی را درون مسئله وارد کنید

بهتر است پس از اعمال نظارت بیشتر بر قاچاق دخانیات، میزان نیکوتین سیگارهای موجود در بازار را با اضافه کردن مواد کم خطرتر کاهش داد. کاهش تدریجی زیان‌های دخانیات موجود در بازار به سلامت اجتماعی و اراده برای ترک کمک می‌کند.

۶۲

همان‌گونه که در بخش روش تحقیق نیز بیان شد، یافته‌های این پژوهش پس از طی مراحل مختلف، در انتها نیز در یک جلسه گروه کانونی ارائه شده و به تأیید خبرگان حوزه فرهنگ رسید. نقد رویکردهای مختلف نسبت به چهل اصل و همچنین ارائه رویکرد جدید راهکار محور به‌جای ترجمه اصول چهل‌گانه و ماتریس تضاد برای جلوگیری از وارد کردن بی‌قاعده اصول مهندسی به حوزه فرهنگی، دو یافته این پژوهش است. در واقع مسئله استفاده درست از چهل اصل تریز در حوزه فرهنگ برای خبرگان مطرح شد و بعد از دریافت راهنمایی‌های مؤثر و کاربردی خصوصاً از یکی از خبرگان حوزه تریز، این ۳۶ راهکار استخراج شدند که در نهایت مورد تأیید هر شش خبره، پس از آن جلسه گروه کانونی بود.

جمع‌بندی

هدف پژوهش، ارائه نحوه درست و منطقی استفاده از ابزار چهل اصل ابداعی تریز در حوزه خط‌مشی‌گذاری فرهنگی بود. این توجه ویژه به این ابزار در حوزه‌های مختلف غیرمهندسی البته با آسیب‌هایی همراه بوده است. در واقع چهل اصل تریز اولیه را نمی‌توان برای حوزه غیرمهندسی به کار برد، چرا که این ابزار به روش استقراء و با پشتوانه هزاران سند ثبت

اختراع حوزه مهندسی طراحی شده و استفاده از آن برای حوزه‌های دیگر بدون در نظر گرفتن این پیشینه، علمی و دقیق نیست. متأسفانه پژوهش‌های زیادی بدون توجه به این نکته چهل اصل را در زمینه علمی خود استفاده می‌کنند. علاوه بر این، پژوهشگران به تخصصی بودن این ابزار توجه نکرده و آن را بدون توجه به مبانی علمی مرتبط با آن و بستر دانشی زیربنای آن به کار می‌برند که این امر نیز به بهره‌گیری از ابزار چهل اصل آسیب‌های جدی وارد کرده است و باعث کاهش کیفیت تحقیق و افزایش احتمال اشتباه می‌شود.

دو رویکرد اول که در پیشینه پژوهش معرفی شدند اصول اولیه چهل اصل را بدون هیچ تغییری و نهایتاً با ذکر مثال و توضیح برای حوزه‌های غیر مهندسی استفاده می‌کنند. استفاده از چهل اصل با این زاویه نگاه برای حوزه فرهنگ با آسیب‌هایی همراه بوده و باعث سطحی‌نگری نسبت به مسائل فرهنگی می‌شود. این انتقاد برای رویکرد سوم نیز مطرح است. اندیشمندان این دسته سعی در بازسازی ماتریس تضاد دارند. توجه می‌شود که این ماتریس بعد از دسته‌بندی بیش از ۲۰۰ هزار سند ثبت اختراع به‌وجود آمده و ترجمه آن برای حوزه فرهنگ باعث از دست رفتن اعتبار علمی یافته‌ها خواهد شد. پژوهش پیش رو به روشنگری در این زمینه پرداخته و پیشنهاد می‌کند که از راهکارهای خلاقانه این ابزار به جای اصول آن استفاده شود. این رویکرد در واقع از نگاه ساده‌انگارانه به مقوله پیچیده فرهنگ جلوگیری کرده و انتقادی است به نگاه به فرهنگ از زاویه مهندسان. با این حال جدای از این تفاوت زاویه نگاه، رویکرد ارائه شده در این مقاله شباهت‌هایی به رویکرد سوم دارد. بدین ترتیب با این توضیحات، این پژوهش به ارائه تکنیک‌های خلاقیت مناسب‌سازی شده برای حوزه خط‌مشی‌گذاری فرهنگی براین اساس پرداخته است که می‌توان با بکارگیری آنها به تعریف و ارائه راه‌حل‌های خلاقانه و بدیع در حوزه فرهنگ پرداخت. پژوهشگران می‌توانند با کمک این پژوهش، خود را از دچار شدن به آسیب‌های موجود حفظ کرده و با الگو گرفتن از رویکرد مطرح شده در این پژوهش، راهکارهای خلاقانه را برای زمینه خود به کار برند و حتی اصول اختصاصی برای حوزه پژوهشی خود را شناسایی نمایند.

منابع

۱. احمدیان، مهدی؛ محمد مهدی ذوالفقارزاده و علی اصغر پور عزت. (۱۳۹۷). طرح ریزی پژوهش سامان مند و میان رشته ای برای بهره گیری از معارف اسلامی در حوزه مسائل انسانی - اجتماعی با کمک روش تریز. اندیشه مدیریت راهبردی. (۱۲(۲). ۱۵۶-۱۲۶.
۲. آلتشولر، گنریش. (۱۹۶۱). الگوریتم نوآوری: چگونه مخترع شویم. محمدحسین سلیمی نمین؛ حمیدرضا شهابی حقیقی و سیدحسین ایرانمنش. (۱۳۸۴). تهران: رسا.
۳. شولیاک، لف. (۱۹۹۷). ۴۰ اصل شاه کلیدهای Triz برای نوآوری. محمود کریمی و سیده نونا میرخانی. (۱۳۸۷). تهران: رسا.
۴. طالقانی، سید علی. (۱۳۹۱). استنتاج امر مشاهده نشده از امر مشاهده شده: استقراء، قیاس یا استنتاج از راه بهترین تبیین؟. روش شناسی علوم انسانی. (۷۰) ۱۸. ۷۹-۱۰۲.
۵. منصوریان، علیرضا. (۱۳۸۶). مهندسی خلاقیت Triz (تئوری ابداعی حل مسئله). تهران: رسا.

۶۴

6. Altshuller, G. (1984). *Creativity as an Exact Science: the Theory of the Solution of Inventive Problems*. Translated from the Russian: Anthony Williams. Amsterdam: Gordon and Breach Science Publishers.
7. Altshuller, G. (1996). *and Suddenly the Inventor Appeared Triz, the Theory of Inventive Problem Solving*. Translated from the Russian: Lev Shulyak. Worchester: Technical Innovation Center.
8. Altshuller, G. (1999). *The Innovation Algorithm Triz, Systematic Innovation and Technical Creativity*. Translated from the Russian: Lev Shulyak & Steven Rodman. Worcester: Technical Innovation Center.
9. Conley, D. W. (2009). *40 Inventive Principles With Business Examples*. Retrieved From: http://Innomationcorp.com/Files/40%20Inventive%20Principles_business_innomationllc_rev2.Pdf.
10. Ekmekci, I. & M. Koksai. (2015). Triz Methodology and an Application Example for Product Development. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. 3(195). Pp. 2689-2698.
11. Farias, O. O. (2006). The Logistic Innovation Approach and the Theory of Inventive Problem Solving. *Triz Journal*.
12. Gazem, N. & A. Abdul Rahman. (2013). Elaborating Triz Principles with Service Re-design Approaches. *Journal of Information Systems Research and Innovation*. 4(N/A). Pp. 94-105.
13. Gazem, N. A. J. & A. Abdul Rahman. (2014). Interpretation of Triz Principles in Service Context. *Asian Social Science*. 13(10). Pp. 108-130.
14. Karunasena, K. (2012). *An Investigation of the Public Value of E-Government in Sri Lanka*. Thesis for the Degree of Doctor of Philosophy. College of Business, Rmit University Melbourne. Australia.
15. Mann, D. (2002). *Hands-on Systematic Innovation*. Belgium: Creax Press.
16. Mann, D. & C. O. Catháin. (2001). Computer-Based Triz — Systematic Innovation Methods for Architecture. In: B. De Vries; J. Van Leeuwen. & H. Achten. (Eds). *Computer Aided Architectural Design Futures*. Dordrecht: Springer.
17. Mann, D. & C. O. Catháin. (2001). 40 Inventive (Architecture) Principles With Examples. *Triz Journal*.

18. Mann, D. & E. Domb. (2006). 40 Inventive (Business) Principles With Examples. *Triz Journal*.
19. Mann, D. & B. Winkless. (N.D). 40 Inventive (Food) Principles With Examples. *Triz Journal*.
20. Retseptor, G. (2005). 40 Inventive Principles in Marketing, Sales and Advertising. *Triz Journal*.
21. Retseptor, G. (2006). *40 Inventive Principles in Customer Satisfaction Enhancement*. Retrieved from: <http://Innomationcorp.com/wp-content/uploads/2017/08/40-Inventive-Principles-for-Customer-Satisfaction.pdf?6B2ee5>
22. Saliminamin, M. H. & N. Nezafati. (2003). A New Method for Creating Non-Technological Principles of Triz. *Triz Journal*.
23. Souchkov, V. (2007). Breakthrough Thinking with Triz for Business and Management: an Overview. *Icg Training & Consulting*. Retrieved from: <http://citeseerx.ist.psu.edu/Viewdoc/download?doi=10.1.1.554.9425&Rep=Rep1&Type=Pdf>
24. Stratton, R; D. Mann. & P. Otterson. (2019). *The Theory of Inventive Problem Solving (Triz) and Systematic Innovation—A Missing Link in Engineering Education?* Retrieved From: <Http://Citeseerx.ist.psu.edu/Viewdoc/Download?Doi=10.1.1.577.5090&Rep=Rep1&Type=Pdf>.
25. Thomas, E. (2004). *I-Triz Past and Future*. Ideation International Inc. Retrieved from: <https://docplayer.net/41229736-I-triz-past-and-future-ideation-international-inc.html>
26. Wang, M.; D. Zhang. & L. Zhang, (2015). Introduction of Triz Theory for the Conflict-Solving in the Building Energy and Environment Management System Innovation. *Procedia Engineering*. (121). Pp. 2232-2239.
27. Winkless, B. & D. I. Mann. (2001). Food Product Development and the 40 Inventive Principles. *Triz Journal*.
28. Zhang, J.; J. H. Chai. & K. C. Tan. (2003). 40 Inventive Principles with Applications in Service Operations Management. *Triz Journal*.

شبکه‌های اجتماعی مجازی به جزء جدانشدنی از زندگی روزمره ایرانیان بدل شده‌اند. همزمان با این استفاده رو به رشد، بحث‌هایی پیرامون نقش شبکه‌های اجتماعی در دینداری و تغییر نسبت کاربران با دین در جامعه در گرفته است و این پرسش مطرح شده که آیا شبکه‌های اجتماعی مجازی، باعث عرفی شدن کاربران خود می‌شوند؟ متأسفانه تاکنون صاحب‌نظران این مسئله را به‌طور مستقل مورد پژوهش قرار نداده‌اند و ضمن طرح مسائل دیگر تنها به تصدیق یا تکذیب کلی این رابطه بسنده کرده و دلایلی را نیز برای مدعای خود طرح ننموده‌اند. در اینجا با روش مرور سیستماتیک و با الگوبری از کار برگر و همکاران (۱۹۷۴) در توضیح دلایل عرفی شدن به‌واسطه مدرنیته، تلاش شده است تا در قالبی نظری، تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر عرفی شدن توضیح داده شود. بر این اساس دست‌کم شش استدلال نو برای تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر عرفی شدن کاربران ارائه شده است که عبارت‌اند از: مدیریت پنهان محتوا، فرامکانی و ارتباط با افراد بی‌شمار، فرازمانی بودن و درگیرکنندگی، انتشار سریع و مداوم اطلاعات، خلوت فردی و در نهایت تعاملی بودن و پسندمحوری که توضیحات آن در مقاله آمده است. البته در نهایت بر یکسویه نبودن این فرایند و نیز امکان مقاومت در برابر این موج در شرایطی خاص نیز تأکید شده است.

■ واژگان کلیدی:

اینترنت، شبکه‌های اجتماعی مجازی، عرفی شدن، عرفی‌زدایی، سکولارشدن

فهم عرفی شدن کاربران در شبکه‌های اجتماعی مجازی

محمدحسین سیاح طاهری (نویسنده مسئول)

دکتری جامعه‌شناسی دانشگاه علامه طباطبائی^(د)

m_sayahtaheri@atu.ac.ir

اردشیر انتظاری

دانشیار دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبائی^(د)

entezari@atu.ac.ir

محمدسعید ذکایی

استاد دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبائی

saeed.zokaeci@gmail.com

۱. مقدمه و بیان مسئله

کنش‌های مذهبی و گرایش‌های دینی همواره از مباحث دامن‌دار و دغدغه‌برانگیز در بین صاحب‌نظران رشته‌های گوناگون بوده است؛ اینکه مردم یک جامعه چه نسبتی با فرامین الهی و دین برقرار می‌کنند امری است که هم در شناخت بهتر یک جامعه مؤثر است و هم فی‌نفسه یک مسئله اساسی تلقی می‌شود. به‌ویژه در زمانه‌ای که به نظر می‌رسد «مسئله عرفی‌شدن»^۱ فرایند دینی‌شدن جامعه را به چالش فراخوانده است. (وریج کاظمی و فرجی، ۱۳۸۲: ۲۴۴)

صاحب‌نظران و اندیشمندان علوم اجتماعی به فراخور هرکس دلایل خاصی را برای وقوع عرفی‌شدن بیان کرده‌اند؛ برخی به فناوری‌های نوین ارتباطی و فضای مجازی اشاره کرده و برخی نیز عوامل دیگر را پررنگ کرده‌اند. برای مثال ویلسون (۱۹۸۷) تصریح می‌کند که با صنعتی‌شدن جوامع در حال توسعه، فشارهای مشابهی در جهت سکولاریزاسیون یا کاستن از معنا و اهمیت دین در عملکرد نظام اجتماعی به این جوامع وارد خواهد آمد. (همیلتون، ۱۳۸۷: ۳۰۱) مارتین نیز با ارائه برخی شواهد تجربی نشان می‌دهد که عرفی‌شدن با صنعتی‌شدن، پرولتاری‌شدن، شهری‌شدن و تحرکات اجتماعی در ارتباط است، همچنان که با تمایز نهادی یعنی جزء‌جزء‌شدن نقش دینی فرد نیز مرتبط می‌باشد (آزادارمکی و زارع، ۱۳۸۴: ۱۰) و به همین ترتیب.

اما بر نقش فضای مجازی و به‌ویژه شبکه‌های اجتماعی مجازی در رابطه با عرفی‌شدن هم در نظر اندیشمندان، کمتر تأکید شده و هم نظریه‌ای که با جزئیات دلایل این تأثیر را بیان کند وجود ندارد. برای مثال رونالد اینگلهارت «صنعتی‌شدن، مدرنیزاسیون (نوسازی)، افزایش سطح تحصیلات، افزایش سطح رفاه اقتصادی و امنیت اقتصادی و همچنین توسعه رسانه‌های جمعی را عامل دگرگونی ارزش‌های بین‌نسلی می‌داند. به‌نظر اینگلهارت یکی از عوامل مؤثر در تغییرات فرهنگی جهان کنونی، رسانه‌های جمعی، فناوری ماهواره و فناوری‌های ارتباطات و اطلاعات است» (ساعی و وطنی، ۱۳۹۲: ۱۸۶) اما وی توضیحات دقیقی راجع به دلایل این تأثیر ارائه نمی‌نماید.

در کشور ما نیز مجادله‌ای فراگیر در رابطه با نقش فضای مجازی در عرفی‌شدن کاربران وجود دارد. با گسترش شبکه‌های اجتماعی در سال‌های اخیر، برخی مراجع تقلید و صاحب‌نظران اجتماعی و فرهنگی، نسبت به وضعیت بدون مدیریت فضای مجازی،

شبکه‌های اجتماعی و تأثیر آنها بر دین‌هشدارهایی داده‌اند. در مقابل برخی مسئولان وزارت ارتباطات و اپراتورهای تلفن همراه، از افزایش پهنای باند و دسترسی به اینترنت حمایت می‌کنند و به دنبال رساندن اینترنت پرسرعت به شهرها و روستاهای دورافتاده هستند و در مقابل مخالفت‌ها همواره استدلال‌شان این است که دسترسی به اینترنت به دینداری، بی‌دینی و... کاربران ندارد یا اگر دارد، مسئولیت مقابله با تأثیرات منفی آن بر عهده متولیان زیرساخت نیست و دستگاه یا نهاد دیگری باید به عواقب این اقدامات بیندیشد و اقدامی اتخاذ کند. البته عمیق‌تر از تضاد منافع اقتصادی و اختلافات سیاسی، این مسئله یک لایه معرفتی و علمی نیز دارد؛ بدین معنا که همان‌طور که توضیح داده خواهد شد، شبکه‌های اجتماعی مجازی فرصت‌هایی را نیز برای دین‌محوری و توسعه دینداری پیش روی قرار می‌دهد، که باید به لحاظ کارشناسی و نظری، مورد بررسی واقع شود. لذا ما در این مجال به دنبال پاسخ به این دو پرسش هستیم که آیا شبکه‌های اجتماعی مجازی بر عرفی شدن کاربران خود تأثیر دارند یا خیر؟ و اگر پاسخ مثبت است، دلایل آن چیست؟

۲. پیشینه پژوهش

پیشینه مسئله تحقیق را صاحب‌نظران مختلفی تاکنون بررسی کرده‌اند، که ما به برخی از مهم‌ترین این تحقیقات اشاره می‌کنیم؛ اگرچه به‌طور کلی این حوزه چندان قدمت ندارد و مک‌کلور^۱ در این باره معتقد است جامعه‌شناسان اندکی برای ارزیابی اینکه آیا اینترنت بر روش تفکر مردم و رفتارهای دینی آنها تأثیرگذار هست یا خیر، تحقیق کرده‌اند. (مک‌کلور، ۲۰۱۷: ۴۸۳)

شجاعی‌زند و همکاران (۱۳۸۹) «رابطه جهانی شدن فرهنگی و عرفی شدن فردی با تأکید بر نقش عوامل زمینه‌ای» را بررسی کرده‌اند. بر اساس نتایج، جهانی شدن فرهنگی که یکی از شاخص‌هایش «میزان استفاده از اینترنت» است رابطه مستقیمی با عرفی شدن مردم جهان دارد. (البته با در نظر گرفتن سهم کنترلی سایر متغیرهای منتج از نظریه‌های رقیب مانند نظریه نوسازی و نظریه بازارهای مذهبی) یافته دیگر این مطالعه حاکی از این است که اثر جهانی شدن فرهنگی در کشورهای اسلامی، اثری غیرعرفی‌کننده و در کشورهای غیراسلامی اثری عرفی‌ساز است.

افشارکهن و همکاران (۱۳۹۰) به «بررسی وضعیت عرفی شدن دانشجویان و برخی عوامل مؤثر بر آن» در دانشگاه بوعلی سینا همدان پرداخته‌اند. بر اساس نتایج، میان عرفی شدن از یک سو و برخی متغیرها مانند مدت تحصیل در دانشگاه، گرایش عرفی دوستان، گرایش عرفی والدین، گرایش عقلانی دانشجویان و بهره‌مندی از وسایل ارتباطی نوین (اینترنت) رابطه وجود دارد.

کرم‌اللهی (۱۳۸۹) در تحقیقی «رابطه استفاده از اینترنت و دینداری کاربران» را در دانشگاه‌های شهر قم و با بهره‌گیری از نظریه عمل پیر بوردیو، مورد بررسی قرار داده است. نتایج نشان می‌دهد، میزان استفاده از اینترنت با هیچ کدام از ابعاد و نشانه‌های دینداری رابطه معنی دار ندارد، اما نوع استفاده از اینترنت رابطه معناداری با مقیاس کلی دینداری و برخی ابعاد دینداری (عبادت‌ها و احکام دینی) و نیز نشانه‌های دینداری دارد. همچنین نتایج پژوهش قاسمی و همکاران (۱۳۹۱) بین جوانان اصفهان حاکی از آن است که هرچه مدت زمان عضویت، میزان استفاده و میزان مشارکت و فعالیت کاربران در استفاده از فیس‌بوک افزایش پیدا می‌کند، از برجستگی هویت دینی نزد آنها کاسته می‌شود. (رابطه معنادار و معکوس)

از محققان خارجی، اسمیت و سیمینو^۱ به کارکرد اینترنت و رسانه‌های جدید در عرفی شدن توجه کرده‌اند. از نظر ایشان محیط رسانه‌های نوین با ایجاد فرصت‌ها و محدودیت‌ها بر فعالیت‌ها و نهادهای سکولار اثر می‌گذارد. در واقع هویت سکولار نه تنها در تعامل با همکیشان ایجاد می‌شود بلکه در داشتن ارتباط با مخالفان، متحدان، رسانه و افراد بیرونی شکل می‌گیرد و سکولارها با استفاده از شبکه‌های ارتباطی گسترده در اینترنت توانسته‌اند از آن به عنوان ابزاری برای انتشار باورها و بسیج نیروهای خود استفاده کنند. (اسمیت و سیمینو، ۲۰۱۲)

بانت^۲ هم در مطالعه خود با بیان اینکه «تأکید بیش از حد بر قدرت تأثیرگذاری اینترنت بر دین خطرناک است» چنین توضیح می‌دهد که اینترنت با اجزاء و اشکال مختلفش ظرفیت تحول در دین در ابعاد ارائه، شبکه‌سازی پیروان و کاربرد به عنوان ابزاری برای گرویدن به دین را در خود دارد. همچنین از اینترنت برای ارائه آنلاین تمایلات معنوی و دینی در فضای مجازی استفاده شده است. (بانت، ۲۰۰۹: ۲-۱)

1. Smith & Cimino

2. Bunt

دونی^۱ در مطالعه خود نشان می‌دهد که رواج استفاده از اینترنت در آمریکا سبب کاهش تعلق مردم این کشور به دین شده است؛ بنا به این تحقیق تربیت خانوادگی و محیط آموزشی خصوصاً دانشگاه‌ها در دورشدن افراد از مذهب، بسیار مؤثر است، اما تأثیرات این عوامل نسبت به تأثیر اینترنت، بسیار کمتر است بر اساس نتایج ۲۵ درصد عامل اثرگذار در دین‌گریزی مردم آمریکا، مربوط به اینترنت است. (دونی، ۲۰۱۴)

المنایس^۲ در مقاله‌ای به بررسی رابطه میان «دینداری و پیامدهای استفاده از رسانه‌های اجتماعی در یک کشور مسلمان» در چارچوب نظریه سکولارشدن پرداخته است. نتایج نشان می‌دهد که دینداری رابطه‌ای معکوس با استفاده از رسانه‌های اجتماعی دارد. یافته‌های این پژوهش به شدت با نظریه سکولارشدن مطابقت دارد به‌طوری که دینداری هم افراد را از تبعات منفی استفاده از رسانه‌های اجتماعی حفظ می‌کند هم از جایگزینی تبعات مثبت آن حمایت می‌کند. (المنایس، ۲۰۱۴: ۱۰۸)

در نهایت مک‌کلور بیان می‌کند که افزایش استفاده از اینترنت با کاهش تعلقات دینی و کاهش انحصارگرایی دینی همراه است، حتی اگر متغیرهای جمعیت‌شناختی کنترل شوند. همچنین تماشای تلویزیون به کاهش همراهی مذهبی و سایر فعالیت‌های زماندار دینی منجر می‌شود اما این نتایج در استفاده از اینترنت مشاهده نمی‌شود. (مک‌کلور، ۲۰۱۷)

همان‌طور که ملاحظه شد، برخی از تحقیقات داخلی مانند شجاعی‌زند و همکاران (۱۳۸۹) و خارجی مانند المنایس (۲۰۱۴) بر تأثیر مثبت فضای مجازی بر افزایش عرفی‌شدن تأکید کرده‌اند، اما برخی دیگر مانند بانت (۲۰۱۰) به امکانات اینترنت در تقویت دین پیروان تأکید کرده‌اند؛ لذا ملاحظه می‌شود علی‌رغم تحقیقات انجام‌شده، جای این پرسش همچنان باقی است که استفاده از فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی بر «عرفی‌شدن» فرد چه تأثیری خواهد گذاشت؟ دلایل این تأثیرگذاری چیست؟ که ما در این مقاله قصد داریم به این پرسش‌ها به‌لحاظ نظری پاسخ بدهیم.

۳. تعریف مفاهیم و اصطلاحات

این مقاله دو کلیدواژه دارد؛ اول «شبکه‌های اجتماعی مجازی» که منظور از آن مجموعه‌ای از سرویس‌های مبتنی بر وب است که این امکان را برای اشخاص فراهم می‌آورد که

1. Downey

2. Almenayes

توصیفات عمومی یا خصوصی برای خود ایجاد کنند، یا با دیگر اعضای شبکه ارتباط برقرار کنند، منابع خود را با آنها به اشتراک بگذارند و از میان توصیفات عمومی دیگر افراد، برای یافتن اتصالات جدید جستجو کنند. (بوید و الیسون^۱، ۲۰۰۷: ۲۳)

و دوم «عرفی شدن» که تاکنون تعاریف گوناگون و فراوانی از آن ارائه شده است که ذکر و احصای همه آنها در این مجال نمی‌گنجد و ما در مقاله دیگری (سیاح طاهری و انتظاری، ۱۳۹۹) مستقلاً به این بحث پرداخته‌ایم؛ لذا در اینجا تنها بر بیان دسته‌بندی‌هایی که از عرفی شدن ارائه شده است، بسنده می‌کنیم و در پایان تعریف مختار خود را ارائه می‌دهیم. برای مثال شاینر (۱۹۶۶) در مقاله‌ای در مورد معانی و کاربردهای واژه عرفی شدن در تحقیقات تجربی، نشان داد که این واژه به شش معنی توسط پژوهشگران به کار رفته است. این شش مفهوم نسبتاً متمایز عبارت‌اند از: ۱. افول دین، ۲. هم‌نوایی با «این جهان»، ۳. رهایی جامعه از قید دین (از طریق تمایزپذیری نهادی)، ۴. جابجایی باورها و نهادهای دینی (و انتقال آنها از زمینه‌های مقدس به زمینه‌های انسانی)، ۵. تقدس‌زدایی از جهان، ۶. حرکت از جامعه‌ای مقدس به جامعه‌ای سکولار. (شاینر، ۱۳۷۹: ۱۱۴-۱۰۳)

جوزه کازانو نیز تعاریف سکولاریزاسیون را به حداقل سه فرضیه تحلیلی تقسیم کرده است: تضعیف باور دینی؛ ایجاد تمایز بین فضاها دینی و غیردینی (بین نهادهای اجتماعی و هنجارهای دینی) و خصوصی‌سازی امور دینی. (گورسکی^۲ و دیگران، ۲۰۱۲: ۷-۶)

کراپتری^۳ نیز خود به پنج تعریف از عرفی‌شدن ارائه کرده است (کراپتری، ۲۰۱۶): اول، «کاهش مشارکت مردم در مذهب نهادینه‌شده. دوم، از دست دادن اعتبار نهادها و نمادهای مذهبی و کاهش نفوذ سازمان‌های مذهبی. سوم، جدایی و تفکیک جامعه از دنیای مذهبی، به‌طوری که دین به موضوعی کاملاً شخصی بدل شود. چهارم، از دست دادن ایده مقدس. همان‌طور که علم درک ما از بشر و جهان افزایش می‌دهد، محدوده «رمز و راز» و ماورای طبیعت کاهش می‌یابد. پنجم، نگرانی و دغدغه گروه‌های مذهبی خود به‌طور فزاینده‌ای نسبت به چیزهای این جهانی در نسبت به جهان معنوی».

با توجه به مسئله این مقاله، از بین تعاریف مختلف می‌توان این تعریف را پذیرفت که عرفی‌شدن فرایندی است که طی آن، موقعیت و اهمیت دین نزد فرد و در عرصه اجتماع تنزل می‌یابد (چیوز، ۱۹۹۴ و ویلسون، ۱۹۸۵؛ به نقل از شجاعی‌زند، ۱۳۸۵:

1. Boyd & Ellison

2. Gorski

3. Crabtree

۳۳) و برداشت‌هایی صرفاً دنیوی از تعالیم و غایات دینی غالب می‌گردد (همیلتون، ۱۳۷۷ و کیوپیت، ۱۳۷۶؛ به نقل از شجاعی‌زند، ۱۳۸۵: ۳۳) لذا عرفی شدن به معنی تغییر نگرش فرد نسبت به اهمیت و جایگاه دین است. اینکه فرد تصمیم بگیرد دین در محور تصمیم‌گیری‌هایش باشد یا تنها در حاشیه و در کنار زندگی وی قرار داشته باشد. در این معنا عرفی شدن حتی با دینداری نیز متمایز است. درحالی که دینداری به معنی «میزان التزام عینی و ذهنی فرد به دین (اسلام) که در مجموعه‌ای از اعتقادات، احساسات و اعمالی که حول خداوند و رابطه با او سامان یافته است (طالبان، ۱۳۸۹: ۷۷) می‌باشد. عرفی شدن در بعد سلبی، تغییر نگرش فرد نسبت به دین (و بالتبع تلقی و انتظار از دین) است و در بعد ایجابی، باور آوردن یا توسل جستن به فلسفه‌ها و ایدئولوژی‌های غیردینی به صورت عامدانه و ارادی (شجاعی‌زند، ۱۳۹۶) است. کلیدواژه «دینداری سکولار» به همین معناست که چه بسا کسی برخی مناسک دینی را به جای آورد اما آنها را بنا به میل شخصی خود گزینش و انتخاب کرده باشد (عرفی شده) و چه بسا کسی دستوری از دین را به دلیل شهوت یا تنبلی انجام ندهد اما جایگاه محوری برای دین قائل باشد. (عرفی‌زدا)

ما با این دو مفهوم می‌خواهیم بررسی کنیم که شبکه‌های اجتماعی مجازی چه تأثیری بر اهمیت و جایگاه دین نزد فرد و کاربر یا همان عرفی شدن دارند؟ که البته بررسی ما محدود به دین اسلام است.

۴. روش تحقیق

این مقاله در قالب نظری و به روش مرور سیستماتیک^۱ نگاشته شده است؛ در مرور سیستماتیک، با شناسایی دقیق، منظم و برنامه‌ریزی شده تمام مطالعات مرتبط، می‌توان نقد عینی تری انجام داد و در مواردی که مطالعات اصلی، مرورهای کلاسیک سنتی^۲ و نظرات مؤلفین با هم اختلاف دارند، می‌توان از این طریق به حل مسئله کمک نمود. علاوه بر آن مرور سیستماتیک ناهمخوانی بین شواهد تحقیقاتی موجود را مشخص می‌نماید. (ملبوس‌یاف و عزیز، ۱۳۸۹: ۲۰۴)

البته در زمینه عرفی شدن این الگو مسبوق به سابقه است و به طور مثال، برگر^۳

1. Systematic Review

2. Narrative

3. Berger

جامعه‌شناس مشهور امریکایی در توضیح تأثیر مدرنیته بر عرفی‌شدن در کتاب «ذهن بی‌خانمان» (۱۹۷۴) از همین روش استفاده کرده است و با توضیح جایگاه دین در طول تاریخ به مثابه سایبان مقدس و فروپاشی آن در دوران مدرن به شرح این ماجرا می‌پردازد. (برگر و دیگران، ۱۳۹۴: ۸۹)

همچنین لاکمن (۱۹۶۷) در توضیح تأثیر فرایند تمایزیابی ساختاری بر عرفی‌شدن، از روش نظری استفاده کرده است و چنین بیان می‌کند که با گسترش شبکه تعاملاتی افراد «مردم این کشورها با عرصه‌های تعاملی متنوعی روبرو شوند که هر یک از مسائل و مشکلات مخصوص به خودش را داراست. فرد دیندار در تمامی این عرصه نیازمند مراجعه مکرر به مبانی دینی خود می‌باشد، اما مراجع و منابع مذهبی توانایی پرداختن به این حجم گسترده از مسائل و یافتن پاسخی برای آنها ندارند. بنابراین ارزش و اهمیت دین در زندگی روزمره افراد کاهش می‌یابد. (شجاعی‌زند و دیگران، ۱۳۸۹) که ما در اینجا قصد داریم به همین شیوه نظری و با مرور سیستماتیک، از تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر عرفی‌شدن سخن بگوییم.

۵. دلایل تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر عرفی‌شدن

برای تحلیل دقیق تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر عرفی‌شدن، می‌باید در ابتدا ویژگی‌ها و کارکردهای اختصاصی این شبکه‌ها را از ویژگی‌های مشترک با سایر رسانه‌های جمعی تفکیک نمود. مثلاً نقش رسانه‌ها در اشاعه نوآوری، منافع اقتصادی و تجاری گردانندگان رسانه، کارکرد آموزشی رسانه و مواردی از این دست، بین روزنامه، تلویزیون و رسانه‌های نسل قدیمی‌تر مانند شبکه‌های اجتماعی مشترک است، اما مواردی هستند که خاص این شبکه‌ها است که در ادامه بیان می‌شود. (اگرچه مرز دقیقی برای ویژگی‌های اختصاصی نمی‌توان ترسیم کرد و این تقسیم‌بندی بیشتر نظری است)

۵.۱. مدیریت پنهان محتوا

بخشی از تأثیرات شبکه‌های اجتماعی بر عرفی‌شدن ناشی از «محتوای عرفی» و سکولار موجود در این رسانه‌هاست؛ این ابتدایی‌ترین تأثیری است که در رابطه با دلایل عرفی‌کننده شبکه‌های اجتماعی به ذهن متبادر می‌شود. آرمفیلد و هوبرت^۱ بیان می‌کنند «رهبران و سازمان‌های مذهبی محافظه‌کار مختلف، مدت‌هاست که مصرف رسانه‌های جمعی را

1. Armfield & Holbert

به کاهش ارزش‌های مسیحیت در فرهنگ آمریکایی گره زده‌اند. بسیاری از این بحث‌ها حول محور تجزیه و تحلیل محتوای رسانه‌ای و تمرکز بر پیغام‌های سکولاری که از طریق رسانه‌ها ارسال شده‌اند، در مقایسه با پیام‌هایی که توسط مؤسسات مذهبی سنتی ارائه شده‌اند، قرار دارد». (آرمفیلد و هوبرت، ۲۰۰۳: ۱۳۱)

«اورت راجرز در «تئوری نشر نوآوری» معتقد است رسانه‌ها حامل یا عامل ایده‌ها، اندیشه‌ها و ارزش‌های نوگرایانه [که سکولاریسم یکی از آنهاست] در جامعه هستند و ارزش‌های سنتی را به چالش می‌کشند. به عبارتی رسانه‌ها نوآوری‌ها را در زمینه‌های مختلف اجتماعی، سیاسی، فرهنگی، اقتصادی و غیره به جامعه معرفی کرده، در تثبیت و توسعه ارزش‌های نو و نوآوری‌ها و در طرد و فراموشی ارزش‌های سنتی نقش مهمی ایفا می‌کنند». (ساعی و وطنی، ۱۳۹۲: ۳۱)

به‌طور کلی محتوای نامناسب موجود در شبکه‌های اجتماعی را در نسبت با عرفی شدن به دو دسته کلی می‌توان تقسیم کرد: دسته اول؛ محتوایی که مستقیماً تفکر عرفی و ابعادش را تبیین و تبلیغ می‌کنند. برای مثال شبهات فلسفی و اعتقادی فراوانی علیه حقانیت دین، جایگاه وحی، توانایی عقل بشر در شناخت و انتخاب امور و... در شبکه‌های اجتماعی مطرح می‌شود که عرفی شدن را تسهیل می‌کند. همچنین محتواهای فراوانی وجود دارند که نظریه سکولاریسم را توضیح و تبیین می‌کنند و جدایی دین از عرصه‌های مختلف زندگی فردی و اجتماعی را تئوریزه می‌نمایند. اما دسته دوم؛ محتواهایی که به‌لحاظ مضمونی با ایدئولوژی سکولاریسم رابطه مستقیمی ندارند و به‌لحاظ دسته‌بندی جزو شبهات قرار نمی‌گیرند، اما باعث زوال باورها و اعتقادات دینی کاربران می‌شوند؛ برای مثال شوخی با مقدسات دینی و اهل بیت در قالب جوک، طنز و... که اهل بیت را از موضع عصمت و تأیید الهی خارج و به یک انسان در حصار زمان و مکان، خطاکار و ناقص تبدیل می‌کند. هدف این محتواها بیشتر «تقدس‌زدایی» است تا گام‌های لازم برای «عرفی شدن» تسهیل شود.

البته به‌نظر می‌رسد در تغییر باورها و ارزش‌های کاربران، تفاوتی بین شبکه‌های اجتماعی با سایر اشکال رسانه‌های جمعی مانند ماهواره‌ها، مطبوعات غربی و... وجود دارد، که از آن به «مدیریت پنهان» یاد می‌شود که تأثیر شبکه‌های اجتماعی را به‌عنوان یکی از عوامل مهم در عرفی شدن پررنگ می‌کند.

شبکه‌های اجتماعی با توجه به «ویژگی‌های ساختاری، شکلی و محتوایی که دارند،

به‌عنوان یکی از تأثیرگذارترین رسانه‌ها در شکل‌دهی و تغییر نگرش کاربران خود به‌شمار می‌آیند. شاید یکی از مهم‌ترین دلایل تأثیرگذاری آن، همین باشد که ظاهراً به‌عنوان یک رسانه متعامل، تحت کنترل مستقیم گروه خاصی نیست و همه آزادانه می‌توانند نظرات خود را در آن اعلام کنند» (عاملی و حاجی‌جعفری، ۱۳۹۱) اساساً مهم‌ترین و بارزترین تفاوت رسانه‌های اجتماعی به‌عنوان نسل جدید رسانه با رسانه‌های جمعی این است که چرخه تولید، انتشار و دریافت پیام مشخص نیست و گردانندگان به‌سادگی می‌توانند منبع تولید پیام را مخفی کنند و آن را به‌وسیله فرد دیگری نشر دهند.

«ارونسون (۱۹۸۸) در چارچوب نظریه «محرک، ارگانسیم، پاسخ» بیان می‌کند که اثر یک پیام‌رسان در رسانه، وقتی بیشتر خواهد شد که ما معتقد باشیم او علیه منافع خود استدلال می‌کند. در واقع، پیام‌هایی که بازتاب منافع شخصی پیام‌رسان نباشند، قابلیت قبول بهتری داشته و بنابراین، احتمال بسیار زیادتری دارند که بتوانند نگرش‌های مردم را تغییر دهند». (کریمی، ۱۳۸۸: ۷۶)

«ضمن اینکه در اینترنت، مخاطب خودش منبع پیام را انتخاب می‌کند، این امر نشان می‌دهد که مخاطب، پیامش را از منابعی دریافت می‌کند که اعتماد بیشتری به آنها دارد. بر اساس نظریه قضاوت اجتماعی، می‌توان گفت به‌دلیل اعتماد به منبع ترغیب‌کننده نزد مخاطب، قابلیت تغییر نگرش این پیام‌ها بیشتر از پیام‌های رسانه‌های دیگری است که مخاطب، نقشی در انتخاب منبع پیام ندارد». (خانیکی و عابدی، ۱۳۹۳: ۳۵)

در نتیجه احساس بدون مدیریت‌بودن شبکه‌های اجتماعی باعث می‌شود که کاربران در مواجهه با اینترنت از «گشودگی ذهنی»^۱ بیشتری برخوردار باشند و به‌دلیل فعال‌بودن، احساس هیجان و لذت بیشتری کنند. این در حالی است که مالکان و مدیران شبکه‌های اجتماعی از انواع ابزارها و ترفندهای آشکار و پنهان برای جهت‌دهی به افکار مخاطبان استفاده می‌کنند.

بررسی‌ها نشان می‌دهد در شبکه‌های اجتماعی به‌سادگی «داده‌هایی در مورد ارتباطات، علاقه‌ها، حرکات، مخاطبان، واکنش‌های احساسی به شرایط، حالت‌های چهره، خریده‌ها، علائم حیاتی و... گردآوری می‌شود: داده‌هایی که حجم و تنوع‌شان دائماً در حال افزایش است. الگوریتم‌ها داده‌های هر فرد و نیز میان افراد را مطابقت می‌دهد. این تطابق‌ها عملاً نظریاتی در مورد سرشت هر فرد هستند، نظریاتی که قدرت پیش‌بینی‌شان دائماً مورد

سنجش و نمره‌دهی قرار می‌گیرد» (لانیر^۱، ۲۰۱۸) و به‌مرور دقیق‌تر می‌شوند تا بتوانند برای جهت‌دهی افکار مورد بهره‌برداری واقع شوند.

مالکان شبکه‌های اجتماعی از این کلان‌داده‌ها^۲ با هدف جهت‌دهی به افکار در شبکه‌های اجتماعی البته در تبلیغات تجاری و حتی انتخابات سیاسی استفاده می‌کنند. نمونه اخیر این بحث که جنجال‌های زیادی در سطح جهانی برانگیخت، استفاده شرکت کمبریج آنالیتیکا از داده میلیون‌ها کاربر فیسبوک برای مهندسی انتخابات آمریکا و پیروزی دونالد ترامپ بود. شبکه بی.بی.سی^۳ در گزارشی افشا کرد که «این شرکت در سال ۲۰۱۴ یک آزمون شخصیت فیس‌بوکی ساخته بود که اطلاعات کاربران شرکت‌کننده در آزمون را به‌همراه اطلاعات شبکه دوستانش درو می‌کرد. کمبریج آنالیتیکا با استفاده از اطلاعات وسیع گردآوری‌شده استراتژی تبلیغاتی دونالد ترامپ را طراحی کرد و با شناسایی اشخاص مردد در ایالت‌های سرنوشت‌ساز، در تبلیغات انتخاباتی هم آنها را با توجه به ویژگی‌های شخصی و اولویت‌های سیاسی موردنظرشان هدف گرفت. تیمی متشکل از روان‌شناسان، طراحان گرافیک، عکاسان، فیلم‌سازان، روزنامه‌نگاران و نویسندگان، پس از شناسایی مخاطب هدف، انبوهی از محتوا را تولید می‌کردند که می‌توانست این مخاطب را در جهت مورد نظر تحت تأثیر قرار دهد و این محتوا را بدون آنکه در ظاهر ارتباطی با تبلیغات ترامپ داشته باشد برای وی منتشر می‌کردند». (بی.بی.سی، ۲۰۱۸)

البته مدیریت پنهان تنها به ویژگی‌های برنامه‌ای و پروژه‌ای شبکه‌های اجتماعی اشاره دارد، اما این شبکه‌ها تأثیرات برنامه‌ریزی‌نشده و پروسه‌ای نیز دارند که در ادامه به آنها اشاره می‌شود.

۵.۲. فرامکانی و ارتباط با افراد بی‌شمار

ویژگی مهم دیگر شبکه‌های اجتماعی و البته اینترنت، «فرامکان» و «فرازمان» بودن آن است؛ این ویژگی‌ها از جمله فرامتغیرهای اصلی فضای جدید زندگی هستند که همه‌چیز تحت تأثیر آنها بازتعریف می‌شود. (عاملی و حاجی جعفری، ۱۳۹۱: ۹۸) قدرت بالای حرکت، به فرد امکان جریان‌داشتن در فضا را می‌دهد؛ فرد زمانی در ایران و با کلیک بعدی در آمریکا است.

این ویژگی به هر فردی اجازه می‌دهد که به تعبیر ویت، آموروسو و هوارد (۲۰۰۰)

1. Lanier
2. Big Data
3. BBC

بدون توجه به پایگاه اجتماعی اقتصادی، موقعیت جغرافیایی، سن و جنس به‌طور نامحدود (ابوالقاسمی و دیگران، ۱۳۹۲) با افراد دیگر ارتباط برقرار کند.

اولین نتیجه سیال و بی‌شمار بودن کاربران یک شبکه اجتماعی «حرمت نهادن به تنوع و تفاوت، به‌معنای احترام به دیگری متفاوت است. این اصل، بر فهم عمیق ساختار شبکه‌ای استوار است. در چنین ساختاری، سلسله‌مراتب و رتبه‌بندی وجود ندارد. تنوع بسیار زیاد است و با گذشت زمان و با حضور افراد و جوامع جدید، میزان تنوع افزایش خواهد یافت. این تنوع، از نوع کثرتی نیست که به وحدت قابل تبدیل باشد». (خوارزمی، ۱۳۸۹)

«افراد و گروه‌ها و سازمان‌های حاضر در فضای مجازی، هریک ممکن است ارزش‌ها و آرمان‌های متفاوتی داشته باشند که یکدیگر را نقض کنند، ولی فضای مجازی به‌گونه‌ای است که نمی‌توان دیگری متفاوت را حذف کرد. قاعده حکم می‌کند که همگی در کنار هم و با برخورداری از حقوق یکسان، در شبکه حضور خود را تعریف کنند». (خوارزمی، ۱۳۸۹)

حضور و دنبال کردن^۱ افراد در شبکه‌های اجتماعی زمینه را برای آشنایی با اندیشه مخالف، تفکر انتقادی، بازاندیشی دینی و در نهایت افزایش مدارای دینی فراهم می‌کند. بسیاری از تعصبات ارزشی ناشی از عدم شناخت است و با کسب بسیاری اطلاعات زمینه برای پذیرش غیر و دیگری فراهم می‌شود. در نتیجه باید گفت ماهیت شبکه‌های اجتماعی با مدارا و تساهل، همدلی و دیدن جنبه دیگر ماجرا همخوانی دارد.

نتایج پژوهشی درباره فیس‌بوک نشان می‌دهد افرادی که بیشتر وقت خود را در این شبکه اجتماعی می‌گذرانند، بیش از سایرین معتقدند که می‌توان اعمال دینی مورد پسند را از ادیان مختلف انجام داد و نیاز نیست تا صرفاً به یک دین واحد پایبند بود.. (مک‌کلور، ۲۰۱۶)

البته این تأثیرات یکسویه نیست؛ شبکه‌های اجتماعی زمینه را برای حضور و کنش گروه‌های قومی، اقلیت‌های مذهبی، مطروودین اجتماعی و طبقات کمتر برخوردار اقتصادی - اجتماعی در سطح جهانی فراهم می‌کند. کسانی که قبلاً به‌لحاظ فیزیکی و عینی امکان ظهور اجتماعی نمی‌داشتند، و کمترین «ارزش اجتماعی» و بالتبع «ارزش خبری» را داشتند و هویت و ارزش‌های آنان توسط رسانه‌های بزرگ سرکوب می‌شد، هم اکنون می‌توانند بازنمایی رسانه‌ای مناسبی پیدا کنند و صدای خود را به دیگران برسانند.

«شواهد فراوانی دال بر استفاده اقلیت‌های دینی سرکوب‌شده از اینترنت برای بالابردن تحرک خود وجود دارد که آنان را قادر می‌سازد از انحصارهای سیاسی، فرهنگی و دینی بگریزند و از مباحثات و سازوکارهای بین‌المللی حقوق بشر که لزوماً همواره انتقادی نیستند بهره ببرند». (هاکت^۱، ۲۰۰۶: ۷۲) همین مطلب را امانوئل کاستلز به‌نحوی دیگر بیان می‌کند که بنیادگرایی دینی مهم‌ترین منبع هویت‌ساز در عصر اطلاعات است. (احمدپور و قادرزاده، ۱۳۸۹: ۸۱)

تأثیر دیگر آنکه بخشی از مطالب و محتوای شبکه‌های اجتماعی مجازی مروج فرهنگ مادی‌نگر و منفعت‌طلب و فردگرایی کشورهای غربی است (عدلی‌پور و دیگران، ۱۳۹۲) و سبک زندگی غربی را ترویج می‌کند؛ افراد خود را با پوشش (بی‌حجاب)، خوراک (مشروب)، روابط اجتماعی (نامشروع بین دو جنس مخالف)، تفریحات (رقص، پارتی) و... به شیوه غربی نمایش می‌دهد که کمترین تأثیر آن، عادی‌سازی این سبک زندگی و رفتار است. در نتیجه شبکه‌های اجتماعی، «تعاملات فرهنگی فراملی افراد را با گستره‌ای از ارزش‌ها و باورهای گونه‌گون روبه‌رو می‌سازد و از این رهگذر قطعیت و جزمیت شیوه‌های سنتی تفکر، احساس و عمل را در نزد آنها زیر سؤال برده و خوداندیشی افراد را افزایش می‌دهد» (شجاعی‌زند و دیگران، ۱۳۸۹) که زمینه را برای عرفی شدن فراهم می‌کند، و آن گونه که برخی از اندیشمندان مانند متئوس (۲۰۰۲) بیان می‌کند، فناوری‌هایی از قبیل اینترنت همچون سوپرمارکتی فرهنگی عمل می‌کنند که در این فضا کنشگران در معرض کالاهای فرهنگی سایر نقاط مختلف جهان قرار می‌گیرند و در مورد آن تعمق می‌کنند. (بوستانی، ۱۳۹۰) این مهم باعث می‌شود که افراد ضمن کنار گذاشتن تعصبات، باور دینی و هویت دینی ثابتی نداشته باشند و مدام رنگی و شکلی جدید به خود بگیرند.

درواقع، ارتباط با افراد بی‌شمار در شبکه‌های اجتماعی وقتی که باعث ایجاد «تکثرگرایی دینی» می‌شود، زمینه‌ساز عرفی شدن خواهد بود؛ فرد در مواجهه با رفتار و افکار خلاف اعتقادات خود یا آنها را در چارچوب باورهای دینی خود تفسیر می‌کند (مواردی مانند احترام به کرامت انسان‌های دیگر، لزوم هدایت گمراهان، مستضعفان دینی و...) یا آنها را با منطق مدرن اندیشه‌ای درست در کنار اندیشه دینی درست خود می‌نهد که زمینه را برای تکثرگرایی وی فراهم می‌کند. تکثرگرایی آن گونه که هانتینگتون می‌گوید اثر مهمی بر عرفی شدن دارد و آن را تشدید می‌کند. اهمیت تکثرگرایی برای عرفی شدن در

حدی است که برگر بیان می‌کند آنچه مدرنیته کم و بیش به‌صورت گریزناپذیری با خود می‌آورد نه «عرفی شدن» که «کثرت‌گرایی» و «پلورالیسم» است. (برگر، ۲۰۰۶)

مک‌کلور نیز در مطالعه خود نشان می‌دهد «جوانانی که از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند احتمال اینکه بدون توجه به تعلیمات سنتی دین خود، برای تعدیل دین دست به انتخاب بزنند، نسبت به آنهایی که در این شبکه‌ها فعال نیستند، بیشتر است. برای مثال افرادی که وقت خود را در شبکه‌های اجتماعی نظیر فیسبوک می‌گذرانند، بیش از سایرین معتقدند که می‌توان اعمال دینی مورد پسند را از ادیان مختلف انجام داد و نیاز نیست تا صرفاً به یک دین واحد پایبند بود». (مک‌کلور، ۲۰۱۶)

۵.۳. فرازمانی و درگیرکنندگی

مفهوم زمان نیز در فضای فیزیکی و مجازی به‌صورت ساختاری با یکدیگر متفاوت است. (عاملی و حاجی‌جعفری، ۱۳۹۱: ۹۹) «زمان در فضای فیزیکی، زمانی است که از سیر خطی برخوردار است؛ این زمان، تابع حرکت زمین است و بر این اساس روند مشخص تک‌بعدی خاصی را دنبال می‌کند، در حالی که زمان مجازی از ظرفیت هندسی هم‌زمان برخوردار است که در آن ظرفیت‌های زمانی انباشته می‌شوند». (عاملی، ۱۳۸۸: ۲۱) نتیجه اینکه فضای مجازی فضایی همیشگی در «دسترسی دائم» است. نبود موانع فضای فیزیکی زمان‌مند و مکان‌مند، معیار تازه‌ای از دسترسی در این فضا ارائه کرده است: «معیار ۲۴ در ۷»^۱. (عاملی و حاجی‌جعفری، ۱۳۹۱: ۹۸) فرازمانی بودن تأثیرات مثبت و منفی فراوانی دارد. از جمله اینکه افراد در هر لحظه که اراده کنند می‌توانند از این شبکه استفاده کنند و برای ارتباط تعطیلی وجود ندارد، اما اثر منفی این فرازمانی بودن این است که افراد را به‌شدت با این شبکه‌ها درگیر می‌کند و افراد به‌صورت مداوم به آن وابسته می‌شوند. «این ویژگی مشخص‌کننده چیزی است که هاوارد گاردنر و کتی دیویس، که هر دو روان‌شناس‌اند، به آن «نسل آپ» می‌گویند، نسلی که موبایل در دست بزرگ شده و همیشه آپ‌ها در خدمتش بوده‌اند. این نسل به ناشکیبایی گرایش دارد، انتظار دارد جهان مثل یک آپ، سریع و کارآمد، به او واکنش نشان دهد». (ترکل^۲، ۲۰۱۵)

این نکته را نیز آبال روان‌شناس آمریکایی نیز تأیید می‌کند که «فناوری‌های مورد استفاده ما، اگر نگوییم به اعتیاد کامل، به‌نوعی وسواس بدل شده‌اند. انگیزه ناگهانی، ما

۱. اصطلاحی مرسوم است به معنی هفت روز هفته و ۲۴ ساعت، یعنی همه روز و همه وقت.
2. Turkle

را به چک کردن پیام «اعلان»^۱ می‌کشاند. کششی که ما را وادار می‌کند فقط برای چند دقیقه به یوتیوب، فیس‌بوک یا توییتر سر بزنیم، اما یک ساعت بعد به خود می‌آییم و خود را در حال لمس کردن و ضربه زدن می‌بینیم». او معتقد است که هیچ‌یک از اینها اتفاقی نیست. این «دقیقاً همان چیزی است که طراحان در نظر داشتند». (لوئیس^۲، ۲۰۱۷)

البته پیش‌تر، اسکافیلد (۱۹۹۹) همین مضمون را در رابطه با تلویزیون و رسانه‌های جمعی بیان کرده بود که اثر رسانه‌ها فراتر از انتقال صرف محتوای فرهنگ مردم‌پسند است. به گفته وی رسانه‌ها برای جوانان چیزی شبیه دین پدید می‌آورند که باعث می‌شود جوانان که از سازمان‌ها و فضاها رسمی دین‌گريزان شده‌اند، معبد خود را در رسانه‌های جمعی بجویند. این عملکرد شبه‌دینی رسانه‌های جمعی، اعمال و مناسک خاصی را شبیه اعمال و مناسک دینی پدید می‌آورد. اما از نظر هچ^۳ (۲۰۰۶) نقش رسانه‌های نوین در ایجاد چنین نگرشی در میان کاربران، به‌ویژه جوانان، از رسانه‌های سنتی نظیر رادیو و تلویزیون بیشتر است. تیلور نیز از پیچیدگی لابی‌رنت‌گونه اینترنت به‌عنوان امری که به آن خصلتی الهی می‌بخشد، یاد می‌کند. اینترنت و تا حدودی بازی‌های رایانه‌ای و ویدئویی، نقش یک فضا رسانه را بازی می‌کنند. در این فضا رسانه و به مدد ویژگی‌هایی نظیر تعاملی بودن که کاربر هم‌زمان هم مخاطب است و هم پیام‌فرست یا تولیدکننده (کوثری، ۱۳۸۶) جذابیت و نیاز به توجه بیشتری از رسانه‌های نسل قبل خود ایجاد می‌کند به‌نحوی که افراد زندگی خود را بر اساس آن تنظیم می‌کنند.^۴

قابلیت‌های فنی قرارداده‌شده در برخی شبکه‌های اجتماعی مانند اینستاگرام (برای مثال استوری) باعث می‌شود کاربر حتی اگر یک روز به یک صفحه مراجعه نکند، بخشی از مطالب منتشرشده را از دست بدهد. این‌گونه ارتباطات نیاز به نوعی توجه دائمی دارد که هرگز از انسان دور نمی‌شود. توجهی همه‌زمانی به چیزی غیر از خداوند که کلیدواژه «غفلت» را در زبان دین به یاد می‌آورد؛ غفلتی که دین و «ذکر و یاد» خدا را از محوریت زندگی خارج و امری غیرالهی را جایگزین آن می‌کند.

می‌توان گفت اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی همان‌طور که راجع به ویژگی‌های

1. Notification

2. Lewis

3. Hecht

۴. نمونه‌ای از این شرایط را در کشور خودمان در اعتیاد عجیب کاربران نوجوان و بعضاً بزرگسال بازی آنلاین «کلش آو کلنز» می‌شد دید که افراد برای موفقیت در بازی، ساعت را بر نیمه‌های شب تنظیم می‌کردند تا بتوانند به دشمنان خود آتک بزنند!

عرفی شدن گفته شده است باعث می شود که کاربر به جای پیوستگی و اتصال با خالق جهان و انسان، همواره به دنبال اتصال با دیگر کاربران و جهانی مجازی باشد.

۵.۴. انتشار سریع و مداوم اطلاعات

«در جهان جدید، سرعت انتقال از این سوی دنیا به سوی دیگر آن تنها به اندازه یک کلیک زمان می برد. در فضای مجازی سرعت بالای حرکت از محیطی به محیط دیگر فرصتی برای تطبیق با شرایط جدید در اختیار افراد قرار نمی دهد. این سرعت نه تنها در حرکت از فضای محلی مجازی به فضای جهانی مجازی، بلکه در اثرگذاری پدیده های این فضا بر افراد نیز نمود دارد». (عاملی و حاجی جعفری، ۱۳۹۱: ۹۸) سرعت هم ویژگی جامعه جدید و هم جزء اساسی شبکه های اجتماعی مجازی است.

ژان بودریار معتقد است «امروزه در عصر اطلاعات، تحریف جای حقیقت را گرفته است. او تأکید می کند بسیاری از ناهنجاری ها، بی ایمانی ها و کجروی ها از نبود اطلاع رسانی نیست، بلکه از انباشت اطلاع رسانی است که او آن را اطلاع رسانی مستهجن می نامد. از نظر بودریار (۱۹۸۱) به علت افزایش بهمن وار اطلاعات، دیگر شهروندان کمتر فرصتی برای ارزیابی و انتخاب آنها دارند، تا آنجا که نشانه هایی از فرسودگی و بی تفاوتی افکار عمومی مشاهده می شود. گویی که افکار عمومی دیگر نمی خواهد یا نمی تواند اهمیت اطلاعات گوناگون را درک و درجه بندی کند». (پیشنمازی، ۱۳۸۷)

متخصصان رسانه این مسئله را با اصطلاح «اضافه بار اطلاعاتی» توضیح داده اند. (خانیکی و عابدی، ۱۳۹۳) حجم وحشتناک اطلاعات ارسال شده از سوی رسانه ها، ناخودآگاه، مخاطبان را به انفعال کشانده و قدرت تفکر و تأمل را از آنها می گیرد. بنابراین دیگر فرصتی برای ذخیره سازی اطلاعات ندارند و اگر هم داشته باشند، فرصتی برای مراجعه دوباره و پردازش و تفکر و تعمق بر آن وجود ندارد. اورین کلپ^۱ با ذکر مثال قیف، شکاف رو به ازدیادی را که میان اطلاعات و معنی روی داده است، شبیه سازی می کند و می گوید: «قیف بزرگی را تصور کنید که قطعه های پازل از سمت گشاد آن به پایین می افتند. مخاطبان ارتباط جمعی مانند کسانی هستند که زیر قیف نشسته اند و می کوشند تا قطعه های پازل را کنار هم بگذارند. البته این کار بسیار دشوار است؛ زیرا نه تنها قطعه ها سریع تر از توانایی چینش ما به پایین می افتند. بلکه حتی خیلی از آنها اساساً به معنایی که ما در حال کار با آن هستیم، مربوط نیستند». (قوامی، ۱۳۹۲)

اولین تأثیر سرعت انتقال اطلاعات، زوال تمرکز و قدرت تفکر در کاربران است. گسترش رسانه‌ها و تقویت فناوری‌های ارتباطی، جهانی را به وجود آورده که در آن تشخیص واقعیت از آنچه واقعیت نیست غیرممکن است. «از نظر نیرآیال، فناوری علاوه بر معتاد کردن کاربران، به پدیده «توجه جزئی مداوم»^۱ نیز دامن می‌زند، توانایی تمرکز انسانها را محدود می‌کند، و احتمالاً آی کیو را پایین می‌آورد. اخیراً یکی از مطالعات نشان داده است که صرف حضور گوشی‌های هوشمند به ظرفیت شناختی آسیب می‌زند. (لوئیس، ۲۰۱۷) در «جهان گوگل» با فراوانی اطلاعاتش، چگونگی خواندن ما اساساً در حال تغییر است. متن‌های روی صفحات اینترنتی «استنباطی، تحلیلی و نقادانه» خوانده نمی‌شوند؛ بلکه برای درک نصف‌ونیمه از حقایق، نگاهی اجمالی بر آنها انداخته و زوایدشان حذف می‌شود و گلچین می‌شوند. در این کار خطر از دست دادن «بعد شرکت‌پذیری» خواندن وجود دارد، یعنی همان لحظات ارزشمندی که انسان فراتر از کلمات متن پا می‌گذارد و بر افق‌های فکری جدید نظر می‌اندازد. (اسمیت^۲، ۲۰۰۸)

در همین رابطه نیکلاس کار^۳ این وضعیت را در کتاب معروف «کم‌عمق‌ها»^۴ توصیف می‌کند که چگونه تفکر انسان طی قرن‌ها از طریق «ابزارهای ذهن» شکل گرفته است: از الفبا گرفته تا نقشه‌ها، نشریات چاپی، ساعت و کامپیوتر... چطور هر کدام از اینها بر شیوه ادارک ما از جهان تأثیر گذاشته‌اند. او سپس با شرحی جالب توجه از کشفیات جدید در علم عصب‌شناسی نشان می‌دهد که مغز ما در واکنش به تجربه‌هایمان تغییر می‌کند. یعنی فناوری‌هایی که ما برای یافتن، ذخیره و اشتراک اطلاعات استفاده می‌کنیم مسیرهای عصبی مغز ما را تغییر می‌دهند. (کار، ۱۳۹۵)

در واقع شبکه‌های اجتماعی به دلیل شتابزدگی، قدرت تفکر را تضعیف می‌کنند. در فضایی که در دقیقه صدها مطلب جدید در شبکه‌های اجتماعی بارگذاری می‌شود، فرصتی برای چک کردن منبع خبر، صحت خبر و... که امروزه تحت عنوان سواد رسانه‌ای مطرح می‌شود وجود ندارد و هرکس تلاش دارد که هرچه زودتر از دیگران مطلبی را باز نشر و تبلیغ کند. بنابراین زمینه برای پخش شایعات و دروغ و شبهات به‌سادگی فراهم می‌شود و بالتبع اشتباهات معرفتی نیز افزایش خواهد یافت.

-
1. Continuous Partial Attention
 2. Smith
 3. Nicholas Carr
 4. Shallows

«تعاملات بی‌شماری که بین کاربران ایجاد می‌شود و نیز تنوع و گوناگونی بالای محتوا، باعث می‌شود فرد در مواجهه با انواع دیدگاه‌ها و نگرش‌های بسیار متنوع و گاه متناقضی قرار گیرد. بر اساس نظریه ناهماهنگی شناختی، کاربر برای کاهش تنش به‌وجودآمده در اثر این ناهماهنگی، یا استفاده خود را از اینترنت محدود می‌کند و یا در صورتی که در موقعیت اجتماعی‌ای قرار گیرد که مجبور به استفاده زیاد از اینترنت باشد، بر اساس پیش‌بینی نظریه ناهماهنگی شناختی، اجباراً نگرش‌های خود را تغییر خواهد داد. همین امر، یکی از دلایلی است که تغییر نگرش بیشتر را در کاربران اینترنت نسبت به مخاطبان دیگر رسانه‌ها فراهم می‌آورد.» (خانیک و عابدی، ۱۳۹۳: ۳۵)

به‌علاوه بر اساس آنچه در «نظریه قضاوت اجتماعی مطرح شده است، احتمالاً بیشتر تغییر نگرش‌هایی که از طریق مصرف اینترنت حاصل می‌شوند، مربوط به گستره عدم التزام افراد می‌باشد، چرا که احتمال اینکه کاربران اینترنت در فضای مجازی با نگرش‌های جدیدی آشنا شوند که هیچ پیش‌داوری خاصی در مورد آنها نداشته‌اند بسیار بیشتر از دیگر رسانه‌هاست و در اثر همین مواجهه جدید و نداشتن پیش‌فرض قبلی نسبت به نگرش‌های مطرح‌شده در فضای مجازی، احتمال اینکه زودتر آنها را بپذیرد و بر اساس آن، نگرش‌های قبلی خود را تغییر دهد و یا تعدیل کند، بسیار بیشتر است» (خانیک و عابدی، ۱۳۹۳: ۳۵) و در بهترین حالت فرد «ندانم‌گرا و لادری مسلک» خواهد شد.

اگر در نسل «رسانه‌های جمعی» هدف این بود که متن و محتوای عرضه‌شده شبهاتی را متوجه اعتقادات و باورهای افراد نماید، تا تغییر در نگرش‌های مخاطبان به وجود آورد، در «رسانه‌های اجتماعی» بنابر این است که با انتشار سریع و مداوم اطلاعات، گیجی و ابهام در کاربر به‌وجود آید، به‌نحوی که فرد نتواند تشخیص بدهد اندیشه درست کدام است؛ بمباران سریع اطلاعات مختلف و متضاد، و نیاز فرد به در معرض قرار گرفتن، به شک و ابهام و در نهایت «نسبی‌گرایی» بدل می‌شود که راه برای عرفی‌شدن باز می‌کند.

۵.۵. خلوت فردی

یکی از قابلیت‌هایی که بسیاری از شبکه‌های اجتماعی در اختیار دیگران قرار می‌دهند، امکان «مخفی کردن» تمام یا برخی از ویژگی‌های شخصی و رفتاری در شبکه است که نوعی «خلوت فردی» برای کاربر ایجاد می‌کند؛ خلوت فردی ضمن آنکه آزادی عمل برای کاربر ایجاد می‌کند، باعث «تنهایی فزاینده» وی نیز می‌شود. از نظر کاستلز «جهان شبکه‌ای باعث بیگانگی انسان‌ها از یکدیگر و غریبه نگاشتن هم می‌شود». (کاستلز،

۱۳۸۰: ۲۹-۳۰) به‌نحو عجیب و متناقضی، شبکه‌های اجتماعی به‌خلاف آنچه هدف داشته‌اند که نزدیک کردن بیشتر افراد و انسان‌ها به یکدیگر است باعث انزوا، تنهایی و فردگرایی هرچه بیشتر بین انسان‌ها شده‌اند. نظام ارتباطی جدید مانند ماهواره، اینترنت و شبکه‌های اجتماعی، «موجب شده است اعضای خانواده هر کدام «فردی» زندگی کنند. در گذشته اعضای خانواده کنار هم جمع می‌شدند، با هم درد دل می‌کردند و به هم مشورت می‌دادند، اما وسایل ارتباط جمعی جدید، اعضای خانواده را از هم جدا کرده و هر یک از اعضای خانواده در گوشه‌ای از منزل سرگرم رسیدگی به کار خود. (با کامپیوتر، تلویزیون و غیره) هستند». (عدلی‌پور و دیگران، ۱۳۹۲) این ویژگی در ابزارهای دسترسی جدید مانند رایانک (تبلت) و تلفن همراه بیشتر نیز شده است و از استفاده مشترک از یک ابزار رسانه‌ای مانند تلویزیون به استفاده شخصی از ابزار رسانه‌ای بدل شده است که مفهومی مانند «حریم خصوصی» را با خود به همراه آورده است.

از نظر رینی و ولمن در کتاب «شبکه‌ای شدن» (۲۰۱۲) گسترش ابزارهای ارتباطی نوین، «تغییری اساسی در نحوه تعاملات بین انسان‌ها ایجاد کرده است، بدین‌صورت که مردم به‌جای اینکه در گروه‌ها قرار داشته باشند، به‌طور فزاینده‌ای به‌عنوان فردهایی شبکه‌ای شده عمل می‌کنند. در دنیای فردهای شبکه‌ای این فرد است که در مرکز توجه قرار دارد، نه خانواده، واحد کار، همسایگی و نه گروه اجتماعی». (رضایی و غلام‌زاده؛ ۱۳۹۷: ۸)

به‌طور کلی قابلیت‌های موجود در شبکه‌های اجتماعی مانند مسدود کردن^۱، شخصی نمودن صفحات^۲، محدود کردن مخاطبان^۳، پنهان سازی ساعات حضور و آنلاین بودن^۴ و... اگرچه امکان مدیریت بهتر و جلوگیری از مزاحمت‌ها را فراهم کرده است، اما باعث تنهایی و فردگرایی بیشتر کاربران نیز شده است. در فضای فیزیکی پیشااینترنت، اگر از همسالان یا دوستان کسی اخلاق نامناسبی داشت که مورد پسند نبود، یا اگر رفتار ناشایستی انجام می‌داد، دیگران ناچار به تحمل یا سکوت بودند، اما در فضای مجازی به‌راحتی ارتباط را با وی مسدود و بلاک می‌کنند. به‌علاوه در فضای فیزیکی نگاه‌های مستقیم چشمی، مانع برخورد های تند و چکشی با اطرافیان و دوستان می‌شد، اما در شبکه‌های اجتماعی شرم حضور وجود ندارد و هرکس هرچقدر هم بخواهد می‌تواند به

1. Bloke
2. Private
3. Close Friends
4. Last Seen

طرف مقابل توهین کند و هیچ آداب و ترتیبی را رعایت نمی‌کند. در نتیجه قابلیت‌های فنی موجود در شبکه‌های اجتماعی بر کم‌صبری و ناشکیبایی انسان‌ها در قبال یکدیگر افزوده است و حتی زن و شوهرهای تربیت‌یافته در محیط این شبکه‌ها کمتر توانایی مدارا با یکدیگر را دارند.

به همین دلیل «کازانو» (۱۹۹۴) «حق خلوت و تنهایی» را اساسی‌ترین شرط تحقق فردگرایی در دنیای مدرن می‌داند. (شجاعی‌زند، ۱۳۸۶: ۴۲-۴۱) یعنی فرد هیچ نیازی به ملاحظه دیگران و تعدیل رفتار خود ندارد. خود فرد، محور همه رفتارها و انتخاب‌ها می‌شود و هیچ امر بیرونی‌ای (چه قدسی و چه اجتماعی) محدودکننده رفتارها نخواهد بود و با چنین رویه‌ای زمینه برای عرفی‌شدن وی مهیاست.

البته این ویژگی شبکه اجتماعی نیز شبیه ویژگی‌های دیگر تأثیر یک‌سویه ندارد و خلوت فردی حالتی معنوی و اتصال به دیگرانی از هم جدا می‌تواند پدید آورد؛ بانت^۱ در مطالعه خود چنین توضیح می‌دهد که «اینترنت با اجزاء و اشکال مختلفش ظرفیت تحول دین در ابعاد ارائه، شبکه‌سازی پیروان و کاربرد به‌عنوان ابزاری برای گرویدن به دین را در خود دارد. بدین ترتیب که برخی از سایت‌ها به انجام برخی از اعمال دینی خاص در صفحات خود بسنده کرده‌اند و برخی دیگر می‌کوشند متون مقدس را در دسترس خوانندگان خود قرار دهند». (یانست، ۲۰۱۰: ۲-۱) علی‌الخصوص اگر این خلوت حول یک رهبری دینی در شبکه‌های اجتماعی مجازی سازماندهی شود، تأثیرات آن به‌صورت جهشی بیشتر خواهد بود. از نظر اُبادیا^۲ «دنیای دیجیتال یک تأثیر دوگانه بر دین می‌گذارد. از یک‌سو فضای جدیدی برای خلاقیت دینی ایجاد می‌کند نظیر ظهور فرقه‌های دینی جدید و از سوی دیگر قلمرویی وسیع در سراسر جهان برای تبلیغ دین فراهم می‌آورد. وب‌سایت‌ها، شبکه‌های اجتماعی، وبلاگ‌ها، خبرخوان‌ها و خبرنامه‌ها از زمره ابزارهایی هستند که مسیحیت و انجلیکال از آنها استفاده می‌کند، اسلام به‌واسطه آنها توسعه یافته است و بودیسم و هندوئیسم از طریق آنها زمین را حفظ کرده‌اند». (اُبادیا، ۲۰۱۷)

شاید به‌دلیل «گمنامی» اساساً یکی از مهم‌ترین دلایل جذابیت شبکه‌های اجتماعی مجازی برای استفاده‌کنندگان این است که افراد می‌توانند در رابطه با خود یا دیگران «پنهان کاری» کنند؛ کاربران می‌توانند در این فضا آنچه را که در محیط اجتماعی

1. Bunt

2. Obadia

امکان مشاهده، پرسش و یا انجام آن را ندارند و در صورت انجام در فضای حضوری و غیرمجازی، دچار انزوا، طرد از اجتماع و یا از دست دادن برخی امتیازات شوند، آزادانه و بدون هیچ‌گونه تهدیدی انجام دهند. شبکه‌های اجتماعی به افراد این اجازه را می‌دهند که بدون آنکه شناخته شوند به هر فعالیتی دست بزنند، چرا که گمنامی و ناشناس بودن تأثیر مستقیمی بر هنجارگریزی دارد.

بر اساس نظرسنجی سپتامبر ۲۰۱۳ مؤسسه پیو، یک‌چهارم کاربران اینترنتی نظرات‌شان را ناشناس ارسال کرده‌اند. هرچه سن کاربر پایین‌تر می‌آید، بی‌میلی به ذکر نام واقعی در اظهارنظر آنلاین افزایش می‌یابد. یکی از انتقادهای رایج درباره نظرات آنلاین قطع ارتباط میان هویت نظردهنده و سخن اوست، پدیده‌ای که یک روان‌شناس به نام جان سولر «اثر بی‌قیدی آنلاین» می‌نامد. فحوای نظر سولر این است که وقتی فرد بر هویت خود پرده می‌اندازد، قید و بندهای معمول رفتار او هم از میان می‌روند. (کونیکووا^۱، ۲۰۱۳)

درواقع همه افراد اجتماع، در زمان‌ها و مکان‌های مختلف به فکر انجام رفتارهای ضداجتماعی و خلاف قانون می‌افتند، وجود قوانین بازدارنده و مجازات‌های کیفری در تمامی کشورها مؤید این موضوع است. اما موانعی برای این‌گونه رفتارها وجود دارد که از عملی شدن این امیال جلوگیری می‌کند: مهارهای درونی و مهارهای بیرونی. مهارهای درونی شامل اخلاق، دین و معنویت است و مهارهای بیرونی شامل ترس از مجازات و ریختن آبرو. در گمنامی مهارهای بیرونی تا حد زیادی رنگ می‌بازد و تنها مهارهای درونی قابلیت جلوگیری از بروز رفتارهای ضداجتماعی را دارند. (چینی‌فروشان، ۱۳۹۷)

بنابراین در شبکه‌های اجتماعی‌ای که افراد گمنامی بیشتری دارند، کسانی که مهارت‌های درونی کمتری دارند، یا مهارت خودکنترلی کمتری دارند، رفتارهای کجروانه بیشتری از خود نشان می‌دهند.

نتیجه مهم «مخفی‌کاری» و «گمنامی» در شبکه‌های اجتماعی، افزایش «اباحه‌گری» و «خوش‌باشی» است. ویژگی‌های مخفی‌کننده شبکه‌های اجتماعی باعث می‌شود فردی علی‌رغم اینکه می‌داند نگاه یا رفتاری به‌لحاظ اخلاقی و دینی ناپسند است، اما بدان مبادرت ورزد. چرا که این موارد که اغلب با جذابیت‌های بصری فراوان و در قالب‌های سرگرم‌کننده و پرطرفدار ارائه می‌شوند، با تمایلات غریزی و شهوانی افراد همسویی دارند، فلذا افراد کنترل و مراقبت در دنبال‌نکردن این محتوا از خود بروز نمی‌دهند و در نتیجه

به مرور در ذهنیت‌شان، موارد مذکور عادی می‌شود و برای جبران تفاوت رفتار مخفیانه و علنی خود، مجبور می‌شوند یا اصل گناه بودن این رفتار را زیر سؤال ببرند^۱ و یا اینکه حق انتخاب و گزینش‌گری برای خود اثبات کنند که در برابر دستورات خدا و رسول هر کدام را که دوست دارند عمل کنند^۲ که از ویژگی‌های عرفی‌شدگان است.

۵.۶. تعاملی‌بودن و پسندمحوری

ویژگی دیگر شبکه‌های اجتماعی مجازی، تعاملی‌بودن است؛ به‌نظر پوستر (۱۹۹۷) «روابط اجتماعی در دوران معاصر به‌صورت اساسی در حال تغییرند. این تغییرات از نظر او بیشتر به تعاملی‌شدن وسایل ارتباطی برمی‌گردد». (شاقاسمی، ۱۳۸۵) «تعاملی‌بودن، این فرصت را برای کاربران اینترنتی فراهم می‌کند که همواره فرصت دخالت دادن آرا و نظریات خود را داشته باشند و از نظریات دیگران نیز مطلع شوند». (نورمحمدی، ۱۳۸۸: ۳۵-۳۱) تحقیقات نشان می‌دهد پس از شکل‌گیری یک خبر، اینکه افراد نزدیک به ما چه درکی نسبت به آن دارند، اهمیت بیشتری دارد نسبت به اینکه رسانه‌های بزرگ چه می‌گویند. لذا صمیمیت باورپذیری بیشتری را به‌دنبال خود می‌آورد. در حالی که مطالعات قدیمی بیان می‌کرد که مشتریان عمدتاً به منبع اصلی خبر توجه بیشتر می‌کنند، مطالعه‌ای که میدیا اینسایت پراجکت انجام داده، نشان می‌دهد خوانندگان برای اینکه خبری را باور کنند به بازنشردهنده آن نگاه می‌کنند، نه پدیدآور اصلی آن. (بادر^۳، ۲۰۱۷)

در اینجا ذکر این تذکر ضروری لازم است که ما در این مقاله قصد نداریم صرفاً بر نتایج منفی و آسیب‌های ناشی از فضای مجازی تأکید کنیم. شبکه‌های اجتماعی تأثیرات مثبت فراوانی نیز دارند، اما از آنجا که تمرکز ما در اینجا بر رابطه بین شبکه‌های اجتماعی و عرفی‌شدن است، لاجرم نقاط منفی بیشتر مطرح شده و به چشم خواهد آمد. برای مثال یکی از تأثیرات و فواید «تعاملی‌بودن» شبکه‌های اجتماعی ایجاد امکان شکل‌دهی به همکاری‌های گروهی و اجتماعی و نیز بازخوردگیری از مخاطبان است. اما در کنار این ویژگی مثبت، تعاملی‌بودن باعث می‌شود کاربران و اعضای شبکه‌های اجتماعی با امکاناتی چون «پسندکردن»^۴ یک پست، مطلب، عکس و... به‌نوعی به تصدیق یا رد آن بپردازند.

۱. که این عمدتاً در افراد ضعیف‌الایمان که قصد سرکشی ندارند رخ می‌دهد.
۲. در قرآن کریم به اثر عرفی‌کننده تداوم گناهان رفتاری در اندیشه اشاره کرده است و بیان می‌دارد که فساد عملی به مرور به فساد معرفتی منجر خواهد شد: ثم کان عاقبه الذین اساءوا السوء ان کذبوا بآیات الله.. (سوره کهف، آیه ۱۰)

3. Bauder

4. Like

تعاملی بودن باعث می‌شود تعداد لایک، ملاک درست و غلط بودن یک محتوا محسوب شود. این نحوه تعاملی بودن باعث مرجعیت‌زدایی از دین و خداوند می‌شود. داغ شدن و مهم بودن و «ارزش» مند بودن، در این فضا با شاخص تعداد دنبال‌کننده^۱ و تعداد بیننده^۲ سنجیده می‌شود. یعنی بهترین مطالب اگر لایک و تأیید دریافت نکنند، گویی از اساس اشتباه بوده است. نپذیرفتن دستورات دین در امور و منوط کردن وثاقت و صحت همه امور نظری و عملی به تعداد لایک و طرفدار، بسترساز مهمی برای پذیرش دموکراسی در ساحت باورها و ارزش‌ها و در نتیجه عرفی شدن است.

دیگر آنکه طی چند دهه اخیر، سلطه فرهنگ شهرت در جوامع افزایش یافته است. البته آدم‌های معروف در بیشتر طول تاریخ بشر بخشی از نمای فرهنگی بوده‌اند و «مردم همیشه شیفته آدم‌های مشهورند. اما نقش فرهنگ شهرت هرگز به این میزان و در جهات متنوع، برجسته نبوده است. این فرهنگ شهرت روی تصمیمات فردی مراقبت و سلامت، تأثیر بسزایی دارد؛ یعنی روی کارهایی که می‌کنیم تا سالم بمانیم و دیدگاه‌هایی که درباره جسم خود یا آرزوهای شغلی آینده‌مان داریم، کالاهایی که می‌خواهیم داشته باشیم. دوست داشته باشیم یا نه، فرهنگ شهرت تأثیر عمیقی بر جهان ما دارد». (کالفیلد^۳، ۲۰۱۵)

افراد مشهور از آنجا که از نظر معیارهای شبکه، پرمخاطب محسوب می‌شوند، اظهارنظرهای دینی و غیردینی آنان درست تلقی می‌شود و کاربران بدون تحقیق آنها را باور می‌کنند، درحالی که اظهارنظر متخصصان دین و مراجع تقلید که سال‌ها در این زمینه تحقیق و غور کرده‌اند به واسطه اینکه در شبکه «کم‌طرفدار»^۴ند، بی‌اهمیت تلقی می‌شود. اساساً «کاهش اهمیت و نفوذ نهادهای دینی که به معنای از دست رفتن نفوذ و اقتدار نهادها و چهره‌های وابسته به آنهاست از شاخص‌های عرفی شدن محسوب می‌شود... با افول نهادهای دینی که برداشت رسمی از دین ارائه می‌دهند، تفسیرهای شخصی از دین رواج می‌یابد و باعث می‌شود فرد با وجود دیندار بودن، رفتارهای مغایر با آموزه‌های دینی انجام دهد و از میان آنها به صورت گزینشی برخی را انجام دهد و برخی را نیز انجام ندهد». (افشارکهن و دیگران، ۱۳۹۰: ۱۴۵)

به نظر برندا براشر^۴ در فضای مجازی، فرد بدون دخالت سلسله‌مراتب سنتی دینی

1. Follower
2. Viewer
3. Caulfield
4. Brenda Brasher

در مباحث دینی شرکت می‌کند که این خود موجب تضعیف قدرت این سلسله‌مراتب دینی خواهد شد. این سهل‌الوصول بودن و نیز حذف سلسله‌مراتب واسطه، موجب تنزل قدسیت و خدشه‌ناپذیری متون دینی می‌شود و نظم حاکم بر ساختارهای قاعده‌مند فکری و رفتاری دینی را متزلزل خواهد کرد. (آلوستاد^۱، ۲۰۱۰: ۷۵) همچنین «متون مقدس یا مواد دست دوم مطالعاتی که قبلاً قابل دسترس نبودند امروزه در دسترس همگان قرار دارند. بسیاری این امر را تمرکززدایی از نخبگان در سلسله مراتب دانش مذهبی یا دموکراتیزه کردن علم در درازمدت می‌دانند». (هاکت، ۲۰۰۶: ۷۰)

البته ثمره مثبت دسترسی آسان در مقابل مضرات این نحوه تعامل که هر کس که دنبال‌کننده زیادی دارد خود را متخصص دین و مرجع تقلید می‌پندارد و هر گفتار مربوط به دین که لایک و پسند زیادی دریافت کند، درست تلقی شود چندان چشمگیر نیست. در نتیجه تعاملی بودن اگر با ویژگی‌های پسندمحوری بودن، به جای صحت‌محوری و دین‌محوری و نیز سلطه فرهنگ شهرت و دموکراسی در حیطه معرفت همراه شود (که غالباً چنین است) به سادگی زمینه‌ساز عرفی‌شدن کاربران می‌شود.

۶. بحث و مقایسه

در مقابل دیدگاه‌های مطرح‌شده در مقاله، دیدگاه‌هایی نیز وجود دارند که بیان‌کننده امکان مقاومت در برابر عرفی‌شدن (عرفی‌زدایی^۲) در شبکه‌های اجتماعی است. در این رویکرد صاحب‌نظران به دلیل اینکه اساساً نقش اینترنت و رسانه‌ها را در ایجاد تغییرات بسیار کم‌رنگ می‌دانند، یا به دلیل اهمیتی که برای سایر عوامل اجتماعی فیزیکی قائل‌اند، یا به دلیل اینکه مخاطب را بسیار قوی‌تر از رسانه می‌دانند عرفی‌زدایی را برای کاربران شبکه‌های اجتماعی متصور می‌دانند. اهم دلایل این دیدگاه‌ها برای بروز چنین وضعیتی را می‌توان در چند محور خلاصه کرد؛

برای مثال «در نظریه استحکام یا تأثیر محدود، تأثیر ارتباطی بر نگرش و رفتار مخاطب را محدود و عمدتاً در جهت تقویت و استحکام عقاید و باورهای قبلی می‌داند. بر اساس این نظریه، جریان ارتباط دو مرحله دارد که طی آن پیام توسط واسطه‌هایی به نام رهبران افکار از رسانه‌ها به مردم (مخاطب پویا) منتقل می‌شود. بنابراین نظریه،

1. Alvstad

2. Desecularization

پیام‌های ارتباطی قادر نیستند تغییرات بنیادی در عقاید و رفتار افراد به وجود آورند». (نوری مرادآبادی، ۱۳۹۰) در نتیجه اگر محیط بیرونی و فضای حضوری افراد عرفی‌زدا باشند، اهمیت آن از فضای مجازی عرفی‌شده بیشتر است.

به همین ترتیب اینگلهارت و ولزل^۱ که پیش‌تر در چارچوب تأثیرات قطعی‌تر عرفی‌شدن قرار می‌گرفتند، در نظریات متأخر خود بر این نکته تأکید می‌کنند که نوسازی لزوماً به معنی سکولار و غربی‌شدن نیست. بنابراین گرچه نوسازی در ابعاد اقتصادی، رسانه‌ای و آموزشی به تغییر فرهنگی می‌انجامد، اما نمی‌توان متغیر سنت در مانع‌تراشی یا تعدیل پیامدهای فرهنگی و ارزشی نگرشی در جهان اسلام و شرق را نادیده گرفت. در واقع نظام ارزشی و کم و کیف آن بازتاب تعامل میان نیروها یا متغیرهای نوسازی و تداوم تأثیر سنت است. (اینگلهارت و ولزل، ۲۰۰۵: ۱۴)

مک‌کوایل نیز معتقد است «مخاطبان از رسانه‌ها برای کسب تأیید ارزش‌های شخصی، جذب الگوهای رفتاری، هم‌ذات‌پنداری با دیگران و پیدا کردن بینش راجع به خود استفاده می‌کنند» (مک‌کوایل، ۱۳۸۲: ۱۱۲) و به همین دلیل «اینترنت نمی‌تواند ارزش‌های نازیسته، ارزش‌هایی را که ناشی از فرایندهای جامعه‌پذیری و فرهنگ‌پذیری خانواده، دوستان و... نیست را بر کاربران حاکم و تثبیت نماید و حداکثر اثر آن بر ساخت هویت ترکیبی، پیوندی و چندرگه است که البته هیچ‌کدام از آنها به معنای عقب‌نشینی کامل هویت‌های سنتی و تاریخی نیستند». (حاجیانی و قنبری، ۱۳۹۲)

یافته‌های مقاله موجود البته با تحقیقات مرتبط با بحث بنیادگرایی و جهانی‌شدن نیز متفاوت است؛ مورتن هوسگارد^۲ گرچه اهمیت تعاملات بین افراد (در شبکه‌های اجتماعی) را قبول می‌کند اما می‌گوید که گاه این‌گونه تعاملات در جهت عکس عمل کرده و به تنش‌های نمادین در مباحثات دینی دامن می‌زند. البته از نظر وی این مباحثات بیشتر متأثر از مباحثات و تنش‌هایی است که در جهان خارج و واقعیت جریان دارند مانند اختلافات دینی مسلمانان و مسیحیان. (آل‌وستاد، ۲۰۱۰: ۷۶)

از نظر آل‌وستاد «اینترنت به مثابه یک رسانه تقریباً به‌وسیله تمامی نهادهای مذهبی و برای اهداف مختلف مورد بهره‌برداری قرار می‌گیرد و به احتمال زیاد اعمال، باورها و هویت‌های سنتی دینی را به‌صورتی عمیق احیا خواهد کرد؛ چیزی شبیه به تحولی که

1. Inghelhart & Welzel

2. Morten Hojsgaard

چندصد سال پیش رسانه‌های چاپی در فضای دینی ایجاد کردند». (آلوستاد، ۲۰۱۰: ۷۴) همچنین کمپل^۱ از اینترنت به مثابه یک فضای پشتیبانی معنوی و به عنوان یک ابزار معنوی یاد می‌کند. (کمپل، ۲۰۰۵) استروپ^۲ نیز در تحقیق خود نشان می‌دهد که تحریم‌های اجتماعی و پاداش‌های همبستگی در شبکه‌های اجتماعی گروه‌های دینی، نقش مهمی در ارتقای دینداری دارند. (استروپ، ۲۰۱۱)

۷. جمع‌بندی

در این مقاله تلاش کردیم تا از رویکرد باورمند به تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر عرفی‌شدن دفاع کنیم و دلایلی نظری برای این مطلب عرضه نماییم. اولین نکته‌ای که بیان شد این است که مالکان، مدیران و توسعه‌دهندگان این شبکه‌ها عمدتاً سکولار هستند و مصرف‌کنندگان اولیه این شبکه‌ها در محیط غربی نیز عرفی شده‌اند. بر این اساس کفه محتوای موجود در شبکه‌های اجتماعی به‌ویژه متأثر از مدیریت پنهان شبکه، به نفع محتوای عرفی و سکولار سنگینی می‌کند و این گونه محتوا عمداً و یا لاجرم بیشتر در معرض دید کاربران مختلف قرار می‌گیرد و زمینه را برای تغییر در ارزش‌ها و باورهای دینی ایشان و در ادامه عرفی‌شدن فراهم می‌آورد.

دوم فرامکانی و ارتباط با افراد بی‌شمار به عنوان ویژگی مهم شبکه‌های اجتماعی باعث می‌شود افراد و گروه‌های متفاوت و متضاد، رفتار و سبک زندگی خود را به نمایش بگذارند و از آنجا که امکان حذف «دیگری» وجود ندارد، کاربران برای ماندن در شبکه لاجرم تسامح و تساهل پیشه می‌کنند. این تسامح و تساهل رفتاری به مرور باعث عادی‌سازی رفتارهای قبیح و از بین رفتن تعصب دینی در افراد می‌شود و اگر با تکثرگرایی دینی همراه شود، زمینه‌ساز عرفی‌شدن خواهد شد.

نکته دیگر فرازمانی بودن و درگیرکنندگی است که باعث وابستگی غیرارادی و غفلت دائمی کاربران و از دست رفتن اهمیت و جایگاه محوری دین در زندگی می‌شود که زمینه‌ساز عرفی‌شدن آنها است. همچنین انتشار مداوم و سریع اطلاعات، اثرات ضعف خواندن و تفکر، کاهش تمرکز و قدرت تحلیل را با خود به ارمغان می‌آورد که بر اساس نظریه ناهماهنگی شناختی و نظریه قضاوت اجتماعی، زمینه‌ساز سطحی‌شدن و لادری‌گری

1. Campbell

2. Stroope

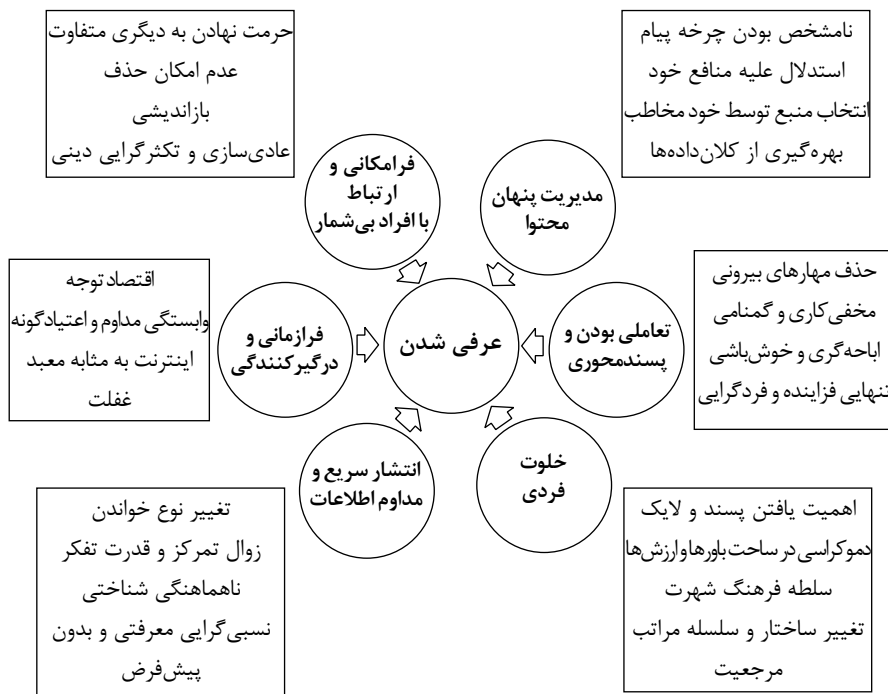
می‌شود که آن نیز از لوازم عرفی شدن است.

خلوت فردی نیز به عنوان ویژگی دیگر شبکه‌های اجتماعی، باعث ایجاد «فردگرایی» می‌شود و «خود» محور تصمیمات عمومی فرد قرار می‌گیرد. همچنین خلوت فردی زمینه را برای انجام رفتارهای غیرشرعی و لذت‌جویانه خلاف دستورات دین فراهم می‌کند که به دلیل تفاوت میان ظاهر و باطن، فرد مجبور می‌شود در تفکرات خود تعدیلاتی به سمت گزینشگری و انتخابگری در دین ایجاد کند که هردو از ویژگی‌های عرفی‌شدگان است. در نهایت تعاملی بودن و پسندمحوری منجر به دموکراسی در ساحت باورها و اندیشه و نیز غلبه فرهنگ شهرت بر منزلت‌های علمی و دینی می‌گردد و احتمالاً نسبی‌گرایی را با خود به همراه می‌آورد.

۹۳

همه آنچه گفته شد، بیانگر قدرت تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر کاربران است؛ اما بدین معنا نیست که این تأثیرات به صورت یک‌سویه، قطعی و اجتناب‌ناپذیر باشد، بلکه افراد با اتخاذ تکنیک‌های فردی و راهبردهای ساختاری و جمعی، می‌توانند در مقابل این ویژگی‌ها مقاومت ورزند. لذا ضمن آنکه باور داریم بخشی از ویژگی‌ها و تأثیرات فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی دست کم در قالب موجود گریزناپذیر است، این باور نیز وجود دارد که می‌توان اینترنت متفاوتی نیز داشت، به شرطی که تغییرات اساسی در ساختارها و فرایندهای شبکه‌های اجتماعی کنونی صورت بپذیرد و فراتر از آن، شبکه‌های اجتماعی بر اساس ماهیت و ویژگی‌های عرفی‌زدا طراحی شوند. امری که در ایران هم اکنون با عنوان «بومی‌سازی» شبکه اجتماعی در جمع‌های نخبگانی و تخصصی پیشنهاد می‌شود. یعنی اینکه شبکه اجتماعی ماهیتی پیدا کند که دین در آن تقویت شود، اما تا تغییر این شرایط، اصل اولی در شبکه‌های اجتماعی مجازی کنونی عرفی شدن خواهد بود.

اگر بخواهیم نظریه عرفی شدن در شبکه‌های اجتماعی مجازی پیشنهادی خود را در قالب شکلی ترسیم کنیم، مطالب به صورت زیر قابل مشاهده خواهد بود. این شکل می‌تواند تدارک نظری برای ایجاد یک نظریه دقیق و تفصیلی از عرفی شدن کاربران در شبکه‌های اجتماعی فراهم کند.



منابع

۱. قرآن کریم
۲. آزادارمکی، تقی و مریم زارع. (۱۳۸۴). *بررسی تغییر نگرش‌ها و رفتارهای دینی جوانان*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد روان‌شناسی و علوم تربیتی. دانشگاه تهران.
۳. ابوالقاسمی، محمود؛ عباسعلی نوروزی و محسن طالب‌زاده نوبریان. (۱۳۹۲). *تأثیر اینترنت بر ارزش‌های خانواده: از منظر هویت دینی و ملی*. مطالعات ملی. دوره ۱۴. شماره ۳.
۴. احمدپور، مریم و امید قادرزاده. (۱۳۸۹). *تعامل در فضای سایبر و تأثیر آن بر هویت دینی جوانان* (تحلیلی درباره نتایج یک پیمایش در دانشگاه کردستان). *پژوهش جوانان، فرهنگ و جامعه*. سال سوم. شماره ۵.
۵. افشارکهن، جواد؛ اسماعیل بلالی و محمدعلی سلیمان‌پور. (۱۳۹۰). *بررسی وضعیت عرفی شدن دانشجویان و برخی عوامل مؤثر بر آن* (در میان دانشجویان دختر و پسر دانشگاه بوعلی سینا). *جامعه‌شناسی کاربردی*. شماره ۴۱.
۶. برگر، پیتر؛ بریجیت برگر و هانسفرید کلنر. (۱۳۹۴). *ذهن بی خانمان، نوسازی و آگاهی*. محمد ساوجی. تهران: نشر نی.
۷. بوستانی، داریوش. (۱۳۹۰). *جوانان و هویت بازاندیشانه؛ مطالعه دانشجویان دانشگاه شهید باهنر کرمان*. *مطالعات اجتماعی ایران*. شماره ۱.
۸. پیشنهادی، پروانه. (۱۳۸۷). *جامعه اطلاعاتی، دگرگونی تکنولوژی‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی و تحول در روابط انسانی*. *وبگاه کارگزار روابط عمومی*. دسترسی در ۹۶/۱۲/۱۳ به نشانی: <http://www.iranpr.org/docs/article-pr/defaultnews.asp?id=845>.
۹. چینی‌فروشان، مسعود. (۱۳۹۷). *گمنامی و تبهکاری در تلگرام*. تهران: مرکز ملی فضای مجازی.
۱۰. حاجیانسی، ابراهیم و علی قنبری. (۱۳۹۲). *اینترنت، شبکه‌های اجتماعی و تأثیر آن بر هویت جمعی سنتی ایرانیان*. نقل شده در مسعود اسدپور و جلال غفاری (۱۳۹۲)؛ *مجموعه مقالات همایش تخصصی شبکه‌های اجتماعی*. تهران: سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی.
۱۱. خانیکی، هادی و حمید عابدی. (۱۳۹۳). *تأثیر اینترنت بر نگرش فرهنگی روحانیون، مطالعه طلاب حوزه علمیه قم*. *مطالعات فرهنگی و ارتباطات*. دوره ۱۰. شماره ۳۶.
۱۲. خوارزمی، شهیندخت. (۱۳۸۹). *اعلامیه جدید حقوق بشر در فضای مجازی*. *وبگاه خبرآنلاین*. تاریخ بازیابی ۹۶/۷/۱۹ به نشانی: <http://khabaronline.ir/detail/128514/>
۱۳. رضایی، محمد و مهدی غلامزاده. (۱۳۹۷). *تحلیل فردگرایی در شبکه‌های اجتماعی مجازی*. *مطالعات رسانه‌های نوین*. شماره ۱۵.
۱۴. سعایی، محمدحسین و سونیا وطنی. (۱۳۹۲). *بررسی رابطه بین میزان بهره‌مندی از رسانه‌های نوین (اینترنت) و میزان پای‌بندی نسل جوان به ارزش‌های اجتماعی* (با تأکید بر دانشجویان دانشگاه

- آزاد اسلامی تبریز و علوم تحقیقات آذربایجان شرقی). **مطالعات جامعه‌شناسی**. شماره ۱۸.
۱۵. سیاح طاهری، محمدحسین و اردشیر انتظاری. (۱۳۹۹). مروری بر تعاریف عرفی شدن و ارائه یک تعریف بر اساس مبانی اسلامی. **دین و سیاست فرهنگی**. دوره هفتم. شماره ۱۵.
۱۶. شافاسمی، احسان. (۱۳۸۵). مروری بر زمینه تأثیر فضای مجازی بر نظریه‌های ارتباطات. **مجله جهانی رسانه**. دوره ۱. شماره ۲.
۱۷. شاینر، لاری. (۱۳۷۹). مفهوم سکولار شدن در پژوهش‌های تجربی. **زبان و ادبیات فارسی**. سید حسین سراج‌زاده. شماره ۳۰ و ۳۱. صص ۹۹ تا ۱۲۴.
۱۸. شجاعی‌زند، علیرضا. (۱۳۸۵). مسیرهای محتمل در عرفی‌شدن ایران. **جامعه‌شناسی ایران**. شماره ۱.
۱۹. شجاعی‌زند، علیرضا. (۱۳۸۶). مرور و تکلمه‌ای بر مباحث «عرفی‌شدن». **جامعه‌شناسی ایران**. شماره ۴.
۲۰. شجاعی‌زند، علی رضا؛ محمد رضا طالبان و نادر صنعتی شرقی. (۱۳۸۹). بررسی رابطه جهانی‌شدن فرهنگی و عرفی‌شدن فردی با تأکید بر نقش عوامل زمینه‌ای. **مسائل اجتماعی ایران**. ۱۳۳-۱۶۰.
۲۱. طالبان، محمدرضا. (۱۳۸۹). **پیمایش ملی سنجش دینداری ایرانیان**. تهران: مرکز افکارسنجی دانشجویان.
۲۲. عاملی، سعیدرضا. (۱۳۸۸). **شبکه‌های علمی مجازی**. تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.
۲۳. عاملی، سعیدرضا و مجتبی حاجی‌جعفری. (۱۳۹۱). رویکرد دوفضایی به آسیب‌های مجازی و دین: نگرش‌ها و تجربه‌ها. **دین و ارتباطات**. شماره ۴۱.
۲۴. عدلی‌پور، صمد؛ آسیه سپهری و محمدحسین علی‌زاده. (۱۳۹۲). شبکه اجتماعی فیس‌بوک و روابط خانوادگی کاربران جوان ایرانی. **فصلنامه رسانه و خانواده**. سال دوم و سوم. شماره ۸ و ۹.
۲۵. قاسمی، وحید؛ صمد عدلی‌پور و مسعود کیانپور. (۱۳۹۱). تعامل در فضای مجازی شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و تأثیر آن بر هویت دینی جوانان. **دین و ارتباطات**. شماره ۴۲.
۲۶. قوامی، سیدحسین. (۱۳۹۲). مخاطب ارتباط جمعی، گیرنده یا قربانی؟! **وبگاه شارا**. دسترسی در ۱۳/۱۲/۱۳۹۶. <http://www.shara.ir/view-7965.html>.
۲۷. کار، نیکلاس. (۱۳۹۵). **اینترنت با مغز ما چه می‌کند؟**. محسن حبیبی. تهران: انتشارات آگاه، چاپ سوم.
۲۸. کاستلز، مانوئل. (۱۳۸۰). **عصر اطلاعات: اقتصاد، جامعه و فرهنگ**. جلد اول. احد علیقلیان و افشین خاکباز. تهران: طرح نو.
۲۹. کرم‌اللهی، نعمت‌الله. (۱۳۸۹). بررسی رابطه استفاده از اینترنت با دینداری کاربران. **مطالعات فرهنگی و اجتماعی**. پیش شماره اول.

۳۰. کریمی، یوسف. (۱۳۸۸). *نگرش و تغییر نگرش*. تهران: مؤسسه نشر ویرایش.
۳۱. کوثری، مسعود. (۱۳۸۶). اینترنت، دین و فرهنگ مردم‌پسند *فصلنامه دین و ارتباطات*. شماره ۳۲.
۳۲. مک‌کویل، دنیس. (۱۳۸۲). *درآمدی بر نظریه ارتباطات جمعی*. پرویز اجلالی. تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی. مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
۳۳. ملبوس باف، رامین و فریدون عزیزی. (۱۳۸۹). «مرور سیستماتیک» (Review Systematic) چیست و چگونه نگاشته می‌شود؟». *پژوهش در پزشکی*. دوره ۳۴. شماره ۳.
۳۴. نورمحمدی، مرتضی. (۱۳۸۸). چالش فرهنگ و هویت در فضای مجازی. *پگاه حوزه*. شماره ۲۶۱.
۳۵. نوری مرادآبادی، یونس. (۱۳۹۰). بررسی نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی در تهییج افکار عمومی (تحلیلی بر مبنای نظریه استحکام و ماریپیچ سکوت). *اولین همایش شبکه‌های اجتماعی و فضای سایبر*.
۳۶. وریج کاظمی، عباس و مهدی فرجی. (۱۳۸۲). *عرفی شدن و زندگی روزمره*. مطالعات جامعه‌شناختی. شماره ۲۱.
۳۷. همیلتون، ملکم. (۱۳۸۷). *جامعه‌شناسی دین*. محسن ثلاثی. تهران: نشر ثالث. دوم.

38. Almenayes, J. J. (2014). Religiosity and the Perceived Consequences of Social Media Usage in a Muslim Country. *Journal of Arts and Humanities*. 3(5). 108-117.
39. Alvstad, E. (2010). Encounters between Believers and Non-Believers in a Symbolic Universe: Religious Dialogue and Controversy on The Internet. *Nordic Journal of Religion and Society*. 23(1): 71-86.
40. Armfield, G. G. & R. L. Holbert. (2003). The Relationship between Religiosity and Internet use. *Journal of Media and Religion*. 2(3). 129-144.
41. Bunt, G. R. (2009). Religion and the Internet. In P. Clarke. (Ed.). *The Oxford Handbook of the Sociology of Religion*. Oxford University Press.
42. Boyd, D. M. & N. B. Ellison. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*. 13(1). 210-230.
43. Bauder, D. (2017). Sharers Rather than Authors more Important on Social Media. Associated Press Retrieved from: <https://apnews.com/e20dcc1818e8429c8acc0e3bdc639447/sharers-rather-authors-more-important-social-media>; Retrieve 7/11/2018
44. BBC, (2018), "Facebook: Cambridge Analytica warning sent to users". Retrieved from <https://www.bbc.co.uk/news/technology-43698733> Retrieve: 22/11/2018.
45. Berger, P. L. (2006). *Religion in Globalizing World*. Retrieved from: <http://www.pewforum.org/2006/12/04/religion-in-a-globalizing-world2/> Retrieve: 10/11/2018
46. Campbell, H. (2005). Considering Spiritual Dimensions within Computer-Mediated Communication Studies. *New Media and Society*. 7(1). 110-134.
47. Caulfield, T. (2015). *The Celebrity Illusion, Why Does America Invest so Much in the Idea of Fame?*. beacon. Translated by: N. Ramezani. Retrieved from: <https://www.chronicle.com/article/The-Celebrity-Illusion/229197?cid=megamenu> ; Retrieve 7/11/2018.
48. Crabtree, V. (2016). *Definitions of Secularisation Theory, Why Is Religion declining?*. Retrieved from: http://www.humanreligions.info/secularisation_theory_definitions.html; Retrieve 11/24/2017.

49. Downey, A. B. (2014). *Religious Affiliation, Education and Internet Use*. ArXiv preprint arXiv: 1403. 5534.
50. Gorski, P.; D. K. Kim; J. Torpey. & J. VanAntwerpen. (Eds.). (2012). *The Post-Secular in Question: Religion in Contemporary Society*. NYU Press.
51. Hackett, R. I. J. (2006). Religion and the Internet. *DIOGENES*. Vol. 53. Issue 3. 67-76.
52. Ingelhart, R. & C. Welzel. (2005). *Modernization, Cultural Change and Democracy*. The Human Development Sequence. Cambridge University Press
53. Konnikova, M. (2013). *The Psychology of Online Comments*. The New Yorker. October.
54. Lanier, J. (2018). *Six Reasons Why Social Media Is a Bummer*. Translated by: A. Shafieenasab Tarjomaan.com Retrieved from: <https://www.theguardian.com/technology/2018/may/27/jaron-lanier-six-reasons-why-social-media-is-a-bummer>; Retrieve 22/11/2018.
55. Lewis, P. (2017). Our Minds Can be Hijacked: the Tech Insiders Who Fear a Smartphone Dystopia, theguardian. Retrieved from: <https://www.theguardian.com/technology/2017/oct/05/smartphone-addiction-silicon-valley-dystopia>; Retrieve 7/11/2018.
56. McClure, P. K. (2016). Faith and Facebook in a Pluralistic Age: The Effects of Social Networking Sites on the Religious Beliefs of Emerging Adults. *Sociological Perspectives*. 59(4). 818-834.
57. McClure, P. K. (2017). Tinkering with Technology and Religion in the Digital Age: The Effects of Internet Use on Religious Belief, Behavior, and Belonging. *Journal for the Scientific Study of Religion*. 56(3). 481-497.
58. Obadia, L. (2017). *Cyber Religion*. The Wiley-Blackwell Encyclopedia of Social Theory. 1-3.
59. Smith, P. D. (2008). *Look and Learn*. The Guardian. Translated by: N. Ramezani. Retrieved from: https://www.theguardian.com/books/2008/apr/12/featuresreviews.guardianreview21?CMP=share_btn_tw ; Retrieve 7/28/2018.
60. Smith, C. & R. Cimino. (2012). Atheisms Unbound: The Role of the New Media in the Formation of a Secularist Identity. *Secularism and Nonreligion*. 1(1). 17-31.
61. Stroope, S. (2011). Social Networks and Religion: The Role of Congregational Social Embeddedness in Religious Belief and Practice. *Sociology of Religion*. 73(3). 273-298.
62. Turkle, S. (2015). *Stop Googling. Let's Talk*. NYTimes. Translated by M. Baset. Retrieved from: <https://www.nytimes.com/2015/09/27/opinion/sunday/stop-googling-lets-talk.html> aschoff; Retrieve 7/28/2018.

مرز به معنای معیاری روان‌شناختی است که از یکپارچگی یک فرد یا گروه محافظت می‌کند و به فرد یا گروه کمک می‌کند محدودیت‌های واقع‌بینانه‌ای برای مشارکت در یک رابطه یا فعالیت تعیین کنند. وجود مرزهای واضح برای سلامت جسم و روان انسان ضروری است. مفهوم مرز تا حد زیادی تحت تأثیر بافت فرهنگی است و برای افراد متفاوت می‌تواند معانی متفاوتی را تداعی کند. بنابراین می‌توان انتظار داشت که افراد درک متفاوتی از آن در هر بافت فرهنگی داشته باشند. مقاله حاضر با این سؤال آغاز می‌گردد که ساختار معنایی و مفهوم مرز برای ایرانیان چگونه است؟ در مرحله اول تعداد ۲۸۹ نفر از طریق پاسخ‌دهی اینترنتی به یک سؤال، در پژوهش شرکت کردند. از آنها خواسته شد حداقل ۱۰ کلمه را که در ارتباط با مفهوم مرز در روابط بین فردی به ذهن‌شان خطور می‌کند ارائه کنند. پس از استخراج ۱۰ واژه پرتداعی، در مرحله دوم از ۱۹۵ شرکت‌کننده خواسته شد تا بر اساس تکلیف مشابهت قضاوت شده، میزان ارتباط بین ۱۰ واژه مذکور را به شکل دو به دو مشخص کنند. نتایج تحلیل تناظر نشان داد که کلمات مذکور با در نظر گرفتن دو بعد اهمیت طرف مقابل و سهولت ابراز خود قابل تبیین‌اند. بدین ترتیب چهار وضعیت در روابط بر اساس تغییرات دو بعد مذکور قابل فرض است که در هر کدام از این وضعیت‌ها مرز در روابط، خاصیتی متفاوت دارد.

■ واژگان کلیدی:

مرز، روابط بین فردی، ایران، فرهنگ، حریم خصوصی

معنای مرز در روابط بین فردی برای ایرانیان

پژوهشی با روش تحلیل تناظر

زهرا بی‌غم

کارشناسی ارشد دانشگاه شهید بهشتی
Z.bigham1989@gmail.com

محمدرضا نیک فرجام

دکتری دانشگاه خوارزمی
mohammadreza.nikfarjam@gmail.com

مونا چراغی (نویسنده مسئول)

استادیار دانشگاه شهید بهشتی
M_cheraghi@sbu.ac.ir

عباس ذبیح‌زاده

دکتری دانشگاه شهید بهشتی
zabihzadeh.a@gmail.com

سجاد توسلی

کارشناسی ارشد دانشگاه فردوسی
sajad.tavassoli@gmail.com

مقدمه

کلمه مرز^۱ در لغت‌نامه انگلیسی-مریام - وبستر^۲ (۲۰۲۰) به معنی مشخص کننده حد و حدود است. در فرهنگ لغت دهخدا نیز مرز به عنوان سرحد، در بند، ثغر و خط فاصل میان دو کشور معنا شده است. (دهخدا و ستوده، ۱۳۷۷) مفهوم مرز در رشته‌های مختلفی از علوم سیاسی گرفته تا جامعه‌شناسی و روان‌شناسی مورد مطالعه قرار گرفته است. طبق تعریف دیکشنری روان‌شناسی در پایگاه اینترنتی انجمن روان‌شناسی آمریکا^۳ مرز به معنی معیاری روان‌شناختی است که از یکپارچگی یک فرد یا گروه محافظت می‌کند یا این که به فرد یا گروه کمک می‌کند محدودیت‌های واقع بینانه‌ای را برای مشارکت در یک رابطه یا فعالیت تعیین کنند. (دیکشنری روان‌شناسی انجمن روان‌شناسی آمریکا^۴، ۲۰۲۰) مفهوم مرز تاریخچه‌ای غنی در ادبیات روان‌پوشی و نظریه سیستم‌ها داراست. (آکرمن^۵، ۱۹۵۸ و چیس^۶، ۱۹۹۹) هر دوی این رویکردها بر مفهوم مرز و مهم‌ترین خاستگاه آن یعنی خانواده و روابط والد - فرزندی تمرکز زیادی داشته‌اند. در نظریات روان‌پوشی بالاخص نظریات روابط موضوعی، بر دو هدف عمده رشد و تحول که عبارت‌اند از متصل بودن^۷ و تفرد^۸، تأکید زیادی می‌شود. بدین معنی که در روابط سالم انسانی، افراد می‌توانند به شکل همزمان هم با یکدیگر در تماس و نزدیکی باشند در حالی که فردیت خود را از دست ندهند. (ماهلر^۹ و دیگران، ۱۹۷۵ و پاین، ۱۹۷۹) بدین ترتیب در جریان رشد و تحول فرزندان نیز از والدین انتظار می‌رود که دو نقش مهم حمایت از فرزندان و فسادادن به آنها برای فاصله گرفتن و خودمختاری را به شکل متعادل ایفا کنند. (لیبرمن^{۱۰}، ۱۹۹۲) بنابراین لزوم وجود مرزهای واضح بین والدین و فرزندان در عمده نظریات رشد روانی مورد تأکید واقع شده است. بر این اساس در شرایط بهینه خانواده لازم است بین والدین و فرزندان یک تمایز روان‌شناختی وجود داشته باشد و نقش‌های آنها با یکدیگر

۱۰۰

1. Boundary
2. Merriam-Webster
3. American Psychological Association (APA)
4. APA Dictionary of Psychology
5. Ackerman
6. Chase
7. Connectedness
8. Individuation
9. Mahler
10. Lieberman

تداخل نکند. (کریگ^۱، ۲۰۰۳) در غیر این صورت احتمال سوءاستفاده روانی والدین از فرزند و آسیب زدن به او بالاست. زیرا در چنین شرایطی معمولاً والدین، فرزند را وادار می کنند به جای پیگیری نیازهای شخصی اش در جهت ارضای نیازهای آنها عمل کند. (کریگ، ۲۰۰۵) به این صورت مرزهای مبهم بین والدین و فرزندان یکی از مهم ترین عوامل پیش بینی کننده آسیب شناسی روانی در فرزندان شناخته شده است. (سیچتی و هوز^۲، ۱۹۹۱) اگر افراد شانس تجربه روابط سالم توأم با مرز را با والدین خود از دوران طفولیت داشته باشند، به احتمال بیشتری می توانند در دوران بزرگسالی روابط توأم با مرزهای سالم با دیگران برقرار کنند. (کریگ، ۲۰۰۵)

مینوچین^۳ (۱۹۷۴: ۴۳) یکی از مهم ترین نظریه پردازان حوزه خانواده، یکی از اولین کسانی است که مفهوم مرز را در روان شناسی مطرح کرد. او مرز را یکی از عوامل مهم پیش بینی کننده خانواده سالم می داند. به اعتقاد او خانواده بستری برای رشد فرزندان است تا بتواند آنها را برای درک دو مفهوم جدایی و احساس تعلق آماده سازد. از نظر او خانواده سالم دارای یک ساختار هرمی متشکل از زیرسیستم های مختلف است که به واسطه مرزهای منعطف از هم متمایز شده اند و با یکدیگر در تعامل اند. از منظر مینوچین مرزها تعیین کننده ماهیت تعاملات بین زیرسیستم هاست. او مرزها را در دامنه خشک که نشانگر تعاملات محدود و از هم گسستگی است، تا هم جوشی که نشانگر تعاملات شدید و مکرر بین زیرسیستم هاست و منجر به درهم آمیختگی می گردد، تعریف می کند. از نظر او در وضعیت بهینه، مرز حالتی بینابینی داراست و زمینه ارضای نیازها و استقلال نسبی زیرسیستم ها را فراهم می کند. مفهوم مرز در نظریه بوون^۴ (۱۹۷۸: ۵۸) یکی دیگر از صاحب نظران خانواده درمانی نیز مورد بررسی قرار گرفته است. از منظر او افراد بر اساس تشکیل یا عدم تشکیل مرز با خانواده اصلی شان در طیفی بین هم جوشی تا تمایز قرار می گیرند. البته او بین تمایز یافتگی و برش عاطفی از خانواده، که شیوه ای مصنوعی و تدافعی در برابر هم جوشی با خانواده است، تفاوت قائل می شود. نظرات او در این باره تحت تأثیر تأکید نظریه پردازان تحلیلی بر مفاهیمی چون جدایی و فردیت یافتن از مادر، حل عقده ادیپ و ترک خانه قرار گرفته است. بدین ترتیب از منظر او از فرد بزرگسال به هنجار

1. Kerig
2. Cicchetti & Howes
3. Minuchin
4. Bowen

انتظار می‌رود مستقل باشد و خود را تحقق بخشد و در روابط نزدیکش با دیگران مراقب باشد که خویشتن خود را از دست ندهد. بدین ترتیب مفهوم مرز در نظریه مینوچین در روابط بین زیرسیستم‌های خانواده و در نظریه بوون در روابط بین اعضای خانواده مورد تأکید واقع شده است. شبیه نظرات مینوچین، بوون و کامگوچی^۱ (۱۹۹۶) نیز کارکرد مرز در خانواده را شبیه به کارکرد غشای سلول‌ها می‌داند. او می‌نویسد مرزها باید در حدی محکم باشند که از یکپارچگی افراد و زیرسیستم‌ها حفاظت کنند. از طرفی مرزها باید در حدی نفوذپذیر باشند که امکان ارتباط بین افراد و زیرسیستم‌ها را فراهم کند.

در پژوهش‌های بعدی دانشمندان علوم رفتاری و اجتماعی مرز را به جز در بافت روابط خانوادگی که مهم‌ترین محل تجلی مرزهاست در حوزه‌های دیگر نیز تعریف کرده‌اند. در تعاریف ارائه شده از مرز می‌توان وجود سه مفهوم مهم را پیگیری کرد که عبارت است از توانایی فرد در کنترل اطلاعات ارائه شده به دیگران، خودمختاری و تنظیم تعاملات با دیگران. (چان^۲، ۲۰۰۰) روانشناسان امروز معتقدند که داشتن مرزهای واضح برای سلامت جسم و روان انسان ضروری و از منظر آنها مرزهای مشخص و منعطف با وجود عزت نفس و احساس ارزشمندی در افراد مرتبط است. (مک‌فرسن^۳ و دیگران، ۲۰۱۴: ۷) چون مرزها، خطوط مالکیت شخصی هستند که مشخص می‌کنند ما که هستیم، مسئول چه چیزهایی هستیم، حد و حدود ما کجاست و این که چه محدودیت‌هایی داریم. (کلود و تانسند^۴، ۲۰۰۲: ۸) مرز مفهوم ثابتی نیست و در شرایط مختلف می‌تواند تا حد زیادی متغیر باشد. (کولس و گریگز^۵، ۲۰۱۸: ۵۲) معمولاً مرزها دارای خاصیت انعطاف‌پذیری و نفوذپذیری هستند. (لاهمن^۶، ۱۹۸۲: ۵۲)

به واسطه مرز، طرفین در یک رابطه محدودیت‌هایی را می‌پذیرند. (کلود و تانسند، ۲۰۰۲: ۸) این محدودیت‌ها ابعاد مختلفی دارند که یکی از مهم‌ترین ابعاد، انتقال اطلاعات است. این موضوع که چه کسانی اجازه دارند به کدام دسته از اطلاعات خصوصی ما دسترسی داشته باشند می‌تواند یکی از مصادیق مرز باشد. (دیکسون^۷ و دیگران، ۲۰۰۶:

1. Kameguchi

2. Chan

3. McPherson

4. Cloud & Townsend

5. Cowles & Griggs

6. Luhmann

7. Dickson

۸۵۵) بنابراین مرز با مفاهیمی چون مالکیت اطلاعات، کنترل سطحی از اطلاعات که به اشتراک گذارده می‌شود و میزان نفوذپذیری دیگران بر اطلاعات مرتبط است. (پترونو^۱، ۲۰۰۲: ۲۲-۵) بدین ترتیب افراد به‌منظور مدیریت اطلاعات دریافتی و میزان افشاگری در مورد خویش، مرزهایی را در اطراف خود ایجاد می‌کنند. (پترونو، ۱۹۹۱: ۱)

نظریه مدیریت حریم خصوصی ارتباطات^۲ از جمله نظریات جدیدتری است که در حوزه مرز و حریم خصوصی توسط پترونو (۲۰۰۲) ارائه شده است. در نظریه او مرزها نه‌تنها در روابط خانوادگی که در روابط غیرخانوادگی نیز مورد بررسی قرار می‌گیرند. در این نظریه مدیریت اطلاعات خصوصی مورد بحث قرار می‌گیرد. با این فرض که افراد در روابط به شکل هم‌زمان نیازمند تنظیم و تعادل‌یابی در افشاگری و پنهان‌سازی اطلاعات هستند. این امر می‌تواند تابعی از قوانین پایه و مرزها باشد. قوانین حفظ حریم خصوصی و مرزها بالاخص در مواردی که اطلاعات مشترک و خصوصی مربوط به چند فرد مالک اطلاعات باشد، اهمیت بیشتری پیدا می‌کند. زیرا در این موارد تنها یک فرد مالک اطلاعات نیست و عملکرد همه افراد مالک می‌تواند در حفظ مرزها مهم باشد. طبق این نظریه هرچه پارامترها یا قوانین مربوط به مرزهای پیرامون اطلاعات خصوصی برای همه افراد ذی‌نفع روشن‌تر باشد، احتمال اینکه آنها به شیوه مؤثرتری از مرزها حفاظت کنند بیشتر خواهد بود. از منظر پترونو ارتباطات باعث تغییر یا اتصال مرزها به هم دیگر می‌شود. از این نظریه در تعریف مرزها و حریم خصوصی در زمینه روابط خانوادگی (پترونو، ۱۹۹۱) و شغلی (به‌عنوان نمونه اسمیت و برونر^۳، ۲۰۱۷) استفاده شده است.

به‌نظر می‌رسد که کلمه مرز در روان‌شناسی به جز محدودیت در دسترسی به اطلاعات، می‌تواند ابعاد دیگری را نیز دارا باشد. مانند نحوه تماس‌ها یا میزان نزدیکی فیزیکی مجاز که افراد برای سایرین در ارتباطات با خود تعریف می‌کنند. بدین ترتیب بر اساس جنس و نوع هر رابطه می‌توان مرزهای متفاوتی را تعریف کرد. برخی منابع به مرزهای لازم در ارتباطات محققان، پزشکان و درمانگران با بیماران اختصاص دارند. (دیکسون و دیگران، ۲۰۰۶؛ لرد نلسون^۴ و دیگران، ۲۰۰۴: ۱۵۳؛ کوولز و گریگز، ۲۰۱۸ و مایرز^۵، ۲۰۰۴) بدین ترتیب مرزها با وجود آن که بیشتر در بافت روابط خانوادگی مورد مطالعه و بحث

1. Petronio

2. Communication Privacy Management Theory (CPM)

3. Smith & Brunner

4. Lord Nelson

5. Myers

قرار گرفته‌اند (الن^۱ و دیگران، ۲۰۱۱؛ براون و منینگ، ۲۰۰۹؛ کارول^۲ و دیگران، ۲۰۰۷ و کانتر^۳ و دیگران، ۲۰۱۲) اما در انواع دیگر روابط شغلی و سازمانی (اشفورت و دیگران^۴، ۲۰۰۰) نیز تجلی می‌یابند و مورد بررسی قرار می‌گیرند.

مرز همچون بسیاری از مفاهیم روان‌شناختی دیگر تحت تأثیر فرهنگ می‌تواند متفاوت باشد. جوامع مختلف ساختارهای اجتماعی، خانوادگی و فرهنگی متفاوتی دارند. این تفاوت‌ها می‌تواند بر مبنای غلبه پدرسالاری، مادرسالاری یا روابط کلیدی حاکم بر خانواده شکل گیرد. به‌عنوان مثال در برخی خانواده‌ها تمرکز اصلی بر رابطه زناشویی و در برخی فرهنگ‌ها غلبه اصلی بر رابطه والد - فرزندی است. (پارکین و استون^۵، ۲۰۰۴: ۴۵۲-۳۲۳) بدین ترتیب هر نوع نظام خانواده می‌تواند دارای مرزهای متفاوتی بین افراد عضو خانواده و غیرعضو باشد. بنابراین مرزهای خانواده تعیین‌کننده شمول و خروج اعضای خانواده، تمایز بین افراد خودی و غیرخودی و تعیین درجات متفاوت انعطاف و نفوذپذیری در برخورد با افراد متفاوت است. (چیل^۶، ۲۰۰۲: ۵۳ و کارلینگ^۷ و دیگران، ۲۰۰۲: ۸۹) به‌عنوان مثال در گروه‌های سفیدپوست طبقه متوسط متعلق به فرهنگ‌های غربی، وجود مرزهای واضح و مشخص بین والد و فرزند برای رشد و تحول فرزند ضروری محسوب می‌شود. عدم ایجاد چنین مرزهایی موجب سردرگمی طرفین در ایفای نقش‌های بین فردی و تهدیدکننده سلامت روان فرزند تلقی می‌شود. (کریگ، ۲۰۰۵: ۶) اما باید توجه داشت که میزان تمرکز این طبقه از افراد بر لزوم وجود مرزهای مشخص، ریشه در مدل فرهنگی دارد که در آن بر خودمختاری و فردیت افراد و اکتساب مهارت‌هایی چون جرأت‌مندی و ابراز خود تأکید زیادی وجود دارد. (لام^۸ و دیگران، ۲۰۰۸: ۸۳) بنابراین در چنین بافت‌های فرهنگی هر فرد این حق را دارد که به ویژگی‌های فردی و مرزهایش احترام گذاشته شود. اما در بافت‌های فرهنگی دیگر که در آنها بر ارزش‌های جمع‌گرایانه‌ای چون وابستگی متقابل، ارتباطات بین فردی، اطاعت، هماهنگی بین فردی و احساس مسئولیت نسبت

1. Allan
5. Brown & Manning
2. Carroll
3. Kanter
4. Ashforth
5. Parkin & Stone
6. Cheal
7. Carling
8. Lamm

به الزامات خانوادگی تأکید می‌شود ارتباطات بین فردی منعطف‌تر و قابل نفوذتر است. (کائیچی‌باشی^۱، ۱۹۹۶: ۴۷) شاید به این دلیل که در این بافت‌های فرهنگی در تعریف هر فرد از خودش، حضور دیگران غیرقابل انکار است. بدین ترتیب تعریف خود^۲ و روابط خود - دیگران در بافت‌های فرهنگی مختلف متفاوت است. (مارکوس و کیتایاما^۳، ۱۹۹۱: ۲۲۴) این امر می‌تواند مفهوم مرز، مصادیق و نوع آن را در هر بافت فرهنگی متمایز نماید. بدین ترتیب در برخی بافت‌های فرهنگی، مرزهای پیرامون فرد تمرکز و اهمیت می‌یابند و در برخی فرهنگ‌ها مرزهای پیرامون خانواده با افراد غیرعضو خانواده مهم تلقی می‌شوند (چو و سیلارس^۴، ۲۰۱۵: ۵۳۷) و مرزهای پیرامون افراد مورد قضاوت منفی قرار می‌گیرند. (کالو^۵، ۲۰۱۱: ۱۰۳) بنابراین برای درک بهتر روابط بین فردی در هر بافت لازم است که مفهوم مرز در آن بافت فرهنگی مورد بررسی و دقت قرار گیرد.

۱۰۵

نگاهی به پژوهش‌های صورت گرفته در ایران و جستجوی کلیدواژه مرز در بانک‌های اطلاعاتی اصلی، نشان می‌دهد که مفهوم مرز به شکل مستقیم در حوزه روابط انسانی مورد مطالعه واقع نشده است. به عنوان نمونه در برخی پژوهش‌ها (مانند شهابی و قائم‌پور، ۱۳۹۷: ۱۶۰-۱۳۳)، مرز از منظر جامعه‌شناختی و به عنوان حفاصل بین طبقات اجتماعی و فرهنگی مختلف مورد توجه قرار گرفته است که البته با مفهوم روان‌شناختی آن که تمرکز بر روابط بین فردی دارد متفاوت است.

از سوی دیگر نتایج پژوهش‌های پیشین در حوزه روابط خانوادگی در ایران نشانگر وجود مرزهای مبهم یا مغشوش در روابط بین اعضای خانواده است. تعداد قابل توجهی از مطالعاتی که درباره علل اقدام به طلاق صورت گرفته است بیان می‌کنند دخالت خانواده‌ها در زندگی زن‌شویی همسران یکی از مهم‌ترین علل ایجادکننده تعارض در زندگی زن‌شویی زوجین ایرانی بوده است. (رحمانی و دیگران، ۱۳۸۸؛ زرگر و نشاط دوست، ۱۳۸۶؛ سامانی، ۱۳۸۶؛ صادقی و دیگران، ۲۰۱۲؛ عباس‌علی‌زاده، ۱۳۸۹؛ محسن‌زاده و دیگران، ۱۳۹۰ و مظاهری و دیگران، ۱۳۸۷) از طرفی چراغی و دیگران (۲۰۱۹) در پژوهش خود موفق به استخراج مدلی بهینه از خانواده ایرانی گردیدند. آنها گزارش کردند که یکی از مهم‌ترین تکالیف زوجین جوان در بدو ازدواج شکل‌دهی مرزهای منعطف با خانواده‌های اصلی‌شان

1. Kağıtçıbaşı

2. Self

3. Markus & Kitayama

4. Cho & Sillars

5. Calo

و پیرامون خانواده نوپا می‌باشد. عدم توفیق آنها در ایجاد مرزها لطماتی جدی به رابطه زناشویی و رابطه هریک از آنها با خانواده طرف مقابل وارد می‌کند. این امر در پژوهش‌های دیگر نیز همچون آریامنش و همکاران (۱۳۹۲)، فتحی و همکاران (۱۳۹۴) تکرار شده است. اما نگاهی به پژوهش‌های دیگر نشان می‌دهد که ظاهراً شکل‌دهی مرز بین هر همسر با خانواده اصلی چندان ساده نیست. به‌عنوان مثال نگاهی به مستندات فرهنگی و ضرب‌المثل‌های ایرانی نشان می‌دهد که والدین و فرزندان در خانواده ایرانی توده‌ای نامتمایز را تشکیل می‌دهند که بین آنها مرز مشخصی وجود ندارد. (چراغی و ابراهیمی، ۱۳۹۷) با توجه به اهمیت زیاد خانواده در فرهنگ ایرانی، تلقی اعضای خانواده به‌عنوان معدود افراد مورد اعتماد در فرهنگ ایرانی (ثریا، ۱۳۸۸ و سریع‌القلم، ۱۳۹۰) و محوریت روابط والد - فرزندی بالاخص رابطه مادر- فرزند (چراغی و ابراهیمی، ۱۳۹۷) می‌توان نتیجه گرفت که وجود مرز در داخل خانواده ایرانی چندان به رسمیت شناخته نمی‌شود و به‌عنوان محدودیت یا بیگانگی طرفین رابطه تلقی می‌گردد. اما از طرفی به‌نظر می‌رسد که شرایط حاکم فعلی بر جامعه و خانواده ایرانی لزوم وجود مرزهای واضح پیرامون خانواده و اعضای آن را خاطر نشان می‌کنند. بدین ترتیب شکافی در این میان مشاهده می‌گردد. تحقیقات مختلف بر لزوم وجود مرز در روابط بین فردی بالاخص خانوادگی تأکید می‌ورزند ولی مطالعات فرهنگی نشانگر عدم وجود مرزهای واضح در این نوع روابط در جامعه ایران است. بنابراین ابهامات زیادی در این باره وجود دارد که مفهوم مرز در روابط بین فردی برای ایرانیان چیست و آن را چگونه برقرار می‌کنند؟ آیا در جامعه ایران مرزهای فردی، خانوادگی به یک میزان مهم‌اند؟ مصادیق مرزها در جامعه ایرانی کدام‌اند؟ بررسی‌ها نشان می‌دهند که هنوز پژوهش‌هایی که به این موضوعات پرداخته باشند صورت نگرفته‌اند. شاید یکی از مهم‌ترین سؤالاتی که می‌تواند پاسخ به آن بسیار مهم باشد آن است که کلمه مرز در ذهن افراد چه معانی را تداعی می‌کند؟ به‌نظر می‌رسد پاسخ به این سؤال اولین گام مهم در درک مفهوم مرز از منظر روان‌شناختی در جمعیت ایرانی باشد.

با توجه به این واقعیت که مفهوم مرز تا حد زیادی تحت تأثیر بافت فرهنگی در افراد است و برای افراد متفاوت می‌تواند معانی متفاوتی را تداعی کند، می‌توان انتظار داشت که افراد بازنمایی‌های ذهنی و مقوله‌بندی متفاوتی از آن در هر بافت فرهنگی داشته باشند. (دانیگر^۱، ۱۹۹۰: ۱۳۷) زیرا غالباً ذهن به‌جای بازنمایی آیین‌وار واقعیت‌ها، مدل‌های

فعالانه‌ای از آنها می‌سازد تا بتواند خود را با محیط سازگار نماید. (حاتمی، ۱۳۹۲: ۷۳) بدین ترتیب پژوهش حاضر با این سؤال آغاز گردید که ساختار معنایی مفهوم مرز در ذهن ایرانیان چگونه است؟ با این امید که پاسخ به این سؤال بتواند مقدمه‌ای برای مطالعه عمیق مرز و مرزبندی در انواع روابط بین فردی در فرهنگ ایرانی باشد.

روش

در پژوهش مقطعی - توصیفی حاضر همانند پژوهش‌های مشابه در حیطه مردم‌شناسی و روان‌شناسی شناختی، از «فنون تحلیل حوزه فرهنگی»^۱. (بستر^۲، ۲۰۰۵: ۲۲۳-۱۸۸ و پوررینگتون^۳، ۲۰۱۴: ۱۳۲) استفاده شده است. یکی از شناخته‌شده‌ترین این فنون، ترسیم ساختار معنایی یا فضای مفهومی است که کاربرد آن در این پژوهش، بیانگر بازنمایی شناختی و مفهومی جمعیت ایرانی از واژه مرز در چهارچوب روابط انسانی است. جامعه آماری این پژوهش شامل تمامی افراد ۱۵ تا ۷۰ ساله ایرانی است که در فضای مجازی فعالیت دارند. در ابتدای طراحی این مطالعه، سایت مربوط به این پروژه نیز به آدرس Iranianfamilyresearch.ir راه‌اندازی شد. پرسشنامه‌های مرحله اول پس از طراحی روی سایت بارگذاری شده و درخواست شرکت در این پروژه به‌طور گسترده در شبکه‌های اجتماعی اینستاگرام، تلگرام و واتس‌آپ پخش شد. پس از گذشت مدت دو هفته و بعد از حذف نمونه‌های تکراری، مخدوش و غیرمعتبر، تعداد ۲۸۹ نمونه اولیه به‌دست آمد که این افراد به‌صورت داوطلب در دسترس در این پژوهش شرکت کردند. در مرحله اول تعداد ۶۲ مرد (با میانگین سنی ۳۶/۹۳ و انحراف معیار ۱۱/۶۹) و ۲۲۷ زن (با میانگین سنی ۳۵/۵۴ و انحراف معیار ۱۰/۰۵) در پژوهش شرکت کردند. اطلاعات مربوط به سطح تحصیلات شرکت‌کنندگان به تفکیک جنسیت در جدول ۱ آمده است.

جدول ۱: اطلاعات تحصیلی شرکت‌کنندگان در مرحله اول پژوهش

	زیر دیپلم	دیپلم	کاردانی	کارشناسی	کارشناسی‌ارشد	دکتری	دانشجو
زن	۳	۱۶	۷	۸۰	۹۰	۱۹	۱۲
مرد	۱	۶	۵	۱۶	۲۴	۵	۴

1. Cultural Domain Analysis Techniques
2. Boster
3. Purrington

در مرحله دوم پرسشنامه مربوط روی سایت قرار گرفته و مشابه مرحله اول آگهی دعوت داوطلبانه به‌طور گسترده روی شبکه‌های اجتماعی مذکور قرار داده‌شد. در این مرحله نیز تعداد ۱۹۵ نفر، ۵۰ مرد (با میانگین سنی ۴۱/۴۸ و انحراف استاندارد ۱۲/۳۹) و ۱۴۵ زن (با میانگین سنی ۳۴/۶۶ و انحراف استاندارد ۹/۴۶) در پژوهش شرکت کردند. شرایط لازم برای شرکت در این مطالعه نیز عبارت بودند از: الف) رضایت داوطلب برای مشارکت در پژوهش، ب) داشتن حداقل مدرک تحصیلی سیکل در راستای فهم و پاسخ‌گویی به سؤالات تحقیق.

شیوه اجرا: به‌منظور استخراج شبکه معنایی مرز در فرهنگ ایرانی و در چهارچوب روابط انسانی، نحوه بازنمایی شناختی این مفهوم در مطالعه حاضر مورد توجه قرار گرفت. مطابق با ادبیات پژوهش و بر اساس مطالعاتی که پیشتر در حوزه‌های مردم‌شناسی، زبان‌شناسی و روان‌شناسی شناختی با هدف دستیابی به شبکه‌های معنایی صورت گرفته است، استفاده از شیوه مقیاس‌پردازی^۱ و بازنمایی دیداری^۲ (رامنی^۳ و دیگران، ۲۰۰۰: ۵۲۳-۵۱۸ و لوس^۴ و دیگران، ۲۰۱۳: ۱۹) در این پژوهش امکان ارزیابی دقیق مدل فرهنگی جای‌گرفته از مرز در اذهان جمعیت ایرانی را فراهم می‌آورد. بر این اساس مطالعه حاضر برای ترسیم ساختار معنایی مرز در دو مرحله اجرا شده است:

مرحله اول: در گام نخست و مبتنی بر تکلیف «تولید واژگان تداعی شده»^۵ (پیزکونی^۶، ۲۰۰۷) از ۲۸۹ شرکت‌کننده خواسته شد تا فهرستی از واژگان مرتبطی را که با شنیدن واژه مرز در روابط انسانی در ذهن آنها تداعی می‌گردد یادداشت نمایند. محدودیتی برای نگارش تعداد واژگان در نظر گرفته نشد اما از کلیه شرکت‌کنندگان خواسته شد تا حداقل ۱۰ واژه متداعی را ارائه نمایند. بر این اساس فهرستی از واژگان مرتبط تداعی شده با مرز جمع‌آوری شد. سایت به‌گونه‌ای طراحی شد که شرکت‌کنندگان تنها ۳۰ دقیقه برای پاسخ به پرسشنامه‌ها فرصت داشتند و در هر زمانی در این مدت داوطلب می‌توانست واژه‌های نوشته شده را تغییر دهد. مطابق با روش‌شناسی مطالعات مشابه پیشین (پیزکونی، ۲۰۰۷: ۲۱۲) ده واژه‌ای که بیشترین تکرار را در پاسخ‌های ۲۸۹ فرد

1. Scaling
2. Visual Representation
3. Romney
4. Luce
5. Producing the Associative Terms Task
6. Pizziconi

شرکت‌کننده دارا بودند، انتخاب شدند تا در مرحله بعد در راستای ترسیم شبکه معنایی مرز از آنها استفاده شود.

مرحله دوم: در مرحله بعدی فهرستی متشکل از ۱۱ واژه در اختیار محققان قرار داشته است؛ که شامل واژه مرز و ۱۰ واژه مرتبطی که در مرحله پیشین استخراج شده بود. با قرار گرفتن دوبه‌دوی هر یک از ۱۱ واژه مذکور در کنار یکدیگر، فهرستی متشکل از ۵۵ جفت واژه منحصر به فرد تدوین شد طوری که هیچ جفت واژه تکراری وجود نداشته باشد. به‌عنوان مثال از چهار واژه «مرز، حریم، خانواده، فاصله» می‌توان شش جفت غیر تکراری در نظر گرفت: «مرز - حریم؛ مرز - خانواده؛ مرز - فاصله؛ حریم - خانواده؛ حریم - فاصله؛ خانواده - فاصله». پس از تهیه این فهرست، طی «تکلیف تشابه قضاوت‌شده»^۱ (رامنی و دیگران، ۱۹۹۶: ۴۷۰۵-۴۶۹۹) از ۱۹۵ شرکت‌کننده دیگر خواسته شد تا میزان ارتباط هر یک از این جفت‌واژه‌ها را در یک طیف لیکرت (از ۱ برای کمترین ارتباط تا ۷ برای بیشترین ارتباط) نمره‌گذاری کنند. مدت زمان دسترسی شرکت‌کنندگان به داده‌ها تنها ۳۰ دقیقه بوده و در این مدت آنها قادرند اطلاعاتی را که قبلاً ثبت نموده‌اند تغییر داده یا اصلاح کنند.

روش تحلیل: به‌منظور ترسیم بازنمایی شناختی شرکت‌کنندگان از مفهوم مرز، از روش تحلیل تناظر چندگانه (MCA)^۲ به‌عنوان یکی از روش‌های تحلیل اکتشافی داده‌ها استفاده شد. روش تحلیل تناظر (CA)^۳ یکی از روش‌های شناخته‌شده در مطالعات مردم‌شناسی و روان‌شناسی است که نوعی مقیاس‌پردازی چندگانه (MDS)^۴ محسوب می‌شود. فنون MDS در روان‌شناسی مورد استفاده‌های گوناگونی همچون اعتباریابی و ساخت آزمون، ساخت نیمرخ شخصیت، نمایش ادراک هیجان و درد و موارد مشابه دیگر قرار گرفته است. (جاورسکا و چوپتولوسکا - آناستازوا^۵، ۲۰۰۹: ۱-۱۰) تحلیل تناظر که با نام‌های نقشه‌برداری ادراکی، تحلیل مؤلفه‌های اصلی داده‌های کیفی و مقیاس‌پردازی دوگانه نیز شناخته می‌شود برای تحلیل ماتریس‌ها و جدول‌های دوراهه که شامل اندازه‌هایی از تناظر و مشابهت بین سطرها و ستون‌ها هستند کاربرد دارد. تحلیل تناظر چندگانه، گسترش

1. Judged-Similarity Task
2. Multiple Correspondence Analysis
3. Correspondence Analysis
4. Multidimensional Scaling
5. Jaworska & Chupetlovska-Anastasova

تحلیل تناظر برای کار با بیش از دو متغیر است. (هومن، ۱۳۸۹: ۱۸ و گریناکر^۱، ۲۰۰۷: ۶۵) به منظور پیاده سازی روش تحلیل تناظر در پژوهش حاضر که جزئیات آن در مطالعات ولر^۲ و رامنی (۱۹۹۰: ۲۹)، رامنی و همکاران (۱۹۹۶: ۴۷۰۵-۴۶۹۹) و راش^۳ (۲۰۰۴: ۲۴۰) آمده است، ابتدا برای هر شرکت کننده ماتریسی ۱۱×۱۱ (به تعداد واژگان مستخرج از مرحله یکم در سطر و ستون) از واژه‌ها و نمره‌های تعلق گرفته به هر جفت‌واژه حاصل شد. بدیهی است که عدد ۷ در قطر هر ماتریس قرار می‌گیرد تا تشابه هر واژه با خودش را نشان دهد. در ادامه، ماتریس‌های ۱۹۵ شرکت کننده به لحاظ ستون زیر یکدیگر قرار گرفتند و یک ماتریس انباشته^۴ دارای ۲۳۱۰ ردیف (۱۱×۲۱۰) و ۱۱ ستون از تمامی نمرات شرکت کنندگان به دست آمد. داده‌های این ماتریس، با روش تحلیل تناظر چندگانه از طریق نرم افزار اس.پی.اس.اس^۵ مورد تحلیل قرار گرفت. گفتنی است از آنجا که هر فرد در مقایسه با دیگران، ادراک متفاوتی از فاصله نقاط ۷ نمره‌ای لیکرت برای نمره‌دهی جفت‌واژه‌ها دارد و این عامل به عنوان یک آرتیفکت^۶ سبب تفاوت واریانس ارزیابی بین افراد و جفت‌واژه‌ها می‌شود، ضروری است نوعی استانداردسازی صورت گیرد تا یافته‌ها قابل تفسیر باشند. به این منظور، نمرات بهینه ردیف^۷ برای هر فرد و هر بُعد به میانگین صفر و واریانس برابر با ریشه دوم ارزش‌های تکین^۸ استانداردسازی شد. این روش در مطالعات مربوط به مقیاس‌پردازی حوزه‌های معنایی استفاده شده است. (به عنوان نمونه، رامنی و دیگران، ۱۹۹۶: ۴۷۰۵-۴۶۹۹ و مور و دیگران، ۲۰۰۰)

یافته‌ها

جدول ۲ فهرست ده واژه نخست را که بیشترین تکرار را از بین مجموع واژگان ثبت شده در پاسخ‌های شرکت کنندگان در مرحله اول (n=۲۸۹) داشته‌اند، به همراه دفعات تکرار نشان می‌دهد. همچنان که در جدول مشاهده می‌گردد، از مجموع واژه‌های ارائه شده توسط کلیه شرکت کنندگان، واژه حد با ثبت شدن توسط ۱۲۱ نفر، به عنوان پرتکرارترین

1. Greenacre
2. Weller
3. Rusch
4. Stacked Matrix
5. SPSS
6. Artifact
7. Optimal Row Scores
8. Square Root of the Singular Values

واژه مرتبط تداعی شده با مرز مورد اشاره قرار گرفته است. جدول ۲ فهرست ده واژه نخست تداعی شده با «مرز»

جدول ۲: فهرست ده واژه پرتکرار

رتبه	واژه	تعداد تکرار
۱	حد	۱۲۱
۲	احترام	۱۱۴
۳	حریم	۹۲
۴	حریم خصوصی	۶۴
۵	فاصله	۶۲
۶	امنیت	۵۸
۷	خط قرمز	۵۰
۸	خانواده	۴۷
۹	شخصی	۴۶
۱۰	محدودیت	۴۱

جدول ۳ نتایج تحلیل تناظر را برای ماتریس انباشته از تمامی نمرات شرکت کنندگان نشان می‌دهد. ارزش‌های تکین برای بُعد اول، ۰/۱۷۶۰ و برای بُعد دوم، ۰/۱۴۵۴ به دست آمده است در مجموع ۳۸ درصد واریانس را شامل می‌شوند.

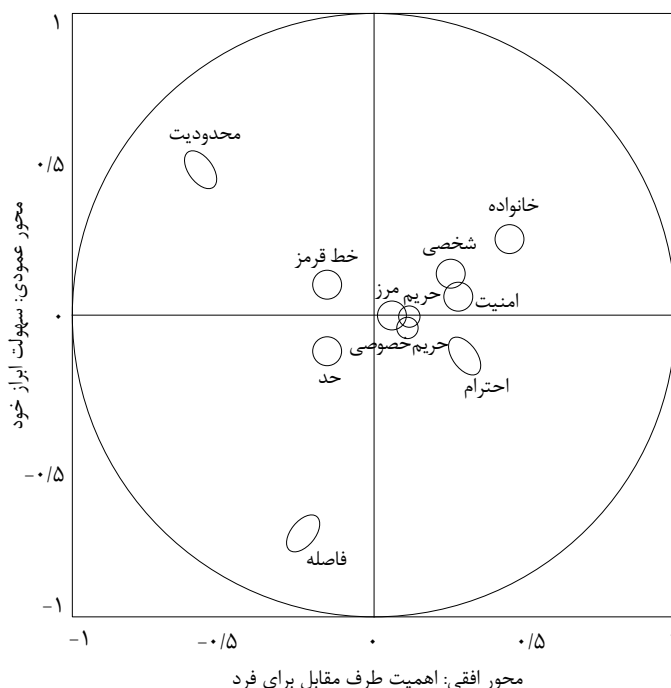
جدول ۳: ارزش‌های تکین و ارزش‌های ویژه (اینرسی) در تحلیل تناظر ماتریس انباشته

بُعد	ارزش تکین	اینرسی	نسبت اینرسی	
			تبیین شده	تراکمی
۱	۰/۱۷۶۰	۰/۰۳۱۰	۰/۲۲۸	۰/۲۲۸
۲	۰/۱۴۵۴	۰/۰۲۱۱	۰/۱۵۶	۰/۳۸۴
۳	۰/۱۳۹۷	۰/۰۱۹۵	۰/۱۴۴	۰/۵۲۷
۴	۰/۱۱۹۹	۰/۰۱۴۳	۰/۱۰۶	۰/۶۳۳
۵	۰/۱۰۳۷	۰/۰۱۰۷	۰/۰۷۹	۰/۷۱۳
۶	۰/۱۰۰۱	۰/۰۱۰۰	۰/۰۷۴	۰/۷۸۶

بُعد	ارزش تکین	اینرسی	نسبت اینرسی	
			تبیین شده	تراکمی
۷	۰/۰۹۶۲	۰/۰۰۹۲	۰/۰۶۸	۰/۸۵۴
۸	۰/۰۸۸۵	۰/۰۰۷۸	۰/۰۵۸	۰/۹۱۲
۹	۰/۰۸۰۴	۰/۰۰۶۴	۰/۰۴۸	۰/۹۶۰
۱۰	۰/۰۷۳۹	۰/۰۰۵۴	۰/۰۴۰	۱/۰۰۰
کل		۰/۱۳۵۸	۱/۰۰۰	۱/۰۰۰

شکل ۱، ساختار معنایی مرز در روابط انسانی را برای شرکت کنندگان این مطالعه (n=۱۹۵) نشان می‌دهد. این نمودار بر اساس دو بُعدِ اول (محور X و محور Y) که بیشترین واریانس داده‌ها را نمایش می‌دهند (۳۸ درصد) ترسیم شده است. از آنجا که نمودار اولیه انبوهی از نمرات شرکت کنندگان (۲۵۴۱۰ نقطه) را به نمایش می‌گذاشت و تفسیر نتایج را دشوار می‌نمود، میانگین حسابی تمام ارزیابی‌های استاندارد شده افراد نمونه برای هر واژه محاسبه و نشان داده شده است. همچنان که مشاهده می‌گردد واژه مرز مرکز ثقل توزیع داده‌ها در این نمودار است و سایر مفاهیم در پیرامون آن، شبکه معنایی را تشکیل داده‌اند. فاصله بین نقاط در این فضای اقلیدسی، تجسمی از فاصله بین این مفاهیم در ذهن افراد است. واژگانی که به هم نزدیک‌ترند، از نظر معنایی ارتباط بیشتری با یکدیگر دارند. برای مثال، مرز و حریم خصوصی به یکدیگر بسیار نزدیک‌اند و به‌عنوان دو مفهوم بسیار مرتبط ادراک می‌شوند، در حالی که فاصله به‌رغم آنکه یکی از سازه‌های برجسته مرتبط در شبکه معنایی مرز در جمعیت ایرانی است از دو واژه مذکور جدا است و بنابراین به لحاظ معنایی کاملاً متفاوت است. در اینجا لازم بود برای محور X و Y بر اساس واژه‌ها و نحوه توزیع آنها روی این دو محور عناوینی برگزید که به نوعی مبین واژه‌ها و علت توزیع آنها در فضای بین دو محور باشد. محققان برای نامگذاری دو محور پس از غرق شدن در اطلاعات، به جز بررسی کلیه واژه‌های توزیع شده روی دو محور، به شکل خاص به لغاتی توجه داشتند که در چهار گوشه انتهایی فضای بین محورها قرار گرفته بودند که عبارت‌اند از خانواده، احترام، محدودیت و فاصله. زیرا هر یک از این چهار واژه نمایانگر ترکیب افراطی دو محور افقی و عمودی هستند که به شکل دو به دو در تقابل با یکدیگر قرار می‌گیرند. (خانواده در برابر فاصله و احترام در برابر محدودیت) بنابراین

محققان سعی در حدس زدن معانی مستتر در محورها کردند. از طرفی با توجه به نحوه قرارگیری کلمات کنار هم و میزان دوری و نزدیکی آنها از یکدیگر نیز سعی شد درباره عناوین محورها گمانه‌زنی شود. پس از بررسی حدس‌های متعدد و هم‌اندیشی محققان درباره آنها و اطمینان از قدرت تبیین‌کنندگی عناوین منتخب، تصمیم بر آن شد که برای محور X که سهم عمده‌ای از واریانس داده‌های این پژوهش را به خود تخصیص داده است (۲۲ درصد)، عنوان «میزان اهمیت طرف مقابل برای فرد» انتخاب گردد. علاوه بر این توزیع داده‌ها بر روی محور Y که بخش دیگری از واریانس داده‌ها را تبیین می‌نماید (۱۵ درصد) نیز گویای تطبیق این مدل معنایی با «سهولت ابراز وجود» است. برای مثال، خانواده در این مدل معنایی به عنوان موضوعی مهم برای فرد است که فرد در آن حیطه با راحتی بیشتری می‌تواند خود را ابراز کند. همچنین مفهوم فاصله در روابط کمتر مهم برای فرد که در آن فرد چندان قادر به ابراز وجود نیست معنا می‌یابد.



شکل ۱: ساختار معنایی مرز بر اساس میانگین ارزیابی‌های شرکت‌کنندگان در تکلیف تشابه قضاوت‌شده

بحث و نتیجه‌گیری

این پژوهش با هدف بررسی ساختار معنایی مرز در بین ایرانیان صورت گرفت. یافته‌های پژوهش حاضر نشان داد که ۱۰ کلمه‌ای که بیشترین ارتباط را با کلمه مرز در ذهن افراد شرکت‌کننده دارند، عبارت‌اند از: حد، احترام، حریم، حریم خصوصی، فاصله، امنیت، خط قرمز، خانواده، شخصی و محدودیت. همچنین یافته‌های این پژوهش ساختار معنایی مرز در فرهنگ ایرانی را مشخص نمود. در این بخش ابتدا کلمات متداعی با مرز و دلایل احتمالی تداعی آنها با مفهوم مرز مورد بررسی قرار گرفت. سپس نتایج مربوط به ساختار معنایی مرز بررسی شد.

نگاهی به کلمات متداعی با مرز نکات جالبی را درباره مفهوم مرز برای ایرانیان آشکار می‌سازد. کلمه حد به‌عنوان پربسامدترین کلمه متداعی با مفهوم مرز برای شرکت‌کنندگان، در فرهنگ لغت معین به‌معنای حائل میان دو چیز، انتها و کرانه، تیزی، اندازه، کیفر و مجازات شرعی معنا شده است. شاید به بیان دیگر وقتی صحبت از مفهوم مرز در روابط بین فردی پیش می‌آید افراد به این می‌اندیشند که باید در روابط دارای مرز از حد و اندازه‌های خاصی فراتر نروند و حدود را رعایت کنند.

کلمه احترام نیز به‌عنوان دومین کلمه متداعی با کلمه مرز، در فرهنگ لغت به‌معنای حرمت گذاشتن و بزرگداشت معنا شده است. این یافته را می‌توان این‌گونه تفسیر کرد که حفظ مرز در ارتباط با یک فرد به‌معنای بزرگداشت او یا احترام او را نگاه داشتن معنا می‌گردد. به این معنا که عدم رعایت مرز در رابطه با یک فرد به‌معنای بی‌احترامی و کوچک شمردن اوست. این یافته پژوهش را می‌توان با گزارشات بیمی^۱ (۱۳۸۶: ۹۸-۷۱) همسو دانست. او در مشاهداتی که از تعاملات ایرانیان در موقعیت‌های مختلف داشته است متوجه شده است که ارتباطات در دو حالت صمیمی (با افراد خودی) یا توأم (در برخورد با افراد غیرخودی و دارای جایگاه بالاتر در سلسه مراتب قدرت) صورت می‌گیرد. بدین ترتیب که در برخورد با افراد نزدیک معمولاً افراد خیلی نگران رعایت حدود نیستند و می‌توانند بی‌ملاحظه و بی‌رودربایستی با طرف مقابل ارتباط برقرار کنند. اما هرچه فرد مورد نظر بیشتر مورد احترام باشد یا در جایگاه والاتری نسبت به فرد قرار داشته باشد لازم است که حدود بیشتری در برخورد با او مورد توجه قرار گیرد.

کلمه حریم به‌عنوان سومین کلمه متداعی با کلمه مرز در فرهنگ معین به‌معنای

پیرامون و گرداگرد خانه، مکانی که حمایت و دفاع از آن واجب باشد معنا شده است. در فرهنگ دهخدا به جز موارد فوق معانی دیگری نیز برای کلمه حریم ارائه شده است: چیزی که حرام باشد و دست بدان نتوان زد، چیزی که آن را حمایت کنند و بر آن جنگ کنند. بنابراین تداعی کلمه حریم با مرز را می‌توان این‌گونه تفسیر کرد که در رابطه بین افراد، هر فرد حریمی دارد که ورود به آن می‌تواند ممنوع و حتی حرام باشد. این امر که دو کلمه حد و حریم که جزء برترین رتبه‌ها در تداعی با کلمه مرز هستند، کاربرد مهمی در ادبیات شرعی و مذهبی نیز دارند، قابل توجه است. بدین معنی که عدم توجه به حد و حریم از نظر شرعی تبعات منفی را به فرد خاطی تحمیل می‌کند. این امر می‌تواند بیانگر تأثیر مذهب و آموزه‌های آن در تعریف مرز برای ایرانیان باشد.

۱۱۵

نکته مهم دیگر این است که کلمه حریم خصوصی به‌عنوان چهارمین کلمه متداعی با کلمه مرز در فرهنگ لغت معین و دهخدا نیامده است. شاید به این دلیل که کلمه مذکور که ترجمه کلمه Privacy در زبان انگلیسی است در فرهنگ عمدتاً جمع‌گرای ایرانی کاربرد زیادی نداشته است و احتمالاً با تأثیرپذیری جامعه از ارزش‌های فرهنگی فردگرایانه غربی به بافت فرهنگی ایرانی نفوذ نموده است.

پنجمین کلمه متداعی با مرز فاصله است. در فرهنگ لغت این کلمه تحت عنوان مسافت بین دو چیز و جداکننده معنا شده است. نکته قابل توجه این است که در فرهنگ دهخدا فاصله گرفتن به معنی دوری کردن به سبب نفرت داشتن یا احتیاط کردن معنی شده است. البته این امر که فاصله گرفتن از افراد بیشتر در ذهن ایرانیان به معنای مثبت یا منفی باشد خود می‌تواند موضوع پژوهشی مجزا باشد. اما این یافته نیز با گزارش‌های بیمن (۱۳۸۶: ۷۱-۹۸) می‌تواند همسو باشد. به نظر می‌رسد هر چه فاصله بین دو فرد بیشتر باشد و نزدیکی چندانی بین آنها موجود نباشد لزوم وجود مرز در رابطه بین آنها بیشتر است.

کلمه امنیت ششمین کلمه متداعی با کلمه مرز برای شرکت‌کنندگان بوده است. ظاهراً در ذهن افراد رعایت مرز در روابط بین فردی با احساس امنیت در رابطه مرتبط است. خط قرمز به‌عنوان هفتمین کلمه متداعی با کلمه مرز در فرهنگ لغت دهخدا یا معین موجود نیست. شاید این کلمه نیز همچون کلمه حریم خصوصی در طول سالیان اخیر از فرهنگ غربی و زبان انگلیسی (Red Line) وارد زبان فارسی شده و به دلیل نیازهای امروزی کاربران زبان فارسی، مورد استفاده قرار گرفته است. در دیکشنری انگلیسی به

انگلیسی مریام وبستر نیز این کلمه تحت عنوان حد امنیتی، آخرین حد سرعت، ارتفاع، مسافتی که که امن محسوب می‌گردد معنا شده است. بنابراین به نوعی این کلمه را نیز می‌توان حاوی معانی مستتر در کلمات حد و حریم دانست.

کلمه خانواده تنها کلمه متداعی با مفهوم مرز است که مصداق عینی از مفهوم مرز تلقی می‌شود. نه کلمه متداعی دیگر به نوعی انتزاعی‌اند. اما از بین مصادیق عینی مختلفی که از کلمه مرز می‌تواند به ذهن خطور کند، همچون خانه، بدن، تلفن همراه، پوشش، حجاب، اتاق شخصی و غیره، تنها خانواده است که به‌عنوان یک کلمه مرتبط با مفهوم مرز گزارش شده است. این امر می‌تواند با نتایج پژوهش‌های دیگری چون کائیتیچی‌باشی (۱۹۹۶: ۴۷) که معتقدند در جوامع دارای ویژگی‌های جمع‌گرایانه، مرزهای پیرامون خانواده اهمیت زیادی دارد، مرتبط باشد. از طرفی این یافته می‌تواند تأییدی بر گزارش‌های پیشین همچون شعبانی (۱۳۹۴: ۶۲) باشد که معتقدند ایرانیان بسیار خانواده محورند و نهاد خانواده برای آنان از ارزش زیادی برخوردار است. اما نکته جالب توجه دیگر در اینجا آن است که کلمه شخصی نیز بعد از کلمه خانواده، یکی از مهم‌ترین کلمات متداعی با مفهوم مرز است. ظاهراً برای کاربران زبان فارسی حفظ مرزهای شخصی در روابط فردی به اندازه مرزهای خانوادگی حائز اهمیت است. البته اگر محتاطانه کلمه حریم خصوصی را معادل حریم شخصی افراد در نظر بگیریم و آن را معادل حریم روابط خانوادگی و زناشویی در نظر بگیریم، می‌توان گفت که بعد شخصی مرز برای فارسی‌زبانان نسبت به بعد خانوادگی مرز اهمیت بیشتری دارد. اما با توجه به اینکه بررسی فرهنگ لغت‌های مهم فارسی چون دهخدا و معین کلمه خصوصی را تنها معادل شخصی نمی‌دانند بلکه معانی داخلی و غیرعلنی را نیز برای آن در نظر می‌گیرند، باید در این تبیین محتاط‌تر عمل کرد. در مطالعه ذبیح‌زاده و همکاران (۱۳۹۶: ۲۷) نیز که به نوعی از نزدیک‌ترین مطالعات به پژوهش حاضر محسوب می‌شود، هنگامی که از افراد نمونه خواسته شد که اولین کلمات متداعی با مفهوم حریم خصوصی را بیان کنند مجموعه‌ای از کلمات شامل خانواده، خانه، آبرو، امنیت، تلفن همراه، اسرار شخصی، اتاق شخصی، خلوت و تنهایی و حرمت به ترتیب پرتکرارترین کلمات گزارش شده بودند. در پژوهش مذکور کلمه خانواده اولین رتبه را در تداعی با مفهوم حریم خصوصی دارا بود. شاید بتوان بر اساس نتایج پژوهش حاضر و نتایج پژوهش ذبیح‌زاده و همکاران (۱۳۹۶: ۳۱) چنین نتیجه گرفت که در فرهنگ ایرانی خانواده جزو حریم خصوصی افراد محسوب می‌شود. این برداشت

متفاوت از برداشتی است که بیان می‌کند که افراد به جای آن که دارای مرزهای شخصی باشند مرزهای خانوادگی را ارج می‌نهند. به نظر می‌رسد در جامعه کنونی ایران افراد برای مرزهای فردی و حریم خصوصی خود ارزش زیادی قائل‌اند. اما مسائل مربوط به خانواده برای آنها یکی از خصوصی‌ترین لایه‌های اطلاعاتی محسوب می‌گردد که آن را به راحتی با افراد غیرخودی درمیان نمی‌گذارند. گزارش‌هایی که درباره نگرش منفی ایرانیان نسبت به فاش کردن مسائل خانوادگی در برابر دیگران (جلالی^۱، ۲۰۰۵: ۴۶۱) موجود است می‌تواند تأییدی بر این مدعا باشد. از طرفی با در نظر گرفتن نتایج پژوهش‌هایی چون سریع‌القلم (۱۳۹۰)، ثریا (۱۳۸۸)، چراغی و ابراهیمی (۱۳۹۷) می‌توان چنین نتیجه گرفت که جامعه ایران در موارد متعددی، ویژگی‌های فردگرایی را نشان می‌دهد. اما در مواردی همچون روابط خانوادگی و یا حضور مراجع قدرت ویژگی‌های جمع‌گرایانه نشان می‌دهد. بدین ترتیب جامعه ایرانی را می‌توان جامعه‌ای فردگرا در نظر گرفت که در آن خانواده از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است.

آخرین کلمه متداعی با کلمه مرز، در فهرست ده‌گانه، کلمه محدودیت است، که در فرهنگ لغت به معنای دارای حد بودن، محدود بودن، انحصار، کران‌مندی و چارچوب داشتن آمده است. می‌توان این یافته را بدین گونه تفسیر کرد که وجود مرز در روابط به عنوان یک محدودیت تلقی می‌گردد. شاید با نگاهی اجمالی به کلمات متداعی با مرز در ذهن شرکت‌کنندگان مانند حد، حریم، حریم خصوصی، خط قرمز و محدودیت بتوان نتیجه گرفت که آنها معتقدند در صورت رعایت مرز در روابط با دیگران تا حدی آزادی خود را محدود می‌کنند تا به منطقه ممنوعه دیگران وارد نشوند. بدین ترتیب افرادی که در روابط با دیگران به مرزهای آنها احترام می‌گذارند، به نوعی خود را مهار می‌کنند و با تعریف مرز پیرامون خود آزادی دیگران را محدود می‌کنند.

یکی از یافته‌های مهم این پژوهش ارائه ساختار معنایی مرز بر اساس میانگین ارزیابی‌های شرکت‌کنندگان در «تکلیف تشابه قضاوت شده» بود که در شکل ۱ ارائه گردید. این شکل به نوعی نمایانگر نقشه ذهنی شرکت‌کنندگان در پژوهش درباره مفهوم مرز است. بدین ترتیب که کلمه مرز در وسط شکل است و کلماتی که به آن نزدیک‌تر قرار دارند از منظر شرکت‌کنندگان مرتبط‌تر ادراک می‌گردند. بدین ترتیب کلمات حریم و حریم خصوصی بیشترین نزدیکی را با کلمه مرز نشان می‌دهند. با توجه به دوری بیشتر

کلماتی چون محدودیت، فاصله و بعد از آن خانواده نسبت به مرز، می‌توان گفت که این کلمات از نظر ذهنی مفاهیم مجزا و جداگانه‌ای در باب مفهوم مرز هستند.

همان‌طور که در شکل ۱ مشاهده می‌گردد بر اساس توزیع کلمات متداعی در دو محور افقی (میزان اهمیت طرف مقابل) و عمودی (سهولت ابراز وجود) می‌توان چهار حوزه را در نظر گرفت: ۱. روابط با افراد مهم/ سهولت بیشتر ابراز خود، ۲. روابط با افراد مهم/ دشواری ابراز خود، ۳. روابط با افراد کمتر مهم/ سهولت بیشتر ابراز خود، ۴. روابط با افراد کمتر مهم/ دشواری ابراز خود. در هر کدام از این چهار حوزه کلمات متداعی وجود دارند. مهم‌ترین کلمات متداعی در حوزه اول (روابط با افراد مهم/ سهولت بیشتر ابراز خود) عبارت‌اند از: خانواده، شخصی و امنیت. به‌نظر می‌رسد این حوزه امن‌ترین و شخصی‌ترین حوزه در ذهن شرکت‌کنندگان محسوب می‌گردد. نکته مهم در اینجا این است که خانواده به‌عنوان نزدیک‌ترین و امن‌ترین افراد مورد اعتماد ادراک می‌شود که حتی از نظر درجه اهمیت از امور شخصی نیز پیشی می‌گیرد. این یافته با نتایج گزارش شده توسط ثریا (۱۳۸۸: ۷۵)، سریع‌القلم (۱۳۹۰: ۱۹۷)، محسنی و همکاران (۱۳۹۰: ۴۱-۷۰) هماهنگ است. همچنین چراغی و ابراهیمی (۱۳۹۷: ۴۱۰-۳۸۳) در پژوهشی که در باب ضرب‌المثل‌های ایرانی مرتبط با روابط والد - فرزندی انجام دادند می‌نویسند در خانواده ایرانی سنتی، بین والدین و فرزندان هم‌جوشی وجود دارد. بین والدین و فرزند اتصالی ازلی و ابدی برقرار است که گسستگی نیست. فرزندان قادر نیستند فراتر از هویت و سرنوشت والدین خود بروند. چون تحت تأثیر طالع همسان با آنها هستند و یا حتی شاید به تعبیری دیگر، فرزندان تکه‌ای از وجود والدین یا نسخه مشابهی از آنها، ادامه آنها و در برخی موارد مایملک آنها معرفی می‌شوند. بدین ترتیب به‌نظر می‌رسد خانواده ایرانی متشکل از مجموعه اعضای هم‌جوش بدون تأکید بر فردیت، بدون مرز واضح و مشخصی بین آنهاست. این موضوع با به رسمیت شناختن مرزهای واضح بین والدین و فرزندان و تمایز یافتگی اعضای خانواده که در نظریات کلاسیک خانواده‌درمانی مانند نظریات مینوچین (۱۹۷۴: ۴۳) و بوئن (۱۹۷۸: ۵۸) مطرح می‌شوند متفاوت است.

کلمات مهم متداعی در حوزه دوم (روابط دارای اهمیت بالا / دشواری ابراز خود) عبارت‌اند از: احترام، حریم خصوصی، حریم. این حوزه بیانگر روابط با افراد مهم از منظر فرد است که در آنها نمی‌تواند به راحتی خودش را ابراز کند و به اصطلاح عامیانه در آنها رودربایستی و ملاحظه وجود دارد. قابل توجه است که کلیه کلمات این حوزه از ریشه

حرم (به معنای وجود حرمت و حرام بودن) هستند. در این حوزه می‌توان رد پای آموزه‌های مذهبی را که بزرگداشت برخی افراد مانند والدین و بزرگترها را ترویج می‌کند و عدم رعایت احترام و حریم آنها را نکوهیده و مخالف دستورات خداوند می‌داند، مشاهده کرد. مهم‌ترین مسئله در اینجا احترام به جایگاه افراد مهم است. با توجه به معنای لغوی کلمه احترام می‌توان درک کرد که در این حوزه از مرز، افراد کسانی را که برایشان اهمیت زیادی دارند، بزرگ می‌دارند و خود را در برابر آنها در جایگاه پایین‌تری قرار می‌دهند تا به آنها احترام گذاشته باشند. در چنین شرایطی رعایت حریم خصوصی فرد مورد نظر بسیار مهم است. (بیمن، ۱۳۸۶: ۷۱-۹۸) دقت بیشتر در شکل ۱ نشان می‌دهد که بیشترین پراکندگی میان کلمه مرز و دو کلمه حریم و حریم خصوصی، به عنوان نزدیکترین کلمات به کلمه مرز در منظر شرکت‌کنندگان، در این حوزه قرار گرفته است. از این یافته می‌توان نتیجه گرفت که شرکت‌کنندگان معمولاً در روابط با کسانی که از جایگاه بالاتری نسبت به آنها قرار دارند مرزها را مهم می‌دانند. این یافته می‌تواند همسو با نظرات چان^۱ (۲۰۰۰: ۱-۱۷) و پترونو (۲۰۰۲: ۱۵۱) باشد که معتقد است در جوامع با حاکمیت ارزش‌های جمع‌گرایانه بر خلاف جوامع فردگرا، مرزها به شکل نامتقارن نمود می‌یابند. بدین ترتیب که در رابطه بین دو نفر، بر اساس جایگاهی که هر یک از آنها در رابطه مذکور دارد، حقوق متفاوتی در زمینه حفظ حریم خصوصی خود دارند. فردی که در رابطه از جایگاه بالاتری برخوردار است می‌تواند هرگونه اطلاعاتی که از طرف مقابل خواستار است به دست آورد. اما چنین شرایطی برای طرف دوم وجود ندارد و مبادرت به آن به معنی توهین و بی‌احترامی است. طبق تحقیقات شرایط مشابهی در سایر بافت‌های فرهنگی نیز موجود است. در محیط‌های شغلی و در رابطه با رئیس، کارمندان آمریکایی تنها زمانی به خود اجازه دادند وارد مرزهای شخصی رئیس‌شان شوند که وی شروع به خودافشایی کرده بود، در غیر این صورت به مرزهای شخصی وی نزدیک نمی‌شدند. (اسمیت و برونر، ۲۰۱۷: ۹) با توجه به این موضوع و در نظر داشتن این امر که در سنت و فرهنگ ایرانی اعضای خانواده بر اساس جنسیت و سن در هرم قدرت خانواده جایگاه متفاوتی دارند (چراغی و ابراهیمی، ۱۳۹۷: ۴۰۴) می‌توان درک کرد اعضای که در جایگاه قدرت بالاتری در خانواده قرار می‌گیرند حق حریم خصوصی و مرز داشته باشند و از اعضای دارای جایگاه قدرت ضعیف‌تر انتظار می‌رود که به مرز اعضای فرادست احترام

گذارند و حقوق مشابهی را مطالبه نمایند.

در حوزه سوم (روابط با افراد کمتر مهم/ سهولت بیشتر ابراز خود) روابطی مطرح می‌شوند که فرد مقابل چندان مهم به حساب نمی‌آید و از طرفی فرد راحت‌تر می‌تواند نیازها و نظر شخصی خود در رابطه را بیان کند. در این حوزه، محدودیت و خط قرمز کلمات مهم هستند. به نظر می‌رسد در چنین شرایطی فرد برای تعیین خط قرمزهایش برای دیگران و نشان دادن محدودیت‌های طرف مقابل احساس راحتی بیشتری می‌کند. شاید در چنین روابطی وضوح بیشتری برای تعیین محدودیت‌ها و خط قرمزها موجود باشد و طرفین با احساس راحتی بیشتری به تعیین مرزها بپردازند. موقعیت‌هایی همچون مواجهه با افراد غریبه می‌تواند مصداقی از این حالت باشند. پژوهش‌های انجام شده در جوامع غربی نشان می‌دهد این نوع روابط که بیشتر در محیط‌های شغلی مطرح می‌شوند، افراد را بر آن می‌دارند تا به‌طور مشترک مرزهای شخصی خود را تعریف کنند و هر مرزی که برای خود تعریف می‌کنند، برای دیگری نیز قائل باشند. (برای مثال اسمیت و بروئر، ۲۰۱۷: ۹؛ واتکینزالن^۱ و دیگران، ۲۰۰۷: ۳)

حوزه چهارم (روابط با افراد کمتر مهم/ دشواری ابراز خود) مربوط به روابطی می‌گردد که چندان نزدیک یا مهم محسوب نمی‌شوند و از طرفی فرد نسبت به ابراز خود در مقابل دیگری احساس راحتی نمی‌کند. در چنین شرایطی دو مفهوم فاصله و حد مطرح می‌شوند. به این معنی که فرد لازم است در چنین شرایطی حد و فاصله مورد نیاز را تشخیص دهد و نسبت به مراعات آن حساس باشد. نمونه این مورد را می‌توان هنگام قرار گرفتن در محله‌های پر از خشونت و خطرناک مشاهده کرد که در این حالت شرایط ایجاب می‌کند که مرزهای مشخص و نسبتاً نفوذ ناپذیری با دیگران تعریف شود. (براون و ویل^۲، ۲۰۲۰) با توجه به معنای کلماتی که بیشترین تداعی را از مفهوم مرز در ذهن شرکت‌کنندگان این پژوهش داشتند که به‌طور خلاصه به دو بعد میزان اهمیت فرد مقابل برای آنها و احساس راحتی در ابراز خود مربوط می‌شود، به نظر می‌رسد که مفهوم مرز در ذهن ایرانیان به چهار حوزه تقسیم می‌گردد:

۱. حالتی که در رابطه با افراد مهم از منظر فرد ایجاد می‌شود که در آن فرد برای ابراز خود احساس راحتی می‌کند. در چنین شرایط امنی به نظر می‌رسد لزومی برای

1. Watkins Allen

2. Brown & Weil

مرزگذاری وجود ندارد. همان‌طور که بیمن (۱۳۸۶) با مشاهده ایرانیان متوجه شد در رابطه با افرادی که در گروه خودی طبقه‌بندی شده و افراد مهمی برای فرد می‌باشند، مرز مشخصی تعریف نمی‌شود. همسو با این یافته نظری، گزارش‌هایی از جامعه امریکایی وجود دارد که نشان می‌دهد در رابطه والدین و فرزندان تا زمانی که فرزندان به سنین جوانی می‌رسند و در خانه والدین سکونت دارند، مرزهای مشخصی وجود ندارد و این موضوع باعث حجمه‌هایی علیه مرزهای شخصی فرزندان و والدین می‌شود. (کندی - لایتزی و فریزی^۱، ۲۰۱۶: ۷۶) شاید به همین دلیل باشد که پس از ازدواج یکی از پررنگ‌ترین شکایات همسران فقدان وجود مرزهای روشن بین خانواده تازه‌تأسیس با خانواده همسر است. (چراغی و دیگران، ۲۰۱۹) ظاهراً همسران پس از ازدواج نیز همچنان لزومی به شکل‌دهی مرز با اعضای خانواده اصلی خود نمی‌بینند.

۱۲۱

۲. حالتی که در رابطه با افراد مهم وجود دارد که نمی‌توان به راحتی خود را در برابر آنها ابراز نمود. چنین افرادی مورد احترام‌اند و دارای این حق هستند که به حریم خصوصی‌شان وارد نشویم.

۳. رابطه با افراد کمتر مهم که می‌توان در برابر آنها خود را راحت‌تر ابراز کرد. در رابطه با چنین افرادی می‌توان برای طرف مقابل خط قرمز و محدودیت تعریف کرد.

۴. رابطه با افرادی کمتر مهم که در برابر آنها نمی‌توان به راحتی ابراز وجود کرد شرایطی را ایجاد می‌کند که لازم است در آن حد را رعایت نمود و حتی‌المقدور از طرف مقابل فاصله گرفت.

کلام آخر اینکه به‌نظر می‌رسد در فرهنگ ایرانی مفهوم مرز تحت تأثیر دو مفهوم اهمیت فرد مقابل و سهولت ابراز خود می‌تواند متغیر می‌باشد.

محدودیت‌های پژوهش

با توجه به آنکه یافته‌های این پژوهش از کاربران شبکه‌های مجازی و به شکل اینترنتی به‌دست آمده است، از طرفی شرکت‌کنندگان زن به شکل قابل توجهی بر شرکت‌کنندگان مرد غلبه دارند و درصد زیادی از افراد شرکت‌کننده تحصیلات دانشگاهی دارند، لازم است در تعمیم نتایج احتیاط لازم صورت گیرد.

منابع

۱. آریامنش، صابر؛ رضا فلاح‌چای و اقبال زارعی. (۱۳۹۲). مقایسه تمایزیافتگی بین زوج‌های رضایتمند و زوج‌های دارای تعارض زناشویی در شهر بندرعباس. پژوهش‌های روان‌شناسی بالینی و مشاوره. ۳(۱).
۲. بیمن، ویلیام (۱۳۸۶). زبان، منزلت و قدرت در ایران. رضا مقدم کیا. تهران: نشر نی.
۳. ثریا، سید مهدی (۱۳۸۸). شخصیت در فرهنگ. تهران: انتشارات دانژه.
۴. چراغی، مونا و مریم ابراهیم. (۱۳۹۷). تحلیل روان‌شناختی رابطه والد - فرزندی در ضرب‌المثل‌های ایرانی: یک پژوهش کیفی. خانواده‌پژوهی. شماره ۵۵. ۴۱۰-۳۸۳.
۵. حاتمی، جواد (۱۳۹۲). درباره علم شناختی. تهران: امیرکبیر.
۶. دهخدا، علی‌اکبر و غلامرضا ستوده. (۱۳۷۷). لغتنامه. تهران: مؤسسه انتشارات و چاپ دانشگاه تهران.
۷. ذبیح‌زاده، عباس؛ محمدعلی مظاهری؛ جواد حاتمی؛ لیلی پناغی و محمدرضا نیک فرجام. (۱۳۹۶). ساختار معنایی حریم خصوصی در فرهنگ ایرانی: مطالعه‌ای بر مبنای تحلیل تناظر. پژوهش‌های روان‌شناسی اجتماعی. ۷(۲۶). ۱۹-۳۶.
۸. رحمانی، نرگس؛ میترا قسیمی؛ جمیله محتشمی؛ حمید علوی مجد و فریده یغمایی. (۱۳۸۸). علل روانی، اجتماعی و اقتصادی طلاق از دیدگاه متقاضیان طلاق دادگاه‌های خانواده تهران ۸۶-۱۳۸۵. فصلنامه دنا. دوره ۴. شماره ۳ و ۴. ۱-۱۴.
۹. زرگر، فاطمه و حمید طاهر نشاط‌دوست. (۱۳۸۶). بررسی عوامل مؤثر در بروز طلاق در شهرستان فلاورجان. خانواده‌پژوهی. شماره ۱۱. ۷۳۷-۷۵۰.
۱۰. سامانی، سیامک (۱۳۸۶). بررسی عمده‌ترین عوامل ایجادکننده درگیری‌های زناشویی در گروهی از دانشجویان متأهل در دانشگاه شیراز. خانواده‌پژوهی. ۱۱(۳). ۶۵۸-۶۶۹.
۱۱. سریع‌القلم، محمود. (۱۳۹۰). اقتدارگرایی ایرانی در عهد قاجار. تهران: نشر فرزانه روز.
۱۲. شعبانی، رضا. (۱۳۹۴). مبانی تاریخ اجتماعی ایران. تهران: نشر قومس.
۱۳. شهبابی، محمود و محمدعلی قائم‌پور. (۱۳۹۷). مرزهای اجتماعی - فرهنگی در شهر تهران: بررسی شرایط شیوه مدیریت و پیامدها. فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران. ۱۱(۲). ۱۶۰-۱۳۳.
۱۴. عباسعلی‌زاده، علی. (۱۳۸۹). صحنه‌هایی از بگومگوهای همسران. تهران: نشر قطره.
۱۵. فتحی، الهام؛ معصومه اسماعیلی؛ کیومرث فرحبخش و منیژه دانش‌پور. (۱۳۹۴). حیطه‌های تعارض و استراتژی‌های حل آن در زوجین رضایتمند. فصلنامه فرهنگ مشاوره و روان‌درمانی. سال ششم. شماره ۲۴. ۵۴-۲۹.
۱۶. محسن‌زاده، فرشاد؛ محمدنظری، علی و عارفی، مختار. (۱۳۹۰). مطالعات کیفی عوامل نارضایتی زناشویی و اقدام به طلاق (مطالعه موردی شهر کرمانشاه). فصلنامه مطالعات راهبردی زنان. شماره ۵۳.

۱۷. محسنی تبریزی، علیرضا؛ سعید معیدفر و فاطمه گلابی. (۱۳۹۰). بررسی اعتماد اجتماعی با نگاهی نسلی به جامعه. *جامعه‌شناسی کاربردی*. شماره ۴۱، ۷۰-۴۱.
۱۸. مظاهری، محمدعلی؛ منصوره السادات صادقی؛ محمد روشن؛ کیومرث اشتریان؛ علی‌یار احمدی؛ نفیسه حمیدی؛ راحله امامی؛ فرشته موتابی؛ کارینه طهماسیان و لیلی پناغی. (۱۳۸۷). سیاست‌ها، راهبردها و راهکارهای کاهش و کنترل طلاق در کشور. *طرح تحقیقاتی مصوب شورای عالی انقلاب فرهنگی*. چاپ شده.
۱۹. هومن، حیدرعلی. (۱۳۸۹). *تحلیل تناظر و کاربردهای آن*. تهران: سمت.

20. Ackerman, N. W. (1958). *The Psychodynamics of Family Life*. New York: Basic Books.
21. Allan, G.; G. Crow. & S. Hawker. (2011). *Stepfamilies*. New York: Palgrave Macmillan.
22. *APA Dictionary of Psychology*. (2020). Retrieved from <https://dictionary.apa.org/boundary>.
23. Ashforth, B. E.; G. E. Kreiner. & M. Fugate. (2000). All in a Day's Work: Boundaries and Micro Role Transitions. *Academy of Management Review*. 25(3). 472-491.
24. Boster, J. (2005). Emotion Categories Across Languages. In H. Cohen & C. Lefebvre (Eds.). *Handbook of Categorization in Cognitive Science* (pp. 188-223). Amsterdam: Elsevier.
25. Bowen, M. (1978). *Family Therapy in Clinical Practice*. New York: Jason Aronson.
26. Brown, S. L. & W. D. Manning. (2009). Family Boundary Ambiguity and the Measurement of Family Structure: The Significance of Cohabitation. *Demography*. 46(1). 85-101.
27. Brown, K. J. & F. D. Weil. (2020). Strangers in the Neighborhood: Violence and Neighborhood Boundaries. *Journal of Contemporary Ethnography*. 49(1). 86-117.
28. Calo, R. (2011). *The Boundaries of Privacy Harm*. Ind. LJ. 86. 1131.
29. Carling, A.; S. Duncan. & R. Edwards. (2002). *Analyzing Families: Morality and Rationality in Policy and Practice*. London: Routledge.
30. Carroll, J. S.; C. D. Olson. & N. Buckmiller. (2007). Family Boundary Ambiguity: A 30 Year Review of Theory, Research, and Measurement. *Family Relations*. 56(2). 210-230.
31. Chan, Y. K. (2000). Privacy in the Family: Its Hierarchical and Asymmetric Nature. *Journal of Comparative Family Studies*. 31(1). 1-17.
32. Chase, N. D. (1999). Parentification: An Overview of Theory, Research, and Societal Volumes. In N. D. Chase (Ed.). *Burdened Children* (pp. 3-33). Thousand Oaks, CA: Sage.
33. Cheal, D. (2002). *Sociology of Family Life*. London: McMillan Education.
34. Cheraghi, M.; M. A. Mazaheri; F. Motabi; L. Panaghi. & M. S. Sadeghi. (2019). Beyond the Couple: A Qualitative Analysis of Successful In Law Relationships in Iran. *Family Process*. 58(4). 936-953. DOI: 10.1111/famp.12389
35. Cho, M. K. & A. Sillars. (2015). Face Threat and Face Work Strategies When Family (Health) Secrets are Revealed: A Comparison of South Korea and the United States. *Journal of Communication*. 65(3). 535-557.
36. Cicchetti, D. & P. W. Howes. (1991). Developmental Psychopathology in the Context of the Family: Illustrations from the Study of Child Maltreatment. *Canadian Journal of Behavioural Science*. No. 23. 257-281.
37. Cloud, H. & J. Townsend. (2002). *Boundaries in Marriage*. Zondervan.
38. Cowles, M. & M. Griggs. (2018). Considering Boundaries When Doing Therapeutic Work with People Who Are Seeking Asylum: a Reflective Case Study. *British Journal of*

- Guidance & Counselling*. 47(1). 50–64. doi:10.1080/03069885.2018.1507535
39. Danziger, K. (1990). *Constructing the Subject: Historical Origins of Psychological Research*. Cambridge: Cambridge University Press.
40. Dickson-Swift, V.; E. L. James; S. Kippen. & P. Liamputtong. (2006). Blurring Boundaries in Qualitative Health Research on Sensitive Topics. *Qualitative Health Research*. 16(6). 853-871.
41. Greenacre, M. (2007). *Correspondence Analysis in Practice*. New York: Chapman & Hall/CRC Press.
42. Jalali, B. (2005). Iranian Families. In M. McGoldrick; J. Giordano. & N. Garcia-Preto. (Eds.). *Ethnicity & Family Therapy* (451-468). New York: Guilford Publication.
43. Jaworska, N. & A. Chupetlovska-Anastasova. (2009). A Review of Multidimensional Scaling (MDS) and Its Utility in Various Psychological Domains. *Tutorials in Quantitative Methods for Psychology*. No. 5. 1-10.
44. Kağitçibaşı, Ç. (1996). *Family and Human Development Across Cultures: A View from the Other Side*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.
45. Kameguchi, K. (1996). Chaotic States of Generational Boundaries in Contemporary Japanese Families. In M. Cusinato (Ed.). *Research on Family Resources and Needs Across the World* (pp. 235-242). Milan: Edizioni Universitarie di Lettere Economia Diritto.
46. Kanter, M.; T. Afifi. & S. Robbins. (2012). The Impact of Parents “Friending” Their Young Adult Child on Facebook on Perceptions of Parental Privacy Invasions and Parent–Child Relationship Quality. *Journal of Communication*. 62(5). 900-917.
47. Kennedy-Lightsey, C. D. & B. N. Frisby. (2016). Parental Privacy Invasion, Family Communication Patterns, and Perceived Ownership of Private Information. *Communication Reports*. 29(2). 75-86.
48. Kerig, P. K. (2003). Boundary Dissolution. In J. Ponzetti; R. Hamon; Y. Kellar- Guenther; P. K. Kerig; L. Scales. & J. White (Eds.). *International Encyclopedia of Marital and Family Relationships* (pp. 164-170). New York: Macmillan
49. Kerig, P. K. (2005). Revisiting the Construct of Boundary Dissolution: A Multidimensional Perspective. *Journal of Emotional Abuse*. 5(2/3). 5-42
50. Lamm, B.; H. Keller. R. D. Yovsi. & N. Chaudhary. (2008). Grand Maternal and Maternal Ethno Theories about Early Child Care. *Journal of Family Psychology*. 22(1). 80-88.
51. Lieberman, A. F. (1992). Infant-Parent Psychotherapy with Toddlers. *Development and Psychopathology*. No. 4. 559-574.
52. Lord Nelson, L. G.; J. A. Summers. & A. P. Turnbull. (2004). Boundaries in Family Professional Relationships: Implications for Special Education. *Remedial and Special Education*. 25(3). 153-165.
53. Luce, R. D.; D. D. Hoffman; M. D’Zmura; G. Iverson. & A. K. Romney. (Eds.). (2013). *Geometric Representations of Perceptual Phenomena: Papers in Honor of Tarow Indow on His 70th Birthday*. Psychology Press.
54. Luhmann, N. (1982). *The Differentiation of Society*, New York, NY: Columbia University Press.
55. Mahler, M. S.; F. Pine. & A. Bergman. (1975). *The Psychological Birth of the Human Infant*. New York: Basic Books.
56. Markus, H. R. & S. Kitayama. (1991). Culture and the Self: Implication for Cognition, Emotion and Motivation. *Psychological Review*. No. 98. 224–253.
57. McPherson, K. E.; S. Kerr; E. McGee; A. Morgan; F. M. Cheater; J. McLean. & J. Egan. (2014). The Association between Social Capital and Mental Health and Behavioral Problems in Children and Adolescents: an Integrative Systematic Review. *BMC Psychology*. 2(1). 7.
58. Merriam-Webster Dictionary. (2020). Retrieved from <https://www.merriam webster.com/>

dictionary/boundary.

59. Minuchin, S. (1974). *Families and Family Therapy*. Cambridge, Mass: Harvard University Press.

60. Moore, C. C.; A. K. Romney. & T. L. Hsia. (2000). Shared Cognitive Representations of Perceptual and Semantic Structures of Basic Colors in Chinese and English. *Proceedings of the National Academy of Sciences*. No. 97. 5007-5010.

61. Myers, G. E. (2004). Addressing the Effects of Culture on the Boundary-Keeping Practices of Psychiatry Residents Educated Outside of the United States. *Academic Psychiatry*. 28(1). 47-55. doi: 10.1176/appi.ap.28.1.47.

62. Parkin, R. & L. Stone. (2004). *Kinship and Family: an Anthropological Reader*. Oxford: Blackwell.

63. Petronio, S. (1991). Communication Boundary Management: A Theoretical Model of Managing Disclosure of Private Information between Marital Couples. *Communication Theory*. 1(4). 311-335.

64. Petronio, S. (2002). *Boundaries of Privacy: Dialectics of Disclosure*. New York: SUNY Press.

65. Pine, F. (1979). On the Pathology of the Separation-Individuation Process as Manifested in Later Clinical Work: An Attempt at Delineation. *International Journal of Psychoanalysis*. No. 60. 225-242.

66. Pizziconi, B. (2007). The Lexical Mapping of Politeness in British English and Japanese. *Journal of Politeness Research*. No. 3. 207-241.

67. Purrington, A. (2014). *The Concept of Leisure Cross-Culturally: An Examination of Leisure Terms Across Three Languages*. (Unpublished Doctoral Dissertation). The Pennsylvania State University.

68. Romney, A. K.; J. P. Boyd; C. C. Moore; W. H. Batchelder. & T. J. Brazil. (1996). Culture as Shared Cognitive Representation. *Proceedings of the National Academy of Sciences*. No. 93. 4699-4705.

69. Romney, A. K.; C. C. Moore; W. H. Batchelder. & T. L. Hsia. (2000). Statistical Methods for Characterizing Similarities and Differences between Semantic Structures. *Proceedings of the National Academy of Sciences*. No. 97. 518-523.

70. Rusch, C. D. (2004). Cross-Cultural Variability of the Semantic Domain of Emotion Terms: An Examination of English Shame and Embarrass with Japanese Hazukashii. *Cross-Cultural Research*. No. 38. 236-248.

71. Sadeghi, M. S.; M. A. Mazaheri; F. Motabi. & K. Zahedi. (2012). Marital Interactions in Iranian Couples: Examining The Role of Culture. *Journal of Comparative Family Studies*. Vol. 43. No. 2.

72. Smith, S. A. & S. R. Brunner. (2017). To Reveal or Conceal: Using Communication Privacy Management Theory to Understand Disclosures in the Workplace. *Management Communication Quarterly*. 31(3). 429-446. doi: 10.1177/0893318917692896.

73. Watkins Allen, M.; S. J. Coopman; J. L. Hart. & K. L. Walker. (2007). Workplace Surveillance and Managing Privacy Boundaries. *Management Communication Quarterly*. 21(2). 172-200.

74. Weller, S. C. & A. K. Romney. (1990). *Metric Scaling: Correspondence Analysis*. Newbury Park, CA: Sage.

امروزه، آموزش عالی به عنوان پیشران اصلی علم و فناوری در پیشبرد اهداف کشورها به منظور رشد و توسعه همه جانبه و پایدار نقش مهمی ایفا می کند. از جمله چالش های آموزش عالی می توان به مواردی چون «تضمین کیفیت» و «رتبه بندی دانشگاهی» در آموزش عالی اشاره کرد که بر اجرای آنها به صورت توأمان در اسناد بالادستی تصریح شده اما اشاره ای به تفاوت های آنها نشده است. لذا، بررسی ابعاد و ویژگی های هر کدام از این دو رویکرد ارزیابی کیفیت آموزش عالی برای فراهم آوردن الزامات اجرای آنها ضروری به نظر می رسد. هدف این پژوهش پاسخ دادن به این پرسش است که این دو رویکرد ارزیابی در منابع موجود، چه تفاوت هایی دارند. بدین ترتیب، جامعه آماری پژوهش، کلیه متون مرتبط با ابعاد و ویژگی های تضمین کیفیت و رتبه بندی دانشگاهی در آموزش عالی در نظر گرفته و نمونه گیری به صورت هدفمند برای پاسخگویی به سؤال پژوهش انجام شد. سپس، با اتخاذ رویکرد کیفی و استفاده از روش پژوهش اسنادی به بررسی منابع تا زمان رسیدن به اشباع نظری پرداخته شد. یافته ها حاکی از آن بود که در «تضمین کیفیت» عمده ترین کارکرد، بهبود کیفیت و افزایش پاسخگویی است. شیوه ارزیابی به صورت ملاک - محور و تکوینی و مخاطبان آن اغلب جامعه دانشگاهی اند. اما در «رتبه بندی دانشگاهی» اصلی ترین کارکرد، حکمرانی بر بخش آموزش عالی، شیوه ارزیابی به صورت مقایسه ای و پایانی و مخاطبان آن عموم مردم و جامعه دانشگاهی هستند. در پایان، با توجه به تفاوت های میان این دو، پیشنهادهایی به منظور اولویت بندی و نحوه اجرای دو شیوه مذکور ارائه شد.

■ واژگان کلیدی:

آموزش عالی، تضمین کیفیت آموزش عالی، رتبه بندی دانشگاهی

بررسی ابعاد تضمین کیفیت و رتبه بندی دانشگاهی در آموزش عالی

محمد یمنی دوزی سرخابی

استاد دانشکده علوم تربیتی و روان شناسی دانشگاه شهید بهشتی
m-yamani@sbu.ac.ir

مرتضی رضایی زاده

استادیار دانشکده علوم تربیتی و روان شناسی دانشگاه شهید بهشتی
mortaza_rezaee@yahoo.com

امیر رجائی

دکترای آموزش عالی دانشگاه شهید بهشتی
amir_rajae99@yahoo.com

اباصلت خراسانی

دانشیار دانشکده علوم تربیتی و روان شناسی دانشگاه شهید بهشتی
a-khorasani@sbu.ac.ir

۱. مقدمه و بیان مسئله

امروزه آموزش عالی به عنوان پیشران^۱ اصلی نظام علم و فناوری در موفقیت کشورها و حکومت‌ها در ساحات گوناگونی چون خرده‌نظام‌های «معرفت و تولید علم و مهارت»، «تولید ثروت» و «تولید قدرت» و به دنبال آن رشد و توسعه همه جانبه و پایدار نقش مهمی دارد. (بازرگان و دیگران، ۱۳۹۶) در نتیجه، پرداختن به چالش‌های پیش روی آن نیز از اهمیت بسزایی برخوردار است. از جمله چالش‌های پیش روی آموزش عالی می‌توان به مسئله کیفیت در آموزش عالی و ارزیابی و ارتقای آن اشاره نمود. (یمنی، ۱۳۹۱ و بازرگان و فراستخواه، ۱۳۹۶) در این خصوص «تضمین کیفیت»^۲ و «رتبه‌بندی دانشگاهی»^۳ از جمله اصلی‌ترین رویکردهای بررسی و ارزیابی کیفیت در آموزش عالی محسوب می‌شوند.

۱۲۸

«رتبه‌بندی دانشگاهی» به عنوان یک پدیده نسبتاً نوظهور، الزامات و پیامدهایی را به همراه خود دارد که تا حدودی مشابه الزامات «تضمین کیفیت» در آموزش عالی است. با وجود این، هر کدام از این دو دارای ابعاد و ویژگی‌های خاص خود هستند که شامل کارکرد، رویکرد ارزیابی، نوع ارزیابی، مخاطبان، شیوه اجرا، شیوه گزارش‌دهی و پیامدهای قانونی می‌شود. از این رو، بررسی تطبیقی ابعاد و ویژگی‌های گوناگون این دو رویکرد ارزیابی، که در اسناد بالادستی بر اجرای هر دوی آنها به صورت توأمان تأکید شده است^۴، در فراهم آوردن مقدمات و الزامات اجرای مناسب آنها می‌تواند مفید باشد. اما با بررسی‌های اولیه مشخص شد که تاکنون پژوهشی در این خصوص صورت نگرفته است. در حالی که در یک پژوهش بر ضرورت بررسی تطبیقی ابعاد این دو رویکرد ارزیابی در آموزش عالی

1. Driver

منظور از پیشران عامل مؤثر برای پیشبرد یک کار است.

2. Quality Assurance

3. University Ranking

۴ به عنوان مثال، در ماده ۴۹ بند «ج» قانون برنامه چهارم توسعه (معاونت پژوهش، تدوین و تنقیح قوانین و مقررات ریاست جمهوری، ۱۳۸۳) بر «ارزیابی مستمر دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی» تأکید شده است. همچنین، در ماده ۱۵ بند «و» قانون برنامه پنجم (معاونت پژوهش، تدوین و تنقیح قوانین و مقررات ریاست جمهوری، ۱۳۸۸) توسعه آمده است که «استقرار نظام جامع نظارت و ارزیابی و رتبه‌بندی دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی و پژوهشی» باید صورت پذیرد. علاوه بر این موارد، در راهبرد کلان ۶ در قالب راهبرد ملی ۲ در نقشه جامع علمی کشور (دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی، ۱۳۸۹) بر «انسجام‌بخشی و تقویت یکپارچگی در سیاست‌گذاری و نظارت و اعتبارسنجی در نظام آموزش عالی کشور» و نیز در راهبرد کلان ۱ در قالب اقدام ملی ۱۱ بر «طراحی نظام کارآمدی برای نظارت و ارزیابی و استقرار نظام‌های جامع رتبه‌بندی و تضمین کیفیت نهادهای علمی و فناوری و نوآوری» تصریح شده است.

تأکید شده است. (پارلمان اروپا^۱، ۲۰۱۵) لذا، هدف از پژوهش کنونی تبیین و تمیز ابعاد گوناگون هر یک از دو رویکرد ارزیابی «تضمین کیفیت» و «رتبه‌بندی دانشگاهی» در آموزش عالی است. به‌منظور دستیابی به هدف پژوهش، سؤالات پژوهشی زیر طرح شدند. سؤال ۱: تفاوت تضمین کیفیت آموزش عالی با رتبه‌بندی دانشگاهی به‌لحاظ کارکرد چیست؟

سؤال ۲: تفاوت تضمین کیفیت آموزش عالی با رتبه‌بندی دانشگاهی به‌لحاظ رویکرد ارزیابی چیست؟

سؤال ۳: تفاوت تضمین کیفیت آموزش عالی با رتبه‌بندی دانشگاهی به‌لحاظ نوع ارزیابی چیست؟

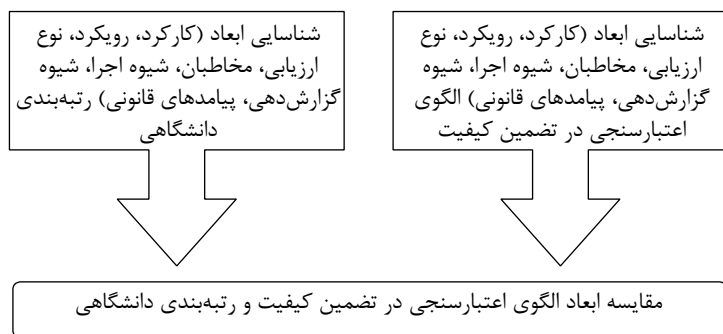
سؤال ۴: تفاوت تضمین کیفیت آموزش عالی با رتبه‌بندی دانشگاهی به‌لحاظ مخاطبان چیست؟

سؤال ۵: تفاوت تضمین کیفیت آموزش عالی با رتبه‌بندی دانشگاهی به‌لحاظ شیوه اجرا چیست؟

سؤال ۶: تفاوت تضمین کیفیت آموزش عالی با رتبه‌بندی دانشگاهی به‌لحاظ شیوه گزارش‌دهی چیست؟

سؤال ۷: تفاوت تضمین کیفیت آموزش عالی با رتبه‌بندی دانشگاهی به‌لحاظ پیامدهای قانونی چیست؟

لذا، چارچوب مفهومی پژوهش به شرح زیر در قالب شکل ۱ خواهد بود.



شکل ۱: چارچوب مفهومی پژوهش

۲. چارچوب نظری و پیشینه

امروزه آموزش عالی در کانون توجه کشورهای بسیاری قرار گرفته است. چرا که این ظرفیت را دارد تا کشورها را در روند رسیدن به اهداف رشد و توسعه پایدار یاری دهد و آن را تسریع بخشد. (بازرگان و دیگران، ۱۳۹۶) بدین ترتیب، مسائل پیش روی آن در زمره مهم‌ترین مسائل هر کشور به شمار می‌رود. از جمله این مسائل می‌توان به تضمین کیفیت و رتبه‌بندی در آموزش عالی اشاره کرد.

۲.۱. تضمین کیفیت

از جمله مسائل پیش روی آموزش عالی بحث افزایش مطالبه عمومی مبنی بر پاسخگویی آموزش عالی در خصوص حفظ و ارتقای کیفیت خود است که در قالب گفتمان «تضمین کیفیت» نمود یافته است. (لیثوود و فیلیپس^۱ ۲۰۰۰) تضمین کیفیت آموزش عالی یک اصطلاح عام و کلی است که ناظر بر ارزیابی، نظارت، تضمین، حفظ و بهبود کیفیت نظام آموزش عالی، مؤسسات و یا برنامه‌های آن است (ولاسکینو^۲ و دیگران، ۲۰۰۴) و بر مشارکت ذینفعان گوناگون از طریق تفویض وظیفه به‌منظور پیشگیری از افت کیفیت تأکید دارد. (موخوپادیای^۳، ۱۳۹۵) بسیاری از کشورها چندین دهه سابقه در زمینه فعالیت‌های مرتبط با تضمین کیفیت دارند که منجر به شکل‌گیری شبکه‌های بین‌المللی تضمین کیفیت در مناطق مختلف جهان شده است، نظیر «شبکه بین‌المللی آژانس‌های تضمین کیفیت در آموزش عالی^۴» و «شبکه تضمین کیفیت آسیا و اقیانوسیه^۵». به عبارتی می‌توان چنین بیان نمود که امروزه «تضمین کیفیت» و فعالیت‌های مرتبط با آن به یک گفتمان رایج و یک کلان‌روند^۶ آموزش عالی در بسیاری از کشورها تبدیل شده است. متداول‌ترین شیوه برای تحقق «تضمین کیفیت» در آموزش عالی الگوی «اعتبارسنجی/

۱۳۰

1. Leathwood & Philips

2. Vlasceannu

3. Mukhopadhyay

4. International Network for Quality Assurance Agencies in Higher Education (INQAHE)

5. Asia Pacific Quality Network (APQN)

6. Uptrend / Megatrend

کلان‌روندها عوامل توسعه و تغییر در ابعاد کلان‌اند. از جمله تغییراتی که در آموزش عالی جهان اتفاق افتاده است موضوع تضمین کیفیت است. اکنون چند دهه است که تضمین کیفیت به دلیل نقش مهمش در آینده آموزش عالی کشور تبدیل به یک کلان‌روند شده است. لذا، برای پیاده‌سازی آن نیازمند شناخت و بررسی آن در راستای دست یافتن به اهداف بخش آموزش عالی کشور هستیم.

اعتباربخشی^۱ است. ولاسکینو و دیگران (۲۰۰۴) و مارتین و استلا^۲ (۱۳۸۸) این دو را متضمن یکدیگر می‌دانند. از نظر آنها، تضمین کیفیت به نوعی یک فرهنگ و گفتمان در ساختار آموزش عالی است که زمینه انجام اعتبارسنجی را در عمل مهیا می‌کند. الگوی اعتبارسنجی شامل دو مرحله «ارزیابی درونی^۳ / خودارزیابی^۴» و «ارزیابی بیرونی^۵ / مرور همگنان^۶» است. در هر دو مرحله، ارزیابی بر اساس مجموعه‌ای از عوامل، ملاک‌ها و نشانگرهای از پیش تعیین شده و مورد توافق انجام می‌گیرد. ارزیابی درونی توسط اعضای خود مؤسسه یا واحد مورد ارزیابی (گروه آموزشی، دانشکده و یا دانشگاه) صورت می‌گیرد. به‌منظور اجرای ارزیابی بیرونی، نتایج حاصل از ارزیابی درونی در اختیار تیم ارزیاب بیرونی تحت عنوان هیئت همگنان^۷ قرار می‌گیرد و آنها از طریق بازدید از محل^۸ و مصاحبه و پر کردن فرم‌های مربوط، به اعتبارسنجی نتایج حاصل از ارزیابی درونی می‌پردازند. در نهایت تیم ارزیاب بیرونی گزارش نهایی خود را در اختیار واحد مورد ارزیابی قرار می‌دهد. در این گزارش، وضعیت واحد مورد ارزیابی به تفکیک هر یک از عامل‌ها، ملاک‌ها و نشانگرها در یک مقیاس سه طیفی (مطلوب، نسبتاً مطلوب و نامطلوب) با جزئیات توصیف و در نهایت پیشنهادهایی به‌منظور بهبود ارائه می‌شود. (شمس مورکانی و میرزاپور، ۱۳۹۱)

اجرای الگوی اعتبارسنجی در تضمین کیفیت این امکان را برای مؤسسه یا برنامه مورد ارزیابی فراهم می‌آورد تا به شناسایی نقاط قوت و ضعف و نیز فرصت‌ها و تهدیدهای پیش روی آنها پرداخته شود تا از این طریق، زمینه‌های درونی برنامه‌ریزی و تخصیص منابع که متعاقباً منجر به ارتقای کیفیت می‌گردد شناسایی شوند. (هی‌وود^۹، ۲۰۰۰) در این الگو به‌منظور ارزیابی کیفیت گروه‌های آموزشی شش عامل «۱. اهداف، جایگاه سازمانی، مدیریت و تشکیلات»، «۲. هیئت علمی»، «۳. دانشجویان»، «۴. دوره‌های آموزشی و برنامه‌های درسی مورد اجرا»، «۵. فرایند یاددهی - یادگیری» و «۶. دانش‌آموختگان» در نظر گرفته شده است. (بازرگان و اسحاقی، ۱۳۸۹) هر کدام از این عوامل دارای مجموعه‌ای از ملاک‌ها

1. Accreditation
2. Martin & Stella
3. Internal Evaluation
4. Self-Evaluation
5. External Evaluation
6. Peer Review
7. Peer Group
8. Site Visit
9. Heywood

و هر کدام از این ملاک‌ها دارای مجموعه‌ای از نشانگرها/شاخص‌ها است. به‌عنوان مثال، برای ارزیابی عامل «۲. هیئت علمی» از چهار ملاک «۲.۱. ترکیب اعضای هیئت علمی»، «۲.۲. فعالیت‌های آموزشی»، «۲.۳. فعالیت‌های پژوهشی» و «۲.۴. ارتباط اعضای هیئت علمی با دانشجویان» استفاده شده است. همچنین، برای سنجش ملاک «۲.۴. ارتباط اعضای هیئت علمی با دانشجویان» از دو نشانگر «۲.۴.۱. اختصاص زمان مشخص توسط اعضای هیئت علمی جهت مشاوره به دانشجویان» و «۲.۴.۲. رضایت دانشجویان از میزان و نحوه مشاوره اعضای هیئت علمی» استفاده شده است.

شایان ذکر است که در الگوی اعتبارسنجی ۶ عامل، ۲۸ ملاک و ۷۷ نشانگر برای تضمین کیفیت واحد مورد ارزیابی طراحی شده است و نتایج گزارش ارزیابی اغلب به‌صورت توصیفی و به تفکیک هر نشانگر، ملاک و عامل ارائه می‌گردد. همچنین، معمولاً پیشنهادهایی به‌منظور بهبود امور در قالب اقدامات پیگیرانه داده می‌شود. (بازرگان و اسحاقی، ۱۳۸۹)

کارکرد الگوی اعتبارسنجی در تضمین کیفیت آموزش عالی، بهبود کیفیت و افزایش پاسخگویی است که در طی فرایند انجام آن با رویکردی ملاک - محور یک ارزیابی از نوع تکوینی با شیوه ارزیابی درونی و ارزیابی بیرونی صورت می‌پذیرد. مخاطبان گزارش اعتبارسنجی، جامعه دانشگاهی هستند. این گزارش دربردارنده اطلاعاتی دقیق با استفاده از زبان و ادبیات فنی ارزیابی درخصوص کیفیت واحد مورد ارزیابی است که می‌تواند به اجرای برخی از پیامدهای قانونی مانند تمدید یا لغو دوره‌های آموزشی منتهی شود. (نورمن و شروود^۱، ۲۰۱۵؛ پارلمان اروپا، ۲۰۱۵؛ شمس مورکانی و میرزاپور، ۱۳۹۱ و لاسکینو و دیگران، ۲۰۰۴ و ایتون^۲، ۲۰۱۳)

۲.۲. رتبه‌بندی دانشگاهی

از جمله دیگر کلان‌روندها در آموزش عالی به «رتبه‌بندی دانشگاهی» می‌توان اشاره نمود که در مقایسه با «تضمین کیفیت» از قدمت کم‌تری برخوردار است. در سال ۲۰۰۳ میلادی نخستین نظام رتبه‌بندی دانشگاهی در سطح بین‌الملل موسوم به «شانگهای» ظهور یافت که توسط دانشگاه «شانگهای جیاوتانگ»^۳ چین پشتیبانی می‌شد. سپس،

1 Norman & Sherwood

2 Eaton

3. Shanghai Jiao Tong

نظام‌های رتبه‌بندی دانشگاهی بین‌المللی دیگری در سطح جهان ظهور یافتند که می‌توان به مواردی نظیر نظام رتبه‌بندی «تایمز»^۱، «سایمگو»^۲ و «وبومتریکس»^۳ اشاره کرد. همه آنها بر اساس گردآوری داده از مؤسسات آموزش عالی از طریق پیمایش اقدام به تعیین جایگاه مؤسسات آموزش عالی و انتشار فهرست‌ها/جدول‌های رتبه‌بندی برترین مؤسسات آموزش عالی در سطوح مختلف جهانی، منطقه‌ای و ملی می‌کنند. (خانی‌زاد و منتظر، ۱۳۹۶)

در بسیاری از نظام‌های «رتبه‌بندی دانشگاهی» ملاک‌هایی نظیر آموزش، پژوهش، میزان استنادها و وجهه بین‌المللی برای ارزیابی مؤسسات آموزش عالی به کار برده می‌شود. (همان) اما نشانگرها/شاخص‌هایی که در آنها برای ارزیابی ملاک‌های مذکور به کار رفته شده در مقایسه با نشانگرهای به کار رفته در رویکرد «تضمین کیفیت» و «الگوی اعتبارسنجی» از تفاوت‌های بسیاری برخوردار است. به‌عنوان نمونه، ملاک‌های به کار رفته در نظام رتبه‌بندی تایمز به نقل از پایگاه اینترنتی این نظام رتبه‌بندی دانشگاهی^۴ عبارت‌اند از «آموزش»، «پژوهش»، «استنادها»، «وجهه بین‌المللی» و «درآمد صنعتی». هر کدام از این ملاک‌ها با مجموعه‌ای از شاخص‌ها مورد سنجش قرار می‌گیرند. به‌عنوان مثال، برای سنجش ملاک «آموزش» از شاخص‌هایی نظیر «بررسی شهرت آموزش»، «نسبت تعداد مدارک دکتری ارائه شده به تعداد اعضای هیئت علمی»، «نسبت کارکنان به دانشجویان»، «نسبت مدرک دکتری ارائه شده به مدرک کارشناسی ارائه شده توسط مؤسسه» و «درآمد مؤسسه» استفاده می‌شود.

با وجود تفاوت‌های موجود، امروزه رتبه‌بندی‌های دانشگاهی بین‌المللی در سرتاسر جهان بنا به دلایلی نظیر نیاز عموم مردم به «در اختیار داشتن» اطلاعاتی به زبان ساده در خصوص مؤسسات آموزش عالی، سود متولیان و منتشرکنندگان فهرست‌ها و جداول رتبه‌بندی و پیامدها و مزایای آن برای بخش آموزش عالی فراگیر شده‌اند. اما، این موارد باعث نشده است تا صاحب‌نظران آموزش عالی انتقادات خود را بر پدیده رتبه‌بندی دانشگاهی وارد نسازند. بسیاری از آنها معتقدند که این نظام‌های رتبه‌بندی دارای کاستی‌های بسیاری هستند. برخی از این انتقادات عبارت‌اند از: غفلت از دانش‌های تولید شده به زبان‌هایی به غیر از انگلیسی، ابهام در روش‌شناسی و ساده‌سازی فعالیت‌های

1. Times
2. Scimago
3. Webometrics
4. www.timeshighereducation.com

جامع دانشگاهی با هدف سودآوری متصدیان رتبه‌بندی، مورد تردید بودن روایی و پایایی داده‌های مورد استفاده. (بازرگان و دیگران، ۱۳۹۶)، ارائه داده‌های نادرست به‌منظور کسب جایگاه بهتر در جدول‌های رتبه‌بندی، نبود اجماع بر سر مفهوم «کیفیت» در آموزش عالی و وجود سوگیری‌های سیستمی در نظام‌های رتبه‌بندی به نفع مؤسسات آموزش عالی کشورهای انگلیسی‌زبان و مؤسسات با قدمت و شهرت بیش‌تر. (جانگ چئول شین^۱ و دیگران، ۲۰۱۱) اکثر صاحب‌نظران با تشریح این کاستی‌ها بیان می‌کنند که اصلی‌ترین کاستی نظام‌های رتبه‌بندی ضعف آنها در سنجش و اندازه‌گیری کیفیت مؤسسات آموزش عالی است.

به‌منظور برطرف نمودن این کاستی‌ها، متخصصان آموزش عالی مواردی را تحت عنوان اصول رتبه‌بندی بیان کرده‌اند که برخی از آنها بیان می‌شوند. در این میان می‌توان به «اصول بیانیه برلین پیرامون رتبه‌بندی مؤسسات آموزش عالی»^۲ اشاره نمود. در این بیانیه شانزده اصل درباره چگونگی انجام رتبه‌بندی‌های دانشگاهی ذکر شده است. به‌عنوان مثال، در اولین اصل از این بیانیه آمده است که رتبه‌بندی‌های دانشگاهی باید یکی از رویکردهای متنوع برای سنجش کیفیت آموزش عالی باشند... اما نباید تبدیل به اصلی‌ترین شیوه برای این کار شوند. رتبه‌بندی‌ها رویکردی بازار - محور دارند، لذا می‌توانند مکمل فعالیت‌های دولت و نهادهای اعتباربخش باشند. (رصدخانه رتبه‌بندی علمی و تعالی آی.آر.ای.جی،^۳ ۲۰۰۶)

همچنین، اصول دیگری توسط سایر متخصصان بیان شده‌اند که عبارت‌اند از: لزوم طراحی رتبه‌بندی‌های دانشگاهی به‌صورت شفاف، عاری از منافع شخصی و منسجم به‌لحاظ روش‌شناسی (مارگینسون و واندرونده^۴، ۲۰۰۷) از طریق توضیح روش‌های مورد استفاده برای گردآوری داده‌ها در رتبه‌بندی‌های دانشگاهی توسط متولیان آنها، لزوم طراحی یک نظام رتبه‌بندی مجزا برای هر یک از زیرنظام‌های آموزش عالی کشور (بازرگان و فراستخواه، ۱۳۹۶)، مد نظر قرار دادن اولویت‌ها و ارزش‌های هر جامعه در طراحی نظام‌های رتبه‌بندی دانشگاهی و گرفتن بازخورد از مخاطبان به‌منظور بهبود نظام‌های رتبه‌بندی (دیل^۵، ۲۰۰۹)، تأکید بر شاخص‌های کیفی رتبه‌بندی و علم‌سنجی

1. Jung Cheol Shin

2. Berlin Principles on Ranking of Higher Education Institutions

3. IREG Observatory on Academic Ranking and Excellence

4. Marginson & Van der Wende

5. Dill

در کنار شاخص‌های کمی و نیز توجه به تفاوت‌های بنیادین در رفتارهای استنادی و انتشاراتی رشته‌ها و حوزه‌های مختلف با یکدیگر (امیدی‌فر و دیگران، ۱۳۹۶)، توجه به تفاوت در ارزش‌گذاری شاخص‌های ارزیابی پژوهش در حوزه‌های مختلف علوم در ایران از نظر وزن تولیدات علمی مختلف در هر رشته از طریق تمهید ابزارها، راهکارها و پایگاه‌های داده برای فراهم آوردن امکان ارزیابی و مقایسه حوزه‌های مختلف علوم با در نظر داشتن تفاوت‌های طبیعی آنها (نوروزی و دیگران، ۱۳۹۴)، توجه به مواردی نظیر پژوهش تقاضامحور، آموزش تقاضامحور، آموزش و پژوهش مبتنی بر ارزش‌های اسلامی و توجه به محیط زیست و همکاری‌های بین‌المللی در طراحی ملاک‌های رتبه‌بندی دانشگاهی. (زارع بنادکوکي و دیگران، ۱۳۹۴) رعایت موارد فوق در افزایش اثربخشی و کارایی رتبه‌بندی‌های دانشگاهی می‌تواند مثمر ثمر باشد.

۱۳۵

علاوه بر این، به‌منظور افزایش اثربخشی رتبه‌بندی دانشگاهی باید اهداف مربوط را با در نظر گرفتن کارکردها و پیامدهای رتبه‌بندی تعیین نمود. از این رو، در ادامه مطالبی پیرامون کارکردها و پیامدهای نظام‌های رتبه‌بندی دانشگاهی بیان می‌شوند. در یک پژوهش مشخص شد که دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی به‌منظور ارتقای جایگاه خود در رتبه‌بندی‌ها از طریق گزینش و جذب دانشجوی هر چه بیش‌تر به رقابت با یکدیگر می‌پردازند. در نتیجه، از جمله کارکردهای رتبه‌بندی‌های دانشگاهی می‌توان به «واداشتن واحدهای آموزشی و دانشجویان به تبعیت» از ملاک‌های به کار رفته در رتبه‌بندی‌های دانشگاهی اشاره کرد. (تاترو و اوانس^۱، ۲۰۱۶) چرا که رتبه‌بندی‌های دانشگاهی بر موارد بسیاری نظیر هزینه‌های دانشجویان، اساتید، شهرت دانشگاهی، تخصیص منابع مالی، برنامه‌های راهبردی و بیانیه‌های دانشگاه‌ها اثر می‌گذارند. (کیم^۲، ۲۰۱۵) لذا، یکی از کارکردهای رتبه‌بندی دانشگاه‌ها می‌تواند این باشد که به‌عنوان یک «ابزار» برای رسیدن به برخی از اهداف در خدمت آموزش عالی باشد. (اکانل^۳، ۲۰۱۵) با بررسی موارد فوق درمی‌یابیم که مضمون مشترک میان کلیه این کارکردها و پیامدهای رتبه‌بندی دانشگاهی بر مؤسسات آموزش عالی ایجاد تغییر در گفتمان و رفتار مؤسسات آموزش عالی و یا به عبارتی «حکمرانی»^۴ بخش آموزش عالی است.

-
1. Tutterow & Evans
 2. Kim
 3. O'Connell
 4. Governance

حکمرانی را می‌توان چگونگی اعمال قدرت در یک کشور از مجرای نهادهای رسمی مانند حکومت یا نهادهای غیر رسمی مانند شرکت‌های خصوصی به‌منظور بهره‌برداری از منابع به‌منظور رسیدن به اهداف سیاسی، اجتماعی و اقتصادی تعریف کرد. در حکمرانی تلاش می‌شود تا با فراهم آوردن، تنظیم و تثبیت مجموعه‌ای از رویه‌ها^۱، اقدامات^۲، هنجارها^۳ و نهادها^۴ شهروندان و کلیه کنشگران یک جامعه قادر شوند تا بسیاری از امور خود را از قبیل پیگیری دغدغه‌ها و مسائل، احقاق حق، انجام وظایف و حل و فصل مناقشات خود رتق و فتق کنند تا در نهایت منجر به پاسخگویی کلیه کنشگران شود. (ریستسکا^۵ و دیگران، ۲۰۱۰) بدین ترتیب، موضوع اصلی در حکمرانی هدایت کنشگران در یک جهت خاص است. امری که نه تنها دولت، بلکه سایر کنشگران نیز می‌توانند در آن در بالاترین سطوح اجتماعی - فرهنگی ایفای نقش کنند. (هافتی^۶، ۲۰۱۱ و اوانس^۷، ۲۰۱۲) با توجه به مطالبی که گفته شد، می‌توان دریافت که مضمون اصلی در حکمرانی به نوعی بحث «انسجام و یکپارچگی» در ساختارسازی و تصمیم‌گیری از طریق به اجماع رسیدن بر سر تعریف روابط میان کنشگران مختلف است. بنابراین، یکی از مهم‌ترین امور در حکمرانی بخش آموزش عالی در نظر گرفتن ابزار حکمرانی بر این بخش است.

در این راستا، ییت‌وای‌لو^۸ معتقد است که «رتبه‌بندی دانشگاهی» می‌تواند «ابزاری اثربخش برای حکمرانی آموزش عالی» باشد. وی مورد کشور چین را مثال می‌زند که از ابزار «نظام رتبه‌بندی شانگهای» استفاده کرده است، تا بتواند شکاف میان دانشگاه‌های چین با دانشگاه‌های برتر جهان را در بعد پژوهش شناسایی و آنها را ترغیب کند تا در مسیر تبدیل شدن به دانشگاه‌هایی پژوهش - محور در تراز جهانی از طریق بهینه‌کاوی^۹ گام بردارند. او همچنین، به تجربه تایوان اشاره می‌کند. سیاست‌گذاران و حکمرانان این کشور به‌منظور تولید و صادرات محصولات با فناوری پیشرفته و به تبع آن در اختیار داشتن دانشگاه‌هایی پژوهش - محور در تراز جهانی، شورای ارزیابی و اعتبارسنجی

1. Procedures
2. Actions
3. Norms
4. Entities
5. Risteska
6. Hufty
7. Evans
8. Yat Wai Lo
9. Benchmarking

آموزش عالی تایوان^۱ را تأسیس کردند. این شورا نظام رتبه‌بندی دانشگاهی «رتبه‌بندی عملکرد مقالات علمی دانشگاه‌های جهان» ملقب به «پی‌آراس‌پی‌دابلویو»^۲ را راه‌اندازی نمود تا از آن به عنوان ابزاری برای حکمرانی آموزش عالی تایوان و افزایش مزیت رقابتی آن استفاده کند. (یت‌وای‌لو، ۲۰۱۴)

علاوه بر این دو مورد، می‌توان به تجربه کشور مالزی در استفاده از ابزار رتبه‌بندی برای حکمرانی آموزش عالی این کشور در راستای ارتقای جایگاه دانشگاه‌های این کشور در فهرست‌های رتبه‌بندی دانشگاهی جهانی و خودمختاری، رقابت‌پذیری و پویایی دانشگاه‌ها اشاره نمود. (هاسپاه^۳، ۲۰۱۳) همچنین، استرالیا در راستای حکمرانی آموزش عالی از رتبه‌بندی و گردآوری داده در خصوص کیفیت مؤسسات آموزش عالی برای بهبود استانداردهای دانشگاهی بهره برده است. (دیل، ۲۰۰۹)

۱۳۷

بدین ترتیب، در اکثر کشورها از نظام‌های رتبه‌بندی دانشگاهی بین‌المللی به‌عنوان ابزاری برای سوق دادن مؤسسات آموزش عالی به مسیر تبدیل شدن به مؤسساتی در تراز جهانی و گام برداشتن در راستای جهانی شدن و تجاری‌سازی دانش استفاده شده است. (یت‌وای‌لو، ۲۰۱۴) از این رو، می‌توان چنین ابراز داشت که یکی از اصلی‌ترین کارکردهای هر نظام رتبه‌بندی دانشگاهی قابلیت آن برای «حکمرانی» بخش آموزش عالی از طریق ملاک‌ها و شاخص‌های به کار برده شده در آن است.

در رتبه‌بندی دانشگاهی با رویکردی مقایسه‌ای، یک ارزیابی از نوع پایانی با شیوه پیمایش و مبتنی بر ملاک‌ها و شاخص‌های نظام‌های رتبه‌بندی صورت می‌گیرد. گزارش پایانی در قالب فهرست‌های رتبه‌بندی، اطلاعاتی کلی به زبان ساده در خصوص مؤسسات آموزش عالی به مخاطبان خود - عموم مردم و جامعه دانشگاهی - ارائه می‌کند که فاقد هرگونه پیامد قانونی است. (تاترو و اوانس، ۲۰۱۶؛ نوروزی و دیگران، ۱۳۹۴؛ ایتون، ۲۰۱۳ و پارلمان اروپا، ۲۰۱۵)

با توجه به تفاوت اعتبارسنجی در تضمین کیفیت با رتبه‌بندی دانشگاهی به‌لحاظ «کارکرد، رویکرد ارزیابی، نوع ارزیابی، مخاطبان، شیوه اجرا، شیوه گزارش‌دهی و پیامدهای قانونی» این موارد هفت‌گانه به‌عنوان ویژگی‌ها و ابعاد «اعتبارسنجی در تضمین کیفیت» و «رتبه‌بندی دانشگاهی» مورد شناسایی قرار گرفتند. لذا، سؤال‌های پژوهش بر اساس

1. Higher Education Evaluation and Accreditation Council of Taiwan (HEEACT)
2. Performance Ranking of Scientific Papers for World Universities (PRSPWU)
3. Hapsah

این هفت بعد طراحی شد.

۲.۳. پیشینه

پژوهش‌ها و مطالعات بسیاری به بررسی اعتبارسنجی به مثابه یکی از متداول‌ترین شیوه‌های تضمین کیفیت در آموزش عالی پرداخته‌اند. در یک بررسی به منظور نهادینه شدن ساختار اعتبارسنجی در آموزش عالی کشور پیشنهاد شد که ساختارسازی با رویکرد بر ساخت‌گرایی صورت پذیرد. بدین ترتیب که کلیه ذینفعان گرد هم آیند و بر سر منافع خود بحث و گفتگو کنند تا اجماع نهایی بر سر ساختار، تا جای ممکن دربرگیرنده منافع ذینفعان گوناگون و به دنبال آن پایدارتر باشد. (بازرگان و فراستخواه، ۱۳۹۶) همچنین، در مطالعات شمس مورکانی و میرزاپور (۱۳۹۱) و بازرگان و اسحاقی (۱۳۸۹) به بررسی فرایند و پیامدهای اعتبارسنجی پرداخته شده است.

۱۳۸

نورمن و شرود (۲۰۱۵) در بررسی خود بر ثمربخشی اعتبارسنجی در افزایش پاسخگویی واحدهای آموزشی و به دنبال آن ایجاد تغییرات مثبت تأکید کردند. ولاسکینو و دیگران (۲۰۰۴) نیز در یک مطالعه اعتبارسنجی را به عنوان مؤثرترین شیوه دستیابی به اهداف تضمین کیفیت بررسی کردند و آن را در بهبود کیفیت واحد مورد ارزیابی مفید دانستند. همچنین، مارتین و استلا (۱۳۸۸)، ترجمه محمدی) به تشریح تضمین کیفیت و ابعاد و عناصر اصلی آن پرداختند.

علاوه بر این، در پژوهش‌های بسیاری به بررسی رتبه‌بندی دانشگاهی پرداخته شده است. در پژوهش زارع بنادکوکي و همکاران (۱۳۹۴) به بررسی انتقادی روش‌شناسی نظام‌های رتبه‌بندی دانشگاهی بین‌المللی و ارائه پیشنهاد برای انجام رتبه‌بندی در کشور پرداخته شده است. همچنین، امیدی‌فر و همکاران (۱۳۹۶) جایگاه دانشگاه‌های کشور را در فهرست‌های نظام‌های رتبه‌بندی دانشگاهی بین‌المللی بررسی کرده‌اند. نوروزی و همکاران (۱۳۹۴) نیز تفاوت‌های موجود میان حوزه‌ها (علوم انسانی، پزشکی و فنی و مهندسی) و رشته‌های گوناگون را از منظر رتبه‌بندی دانشگاهی مطالعه کرده‌اند.

دیل (۲۰۰۹) به بررسی تأثیرات رتبه‌بندی دانشگاهی پرداخته است و بر لزوم مد نظر قرار دادن اولویت‌ها و ارزش‌های هر جامعه در طراحی نظام‌های رتبه‌بندی دانشگاهی و گرفتن بازخورد از مخاطبان به منظور بهبود نظام‌های رتبه‌بندی تأکید ورزیده است. هاپساح (۲۰۱۳) در اثر خود تجربه مالزی را در زمینه استفاده از رتبه‌بندی دانشگاهی برای دستیابی به اهداف ملی این کشور تشریح می‌کند. رصدخانه رتبه‌بندی علمی و تعالی آی‌آ‌آ‌جی

(۲۰۰۶) نیز در یک مطالعه به تشریح اصول انجام رتبه‌بندی دانشگاهی پرداخته است. با مرور پیشینه - همان گونه که پیش‌تر بیان شد - مشاهده می‌شود که تا کنون پژوهشی در خصوص بررسی تطبیقی ابعاد اعتبارسنجی در تضمین کیفیت آموزش عالی و رتبه‌بندی دانشگاهی انجام نشده است، در حالی که در یک پژوهش بر این امر تأکید شده است. (پارلمان اروپا، ۲۰۱۵) از این رو، هدف پژوهش کنونی بررسی تطبیقی ابعاد اعتبارسنجی در تضمین کیفیت آموزش عالی و رتبه‌بندی دانشگاهی برگزیده شد.

روش‌شناسی

پژوهش کنونی به لحاظ شیوه گردآوری و تحلیل داده‌ها توصیفی است و در آن، از رویکرد کیفی استفاده شد، تا داده‌ها به شکلی منطقی و قابل قبول گردآوری و سازمان‌دهی شوند. از این رو، در این پژوهش از روش پژوهش اسنادی^۱ استفاده شد. روش پژوهش اسنادی از جمله روش‌های کیفی مبتنی بر پارادایم تفسیرگرایی است که در آن پژوهشگر می‌کوشد تا داده‌های اسنادی را به صورتی نظام‌مند به کار گیرد تا بتواند مطالب مرتبط با موضوع پژوهش خود را کشف، طبقه‌بندی و ارزیابی کند. به کار بردن این روش در انجام مقایسه‌های تطبیقی می‌تواند مفید باشد. لذا، مطابق با این روش، ابتدا موضوع پژوهش انتخاب و اهداف و سؤالات پژوهش تعیین شد. سپس، پیشینه پژوهش مورد بررسی قرار گرفت. پس از آن، رویکرد نظری پژوهش مبتنی بر رویکرد تفسیرگرایی انتخاب گردید. در انتها، با انجام نمونه‌گیری از منابع گردآوری شده و بهره بردن از تکنیک‌های بررسی منابع به سؤالات پژوهش پاسخ داده شد. در این روش از شیوه‌های پژوهشی^۲ گوناگونی برای استخراج و تحلیل داده می‌توان استفاده نمود. (صادقی فسایی و عرفان‌منش، ۱۳۹۴) از آنجا که هدف پژوهش کنونی شناسایی ابعاد گوناگون دو پدیدار «تضمین کیفیت» و «رتبه‌بندی دانشگاهی» است، از شیوه مقایسه تحلیلی استفاده شد. در شیوه مقایسه تحلیلی به تجزیه و تحلیل نظام‌مند شباهت‌ها و تفاوت‌های موجود میان پدیدارهای مورد بررسی پرداخته می‌شود تا در انتها به تبیین‌هایی بینجامد که جنبه‌هایی از پدیدارهای مورد بررسی را توضیح دهند. مراحل کار در این شیوه عبارت‌اند از توصیف پدیدارهای مورد مقایسه به صورت جامع و قابل درک، بررسی و تجزیه و تحلیل داده‌های خام به منظور

1. Documentary Research

2. Research Technique

تعبیر و تفسیر داده‌ها و اطلاعات، ثبت و ضبط اطلاعات به‌منظور مطابقت دادن آنها و مطابقت دادن داده‌ها و اطلاعات گردآوری شده. (الماسی، ۱۳۸۹)

همچنین، به‌منظور دستیابی به هدف پژوهش، اسناد و متون مرتبط با ابعاد گوناگون تضمین کیفیت در آموزش عالی و نظام‌های رتبه‌بندی دانشگاهی به‌مثابه جامعه آماری در نظر گرفته شد. بدین ترتیب، برای گردآوری منابع از شیوه‌های بازخوانی متون و مطالعه منابع نظیر «تعیین واژگان کلیدی»، «استفاده از فهرست مطالب و فهرست اعلام» و «فیش‌برداری» استفاده شد. (صادقی فسایی و عرفان‌منش، ۱۳۹۴) بدین منظور، با جستجوی عباراتی نظیر «تضمین کیفیت در آموزش عالی»، «اعتبارسنجی در آموزش عالی»، «رتبه‌بندی دانشگاهی» و «نظام‌های رتبه‌بندی دانشگاهی» متون مورد نظر گردآوری شدند. سپس برای نمونه‌گیری از رویکرد نمونه‌گیری هدفمند استفاده شد. چرا که در روش پژوهش اسنادی، نمونه‌گیری عمدتاً به شیوه تعمدی و هدفمند صورت می‌پذیرد. (فلیک^۱، ۲۰۱۵) بدین منظور، ابتدا آن دسته از اسناد و متون انتخاب شد که در پانزده سال اخیر منتشر شده و دربردارنده مطالبی برای پاسخگویی به سؤال‌های پژوهش است. شایان ذکر است که سال انتشار بیش از نیمی از منابع مورد بررسی از ۲۰۱۳ تا کنون - مربوط به شش سال اخیر- است. سپس، به مطالعه و فیش‌برداری مطالب آنها برای پاسخگویی به سؤال‌های پژوهشی تا هنگام رسیدن به اشباع نظری پرداخته شد که با مطالعه تعداد ۳۰ منبع این امر محقق گردید. منظور از اشباع نظری آن است که سؤال پژوهش به‌طور قانع‌کننده‌ای پاسخ داده شده باشد و گزاره جدیدی از داده‌ها استخراج نشود. (صادقی فسایی و عرفان‌منش، ۱۳۹۴)

در نهایت، به‌منظور پاسخگویی به سؤال‌های پژوهش تمامی فیش‌های استخراج یافته با دقت مطالعه و با استفاده از شیوه فوق داده‌های مورد نیاز گردآوری و تحلیل شد. به‌منظور افزایش روایی پژوهش مواردی نظیر استفاده از منابع دست اول، ایجاد تنوع در منابع، تجزیه و تحلیل منابع متعدد، مشورت با صاحب‌نظران و رعایت موازین اخلاقی رعایت گردید. همچنین، به‌منظور رعایت اصول مرتبط با پایایی از روش‌هایی از قبیل درگیری طولانی مدت پژوهشگر، تجزیه و تحلیل مجدد داده‌ها توسط پژوهشگر و ممیزی بیرونی استفاده شد (همان) که نتایج به‌طور کامل مورد تأیید قرار گرفت.

۴. یافته‌ها

بنا به نظر صاحب‌نظران مهم‌ترین کارکرد «تضمین کیفیت» و الگوهای مرتبط با آن از قبیل «اعتبارسنجی» بهبود کیفیت و افزایش پاسخگویی مؤسسات آموزش عالی است. (بازرگان و دیگران، ۱۳۹۶؛ بازرگان و فراستخواه، ۱۳۹۶؛ شمس مورکانی و میرزاپور، ۱۳۹۱؛ بازرگان و اسحاقی، ۱۳۸۹ و نورمن و شروود، ۲۰۱۵)

بررسی پیامدها و تأثیرات «رتبه‌بندی دانشگاهی» نشان می‌دهد که رتبه‌بندی دانشگاهی در سنجش کیفیت دانشگاهی دارای ضعف‌هایی ذاتی است. (جانگ چئول شین و دیگران، ۲۰۱۱) و در نتیجه کارکردهایی غیر از بهبود کیفیت دارد. (بازرگان و اسحاقی، ۱۳۸۹) مهم‌ترین کارکرد رتبه‌بندی دانشگاهی قابلیت‌ابزاری آن برای حکمرانی بخش آموزش عالی است. (اکانل، ۲۰۱۵ و یت‌وای‌لو، ۲۰۱۴) با توجه به مطالب بیان شده و در راستای پاسخ دادن به سؤال پژوهشی «۱. تفاوت تضمین کیفیت آموزش عالی با رتبه‌بندی دانشگاهی به لحاظ کارکرد چیست» می‌توان بیان داشت که کارکرد رویکرد «تضمین کیفیت» حفظ، ارتقا و بهبود کیفیت در آموزش عالی و نیز افزایش پاسخگویی است. در حالی که، کارکرد رویکرد «رتبه‌بندی دانشگاهی» حکمرانی در آموزش عالی از طریق بهینه‌کاوی است.

در پاسخ به سؤال پژوهشی «۲. تفاوت تضمین کیفیت آموزش عالی با رتبه‌بندی دانشگاهی به لحاظ رویکرد ارزیابی چیست» می‌توان چنین گفت که در رویکرد «تضمین کیفیت» و الگوی اعتبارسنجی به منظور ارزیابی کیفیت واحد مورد ارزیابی، عملکرد و وضع موجود مؤسسه آموزش عالی مورد ارزیابی قرار می‌گیرد و با وضع مطلوب آن مقایسه می‌شود. (پارلمان اروپا، ۲۰۱۵ و ایتون، ۲۰۱۳) لذا، ارزیابی در تضمین کیفیت را می‌توان یک ارزیابی «ملاک-محور» توصیف کرد که به بهبود کیفیت و افزایش پاسخگویی واحد مورد ارزیابی به کلیه ذینفعان می‌انجامد. در حالی که، در گزارش‌نهایی نظام‌های رتبه‌بندی دانشگاهی رتبه هر دانشگاه یا مؤسسه آموزش عالی به صورت مقایسه‌ای ارائه می‌شود. در نتیجه، ارزیابی صورت گرفته در رویکرد «رتبه‌بندی دانشگاهی» را می‌توان به صورت مقایسه‌ای در نظر گرفت. با توجه به تفاوت‌های موجود میان مؤسسات آموزش عالی مختلف در اقصی نقاط جهان به لحاظ اهداف، مأموریت و ویژگی‌های زمینه‌ای کشورها، به نظر می‌رسد که ارزیابی ملاک - محور از ارزیابی مقایسه‌ای برای سنجش کیفیت مؤسسات آموزش عالی مناسب‌تر باشد. چرا که ارزیابی مقایسه‌ای منجر به نادیده گرفتن تنوع میان مؤسسات آموزش عالی در سطوح گوناگون می‌شود. (تاترو و اوانس، ۲۰۱۶)

در پاسخ به سؤال پژوهشی «۳. تفاوت تضمین کیفیت آموزش عالی با رتبه‌بندی دانشگاهی به لحاظ نوع ارزیابی چیست» می‌توان چنین گفت که در تضمین کیفیت نوع ارزیابی تکوینی و در رتبه‌بندی دانشگاهی پایانی است. (بازرگان، ۱۳۹۳)

در پاسخ به سؤال پژوهشی «۴. تفاوت تضمین کیفیت آموزش عالی با رتبه‌بندی دانشگاهی به لحاظ مخاطبان چیست» می‌توان چنین بیان نمود که در «تضمین کیفیت» عاملیت به عهده کنشگران درونی آموزش عالی و به دنبال آن مخاطبان اصلی آن جامعه دانشگاهی هستند. در حالی که، در «رتبه‌بندی دانشگاهی» عاملیت به عهده کنشگران بیرونی آموزش عالی است و مخاطبان آن عموم مردم و جامعه دانشگاهی هستند. (شمس مورکانی و میرزاپور، ۱۳۹۱ و بازرگان و اسحاقی، ۱۳۸۹)

برای پاسخگویی به سؤال پژوهشی «۵. تفاوت تضمین کیفیت آموزش عالی با رتبه‌بندی دانشگاهی به لحاظ شیوه اجرا چیست» می‌توان گفت که در رویکرد «تضمین کیفیت» شیوه اجرا بر اساس انجام ارزیابی درونی و ارزیابی بیرونی بر اساس عوامل، ملاک‌ها و نشانگرهای از پیش تعیین شده است. در حالی که، در رویکرد «رتبه‌بندی دانشگاهی» شیوه اجرای از طریق گردآوری داده بر اساس پیمایش و مبتنی بر اساس ملاک‌ها و شاخص‌های نظام‌های رتبه‌بندی دانشگاهی است که توضیحات آن پیش‌تر در بخش ۲ ارائه شد. (بازرگان و فراستخواه، ۱۳۹۶؛ ولاسکینو و دیگران، ۲۰۰۴؛ شمس مورکانی و میرزاپور، ۱۳۹۱ و نوروزی و دیگران، ۱۳۹۴)

به منظور پاسخ گفتن به سؤال پژوهشی «۶. تفاوت تضمین کیفیت آموزش عالی با رتبه‌بندی دانشگاهی به لحاظ شیوه گزارش‌دهی چیست» می‌توان بیان نمود که در رویکرد «تضمین کیفیت» گزارش‌دهی از طریق ارائه اطلاعاتی دقیق با استفاده از زبان و ادبیات فنی ارزیابی در خصوص کیفیت واحد مورد ارزیابی صورت می‌گیرد. اما، در رویکرد «رتبه‌بندی دانشگاهی» گزارش‌دهی از طریق ارائه اطلاعاتی کلی به زبان ساده در خصوص مؤسسات آموزش عالی انجام می‌شود. (ایتون، ۲۰۱۳)

در پاسخ به سؤال پژوهشی «۷. تفاوت تضمین کیفیت آموزش عالی با رتبه‌بندی دانشگاهی به لحاظ پیامدهای قانونی چیست» می‌توان گفت که در رویکرد «تضمین کیفیت» برخی از پیامدهای قانونی برای مؤسسات آموزش عالی نظیر تمدید یا لغو دوره‌ها و برنامه‌های آموزشی وجود دارد. در حالی که در رویکرد «رتبه‌بندی دانشگاهی»

هیچ گونه پیامد قانونی وجود ندارد. (پارلمان اروپا، ۲۰۱۵) تفاوت‌های میان دو رویکرد «تضمین کیفیت» و «رتبه‌بندی دانشگاهی» به‌لحاظ کارکرد، رویکرد ارزیابی، نوع ارزیابی، مخاطبان، شیوه اجرا، شیوه گزارش‌دهی و پیامدهای قانونی در جدول ۱ ارائه می‌شود.

جدول ۱: مقایسه ابعاد تضمین کیفیت و رتبه‌بندی دانشگاهی

رتبه‌بندی دانشگاهی	تضمین کیفیت (الگوی اعتبارسنجی)	بعد
حکمرانی در آموزش عالی از طریق بهینه‌کاوی	حفظ، ارتقا و بهبود کیفیت در آموزش عالی؛ افزایش پاسخگویی	کارکرد
مقایسه‌ای	ملاک‌محور	رویکرد ارزیابی
پایانی	تکوینی	نوع ارزیابی
عموم مردم و جامعه دانشگاهی	جامعه دانشگاهی	مخاطبان
گردآوری داده بر اساس پیمایش و مبتنی بر اساس ملاک‌ها و شاخص‌های نظام‌های رتبه‌بندی	اجرای الگوی اعتبارسنجی (انجام ارزیابی درونی و بیرونی) بر اساس عوامل، ملاک‌ها و شاخص‌های مدون	شیوه اجرا
ارائه اطلاعاتی کلی به زبان ساده در خصوص مؤسسات آموزش عالی	ارائه اطلاعاتی دقیق با استفاده از زبان و ادبیات فنی ارزیابی در خصوص کیفیت واحد مورد ارزیابی	شیوه گزارش‌دهی
فاقد پیامدهای قانونی	دربدارنده برخی از پیامدهای قانونی مانند تمدید یا لغو دوره‌های آموزشی در مؤسسات آموزش عالی	پیامدهای قانونی

همان‌گونه که در جدول ۱ مشاهده می‌شود، علیرغم اینکه هر دو رویکرد «تضمین کیفیت» و «رتبه‌بندی دانشگاهی» به ارزیابی مؤسسات آموزش عالی می‌پردازند، اما تفاوت‌های بسیاری با یکدیگر دارند که سبب می‌شود تا هر کدام از این دو رویکرد اقتضائات و اهداف خاص خود و به‌دنبال آن زمینه‌ها و بسترهای متفاوتی را برای پیاده‌سازی داشته باشند. این موارد در بخش ۵ مورد بحث و بررسی قرار می‌گیرند.

۵. بحث و نتیجه‌گیری

«تضمین کیفیت» و «رتبه‌بندی دانشگاهی» در آموزش عالی در دهه‌های اخیر رواج بیش‌تری یافته‌اند که مقارن با گسترش کمی آموزش عالی در جهان برای افزایش دسترسی به آن بوده است. در رویکرد «تضمین کیفیت» و «الگوی اعتبارسنجی» به بررسی کل مؤسسه آموزش عالی و یا برخی از رشته‌های آن از طریق ارزیابی درونی و ارزیابی بیرونی

پرداخته می‌شود. بدین ترتیب، کیفیت «واحد مورد ارزیابی» از منظر «عوامل، ملاک‌ها و نشانگرهای متعدد، دقیق و مورد توافق جامعه علمی» بررسی و تضمین می‌شود. (شمس مورکانی و میرزاپور، ۱۳۹۱) در نتیجه، هنگامی که در قالب الگوی اعتبارسنجی میان اندازه‌گیری‌های صورت گرفته در ارزیابی درونی و ارزیابی بیرونی تناظر و تناسب ایجاد شود، تغییرات معناداری به‌منظور بهبود در واحد مورد ارزیابی صورت خواهد گرفت که می‌تواند زمینه‌های برنامه‌ریزی را فراهم آورد. (نورمن و شروود، ۲۰۱۵) از این رو، الگوی اعتبارسنجی از جمله کارآمدترین و متداول‌ترین سازوکارهای تضمین کیفیت در آموزش عالی به شمار می‌رود.

علاوه بر رویکرد تضمین کیفیت، رویکرد رتبه‌بندی دانشگاهی نیز برای ارزیابی مؤسسات آموزش عالی به کار می‌رود. اما، نباید انتظار داشت که گسترش و فراگیر شدن نظام‌های رتبه‌بندی دانشگاهی منجر به بهبود کیفیت مؤسسات آموزش عالی گردد. چرا که بنا به‌نظر متخصصان حوزه آموزش عالی رتبه‌بندی‌های دانشگاهی هنوز در ابتدای راه شکل‌گیری خود هستند و راه درازی را برای کامل شدن و برطرف نمودن کاستی‌های خود در پیش رو دارند و در نتیجه به میزان رویکرد تضمین کیفیت و الگوی اعتبارسنجی نتوانسته‌اند پذیرش جامعه علمی و دانشگاهی را برای ارزیابی و به‌دنبال آن بهبود کیفیت در آموزش عالی کسب کنند. (مارگینسون و واندرونده، ۲۰۰۷؛ دیل، ۲۰۰۹) علاوه بر این، ملاک‌ها و شاخص‌های رتبه‌بندی دانشگاهی در مقایسه با ملاک‌ها و شاخص‌های الگوی اعتبارسنجی از تعداد، دقت و جامعیت کم‌تری برخوردارند. این امر سبب شده است تا صاحب‌نظران آموزش عالی به ارزیابی از طریق رویکرد «رتبه‌بندی دانشگاهی» ایرادهای بسیاری وارد بدانند و برای رفع آنها پیشنهادهایی ارائه دهند. در حالی که، رویکرد «تضمین کیفیت» و الگوی «اعتبارسنجی» عاری از این ایرادها هستند و در زمره بهترین رویکردها و الگوها برای ارزیابی و بهبود کیفیت آموزش عالی محسوب می‌شوند. چالشی که پیش می‌آید این است که با توجه به شرایط کنونی کشور و نیز تأکید اسناد بالادستی بر اجرای این دو رویکرد ارزیابی در آموزش عالی کدام یک از این دو باید در اولویت قرار گیرند. آیا تأکید بر یکی از آنها می‌باید به نادیده گرفتن دیگری منجر شود؟ حقیقت امر آن است که هر کدام از این دو رویکرد کارکرد خاص خود را دارد. به‌عنوان مثال، در «تضمین کیفیت» هدف بهبود کیفیت آموزش عالی از طریق نظارت هم‌تایان و متخصصان دانشگاهی است، در حالی که در «رتبه‌بندی دانشگاهی» هدف ارائه اطلاعاتی

به زبان ساده به آن دسته از مخاطبان بیرونی است که از دانش فنی کمتری نسبت به دانشگاهیان برخوردارند تا بتوانند تصمیم‌گیری‌های خود را بر پایه این اطلاعات انجام دهند. البته، همان‌گونه که پیش‌تر بیان شد، قابلیت رتبه‌بندی در جهت‌دهی به آموزش عالی آن را تبدیل به یک ابزار قوی برای حکمرانی و سیاست‌گذاری آموزش عالی کرده است. قابلیت‌هایی که نزد بسیاری از سیاست‌گذاران بخش آموزش عالی کشور مغفول واقع مانده است. لذا، هر دوی این ابزارها را می‌توان در کنار و به اتفاق هم، اما برای اهدافی متفاوت، با رویکردی کل‌نگرانه در انطباق با یکدیگر مورد استفاده قرار داد.

بدین ترتیب که برای حفظ و ارتقای کیفیت آموزش عالی، الزامات «تضمین کیفیت» و «اعتبارسنجی» در آموزش عالی را هر چه سریع‌تر فراهم نمود و در اولویت قرار داد. در گام بعد برای پیشبرد سایر اهداف مد نظر بخش علم و فناوری کشور و نیز برای سوق دادن مؤسسات آموزش عالی به سوی اهداف ملی می‌توان از ابزار رتبه‌بندی دانشگاهی به‌عنوان مکمل فعالیت‌های مرتبط با تضمین کیفیت و اعتبارسنجی استفاده نمود. (رصدخانه رتبه‌بندی علمی و تعالی آی‌آر‌آی‌جی، ۲۰۰۶) این اهداف می‌توانند شامل اهداف نقشه جامع علمی کشور نظیر «دستیابی به توسعه علوم نوین و نافع» و یا «ارتقای جایگاه زبان فارسی در بین زبان‌های بین‌المللی علمی» باشد. البته لازم است با مد نظر قرار دادن آسیب‌ها و کاستی‌های رتبه‌بندی دانشگاهی از طریق مشارکت دادن صاحب‌نظران این عرصه تلاش نمود تا در طراحی نظام/نظام‌های رتبه‌بندی ملی این آسیب‌ها را با توجه به اصول رتبه‌بندی‌های دانشگاهی - که پیش‌تر در بخش ۲ به آنها اشاره شد - به حداقل رساند.

منابع

۱. الماسی، علی محمد. (۱۳۸۹). آموزش و پرورش تطبیقی. تهران: انتشارات رشد.
۲. امیدی فر، رضا؛ علیرضا قلعه‌ای؛ محمد حسینی و میرنجف موسوی. (۱۳۹۶). ارزیابی و رتبه‌بندی دانشگاه‌های شهر تهران با تأکید بر جایگاه این دانشگاه‌ها در نظام‌های مطرح رتبه‌بندی. پژوهش‌نامه انتقادی متون و برنامه‌های علوم انسانی. ۱۷(۶): ۲۶۹-۲۴۹.
۳. بازرگان، عباس و فاخته اسحاقی. (۱۳۸۹). ارزیابی بیرونی کیفیت در گروه‌های آموزشی دانشگاهی. تهران: نشر دوران.
۴. بازرگان، عباس و مقصود فراستخواه. (۱۳۹۶). نظارت و ارزشیابی آموزش عالی. تهران: انتشارات سمت.
۵. بازرگان، عباس؛ مقصود فراستخواه؛ یدالله مهرعلی‌زاده؛ حسین معماریان؛ بهروز مهرام و نسرین نورشاهی. (۱۳۹۶). نگاهی به تجربه‌های ارزیابی کیفیت در آموزش عالی ایران: افق‌ها و چشم‌اندازها. تهران: مؤسسه پژوهش و برنامه‌ریزی آموزش عالی.
۶. خانی زاد، رحیم و غلامعلی منتظر. (۱۳۹۶). ارزیابی تطبیقی نظام‌های رتبه‌بندی دانشگاه‌های جهان. سیاست علم و فناوری. شماره ۳۵: ۴۳-۳۱.
۷. دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی. (۱۳۸۹). نقشه جامع علمی کشور. تهران: اداره کل تدوین و تنقیح قوانین و مقررات نهاد ریاست جمهوری.
۸. زارع بنادکوکي، محمدرضا؛ محمدعلی وحدت‌زاد؛ محمدصالح اولیاء و محمد مهدی لطفی. (۱۳۹۴). بررسی نظام‌های رتبه‌بندی دانشگاه‌ها: یک رویکرد انتقادی. فصلنامه آموزش مهندسی ایران. سال هفدهم. شماره ۶۵.
۹. شمس مورکانی، غلامرضا و سمیرا میرزاپور. (۱۳۹۱). ارزشیابی کیفیت در آموزش عالی (رویکردی تعالی مدار). تهران: انتشارات باور.
۱۰. صادقی فسایی، سهیلا و ایمان عرفان منش. (۱۳۹۴). مبانی روش‌شناختی پژوهش اسنادی در علوم اجتماعی. مورد مطالعه: تأثیرات مدرن شدن بر خانواده ایرانی. راهبرد فرهنگ. سال هشتم. شماره ۲۹: ۹۱-۶۱.
۱۱. مارتین، میشل و آنتونی استلا. (۱۳۸۸). تضمین بیرونی کیفیت در آموزش عالی. رضا محمدی. تهران: سازمان سنجش آموزش کشور.
۱۲. معاونت پژوهش، تدوین و تنقیح قوانین و مقررات ریاست جمهوری. (۱۳۸۳). مجموعه قانون برنامه چهارم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران. تهران: اداره چاپ و انتشار معاونت پژوهش تدوین و تنقیح قوانین و مقررات نهاد ریاست جمهوری.
۱۳. معاونت پژوهش، تدوین و تنقیح قوانین و مقررات ریاست جمهوری. (۱۳۸۸). مجموعه قانون برنامه پنجم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران. تهران: اداره چاپ و

- انتشار معاونت پژوهش تدوین و تنقیح قوانین و مقررات نهاد ریاست جمهوری.
۱۴. موخوپادای، مرمر. (۱۳۹۵). *مدیریت کیفیت جامع در آموزش*. فاخته اسحاقی. صدیقه شریعتی، فرشته صادقی و رضا محمدی. تهران: سازمان سنجش آموزش کشور.
۱۵. نوروزی چاکلی، عبدالرضا؛ رقیه قضاوی و بهجت طاهری. (۱۳۹۴). ارزش‌گذاری شاخص‌های ارزیابی پژوهش در حوزه‌های مختلف علوم در ایران. *سیاست علم و فناوری*. ۷(۴): ۳۱-۴۰.
۱۶. یمنی دوزی سرخابی، محمد. (۱۳۹۱). *کیفیت در آموزش عالی*. تهران: انتشارات سمت.

17. Dill, D. (2009). Convergence and Diversity: the Role and Influence of University Rankings. Kehm, B. M. & B. Stensaker. (Eds). *University Rankings, Diversity, and the New Landscape of Higher Education*. Rotterdam: Sense Publishers.
18. Eaton, J. (2013). Rankings, New Accountability Tools and Quality Assurance. Marope, P.t.m.; Wells, P. J.; Hazelcorn, E. (Eds). *Rankings and Accountability in Higher Education: Uses and Misuses*. Paris: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization.
19. European Parliament. (2015). *University Quality Indicators: a Critical Assessment*. Directorate General for Internal Policies. Available At: [Http://Www.europarl.europa.eu/Regdata/ Etudes/Stud/2015/563377](http://Www.europarl.europa.eu/Regdata/ Etudes/Stud/2015/563377).
20. Evans, J. (2012). *Environmental Governance*. Abingdon: Routledge.
21. Felick, O. (2015). *an Introduction on Qualitative Research*. Translated by H. Jalili. Tehran: Ney Publications. {In Persian}.
22. Hapsah, S. (2013). The National and Institutional Impact of University Rankings: the Case of Malaysia. P. T. Marope; P. J. Wells. & E. Hazelcorn. (Eds). *Rankings and Accountability in Higher Education: Uses and Misuses*. Paris: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization.
23. Heywood, J. (2000). *Assessment in Higher Education: Student Learning, Teaching, Programmes and Institutions*. London: Jessica Kingsley Publications. Available At <https://Books.google.com/Books?Hl=En&Lr=&Id=4Bn83l0gurqc&Oi=Fnd&Pg=Pa7&Dq=Heywood>.
24. Hufty, M. (2011). Investigating Policy Processes: the Governance Analytical Framework (GAF). In: U. Wiesmann; H. Hurni. & Et Al. (Eds). *Research for Sustainable Development: Foundations, Experiences, and Perspectives*. Bern: Geographica Bernensia.
25. Ireg Observatory on Academic Ranking and Excellence. (2006). *Berlin Principles on Ranking of Higher Education Institutions*. Available At: [Http://Ireg-Observatory.org/En/Index.php/Berlin-Principles](http://Ireg-Observatory.org/En/Index.php/Berlin-Principles).
26. Jung Cheol Shin, J. C.; R. K. Toutkoushian. & U. Teichler. (2011). *University Rankings: Theoretical Basis, Methodology and Impacts on Global Higher Education*. New York: Springer Science.
27. Kim, J. (2015). *The Cost of Rankings? the Influence of College Rankings on Institutional Management*. Phd Dissertation in Higher Education. The University of Michigan.
28. Leathwood, C. & D. Philips. (2000). Developing Curriculum Evaluation Research in Higher Education: Process, Politics and Practicalities. *Higher Education Quarterly*. No. 40. 313-330.
29. Marginson, S.; & M. Van Der Wende. (2007). To Rank or to Be Ranked: the Impact of Global Rankings in Higher Education. *Journal of Studies in International Education*. 11: 306. Doi: 10.1177/1028315307303544.
30. Norman, P. J. & S. Sherwood. (2015). Using Internal and External Evaluation to

- Shape Teacher Preparation Curriculum: a Model for Continuous Program Improvement. *The New Educator*. No. 11: 4-23. Issn: 1547-688X Print/1549-9243 Online, Doi: 10.1080/1547688X.2015.1263.
31. O'connell, C. (2015). An Examination of Global University Rankings as a New Mechanism Influencing Mission Differentiation: the Uk Context. *Tertiary Education and Management*. 21(2): 111-126.
32. Risteska, M.; A. Mickovska- Raleva. & M. Kraja-Sejdini. (2010). *Good Governance in Education. Case Studies: Municipalities of Kisela Voda, Kriva Palanka, Vrapchishte, Bitola, Strumica, Shtip, Kicevo and Veles*. Skopje: Ejl University Publications.
33. Tutterow, C. & J. A. Evans. (2016). Reconciling the Small Effect of Rankings on University Performance with the Transformational Cost of Conformity. *Research in the Sociology of Organizations*. No. 46. 265-301.
34. Vlasceannu, V. I.; L. Grunberg. & D. Parlea. (2004). *Quality Assurance and Accreditation: a Glossary of Basic Terms and Definitions*. Bucharest, Unesco-Cebers, Paper on Higher Education. Retrieved on 30.05.2008 From: [Http: //Www.cepesro/ Publications /Defavlt.html](http://www.cepesro/Publications/Defavlt.html).
35. Yat Wai Lo, W. (2014). *University Rankings: Implications for Higher Education in Taiwan*. Singapore: Springer Science+Business Media.

در جهان امروز روند رو به رشدی از اولویت اموال مادی و کالاهای اقتصادی در سطح فردی در تمامی جوامع مدرن مشاهده می‌شود. به گونه‌ای که افراد، خود و دیگران را بر اساس اموال و دارایی‌ها که به مثابه نمادی اساسی برای ویژگی‌های شخصی، تعلقات و علایق عمل می‌کند، تعریف می‌کنند. بر همین مبنا، هدف مطالعه حاضر بررسی ترجیحات مادی خانواده‌های یزدی و عوامل مرتبط با آن با تکنیک پیمایش است. جامعه آماری، مردان سرپرست خانوار شهر یزد و فرایند انتخاب نمونه، نمونه‌گیری طبقه‌ای با تعداد ۳۸۴ نمونه بود. داده‌های تحقیق نشان داد که میانگین ترجیحات مادی یزدی‌ها بیش از حد متوسط است و بیشترین اولویت نزد آنان، خرید زمین و ملک، پس انداز پول، تأکید بر مادیات و موفقیت مادی است. بین متغیرهای سن، تحصیلات، امنیت مالی، منزلت اجتماعی، پذیرش اجتماعی و از خود بیگانگی با متغیر وابسته تحقیق رابطه معنادار وجود دارد. در مجموع، نتایج تحلیل رگرسیونی نیز نشان می‌دهد که پیش‌بین اولویت‌های مادی شهروندان یزدی بر اساس از خود بیگانگی با مقدار بتای ۰/۶۳، منزلت اجتماعی با بتای ۰/۲۴ و تحصیلات با بتای ۰/۰۸ و سن با بتای ۰/۱۱ - معنی‌دار است.

■ واژگان کلیدی:

ترجیحات مادی، از خود بیگانگی فرهنگی، امنیت مالی، منزلت اجتماعی، یزد

بررسی ترجیحات مادی در بین خانواده‌های یزدی و عوامل اجتماعی و فرهنگی مرتبط با آن

مهناز فرهمند

دانشیار دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه یزد
farahmandm@yazd.ac.ir

زهرا فلک‌الدین

دانشجوی دکتری دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه یزد
zahra.falkodin93@gmail.com

فاطمه تیموری

دانشجوی دکتری دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه یزد
f.teymoori@yahoo.com

بیان مسئله

امروزه ترجیحات مادی واقعیتی است که تمامی روابط اقتصادی و اجتماعی را تحت تأثیر قرار داده و در تمامی زوایای زندگی انسان‌ها نفوذ کرده است به‌طوری‌که بدون سرمایه مادی و پول نمی‌توان هیچ برنامه‌ای را تدارک دید. (داوودی و دیگران، ۱۳۷۴: ۱۳-۱۲) برخی کالاها و مادیات ارزشمند در زندگی امروزی، ابژه‌های فردی و جمعی‌اند به این سبب که هم در تملک افرادند و هم در معرض دید جمع قرار دارند و بهترین ابزار بیانی شمرده می‌شوند. (بهار، ۱۳۹۰: ۱۷۴-۵۱) فرهنگ پست‌مدرنیستی، کالاها و مالکیت‌ها را «ارزش‌های نشانه‌ای» مطرح می‌کنند که اساساً در مقام نماد مصرف می‌شوند و اشخاص از آنها جهت تمایز تبعیض‌آمیز بین خود و دیگران استفاده می‌کنند. (لش، ۱۳۸۴: ۷۱) به‌زعم داگلاس و ایشروود^۱، کالاهای مادی و بی‌جان در جهان حاضر در عین فردی بودن، کاربرد اجتماعی دارند، آنها مفاهیم و معانی را تولید می‌کنند و حامل نمادها هستند و برای مالکین خود ایده‌ها را تولید می‌کنند و ریشه تمایز بین کالاها را باید در شرایط اجتماعی و مسائل آن جست. (بهار، ۱۳۹۰: ۱۷۴-۵۱)

درواقع پول و متعلقات مادی ابزاری برای ارضاء نیازها و زندگی بهتر انسان‌ها هستند به‌گونه‌ای که افراد به‌طور فزاینده‌ای خود و دیگران را بر اساس اموال و دارایی‌ها که به‌مثابه نمادی اساسی برای ویژگی‌های شخصی، تعلقات و علایق عمل می‌کند، تعریف می‌کنند. برخی همواره سعی دارند خرید برخی کالاها را به انحصار خود درآورند و امتیازات برخی مقوله‌های اقتصادی و مادی را تا آنجا که با هزینه سروکار دارد انحصاری کنند. تا بدین‌وسیله بنا به ادعای ولن و زیمل، خود را از طبقات دیگر متمایز کنند و توجه محفل اجتماعی را با تحریک حساسیت آنها در مورد تفاوت‌ها و به‌مثابه مکانیسمی معطوف به حفظ خود در برابر بیگانگی و رهاشدگی انسان در نظام مدرنیته، به خود جلب کنند. (پرده‌دار و دیگران، ۱۳۹۰: ۶۳) از چشم‌اندازی وسیع‌تر، یافته‌های اینگلههارت نشان می‌دهد که شاخص‌های اقتصادی ملی تحت تأثیر ماتریالیسم قرار دارد. به‌عنوان مثال کشورهای فقیر تمایل به مادیات بیشتری از کشورهای ثروتمندتر دارند. (آبراهامسون و اینگلههارت^۲، ۱۹۹۵: ۸۷) نیکرسون^۳ و همکاران (۲۰۰۳) در تحقیق خود دریافته‌اند افرادی که به‌دنبال ثروت اقتصادی کلان‌اند، بعد از طی بیست سال، دیگر با خانواده، دوستان و شغل ارضاء

1. Douglas & Ishroud

2. Abramson & Inglehart

3. Nickerson

نمی‌شوند. بدین معنا که سطوح مادی‌گرایی بالا به‌طور معکوسی روابط را کاهش می‌بخشد. بائر و همکاران (۲۰۱۱) گزارش کردند که به‌موازات کاهش زمان تخصیصی به فعالیت‌ها و تعاملات اجتماعی، درخواست‌های مادی افراد در راستای جمع‌آوری مایملک و ثروت و رقابت فزاینده برای اجناس تجملی، افزایش می‌یابد. (ریچینز^۱، ۱۹۹۴: ۵۰۴)

تحقیقات تجربی و همبستگی نشان می‌دهد که احساس عدم اطمینان (چانگ و آرکین^۲، ۲۰۰۲)، تهدید اقتصادی (شلدون و کاسر^۳، ۲۰۰۸)، درآمد کمتر (کاسر و دیگران، ۱۹۹۵) ارزش‌ها و اهداف مادی افراد را تقویت می‌کند. رابرت^۴ و همکاران (۲۰۱۵) در مطالعه خود عنوان کردند که مادی‌گرایی به‌عنوان بخشی از یک مجموعه بزرگ‌تری از اهداف (برای مثال جذابیت، شناخت اجتماعی، موفقیت مالی) عمدتاً توسط دفاع و نیاز به امنیت احساس می‌شود. بنا به‌نظر کاسر و همکاران (۲۰۰۴) و شروم و همکاران (۲۰۱۴) گرایش به مادی‌گرایی به‌دلیل یک نوع استراتژی جبرانی برای مقابله با اثرات مضر احساس ناامنی افزایش می‌یابد. بر طبق این گزارش برخی افراد اهمیت بیشتری برای پول، اموال و موقعیت قائل‌اند، زیرا به اعتقاد آنها داشتن این چیزها به‌نوعی موجب کاهش احساسات ناامنی، افزایش احساس قدرت شخصی و منزلت شخصی می‌شود. (فرح بیجاری و دیگران، ۱۳۹۷: ۹۶)

تملک کالاهای مادی - اقتصادی با نشانه‌ها و علائم خاص خود، امروزه نمایانگر ترجیحات و ارزش‌ها، تمایلات، تفکرات و ایده‌آل‌هاست و به‌مثابه بازنمایی‌کننده هویت عاملان آن، کارکردهای جدیدی یافته است. در بررسی ترجیحات مادی و کالاها، برخی محققان به نقش کالاها و اموال در تعریف خود و برساخت حس هویت پرداخته‌اند (بلک^۵، ۱۹۸۷ و گرب و گرثول^۶، ۱۹۶۷) برخی دیگر از محققان بر کارکرد مادیات و کالاها در متن نظام ارتباط اجتماعی و فرهنگی تأکید داشته‌اند. (داگلاس و ایشروود، ۱۹۷۹ و مک کراکن^۷، ۱۹۸۶) گروهی دیگر به بررسی معانی خاص اموال که به آنها ارزش می‌بخشند، پرداخته‌اند. (مالتون^۸، ۱۹۸۱؛ فربی^۹، ۱۹۷۸ و ریچینز، ۱۹۹۴: ۵۰۴)

1. Richins
2. Chang & Arkin
3. Kasser & Sheldon
4. Robert
5. Belk
6. Greb & Grathwel
7. McCracken
8. Malton
9. Furby

نتایج تحقیقات تجربی در ایران نشان می‌دهد که گرایش‌های مادی و کسب برخی کالاهای مادی از جمله زمین و پول رو به افزایش است. در مقاله‌ای تحت عنوان مادیات جایگزین اخلاقیات می‌شود، حاج‌حسینی بیان می‌کند که در جامعه‌ای که متأسفانه نوع خودرو، ملک شخصی، میزان درآمد در شکل‌گیری شخصیت کاذب اجتماعی افراد و احترام‌گذاری‌ها نقش اساسی بازی می‌کند، شاهد افزایش ترجیحات مادی در بین خانواده‌ها هستیم.

به‌زعم مسنر و روزنفلد^۱ (۲۰۰۱) هنگامی ترجیحات مالی و اقتصادی در جامعه افزایش می‌یابد که توازن نهادهای اقتصادی و اجتماعی برهم‌خورده، ارزش‌های مادی به قلمرو نهادهای غیرمادی وارد شده و نقش‌های غیرمادی تحت انقیاد نقش‌های مادی قرار گیرد. زبان، استانداردها و هنجارهای اقتصادی، حوزه‌های غیراقتصادی را در برمی‌گیرد و مطالبات مالی و ترجیحات اقتصادی بر مطالبات خانوادگی، تحصیلی و دیگر ارزش‌های زندگی اجتماعی اولویت می‌یابند. به‌طوری‌که نهادهای خانواده، دین و آموزش و پرورش که باید تأکید مفرط بر ترجیحات مالی را مهار کنند، تضعیف‌شده، دچار نوعی از خودبیگانگی شده و خود حامل ارزش‌های اقتصادی می‌گردند. در چنین جامعه‌ای ارزش فرهنگی بت‌وارگی کالا و پول به‌انحاء مختلف مورد تشویق قرار می‌گیرند. (حیدری و نصیری، ۱۳۹۲: ۷۸) از نظر اکاس نیز استفاده از کالاها و محصولات مادی توسط ترجیحات مادی و اقتصادی و نماد موقعیت و منزلت تحریک می‌شود و تمایل به دارایی و مایملک به‌نوعی با موقعیت و شادی ارتباط می‌یابد. (الحسینی المدرسی و دیگران، ۱۳۹۴: ۱۹۳)

شهر یزد از دیرباز به‌عنوان شهری سنتی با مهم‌ترین ویژگی صرفه‌جویی و قناعت شناخته شده است. اما در حال حاضر به‌نظر می‌رسد به ملغمه‌ای از صرفه‌جویی و تمایل به پس‌انداز پول و خرید زمین برای فرایندهای آتی زندگی تبدیل شده است و این امر با توسعه و گسترش عناصر و مؤلفه‌های شهری مدرن در ابعاد گوناگون (بنا به ادعای اکثریت شهروندان یزدی) روزبه‌روز تقویت شده به‌گونه‌ای که تهیه سایر الزامات و ترجیحات زندگی از جمله تهیه لوازم ضروری زندگی، فراغت و تعاملات خانوادگی را تحت‌الشعاع قرارداده است. (فرهمند و دیگران، ۱۳۹۳) به همین دلیل در پژوهش حاضر برآنیم که به پاسخ این مهم بپردازیم که ترجیحات مادی - اقتصادی خانواده‌های یزدی به چه میزان است و تا چه میزان سایر ابعاد نیازها و ارزش‌ها را متأثر می‌کند؟ کدامین مؤلفه‌های اجتماعی احتمالاً آن را افزایش و کاهش می‌بخشند؟

پیشینه تحقیق

فرح بیجاری و همکاران (۱۳۹۷) در تحقیقی در زمینه «مادی‌گرایی دانشجویان» به بررسی نقش عدم اطمینان، عزت‌نفس، حس قدرت شخصی و محرومیت نسبی شخصی در مادی‌گرایی دانشجویان پرداخته‌اند. نتایج تحقیق نشان داد که بین مادی‌گرایی با عزت‌نفس، قدرت شخصی و محرومیت نسبی رابطه معنی‌دار وجود داشت. درنهایت نویسندگان نتیجه می‌گیرند که مادی‌گرایی بر اساس متغیرهای محرومیت نسبی و عدم اطمینان قابل پیش‌بینی است.

ملاسعدی (۱۳۹۶) در پژوهش «پیش‌بینی الگوی مصرف بر اساس مؤلفه‌های سبک زندگی» بیان کرد که بین سبک زندگی مبتنی بر پیشگیری از بیماری‌ها و سبک زندگی مبتنی بر کنترل وزن و تغذیه با اصلاح الگوی مصرف، سبک زندگی مبتنی بر کنترل وزن و تغذیه با الگوی مصرف مدگرایانه، سبک زندگی مبتنی بر معنویت و سلامت جسمی و روانی با الگوی مصرف مبتنی بر تبلیغات رابطه وجود دارد.

آقایاری هیر و همکاران (۱۳۹۵) «نقش واسطه‌ای مصرف‌گرایی در ارتباط بین مادی‌گرایی و ردپای اکولوژیک (مورد مطالعه: شهروندان ارومیه)» انجام دادند. نتایج به‌دست آمده نشان داد متغیرهای مادی‌گرایی، مصرف‌گرایی و پایگاه اقتصادی-اجتماعی، اثر مثبت و معنی‌داری بر میزان ردپای اکولوژیک مصرف در بین شهروندان شهر ارومیه و جنسیت، اثر کاهشی و معنی‌داری بر آن داشته است. همچنین، نتایج تحلیل‌های چند متغیره نشان داد که متغیرهای مذکور همراه با متغیر جنسیت پاسخگویان در مجموع ۰/۲۵ از تغییرات متغیر وابسته را مورد تبیین قرار می‌دهند.

در پژوهش گل‌پرور و عریضی (۱۳۸۷) با عنوان «رابطه جهت‌گیری‌های ارزشی و علاقه به پول با باور به عدالت در دنیا» شواهد نشان می‌دهد در مردان جهت‌گیری‌های ارزشی و علاقه به پول با باور به دنیای عادلانه و ناعادلانه دارای روابطی متفاوت از همین روابط در زنان است. نتایج نشان می‌دهد که اهمیتی که مردان برای پول قائل‌اند، در درجه اول، باور به دنیای عادلانه آنها را متأثر می‌سازد، سپس عناصر مربوط به نوع دوستی و نفع‌همگانی مطرح می‌شود؛ اما در زنان ماهیتاً، عناصر موفقیت و پیشرفت مطرح بود که درواقع از محدودیت‌های موجود بیشتر برای زنان نشئت می‌گرفت.

آزاد ارمکی و مسقطیان (۱۳۸۰) در پژوهشی با عنوان «تغییرات فرهنگی در استان مازندران آزمون تجربی نظریه اینگلهارت به دنبال پاسخ به این سؤال بودند که آیا در

حوزه جمعیتی تغییراتی در ارزش‌ها (خانوادگی، جنسیتی، سیاسی، اقتصادی، دینی، اجتماعی و اخلاقی) صورت گرفته است یا خیر. نتایج بر اساس نظریه اینگلهارت نشان داد که به‌طور کلی تغییراتی را در استان مازندران با توجه به‌پیش زمینه‌های فرهنگی در بین گروه‌های سنی مختلف مشاهده نمی‌کنیم و تنها متغیر تحصیلات به‌عنوان امنیت‌سازنده در دگرگونی ارزش‌ها تا حدودی تأثیرگذار است.

ریچانس^۱ (۱۹۹۴) در پژوهشی تحت عنوان «منافع خاص و ارزش‌های مادی‌گرایانه» نشان می‌دهد که مصرف‌کنندگان با مادی‌گرایی پایین‌گرایش دارند که بر ارزش‌های بین فردی/نمادین دارایی‌های‌شان تأکید کنند. به‌نظر می‌رسد که در مادی‌گرایی بالا و جهت‌گیری به‌سمت دارایی بیشتر بر بهره‌وری و همچنین نگرانی‌های ظاهری و وضعیت موجود تأکید دارند.

چانگ و آرکین^۲ (۲۰۰۲) پژوهشی تحت عنوان «مادی‌گرایی به‌عنوان یک تلاش در مقابله با عدم اطمینان» انجام داد. در این پژوهش سه مطالعه برای آزمون این فرضیه که: «مردم زمانی که در زندگی مدرن دچار ابهام می‌شوند به افرادی مادی‌گرا تبدیل می‌شوند» انجام گرفت. مطالعه اول نشان داد که آنومی و شک و تردید نسبت به خود پیش‌بینی‌های مهمی برای گرایش‌های ماتریالیستی‌اند. در مطالعه دوم شرکت‌کنندگانی که شک و تردید مزمن را تجربه کردند در صورت آمادگی برای تجربه شک و ناامنی، سطح بالاتری از مادی‌گرایی را نشان دادند. در مطالعه سوم شرکت‌کنندگان با درک مزمن بی‌هنجاری در صورت آمادگی با احساسات نرمال، سطح مادی‌گرایی بالاتری را نشان دادند. این سه مطالعه با هم نشان می‌دهند که برخی افراد زمانی که ناآرامی درون خود و یا عدم قطعیت نسبت به جامعه را تجربه می‌کنند به افرادی مادی‌گرا تبدیل می‌شوند.

فرارو^۳ و همکاران (۲۰۱۱) در پژوهشی با عنوان «اموال شخصی ما: حوزه خود ارزشی و مالکیت فردی» نشان دادند که مالکیت افراد روی اموال‌شان تعیین‌کننده حیاتی زندگی آنان است که در صورت از دست رفتن مالکیت، غم و اندوه را در افراد به‌وجود می‌آورد. این پژوهش چارچوبی را برای درک شکل‌گیری مالکیت خود پیشنهاد می‌دهد که توانایی فرد را در حوزه مالکیت اموال و نیز ارزش‌های فردی‌ای را که بر مالکیت او تأثیرگذار است نشان می‌دهد.

1. Richins

2. Chang & Arkin

3. Ferraro

چان^۱ (۲۰۱۳) در پژوهشی با عنوان ارزش‌های مادی گرایانه در میان کودکان و نوجوانان^۱ نشان داد که ماتریالیسم در میان نسل جوان به یک هدف تبدیل شده است و درواقع تهدید بالقوه ماتریالیسم و فرسایش ارزش‌های سنتی خانواده را شاهد هستیم. این مطالعه باهدف ایجاد مدلی با استفاده از سن، جنس، مقایسه اجتماعی مصرف‌گرایی نوجوانان و توجه به تبلیغات و اعتمادبه‌نفس برای پیش‌بینی ارزش‌های مادی گرایانه جوانان انجام شده است. نمونه تحقیق حاضر با نمونه‌گیری احتمالی ۶۶۷ دانش‌آموز ابتدایی و متوسطه در سن ۸ تا ۱۷ سالگی در ماکائو انتخاب شدند. نتایج نشان می‌دهد که مقایسه اجتماعی مصرف با دوستان و پس از آن، عزت نفس مهم‌ترین عامل در پیش‌بینی حمایت از ارزش‌های مادی است.

کیم^۲ (۲۰۱۴) در پژوهشی تحت عنوان «آیا یک نگرش پولی همه را دچار ازخودبیگانگی می‌کند؟ با مقایسه بین فرهنگی کره، آمریکا و سوئد» نشان داد که پول به‌طور فزاینده‌ای ارزش بیشتری را در جامعه به ارمغان می‌آورد و روابط اجتماعی را کاهش می‌دهد و بیگانگی را در جوامع مدرن و صنعتی افزایش می‌دهد. نتایج تحقیق حاضر نشان داد که نگرش به پول و بیگانگی بیشتری در کره نسبت به ایالت متحده و یا سوئد وجود دارد. یافته‌های این تحقیق حاکی از آن است که ارزش‌های مادی باعث افزایش بیگانگی افراد می‌شود و پول عامل افزایش شادی انسان و رفاه او نیست. به‌علاوه مشارکت فعال در فعالیت‌های اجتماعی می‌تواند بیگانگی را کاهش دهد.

فو^۳ و همکاران (۲۰۱۵) در پژوهشی با عنوان «ارزش‌های مادی گرایانه در میان نوجوانان چینی: تأثیر طرد پدر و مادر و عزت‌نفس» انجام دادند، این پژوهش با ۵۹۳ نوجوان از مدارس انتخاب و از آنها خواسته شد تا پرسشنامه‌ای را که شامل عدم پذیرش والدین، عزت‌نفس و ارزش‌های مادی گرایانه و اطلاعات جمعیت‌شناختی بود پر کنند. نتایج نشان داد نوجوانان چینی شدت ارزش‌های مادی گرایانه را تأیید نمی‌کردند و دانش‌آموزان کلاس هفتم سطح پایین‌تری از ارزش‌های مادی را نسبت به دانش‌آموزان کلاس دوازدهم داشتند. همچنین هیچ تفاوت جنسیتی پیدا نشد. عدم پذیرش والدین به‌طورمثبتی با ارزش‌های مادی جوانان ارتباط داشت و این رابطه توسط عزت‌نفس تعدیل شد. در جمع‌بندی کلی پیشنهاد می‌شود که پژوهش‌های متعددی در

1. Chan
2. Kim
3. Fu

کشورهای برون مرزی در زمینه مادی گرایی و ارزش های مادی انجام شده است، اما در این خصوص تحقیقی در عرصه تحقیقات میدانی و تجربی در داخل ایران انجام نشده است. تحقیقات در این باب بسیار کم رنگ است و به این مبحث به مثابه امری اجتماعی و تحت تأثیر شرایط اجتماعی و فرهنگی توجهی نشده است؛ و بیشتر تحقیقات قبلی در حوزه مصرف گرایی و سبک زندگی است و به بحث مادی گرایی توجهی نشده است. اما پژوهش حاضر مادی گرایی و ترجیحات مادی را مورد توجه قرار می دهد.

مبانی نظری

از سال ۱۹۸۰ مادی گرایی و ترجیحات مادی به عنوان موضوع اصلی در تحقیقات علمی ظاهر شده است، مطابق با مطالعات ادوارد و باف، دو رویکرد عمومی درباره تحقیقات در حوزه مادی گرایی وجود دارد. یکی با جهت گیری عمدتاً روان شناختی که مادی گرایی و ترجیحات مادی را به عنوان صفت شخصیتی که ریشه در اهمیت نقش کالاها و دنیوی در ذهن فرد دارد، مفهوم سازی می کند؛ و دیگری عمدتاً جهت گیری فرهنگی دارد که مادی گرایی را به عنوان یکی از ارزش های جامعه معرفی می کند. (ریچینز و داوسون^۱، ۱۹۹۲) ریچینز و داوسون ماتریالیسم را یک ارزش می دانند که بر اعتقادات و نگرش هایی که رفتار فرد را جهت می دهند، تأثیر می گذارد. به عبارت دیگر مادی گرایی را می توان به عنوان یک ارزش دانست که فرد برای اشیاء مادی که در اختیار دارد، قائل است. از ویژگی های اساسی افراد بسیار مادی، اعتقاد به این است که رفاه را می توان از طریق ارتباط فرد با اشیاء افزایش داد. (ریچینز و داوسون، ۱۹۹۲: ۳۰۷) بر اساس بررسی ریچینز و داوسون که در زمینه مربوط به ترجیحات مادی کار کرده اند؛ ماتریالیسم منعکس کننده ارزش هایی است که مصرف کنندگان به کالاها و مادی و نقشی که این کالاها در زندگی مصرف کننده بازی می کند، نسبت می دهند. ۱. تعریف اموال به عنوان موفقیت، اینکه تا چه حد استفاده از اموال به عنوان شاخص موفقیت در زندگی می باشد. ۲. محوریت کسب اشیاء مادی، اینکه تا چه حد کسب و استفاده از اشیاء مادی برای فرد در کانون زندگی او قرار دارد. ۳. خرید به عنوان به دست آوردن شادی، اعتقاد به اینکه به دست آوردن اشیاء برای ایجاد رضایت و رفاه در زندگی ضروری است. (بلک، ۱۹۸۵)

کاسر بیان می کند که از زمانی که مردم متولد می شوند در معرض پیام های ضمنی

و صریحی در راستای حمایت از اهمیت پول و اموال‌شان قرار می‌گیرند. این تأیید را به‌شکلی از شیوه زندگی مادی که برای والدین ارزش دارد، از اعضای خانواده، همسالان و پیام‌های مادی که اغلب در فرهنگ‌عامه از جمله در رسانه‌ها یافت می‌شود، می‌گیرند. مردم اغلب اهداف مادی را که تلاش برای رسیدن به آنها که به‌عنوان تمایلات اساسی انسان‌ها مطرح است و به‌واسطه ارزشی که محیط فرهنگی و خانوادگی و مقررات رفتاری برای آنها قائل است؛ در یک فرایند در خود درونی می‌کنند. (کاسر و دیگران، ۲۰۰۸: ۱۵) به‌زعم او، تحقیقات دو مسیر اصلی را در توسعه انگیزه‌ها و ارزش‌های مادی بیان می‌کنند: اول تجاری که رفع نیازهای شخصی را ترغیب می‌کند و باعث می‌شود که فرد به‌سوی مادی‌گرایی گرایش داشته باشد به‌مثابه یک استراتژی است که قصد آن مقابله با تأثیرات مخرب احساس ناامنی مالی است. ثانیاً الگوهای مادی و ارزش‌ها تأثیرات زیادی را بر توسعه و رشد ارزش‌های مادی از طریق فرایند اجتماعی شدن، درونی شدن و الگویی شدن اعمال می‌کند. طبق مدل ما، گرایش به ارزش‌های مادی روشی است که از طریق آن مردم در تلاش‌اند نگرانی‌ها و دغدغه‌ها و امنیت خود را در یک جهان غیرقابل پیش‌بینی جبران کنند و توانایی مقابله مؤثر با این چالش‌های مادی را داشته باشند. به‌عنوان مثال حقوق بالا و در اختیار داشتن کالاهای مادی برای افراد ممکن است، به‌خصوص اگر ارزش آنها نشان‌دهنده تلاش افراد برای به‌دست آوردن تأیید و پذیرش توسط دیگران باشد که در غیر این صورت احساس ناتوانی می‌کنند. گرایش به ارزش‌های مادی قوی همچنین ممکن است گسترش پیدا کند در شرایطی که مردم احساس کنند که ثروت و اموال احتمال دارد که نیازهای اساسی هم چون امنیت و معاش آنها را افزایش دهد. بدنه در حال رشد تحقیقات نشان می‌دهد که افراد مادی‌گرا تر هنگامی شرایط بد محیطی را تجربه می‌کنند که پول نیازهای روانی آنها را پشتیبانی نمی‌کند. (کاسر و دیگران، ۲۰۰۸: ۱۴) بودریار (۱۹۹۸) مدعی است که ما در عصری به‌سر می‌بریم که در آن اساس جامعه دیگر مبتنی بر مبادله کالاهای مادی دارای ارزش مصرف نیست. به‌عقیده او، برعکس، پای کالاهایی به‌عنوان نشانه‌ها و نمادهایی در میان است که یک‌سره واجد دلالتی دلبخواهی و قراردادی درون چیزی است که او «نظام رمزگان» می‌نامد. رمزگان، نظامی از قواعد است که به ما امکان می‌دهد نشانه‌ها را بفهمیم و مهم‌تر از آن، بفهمیم آنها چگونه به یکدیگر مربوط‌اند. از آنجاکه همه ما رمزگان را می‌فهمیم و تحت نظارت آن هستیم، همگی می‌توانیم درک مشابهی از معنای نشانه‌ها و چگونگی ربط آن معانی به یکدیگر داشته

باشیم. درواقع، کالاهای مادی مبتنی بر این واقعیت است که دیگران معنای آنچه را ما مصرف می‌کنیم به همان نحو که خودمان می‌فهمیم خواهند فهمید. ما با مصرف کالا و اشیاء، خودمان را تعریف می‌کنیم. از نظر بودریار، جامعه مصرف‌گرای ما جامعه‌ای است که در آن مردم می‌خواهند هویت و تفاوت خویش را تصریح کنند و در جست‌وجوی لذت تجربه از طریق خرید و مصرف نظامی مشترک از نشانه‌ها هستند. شکل کالایی/ نشانه‌ای در نظریه بودریار، اشاره‌ای است به فرهنگ مصرفی گسترش‌یافته‌ای که در آن انگاره‌ها یا تصاویر در جریان فرایند کالایی شدن، حیاتی مخصوص به خود می‌یابند. استدلال او مبنی بر این که کالا برحسب ذات خود قابلیت آن را دارد که همچون نشانه مثلاً نشانه‌ای برای منزلت عمل کند، اشاره دارد به نوعی فرایند «فرهنگی شدن کالا» که طی آن، کالا به‌صورت بخشی از زبانی نشانه‌ای که بر مناسبات مصرف و روابط اجتماعی حاکم است، درمی‌آید. (مهدی‌زاده، ۱۳۸۶: ۷)

بورديو (۲۰۰۲-۱۹۳۰) با تأکید بر دو مفهوم میدان و سرمایه، معتقد است که مصرف کالاهای مادی نظامی از نشانه‌ها و نمادها است که کارکردهایی همچون تمایزگذاری اجتماعی دارد، البته به‌نظر بورديو معنای مصرف از همین تفاوت و تمایز ناشی می‌شود و چیزی جز آن نیست. از این‌رو در دیدگاه بورديو، مصرف کالاها تنها پاسخ به نیازهای زیستی نیست بلکه به‌عنوان سازوکاری از نشانه‌ها و نمادها است که البته خود این نشانه‌ها و نمادها از خلال فرایند مصرف تولید می‌شوند. از نظر او، آدم‌ها با مصرف کردن بعضی کالاها به‌دنبال تشخیص و تمایز می‌گردند. مثل نوشابه‌هایی که می‌خورند و اتومبیل‌هایی که سوار می‌شوند. وی این موارد را ذائقه می‌نامد. تئوری منش مبتنی بر این عقیده است که فعالیت‌های مصرف به‌لحاظ اجتماعی ساخت‌یافته است. (مک‌کی^۱، ۱۹۷۷: ۵) بورديو بحث می‌کند که سرمایه فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی، مؤلفه‌های کلیدی اجتماعی هستند که از طریق آن منش و ذائقه مصرف‌کننده را مقوله‌بندی می‌کند. این در عمل بدان معناست که منش، روابطی را که ما به‌طور داوطلبانه مستعد آن هستیم و با دیگران تشکیل می‌دهیم، ساخت می‌بخشد، ما بر اساس اشتراک ذائقه‌های فرهنگی و شرایط اقتصادی، اشخاص را به شبکه‌های اجتماعی مان وارد یا حذف می‌کنیم در عین اینکه هم‌زمان توسط دیگران وارد شبکه‌های آنان و یا از شبکه‌های آنان بر اساس طبقه اجتماعی مان حذف می‌شویم. (بورديو، ۱۹۹۳: ۶۴) برحسب سرمایه اقتصادی، ما به‌انحاء

خاصی بسته به اینکه در فقر یا ثروت زاده شده‌ایم، مستعد عمل و مصرف اشیا می‌شویم. سرمایه اقتصادی، البته یک مشخصه ساختاری مهم از ذائقه مصرف‌کننده است. (بورديو، ۱۹۸۴: ۱۳) ترجیح‌های مردم برای جنبه‌هایی چنان عادی از فرهنگ مانند لباس پوشیدن، مبلمان، یا پخت‌وپز به دنبال تمایز در انواعی از میدان‌های فرهنگی‌اند. روابط تمایز به‌نحوی عینی در محصولاتمانند نوشابه‌هایی که می‌نوشند، اتومبیل‌هایی که سوار می‌شوند، روزنامه‌هایی که می‌خوانند، یا تفریحگاه‌هایی که می‌روند، حک می‌شود و هر بار که آن محصولات به تصرف درمی‌آید روابط تمایز از نو فعال می‌شود. درواقع، هنگامی که شخص به تمام میدان‌ها با هم نظر کند، مجموعه تقریباً تمام‌نشدنی از میدان‌های ممکن برای جست‌وجوی تمایز در آنها وجود دارد. تصرف کالاهای فرهنگی خاص امتیازی به‌دست می‌دهد، حال آنکه تصرف کالاهای دیگری هیچ مزیتی به‌دست نمی‌دهد یا حتی ضرر ایجاد می‌کند. در نظرگاه بورديو، مردم به‌وسیله ترجیحات خود، تفاوت با دیگران را نمایش می‌دهند؛ بنابراین، برای مثال، شخصی که داشتن یک پیانوی ممتاز را برمی‌گزیند با کسی که اکوردئون را اختیار می‌کند متفاوت است. اینکه یک انتخاب ارزش آن را دارد که شأن عالی شمرده شود درحالی که دیگری (اکوردئون) مبتذل محسوب شود، نتیجه سلطه یک دیدگاه و خشونت نمادین اعمال شده بر ضد کسانی است که دیدگاه دیگری را برمی‌گزینند. (ریترز، ۱۳۹۲: ۳۲۲-۳۲۱)

به‌زغم وبلن، طبقه متمول؛ ثروت و دارایی خود را از طریق سبک زندگی نمایشی خود نشان می‌داد. وبلن در این باره می‌گوید: در هر جامعه‌ای که از صنعت سازمان‌یافته برخوردار است، توانایی مالی درنهایت، مهم‌ترین زمینه‌ای است که پایه‌های شهرت و اعتبار بر آن استوار است. وسیله‌ای که می‌توان با آن توانایی مالی را به‌نمایش گذاشت و شهرت و احترام به‌دست آورد، تن‌آسایی و مصرف تظاهری کالاهاست. او تا حدودی از دیدگاه اقتصادی با مفهوم سبک زندگی برخورد کرده است. (ملاسیدی، ۱۳۹۶: ۹۸) وبلن هم به سبک زندگی اما از دریچه رقابت می‌نگرد. به‌نظر او «در مرحله شهرنشینی این مصرف خودنمایانه است که در خدمت نشان دادن ثروت قرار می‌گیرد. وبلن فکر می‌کرد که طبقات مرفه بدین‌وسیله به اقتدار هنجاری دست می‌یابند و خود را به الگوی جامعه تبدیل می‌کنند. به‌نظر او هر طبقه‌ای تا آنجا که می‌تواند سبک زندگی طبقه بالاتر از خودش را الگو قرار می‌دهد در نتیجه اعضای هر قشری طرح زندگی قشر بالاتر از خودش را سرمشق نزاکت قرار می‌دهد و با همه توانش می‌کوشد تا برابر با این سرمشق زندگی کند. با این

و اوصاف سبک زندگی از نظر وی الگوی رفتار جمعی است.» (اسماعیلی، ۱۳۹۵: ۳۴)

در رابطه با این تغییرات اجتماعی، والتر بنیامین به شکل‌گیری روش جدید زندگی شهری دوران مدرن پرداخته است. او با اشاره به فرهنگ مصرف شکل گرفته در اروپای دوره مدرن به شخصیت «پرسه‌زن» اشاره می‌کند. این شخص، شهرنشین تماشاگر سرگردانی است که کاری جز ولگردی در فضاهای شهری، گم‌شدن در ازدحام جمعیت و دید زدن به ویتترین مغازه‌ها بی‌آنکه قصد یا توان خرید داشته باشد ندارد. به همه‌جا سر می‌کشد و کارش چشم‌چرانی است. او با انبوه جمعیت در هم می‌آمیزد و از میان فضاهای مصرف‌گری با نگاه خیره‌ای که هم حاکی از تمسخر و هم پر از برق اشتیاق است عبور می‌کند. در سبک زندگی سنتی مؤلفه‌های مربوط به گذشته تاریخی و نمادهای فرهنگی وجود دارد و در آن مصرف الگوها، ابزار، امکانات و رفتار بیانگر روش‌های زندگی سنتی است و در عین حال کارایی خاص خود را دارد. سبک زندگی گروه‌های مرفه - و بعضاً مصرف‌گرا - مبتنی بر الگوهای منزلتی و طبقاتی است که نمادها، آثار، اشکال و رفتار ویژه این طبقات را در بردارد و واضح‌ترین مشخصه آن محور قرار گرفتن پول، دارایی، ثروت و قدرت اقتصادی از طریق نمایش نمادهای منزلتی است. بنابراین در سبک زندگی مصرف‌گرا رفتار مصرف‌تلاشی است برای ارضای نیازهایی که واقعاً نیاز نیستند. لذت‌جویی فرهنگ مصرف‌گرای مدرن باید به منزله تکاپویی برای استقلال لذت و معنا در وسوسه‌های بی‌پایانی فهمیده شود که بازار ارائه می‌دهد. منطق دوران مدرن این است که رعایت‌مد، نه تمایلی غیرعقلانی بلکه جست‌وجویی وجودی برای ایجاد تمایز و فردیت در بطن فرهنگی عمیقاً دنیوی است. شیوه‌های نوین نمایش کالاها با دست‌کاری در مد و منسوخ جلوه دادن‌های ساختگی بعضی کالاها و گسترش اماکن و عوامل نوین فروش و چشم‌وهم‌چشمی‌های اجتماعی مردم را وادار به خرید کالاهایی تجملاتی کرد که قبلاً فقط به اقتضای آداب می‌خریدند و همچنین کسانی را وادار به رعایت آداب کرد که قبلاً فقط به اقتضای ضرورت آنها را رعایت می‌کردند. (اسماعیلی، ۱۳۹۵: ۳۷)

همچنین اینگلهارت (۱۹۹۰) در تحقیق در حوزه تغییرات فرهنگی از طریق مفاهیم ارزشی ماتریالیسم و پست‌ماتریالیسم تأثیر بسزایی داشته است. از نظر او، ارزش‌های ماتریالیسم، نزد اشخاصی ارجحیت دارد که ناامنی فیزیکی یا اقتصادی را تجربه می‌کنند و نیازهای اساسی آنها برای امنیت مادی و ثبات در گذشته عقیم مانده است. به همین سبب ترجیحات و اولویت افراد ماتریالیست، در نظم و قدرت مادی و اقتصادی متمرکز

می‌شود. این در حالی است که افراد با ارزش‌های پست ماتریالیست که امنیت بیشتری را در حوزه نظم و اقتصاد ملی تجربه نموده‌اند، به‌سوی ارزش‌های پیوند اجتماعی، اعتماد به نفس، خوداتکائی گرایش می‌یابند و اولویت آنان در برابری فرصت‌ها، مشارکت شهروندان در سطوح تصمیم‌گیری‌های اجتماعی و سیاسی و حفاظت از محیط‌زیست است. (بریت‌ویت^۱ و دیگران، ۱۹۹۶: ۱۵۳۷-۱۵۳۶)

به‌نظر اینگلهارت بخش بزرگی از مردم جوامع غرب در محیطی اجتماعی رشد کرده‌اند که دورنمای بسیار امن و راحتی را که در آن نیازهای مادی ارضاء خواهد شد فراهم می‌آورد. در نتیجه پاسخ‌های مردم غرب به این دلیل که بخشی از آنان پیوسته بر خواسته‌های مادی اشاره می‌کنند و بخشی دیگر اولویت را به خواسته‌های فرامادی می‌دهند، در طول دو قطب متضاد بعد مادی/فرامادی قرار می‌گیرند. (اینگلهارت، ۱۳۸۲: ۱۵۳) در دسته مادی ما شاهد ارزش‌های زندگی راحت و امنیت خانواده، دو ارزشی که رابطه کاملاً روشنی با امنیت اقتصادی دارند - هستیم، همچنین در این مجموعه ارزشی است که مستقیماً به نیازهای ایمنی مربوط می‌شود یعنی امنیت ملی. در دسته فرامادی ما شاهد خواسته‌های برابری و وفاق داخلی به‌اضافه دو ارزش مربوط به نیازهای زیبایی‌شناختی و ذهنی - خرد و جهانی زیبا هستیم. (اینگلهارت، ۱۳۸۲: ۱۵۶)

ارزش‌های فرامادی موجب تأکید بر موفقیت اقتصادی نمی‌شوند زیرا از لحاظ اجتماعی فرامادیون به کیفیت زندگی بیش از رشد اقتصادی اهمیت می‌دهند و در زندگی شخصی‌شان به کار جالب و معنادار و کار با مردم هم‌مشرک بیش از مشاغل مطمئن و پردرآمد اولویت می‌دهند؛ و از آنجاکه تحصیل کرده‌تر از مادیون‌اند، درآمدشان بیش‌تر است. فرامادیون در جست‌وجوی وجهه اجتماعی‌اند و نه درآمد. هنگامی که ما این واقعیت را که آنها تحصیل کرده‌تر بوده و از روابط خانوادگی بهتری برخوردارند، تعدیل می‌کنیم برتری درآمدی فرامادیون خودبه‌خود محدود یا حتی از دست می‌رود. درواقع درآمد فرامادیون عملاً کمتر از مادیونی می‌شود که پس‌زمینه خانوادگی قابل‌مقایسه‌ای دارند. به‌بیان دیگر ارزش‌های فرامادی فرد را کم‌درآمد می‌سازد: بخش بزرگی از انرژی فرد صرف کسب حیثیت اجتماعی بیشتر و افزایش کیفیت زندگی می‌شود و نه کسب درآمد بیش‌تر. (اینگلهارت، ۱۳۸۲: ۱۸۵) اینکه شخص ارزش‌های مادی داشته باشد یا فرامادی تأثیر مهمی بر این دارد که او بر اشکال اقتصادی یا غیراقتصادی موفقیت تأکید

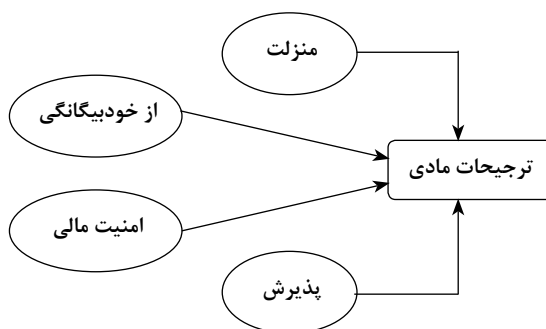
ورزد. مادیون به احتمال بیشتر دستمزد خوب و شغل امن را انتخاب می‌کنند درحالی‌که فرامادیون کار با مردمی که دوست‌شان دارند و احساس رضایت را انتخاب می‌کنند. (اینگلهارت، ۱۳۸۲: ۱۹۴-۱۹۳)

چارچوب نظری

با کنکاش نظری در مبانی نظری صاحب‌نظران در عرصه جامعه‌شناختی، برای تبیین رابطه متغیرهای مستقل و وابسته تحقیق به نظریه کیم، اینگلهارت و وبلن استناد شد. به‌زعم کیم، با افزایش از خودبیگانگی؛ ترجیحات مادی و اقتصادی هدف زندگی افراد واقع می‌شود. به‌باور او، مردم بیگانگی را زمانی تجربه می‌کنند که از نیاز برای روابط ناامید می‌شوند، ترجیحات مادی به‌مثابه جایگزین روابط تقویت می‌شود. وی تأیید می‌کند که تعلق به پول و مادیات، مهارت‌های عاطفی ضعیفی را برای افراد رقم می‌زند و تضعیف تعاملات اجتماعی، ترجیحات مادی و اقتصادی در افراد را تقویت می‌کند. از این‌رو، در شرایط و اوضاعی که از خود بیگانگی و بی‌هنجاری به‌طور فزاینده‌ای گسترش می‌یابد ارزش‌های مادی و اقتصادی هدف و معنای زندگی را ارائه و ایجاد می‌کنند. (داون^۱، ۱۹۸۳ و لیندن^۲، ۱۹۷۹) به‌عبارتی زمانی که افراد با فقدان نرم‌های سنتی و ضعف تعاملات خویشی و اجتماعی مواجه می‌شوند ترجیحات مادی می‌تواند پاسخی به این شرایط باشد. اینگلهارت بیان می‌کند ناامنی اقتصادی - مادی در عرصه درآمد، شغل، نیازهای معیشتی، گرایش به مادیات را افزایش و ترجیحات مادی را در افراد تقویت می‌کند. به‌نظر او ارزش‌های ماتریالیسم، دغدغه اشخاصی است که ناامنی فیزیکی یا اقتصادی را تجربه می‌کنند و نیازهای اساسی آنها برای امنیت مادی و ثبات در گذشته عقیم مانده است. به همین سبب ترجیحات و اولویت افراد ماتریالیست، در نظم و قدرت مادی و اقتصادی متمرکز می‌شود. وبلن منزلت و اعتبار اجتماعی را بر مبنای ثروت تبیین می‌کند که برای کسب منزلت و پذیرش اجتماعی افراد می‌باید ثروت و توانایی مالی خود را به نمایش بگذارند و بهترین راه برای ارائه این توانایی، نمایش کالاهای منقول و غیر منقول است. هرگونه ثروت برای آنکه بیشترین شأن و منزلت را برای صاحبش به ارمغان آورد، باید به‌صورت خودنمایانه یا متظاهرانه به نمایش گذاشته شود.

1. Daun

2. Linden



شکل ۱: الگوی تبیین تحقیق

با توجه به الگوی نظری تحقیق و آنچه در مباحث نظری پژوهش بیان شد، فرضیه‌ها به شرح زیر ارائه شده است:

۱. بین احساس امنیت مالی و ترجیحات مادی در خانواده‌های یزدی رابطه وجود دارد.
۲. بین مقبولیت اجتماعی و ترجیحات مادی در خانواده‌های یزدی رابطه وجود دارد.
۳. بین منزلت اجتماعی و ترجیحات مادی در خانواده‌های یزدی رابطه وجود دارد.
۴. بین از خودبیگانگی و ترجیحات مادی در خانواده‌های یزدی رابطه وجود دارد.

روش تحقیق

پژوهش حاضر با روش پیمایش و تکنیک مصاحبه ساختمند (پرسشنامه) انجام شده است. ضمن اینکه برای تدوین ملاحظات نظری و سوابق تجربی تحقیق از روش اسنادی نیز بهره گرفته شد. جامعه آماری شامل سرپرست‌های خانوار یزد در سال ۱۳۹۶ بود که بر اساس آمار مرکز ایران تعداد آنها ۱۵۵۱۳۴ بود و حجم نمونه نیز بر اساس فرمول کوکران، ۳۸۴ نفر به دست آمد. نمونه‌گیری از نوع طبقه‌ای بود. بدین صورت که، ابتدا شهر یزد بر اساس ملاک‌های اقتصادی - اجتماعی به پنج منطقه بالای بالا، بالا، متوسط، پایین و پایین پایین دسته‌بندی شد و در هر منطقه سه محله به صورت تصادفی انتخاب و در نهایت در هر محله یک یا دو بلوک انتخاب و پرسشنامه از مردان سرپرست خانوار تکمیل شد. ابزار مورد استفاده پرسشنامه است و در قالب طیف لیکرت (کاملاً موافقم، موافقم، نه موافقم نه مخالفم، مخالفم، نظری ندارم) برای سنجش گویه‌ها استفاده شده است. برای سنجش اعتبار پرسشنامه محقق ساخته، از روش تحلیل عامل اکتشافی استفاده شد که نتایج این آزمون در جدول زیر گزارش شده است.

جدول ۱: نتایج آزمون KMO و کرویت بارتلت برای تعیین روایی پرسشنامه

آزمون KMO	مقدار آزمون کرویت بارتلت (x^2)	درجه آزادی (df)	سطح معناداری (Sig)
۰/۸۸	۲۴۰۶۴/۷۷	۴۲۷۸	۰/۰۰۰

همان‌طور که در جدول بالا مشاهده می‌گردد مقدار آماره KMO برابر ۰/۸۸ است، که نشان می‌دهد همبستگی گویه‌های مقیاس، مناسب بوده و تعداد نمونه‌ها کافی است و همچنین نتایج آزمون بارتلت نیز معنادار بوده است (۰/۰۰۰) و بررسی میزان اشتراک هر کدام از سؤالات نشان می‌دهد که همه آنها دارای مقدار مشترک بالا (بیش از ۰/۵) هستند. پایایی آن نیز از طریق آزمون مقدماتی و رفع اشکال و نواقص و حذف تعدادی از گویه‌های نامناسب و با دستیابی به مقدار آلفای کرونباخ ۰/۷ و بالاتر برای تمامی متغیرهای تحقیق تأیید شد.

۱۶۴

جدول ۲: ضرایب پایایی متغیرهای پژوهش

۰/۷۸	گرایش به مادیات
۰/۸۴	ترجیح مادیات بر ضروریات
۰/۷۱	ترجیح مادیات بر فراغت
۰/۸۱	ترجیح مادیات بر روابط
۰/۷۱	منزلت اجتماعی
۰/۸۲	امنیت مالی
۰/۷۸	پذیرش اجتماعی
۰/۹۰	از خودبیگانگی
۰/۸۵	کل

تعریف مفهومی و عملیاتی متغیرها

ترجیحات مادی: در دیدگاه اقتصاد متعارف، انسان اقتصادی افزون‌کننده منفعت شخصی از نظر مادی است و این اصطلاح در اقتصاد به مفهوم عقلانیت از جنبه ابزاری اش به کار می‌رود. در این نوع نگرش با توجه به ترجیحات کامل، اطلاعات بی‌نقص و قدرت محاسبه بدون اشتباه، فرد رفتاری را برمی‌گزیند که به گونه‌ای بهتر ترجیحاتش را برآورده کند و عقلانیت بهترین ابزار برای رسیدن به این هدف است. انگیزه انسان در این نگاه تا

حدودی به انگیزه مادی بستگی دارد. (هادوی‌نیا، ۱۳۸۲: ۲۶) ترجیحات مادی در چهار بُعد گرایش به مادیات، ترجیح مادیات بر ضروریات، ترجیح مادیات بر فراغت، ترجیح مادیات بر روابط سنجیده شده است.

امنیت مالی: عبارت است از آزادی از هر نوع ترس، شک و ابهام در بلاجرا ماندن تعهدات و مطالبات و در عین حال محصول اطمینان از برخورداری از ثمره فعالیت‌هایی که در زمینه تولید ثروت و توزیع و مصرف آن است. که در آن فرد احساس رهایی از خطر کرده و به‌طور بهینه می‌تواند به تولید، توزیع و مصرف ثروت بپردازد. این متغیر با ۷ گویه سنجیده شد. منزلت اجتماعی: منزلت، پایگاه اجتماعی است که فرد در میان یک گروه دارد. یا به مرتبه اجتماعی یک گروه در مقایسه با گروه‌های دیگر گفته می‌شود. به عبارت دیگر موقعیتی که یک فرد یا خانواده با ارجاع به استانداردهای میانگین رایج درباره ویژگی‌های فرهنگی، درآمد مؤثر، دارایی‌های مادی و مشارکت در فعالیت‌های گروهی و اجتماعی به‌دست می‌آید. در تحقیق حاضر، منزلت اجتماعی در سه بُعد (نفوذ و احترام، درآمد و امکانات، ارزش و اهمیت) و با ۱۳ گویه اندازه‌گیری شد. نکته قابل ذکر اینکه، در نظر گرفتن بُعد برای این متغیر صرفاً با هدف سنجش دقیق‌تر فضای مفهومی آن است.

از خود بیگانگی اجتماعی فرهنگی: سیمن^۱ (۱۹۵۹) بیگانگی را وضعیتی بیان می‌کند که احساس بیگانگی بر فرد مستولی می‌گردد و او را به واکنشی منفعلانه و ناسازگارانه در قبال جامعه سوق می‌دهد. او نمودهای متفاوت رفتار بیگانه‌گونه را به شرح ذیل بیان می‌کند: احساس بی‌قدرتی: نوعی بیگانگی است که فرد احساس می‌کند در وضعیت‌های اجتماعی و کنش متقابل خود تأثیرگذار نیست، به عبارت دیگر احساس بی‌قدرتی، عبارت از این تصور است که فرد احتمال می‌دهد که عمل او بی‌تأثیر باشد و نتایج مورد انتظار او را برآورده نسازد. احساس بی‌معنایی: در این حالت فرد احساس می‌کند هیچ راهنمایی برای انتخاب سلوک و عقیده خود ندارد. بنابراین دچار ابهام و شک و تردید می‌شود و نمی‌تواند در تصمیم‌گیری، عقیده خود را با استانداردهای فرهنگی - اجتماعی موجود در جامعه وفق دهد. احساس بی‌هنجاری: درشرایطی که بین اهداف اجتماعی و وسایل و راه‌های رسیدن به آن اهداف تطابقی وجود نداشته باشد، در این صورت مسیر برای بروز بی‌هنجاری مناسب به نظر می‌رسد. احساس انزوای اجتماعی: این احساس مبین انفکاک فکری فرد از استانداردهای فرهنگی و بیگانگی او از نظام اجتماعی است. به عبارتی فرد

1. Seeman

از متن اجتماع و ارزش‌های حاکم در آن جدا می‌شود. خودبیزاری (تنفر از خود): این حالت عبارت است از احساس ناتوانی فرد در انجام فعالیت‌هایی که او را ارضا کند. فرد طی این احساس در فعالیت‌هایی که فی‌نفسه فاقد پاداش است، مشغول می‌شود، بدون اینکه برای خود چیزی در برداشته باشد، در واقع فرد به‌خاطر خود، فعالیت می‌کند. در تحقیق حاضر، بیگانگی اجتماعی دارای ابعاد (بیگانگی از کار، بیگانگی از خود، بیگانگی از نهادهای اجتماعی، بیگانگی از روابط اجتماعی، بیگانگی از خانواده، احساس بی‌قدرتی، احساس بی‌ریشگی، احساس پوچ‌گرایی) در نظر گرفته شده و با ۲۵ گویه اندازه‌گیری شد. گفتنی است در نظر گرفتن ابعاد برای این متغیر با هدف پوشش حداکثری مفهوم این متغیر بود و در آزمون‌ها تأکید بر ابعاد آن نخواهیم داشت.

پذیرش اجتماعی: داشتن گرایش‌های مثبت نسبت به افراد، تصدیق کردن دیگران و به‌طور کلی پذیرفتن افراد علی‌رغم برخی رفتارهای سردرگم‌کننده و پیچیده آنها. پذیرش اجتماعی مصداق اجتماعی از پذیرش خود (یکی از ابعاد سلامت روان) است. در پذیرش خود فرد نگرش مثبت و احساس خوبی در مورد خودش و زندگی گذشته دارد و با وجود ضعف‌ها و ناتوانی‌هایی که دارد همه جنبه‌های خود را می‌پذیرد. در پذیرش اجتماعی فرد، اجتماع و مردم آن را با همه نقص‌ها و جنبه‌های مثبت و منفی باور دارد و می‌پذیرد. این متغیر با ۱۵ گویه سنجیده شد.

یافته‌ها

در تحقیق حاضر از مجموع ۳۸۴ مرد سرپرست خانواری که مورد بررسی قرار گرفتند، حداقل سن ۳۰ و حداکثر ۶۰ بود. ۱۷/۵ درصد پاسخگویان مجرد، ۷۹ درصد متأهل و ۳/۵ درصد مطلقه بودند. از لحاظ وضعیت شغلی ۲۵ درصد پاسخگویان اداری و مابقی شغل آزاد داشتند؛ با توجه به اینکه سؤال مربوط به شغل سؤال باز بود، شغل‌های دولتی رده بالا و رده پایین و متوسط در دسته اداری قرار گرفت و مشاغل آزاد اعم از یدی و فکری در دسته آزاد قرار گرفت. ۱۷/۷ درصد زیردیپلم، ۶۳/۳ درصد دارای تحصیلات دیپلم تا لیسانس و ۱۳/۸ درصد دارای تحصیلات فوق لیسانس و بالاترند. به‌لحاظ ترکیب سنی ۶۸ درصد پاسخگویان در گروه سنی سی تا چهل ساله، ۲۲ درصد در رده سنی چهل تا پنجاه‌ساله و ۱۰ درصد پنجاه تا شصت‌ساله بودند. از لحاظ درآمدی ۲۸ درصد مردان با درآمد کم و ۶۰ درصد درآمد متوسط و ۱۲ درصد نیز درآمد بالا دارند.

جدول ۳: شاخص‌های آماری ابعاد متغیر ترجیحات مادی در نمونه مورد بررسی

ابعاد	گویه	میانگین مشاهده شده	انحراف معیار	حداقل	حداکثر
گرایش به مادیات	۸	۲۷	۰/۲۲	۹	۳۶
ترجیح مادیات بر فراغت	۶	۱۸/۶۵	۰/۲۶	۶	۴۶
ترجیح مادیات بر روابط	۴	۱۱	۰/۲۰	۶	۲۰
ترجیح مادیات بر ضروریات زندگی	۷	۱۹	۰/۳۱	۸	۳۱
ترجیحات مادی (کل)	۲۵	۷۶	۰/۷۶	۲۶	۱۰۶

بر اساس یافته‌های تحقیق جدول ۳ میزان کل ترجیحات مادی در نمونه مورد بررسی با میانگین ۷۶ بالاتر از حد متوسط است. این به آن معنا است که ترجیحات مادی در یزدی‌ها بالاست. درخصوص ابعاد این متغیر با توجه به حداقل و حداکثر نمرات، میانگین مشاهده شده مؤید این است که گرایش به مادیات و ترجیح مادیات بر فراغت بالاتر از حد متوسط و ابعاد ترجیح مادیات بر روابط و ترجیح مادیات بر ضروریات زندگی در بین نمونه کمتر از حد متوسط مشاهده شد. یزدی‌ها مهم‌ترین اولویت مادی خود را تهیه زمین و ملک ۷۳ درصد، پس‌انداز پول ۷۰ درصد و اهمیت مادیات ۶۹ درصد و موفقیت مادی ۶۰ درصد بیان نمودند.

جدول ۴: شاخص‌های آماری متغیرهای مستقل تحقیق (منزلت اجتماعی، امنیت اجتماعی، پذیرش اجتماعی و از خودبیگانگی)

ابعاد	گویه	میانگین مشاهده شده	انحراف معیار	حداقل	حداکثر
منزلت اجتماعی	۱۳	۴۶/۸۷	۸/۳	۱۶	۱۰۱
امنیت اقتصادی	۷	۱۷/۴۱۶	۵/۳	۸	۳۱
پذیرش اجتماعی	۱۵	۴۷/۷۲	۸/۸	۱۶	۷۲
از خود بیگانگی	۲۴	۶۸/۹۷	۱۶/۹	۲۷	۱۰۴

یافته‌ها درباره وضعیت متغیرهای مستقل مورد بررسی در بین نمونه تحقیق حکایت از آن دارد که میانگین متغیرهای از خود بیگانگی و احساس امنیت مالی در بین پاسخگویان پایین‌تر از حد متوسط است. داده‌ها گویای آن است که میزان از خودبیگانگی و احساس امنیت اقتصادی در میان آنان پایین است. در خصوص متغیرهای پذیرش اجتماعی و منزلت اجتماعی می‌توان گفت که میانگین این دو متغیر در بین پاسخگویان از حد متوسط بالاتر است. به عبارت دیگر شهروندان یزدی از پذیرش و منزلت اجتماعی بالایی برخوردارند.

یافته‌های استنباطی؛ آزمون فرضیات

با در نظر گرفتن سطح سنجش متغیرها و سایر شرایط آماری، از آزمون همبستگی پیرسون برای ارزیابی فرضیه‌های تحقیق استفاده شد که نتیجه آن در جدول زیر گزارش می‌شود.

جدول ۵: همبستگی متغیرهای امنیت مالی، پذیرش اجتماعی و از خودبیگانگی با ترجیحات مادی و ابعاد آن

متغیر	گرایش به مادیات	ترجیح مادیات بر ضروریات	ترجیح مادیات بر فراغت	ترجیح مادیات بر روابط	شاخص کل ترجیحات مادی
منزلت اجتماعی	۰/۴۴**	۰/۰۴۴	۰/۰۴۴	۰/۲۵۹**	۰/۲۹**
امنیت مالی	۰/۴۶**	۰/۱۲۰**	۰/۲۳**	۰/۳**	۰/۳۵**
پذیرش اجتماعی	۰/۳۱**	۰/۴۰۰**	۰/۴۳۵**	۰/۴۳**	۰/۵۱**
از خود بیگانگی	۰/۳**	۰/۶۷**	۰/۵۴**	۰/۵۷**	۰/۶۸**

**p<0/01 *p<0/05

بر اساس یافته‌های تحقیق می‌توان گفت بین دو متغیر منزلت اجتماعی و ترجیح سرمایه اقتصادی رابطه مثبت و معنی‌دار وجود دارد. از سوی دیگر، رابطه بین منزلت اجتماعی و ابعاد متغیر ترجیحات مادی نشان می‌دهد که فقط بُعدهای گرایش به مادیات و ترجیح مادیات، روابط رابطه معناداری با یکدیگر داشته‌اند. همچنین، رابطه بین متغیرهای امنیت مالی، پذیرش اجتماعی و بیگانگی با ترجیح سرمایه اقتصادی، مثبت و معنی‌دار است و لذا می‌توان گفت که با افزایش میزان هر یک از متغیرهای مذکور، ترجیحات اقتصادی مردان سرپرست خانوار شهر یزد نیز افزایش پیدا می‌کند.

بررسی رابطه متغیرهای جمعیت‌شناختی با ترجیحات مادی

جدول ۶: آزمون رابطه بین متغیرهای زمینه‌ای (سن، وضعیت تأهل، تحصیلات و درآمد) با ترجیح سرمایه اقتصادی

متغیر	سن	تحصیلات	درآمد	وضعیت تأهل
	r	تحلیل واریانس f	r	t
ترجیحات مادی	-۰/۲۱۵**	۶/۴۵**	۰/۱۲۶**	۰/۳۹

ارزیابی رابطه بین سن و ترجیحات مادی، بیانگر وجود رابطه معنی‌داری و منفی بین این دو متغیر است به‌صورتی که با افزایش سن، ترجیحات مادی مردان سرپرست خانوار کاهش می‌یابد و با کاهش سن ترجیحات مادی بالا است. ترجیحات مادی در گروه‌های تحصیلی متفاوت است. آزمون‌های تعقیبی نشان می‌دهند که گروه‌های تحصیلی بالاتر ترجیحات بیشتری دارند و به بیان دیگر با افزایش تحصیلات، ترجیحات مادی نیز افزایش پیدا می‌کند. این امر درباره رابطه درآمد و ترجیحات مادی هم صادق است و یافته‌های تحقیق مؤید آن است که بین این دو متغیر رابطه مثبت وجود دارد و گروه درآمدی بالاتر دارای ترجیحات بالاتری هستند. آزمون تی ترجیحات مادی در دو گروه مجرد و متأهل حکایت از آن دارد که در میانگین دو گروه تفاوتی مشاهده نشد.

۱۶۹

رگرسیون چندگانه

به‌منظور پیش‌بینی ترجیحات مادی شهروندان یزدی بر اساس متغیرهای مستقل، از رگرسیون چندگانه به‌روش گام به گام استفاده شد.

جدول ۷: رگرسیون چندگانه برای سنجش اثر متغیرهای مستقل بر متغیر ترجیح مادی

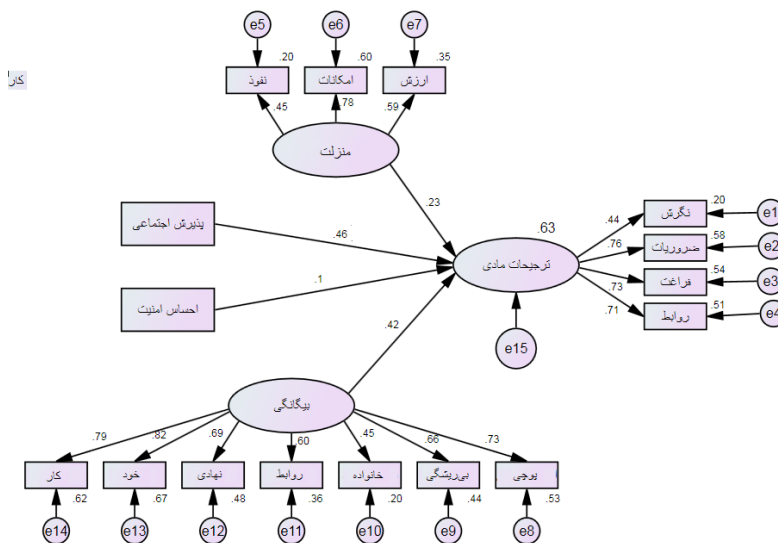
متغیر	ضرایب خام		ضرایب استاندارد	t	Sig	آماره‌های هم خطی	
	B	Std. Error				تولرانس	عامل تورم
مقدار ثابت	۱/۴۱۲	۰/۱۰۹	-	۱۲/۹۱۰	۰/۰۰۰	-	-
منزلت اجتماعی	۵۰۴	۰/۰۸۴	۰/۱۷۱	۶/۰۱۲	۰/۰۰۰	۰/۷۴۲	۱/۱۷
پذیرش اجتماعی	۰/۳۳۰	۰/۰۹۶	۰/۱۰۵	۳/۴۵۳	۰/۰۰۱	۰/۸۱۵	۱/۱۱
از خود بیگانگی	۰/۳۴۱	۰/۱۲۰	۰/۰۹۶	۲/۸۳۵	۰/۰۰۵	۰/۷۷۹	۱/۱۶
سن	۱/۰۹۲	۰/۵۰۸	۰/۰۶۴	۲/۱۵۰	۰/۰۳۲	۰/۸۲۵	۱/۱۲
تحصیلات	-۱/۵۹۱	۰/۷۶۵	-۰/۰۶۸	-۲/۰۷۸	۰/۰۳۸	۰/۹۴۲	۱/۰۷
F=۷۴/۷۴۸ sig= ۰/۰۰۰ R ² =۰/۴۰۲ R= ۰/۶۳۲							

از مجموع ۷ متغیر وارد شده (منزلت اجتماعی، امنیت مالی، پذیرش اجتماعی، از خودبیگانگی، سن، تحصیلات، شغل، درآمد) به معادله رگرسیونی، پنج متغیر در مدل باقی ماندند که ضریب همبستگی آنها با متغیر وابسته ۰/۴۰۲ دست آمده و این بدان معناست

که حدود ۴۰ درصد از واریانس متغیر ترجیح مادی توسط متغیرهای مذکور تبیین می‌شود. منزلت اجتماعی با مقدار بتای برابر ۰/۱۷۱ و پذیرش اجتماعی با میزان بتای ۰/۱۰۵ بیشترین میزان تأثیر را بر ترجیحات مادی داشته است. همچنین از خودبینی‌نگی با مقدار بتای ۰/۰۹۶ و سن با مقدار بتای ۰/۰۶۴ و تحصیلات با مقدار بتای ۰/۰۶۸-، سایر متغیرهایی هستند که بر ترجیحات مادی تأثیر دارند و می‌توان از آنها در تبیین این متغیر استفاده کرد. میزان دو آماره تلورانس و عامل تورم واریانس نیز نشان می‌دهد که اطلاعات مرتبط به متغیرها در وضعیت مطلوب است و داده‌ها از استقلال نسبی برخوردارند و رگرسیون برای پیش‌بینی مناسب است.

مدل معادلات ساختاری

۱۷۰



جدول ۶: شاخص‌های برازش مدل معادلات ساختاری عوامل مؤثر بر ترجیحات مادی

فرضیه	مبدأ رابطه:	مقصد رابطه:	ضریب استاندارد	ضریب معنی‌داری	تأیید/ رد
	متغیرهای نهفته مستقل (یا متغیرهای η)	متغیر نهفته وابسته (یا متغیر η)	(β)	(t-value)	
H1	منزلت	ترجیح مادیات	۰/۲۳	۲/۱۶	تأیید

H2	امنیت	ترجیح مادیات	۰/۱	۰/۴۸	عدم تأیید
H3	پذیرش	ترجیح مادیات	۰/۴۶	۲/۱۵	تأیید
H4	بیگانگی	ترجیح مادیات	۰/۴۲	۵/۰۱	تأیید

نتایج تحلیل معادلات ساختاری در جدول ۶ و نمودارهای فوق منعکس شده است، ضریب معنی‌داری فرضیات مدل تحقیق به جز یکی از آنها بالای ۱/۹۶ بوده است، لذا می‌توان گفت به جز آن فرضیه، سایر فرضیه‌های تحقیق تأیید می‌شوند.

جدول ۷: شاخص‌های برازش مدل معادلات ساختاری عوامل مؤثر بر ترجیحات مادی

ردیف	معیارهای برازش مدل	نام اختصاری	مقدار	حد مطلوب	تفسیر
۱	نسبت کای دو به درجه آزادی	df/χ^2	۱/۹۵۵	<۳	مطلوب
۲	شاخص نیکویی برازش	GFI	۰/۹۶	>۰/۹۰	مطلوب
۳	شاخص نیکویی برازش تعدیل‌شده	AGFI	۰/۹۴	>۰/۹۰	مطلوب
۳	شاخص برازش هنجار شده	NFI	۰/۹۹	>۰/۹۰	مطلوب
۴	شاخص برازش تطبیقی	CFI	۰/۹۸	>۰/۹۰	مطلوب
۵	شاخص برازش اضافی	IFI	۰/۹۶	>۰/۹۰	مطلوب
۶	شاخص برازش نسبی	RFI	۰/۹۷	>۰/۹۰	مطلوب
۷	ریشه مجذور مانده‌ها	RMR	۰/۰۴۱	حدود صفر	مطلوب
۸	ریشه میانگین مربعات خطای تقریب	RMSEA	۰/۰۷۱	>۰/۰۸	مطلوب

نتایج حاصل از شاخص‌های برازش مدل در جدول ۷ ذکر شده که بر اساس آن، مقدار کای دو به درجه آزادی محاسبه شده ۱/۹۵۵ است، وجود کای دو به درجه آزادی کوچک‌تر از ۳ نشان‌دهنده برازش مناسب مدل است. همچنین ریشه خطای میانگین مجذورات تقریب^۱ باید کمتر از ۰/۰۸ باشد که در مدل ارائه‌شده این مقدار برابر ۰/۰۷۱ است. میزان مؤلفه‌های IFI، CFI، NFI، AGFI، GFI و RFI نیز باید بیشتر از ۰/۹۰ باشد که در مدل مورد بررسی به ترتیب برابر ۰/۹۶، ۰/۹۴، ۰/۹۹، ۰/۹۸، ۰/۹۶ و ۰/۹۷ است. همچنین مقدار RMR نیز باید کوچک‌تر از ۰/۰۵ باشد که در مدل تحت بررسی برابر ۰/۰۴۱ است. با توجه به شاخص‌ها و خروجی‌های نرم‌افزار ایموس می‌توان گفت که

1. RMSEA

داده‌ها نسبتاً با مدل منطبق‌اند و شاخص‌های ارائه‌شده نشان‌دهنده آن است که در مجموع مدل ارائه‌شده مدل مناسبی بوده و داده‌های تجربی اصطلاحاً به‌خوبی با آن منطبق‌اند.

نتیجه‌گیری

جهان مدرن در مقایسه با گذشته تحولات زیادی را در عرصه رفاه جوامع و مادی‌گرایی تجربه کرده است. درواقع پول و متعلقات مادی ابزاری برای ارضاء نیازها و زندگی بهتر انسان‌ها است. انسان‌ها به‌واسطه مالکیت‌هایی که در زندگی کسب می‌کنند، توانایی تأثیرگذاری بر روی محیط را به‌دست می‌آورند. مادیات به مالک خود امکان می‌دهد که برای دستیابی به منابعی اقدام کنند که کمیاب است و در دسترس همه نیست، بنابراین ترجیحات و اولویت‌های مادی صاحبان خود را شکل می‌بخشند. بر همین مبنا، تحقیق حاضر در پی بررسی عوامل مرتبط با ترجیحات مادی پیریزی و اجرا شده است. در این تحقیق چهار متغیر امنیت مالی، پذیرش اجتماعی، منزلت اجتماعی و ازخودبیگانگی به‌عنوان عوامل مرتبط، بر مبنای ابعاد نظری تحقیق گزینش شدند. داده‌های تحقیق نشان می‌دهد که میانگین ترجیحات مادی یزدی‌ها بیش‌ازحد متوسط است و با نتایج پژوهش گل‌پرور و عریضی (۱۳۸۷) همسو بود و بیشترین اولویت نزد آنان در خرید زمین و ملک، پس‌انداز پول، تأکید بر مادیات، موفقیت مادی مشاهده شده است. همچنین شهروندان یزدی اذعان دارند که در انتخاب همسر، در دوست‌یابی‌ها، در روابط اجتماعی خود با دیگران ... این مسئله را بسیار مدنظر قرار می‌دهند و بیشتر به انباشت مادیات گرایش درند تا به هزینه‌کرد آن.

دیگر نتایج تحقیق درخصوص رابطه درآمد و تحصیلات با متغیر ترجیحات مادی رابطه معنادار را تأیید می‌کند. به‌گونه‌ای که با بالا رفتن درآمد و تحصیلات در بین شهروندان شهر یزدی میل به انباشت ثروت بیشتر می‌شود و افراد با درآمد بالا در مقایسه با درآمد پایین و افراد با تحصیلات بالاتر نسبت به افراد دارای تحصیلات پایین‌تر، ترجیحات مادی بیشتری دارند. این خروجی تحقیق با نتیجه پژوهش کیم و همکاران (۲۰۱۷) ناهم‌سو و با نتیجه تحقیق فو و همکاران (۲۰۱۴) و آقایاری هیر و همکاران (۱۳۹۵) همسو بود. از نظر کیم میزان درآمد و تحصیلات افراد نمی‌تواند مادی‌گرایی آنان را پیش‌بینی بکند و به‌نظر فو بیان می‌کند با افزایش تحصیلات ترجیحات مادی افراد تقویت می‌شود. در داده‌های حاضر، با افزایش سن؛ ترجیحات مادی کاهش می‌یابد و اولویت‌های مادی در

سنین جوان بیشتر مشاهده می‌شود. چنان در سال ۲۰۱۳ همین امر را در تحقیق خود تأیید کرده است؛ اما این یافته‌ها با نتایج آزاد ارمکی و مسقطیان (۱۳۸۰) همسو نبود. از نظر اینگلهارت نیز مادی‌گراها همواره در پی کسب مادیات‌اند و از افزایش تحصیلات، تعاملات، شغل خود همواره برای کسب ثروت بیشتر استفاده می‌کنند. این در حالی است که فرامادیون در جست‌وجوی وجهه اجتماعی‌اند و نه درآمد. بخش بزرگی از انرژی آنها صرف کسب حیثیت اجتماعی بیشتر و افزایش کیفیت زندگی می‌شود.

فرضیه نخست تحقیق مبنی بر رابطه امنیت اقتصادی و ترجیحات مادی نشان داد که هر چه شهروندان یزدی احساس ناامنی مالی و اقتصادی داشته باشند گرایش بیشتری به مادیات پیدا می‌کنند. نتیجه تحقیق حاضر یادآور نظریه اینگلهارت (۱۹۹۵) است، طبق نظر وی ارزش‌های مادی، دغدغه افرادی است که ناامنی اقتصادی را تجربه کنند و نیازهای اساسی آنها برای امنیت مادی و ثبات، در گذشته عقیم مانده است و به همین دلیل ترجیحات و اولویت‌های مادی آنها در قدرت مادی و اقتصادی متمرکز می‌شود. نتیجه حاضر مؤید نتایج پژوهش چانگ و ارکین (۲۰۰۲)، رابرت و همکاران (۲۰۱۵)، شروم و همکاران (۲۰۱۴) و فرح بیجاری (۱۳۹۷) است. شاید در درستی این امر بتوان گفت که در شرایط تورم و رکود اقتصادی جامعه حاضر ایران، یزدی‌ها شرایط را به گونه‌ای تهدیدکننده تفسیر می‌کنند که برای مقابله با این تهدیدات به مادی‌گرایی و کسب مالکیت‌ها روی می‌آورند تا امنیت زندگی را برای خود تضمین کنند.

درخصوص رابطه بین منزلت اجتماعی و ترجیحات مادی نیز یافته‌ها نشان داد که بین این دو رابطه معنادار وجود دارد. این یافته‌ها با نتایج چان (۲۰۱۳) همسو بود، درواقع، افراد با نحوه خرید و مصرف‌شان خود را به دیگران معرفی می‌کنند، به همین دلیل سعی می‌کنند که از طریق ثروت‌شان موقعیت خود را معرفی کنند و بنا بر گفته ویلن نمایش دادن کالا تنها وسیله برای داوری کردن درباره منزلت افراد است. به باور ویلن، سایر اعضای جامعه باید از ثروتمند بودن فرد مطلع باشند، برای همین افراد باید ثروت و توانایی مالی خود را نمایش بگذارند. نظریه بودریار نیز مؤید این امر است که افراد از طریق خرید کردن و مصرف کالاها است که هویت خود را تعریف می‌کنند و منزلت و اعتبار کسب می‌کنند. وبر نیز معتقد است یکی از منابع منزلت اجتماعی ثروت افراد است. همچنین والتر بنیامین معتقد است که سبک زندگی گروه‌های مرفه - و بعضاً مصرف‌گرا - مبتنی بر الگوهای منزلتی و طبقاتی است که نمادها، آثار، اشکال و رفتار ویژه این طبقات را در

بردارد و واضح‌ترین مشخصه آن محور قرار گرفتن پول، دارایی، ثروت و قدرت اقتصادی از طریق نمایش نمادهای منزلتی است. بنابراین در سبک زندگی مصرف‌گرا رفتار مصرف‌تلاشی است برای ارضای نیازهایی که واقعاً نیاز نیستند. منطق دوران مدرن این است که استفاده از مد، جست‌وجویی وجودی برای ایجاد تمایز و فردیت در بطن فرهنگی عمیقاً دنیوی است. شیوه‌های نوین نمایش کالاها با دستکاری در مد و منسوخ جلوه دادن‌های ساختگی و گسترش اماکن و عوامل نوین فروش و چشم و هم‌چشمی‌های اجتماعی، مردم را وادار به خرید کالاهایی تجملاتی کرد که قبلاً فقط به اقتضای آداب و رسوم خود می‌خریدند. همچنین در شهر یزد نیز شهروندان با توجه به صحبت‌های خود همواره درگیر جمع‌آوری پول و مادیات برای فخرفروشی‌اند و تجملات برای آنان از اهم ضروریات زندگی است و خرید مسکن، زمین، ماشین به آنان منزلت اجتماعی می‌دهد و باعث صعود به طبقات بالای اجتماعی می‌گردد؛ و در نتیجه داشتن شغل خوب که آنان را در رسیدن به این اهداف مادی کمک کند، برای آنان خیلی مهم تلقی می‌شود.

فرضیه سوم تحقیق درباره رابطه از خودبیگانگی و ترجیحات مادی تأیید شد. نتایج با یافته‌های کیم (۲۰۱۴) و چانگ (۲۰۰۲) همسو بود. با استناد به نظر کیم، مردم بیگانگی را زمانی تجربه می‌کنند که از نیاز برای روابط ناامید می‌شوند، ترجیحات مادی به مثابه جایگزین روابط تقویت می‌شود. وی همچنین اذعان می‌دارد که مهارت‌های عاطفی ضعیف، تعلق به پول و مادیات را برای افراد رقم می‌زند و تضعیف تعاملات اجتماعی، ترجیحات مادی و اقتصادی در افراد را تقویت می‌کند. از این‌رو، در شرایط و اوضاعی که از خودبیگانگی و بی‌هنجاری به‌طور فزاینده‌ای گسترش می‌یابد ارزش‌های مادی و اقتصادی، هدف و معنای زندگی را ارائه و ایجاد می‌کنند. به عبارتی زمانی که افراد با فقدان هنجارهای سنتی و ضعف تعاملات خویشی مواجه می‌شوند ترجیحات مادی می‌تواند پاسخی به این شرایط باشد. به‌زعم کاسر، با تضعیف تعاملات اجتماعی، افزایش از خودبیگانگی و بی‌هنجاری، ترجیحات مادی و اقتصادی، هدف زندگی افراد واقع می‌شود.

با توجه به یافته‌های پژوهش در شهر یزد نیز افراد خیلی به دنبال مادیات‌اند و این روابط اجتماعی و خانوادگی آنان را نیز تحت‌الشعاع قرار داده است؛ و همواره درگیر کارند و وقت زیادی برای تفریح و گذراندن اوقات خود با خانواده ندارند و این احساس تنهایی و ناخوشایند همواره گریبان‌گیر آنان است؛ و سطح شادکامی پایین است و حتی با وجود مادی‌گرایی زیاد، طلاق عاطفی در بین آنان بسیار بالاست.

فرضیه چهارم تحقیق نیز که در خصوص رابطه متغیر پذیرش اجتماعی و ترجیحات مادی بود، تأیید شد. یافته‌ها با نتایج فرارو و همکاران (۲۰۱۱) و چان (۲۰۱۳) همسو بود. پذیرش اجتماعی توسط هموعان واقعیتی است که برای انسان بسیار خوشایند است. طبق نظر کاسر افراد با در اختیار داشتن کالاهای مادی دنبال تأیید و پذیرش دیگران‌اند، چه بسا زمانی که نتوانند این تأیید را کسب کنند احساس ناتوانی می‌کنند. همچنین کاسر بیان می‌دارد، افراد زمانی احساس طرد شدن می‌کنند و شرایط بد محیطی را تجربه می‌کنند که بدانند پول نیازهای روانی آنها را پشتیبانی نمی‌کند. با استناد به نظریه کاسر این فرضیه تحقیق تأیید گردید. درواقع این رابطه بسیار منطقی به نظر می‌رسد چرا که کسب پذیرش اجتماعی با توجه به سیطره مادیات، مالکیت کالاهای خاصی را طلب می‌کند و این امر توجه ویژه‌ای به مالکیت کالاها با وجهه اجتماعی بالا را ایجاد می‌کند. درنتیجه افراد در چنین شرایطی، به پول، زمین و نموده‌های آن اهمیت بیشتری می‌دهند. در یزد نیز به دلیل وجود چشم و هم‌چشمی‌ها و تجملاتی بودن، یکی از دلایل توجه به مادیات در بین آنان همان پذیرش اجتماعی است که می‌خواهند در جامعه و در میان اقوام و... مورد حمایت و توجه قرار گیرند. زیرا بنا به گفته خود آنها حتی اگر افراد به هر دلیلی مسکن نداشته باشند دیگران دید خوبی به آنان ندارند و حتی این مقوله در انتخاب همسر آنان نیز تأثیرگذار خواهد بود؛ و به عنوان فردی تنبل که سخت‌کوش نیست شناخته می‌شوند. همچنین وبر نیز بر این باور است که جامعه فقط بر مبنای سیاسی و اقتصادی لایه‌بندی نمی‌شود. او دارایی‌های مادی و منزلت را تعیین‌کننده لایه‌های اجتماعی می‌داند به اعتقاد او علاوه بر توان اقتصادی، به‌ویژه پول، که باعث برخورداری از جایگاه بالای اجتماعی و ستوده شدن و ایجاد منزلت برای فرد می‌شود، افتخارها و دستاوردهای فردی و... نیز مهم‌اند. منابع منزلت اجتماعی نزد وبر عبارت‌اند از: ۱. موقعیت اجتماعی نهادی شده، همچون پیشه، ۲. ثروت، ۳. قدرت به مثابه نظارت بر دیگران، امر و نهی دیگران و اخراج و استخدام دیگران و... که باعث تفاوت اجتماعی می‌گردد و شهروندان یزدی نیز با کسب ثروت و مادیات در پی منزلت بالاتر در جامعه برای خود می‌گردند.

نتایج تحلیل رگرسیون چندگانه گام‌به‌گام نیز نشان داد که در نمونه شهروندان یزدی، پیش‌بینی مادی‌گرایی با متغیرهای مستقل تحقیق، از نظر آماری معنادار است؛ و از خودبیبگانگی، پذیرش اجتماعی و منزلت اجتماعی به ترتیب قادرند ترجیحات مادی را پیش‌بینی کنند. مدل معادله ساختاری ارائه‌شده نیز حکایت از وجود اثر معنادار بین

متغیرهای مستقل و وابسته بود و فقط اثر متغیر امنیت اجتماعی با ترجیحات مادی معنادار نشد. در توجیه نتایج به دست آمده می توان گفت که متصرفات مادی یکی از عناصر عمده یک سیستم ارتباط اجتماعی و تأیید جستجوی افراد برای هویت است که در شرایط اجتماعی بر ساخت می شود و تداوم می یابد. در نهایت پیشنهاد می شود که: با توجه به اینکه افزایش از خود بیگانگی در عرصه تعاملات اجتماعی موجب افزایش ترجیحات مادی می شود، موضوع حس مسئولیت پذیری در قبال دیگران، همکاری و یاری به دیگران، تأکید بر رفت و آمد خویشی و خانوادگی در عرصه اجتماعی، تقویت شود؛ نظر به اینکه بی ثباتی اقتصادی، رکود و تورم، نوسانات قیمت ها، احساس عدم امنیت مالی را برای شهروندان رقم می زند و در نتیجه تقویت ترجیحات مادی را در پی دارد؛ پیشنهاد می شود تثبیت شرایط اقتصادی و توجه به امور معیشتی، شغلی، درآمدی و نیازهای افراد توسط دولت، به مثابه بهترین مسکن برای کاهش رقابت در عرصه مالی بین مردم مدنظر باشد؛

با عنایت به اینکه ترجیحات مادی به دنبال بی هنجاری ها یا از خود بیگانگی فرهنگی در جامعه افزایش می یابد، تقویت عناصر کارآمد فرهنگی و اجتماعی در سطوح مختلف سنی و افزایش برنامه ریزی مناسب رسانه ای و آموزشی در راستای ارتقای آگاهی و رشد فرهنگی و اجتماعی مد نظر اولیای امور باشد؛

با توجه به محدودیت زیرساختارهای تفریحی شهر یزد، برنامه ریزی وسیع پیرامون اوقات فراغت سالم و مفید برای خانواده های یزدی، گسترش پارک ها، سینماها و امکان تفریحی و تقویت و تأکید بر مطالعه از دیگر پیشنهادها در زمینه کاهش تمایل به مقوله های مادی است.

منابع

۱. اسماعیلی، هادی. (۱۳۹۵). مطالعه تحلیلی سبک زندگی مصرف‌گرا از طریق سه فیلم مربوط به دهه‌های ۶۰ و ۸۰ شمسی. **فصلنامه رسانه**. سال بیست و هفتم. شماره دوم. ۳۱-۵۰.
۲. اینگلهارت، رونالد. (۱۳۸۲). **تحول فرهنگی در جامعه پیشرفته صنعتی**. مریم وتر. تهران: کویر.
۳. آزاد ارمکی، تقی و بهمن مسقطیان. (۱۳۸۰). تغییرات فرهنگی در استان مازندران آزمون تجربی نظریه اینگلهارت. **پژوهش‌نامه علوم انسانی و اجتماعی**. سال اول. شماره سوم. ۴۰-۱۳.
۴. آقاییاری هیر، توکل و همکاران. (۱۳۹۵). نقش واسطه‌ای مصرف‌گرایی در ارتباط بین مادی‌گرایی و ردپای اکولوژیک (مورد مطالعه: شهروندان ارومیه) **فصلنامه آموزش محیط زیست و توسعه پایدار**. سال ششم. شماره اول. ۹-۱۸.
۵. بهار، مهری. (۱۳۹۰). **مصرف و فرهنگ**. تهران: نشر سمت.
۶. پرده‌دار و همکاران (۱۳۹۰). بررسی عوامل مؤثر بر مصرف کالاهای فرهنگی در بین جوانان، **جامعه‌پژوهی فرهنگی**. پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی. سال دوم. شماره دوم. پاییز و زمستان. ۷۶-۵۵.
۱. الحسینی المدرسی، مهدی و همکاران. (۱۳۹۴). بررسی اثر مذهب، مادی‌گرایی و ویژگی‌های جمعیت‌شناختی مصرف‌کننده بر درگیری ذهنی با پوشاک مد (مورد مطالعه: شهر یزد). **فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران**. دوره هشتم. شماره سوم. ۲۱۳-۱۸۹.
۲. حیدری، آرش و هدایت نصیری. (۱۳۹۲). **جرم‌شناسی (نظریه و کاربرست)**. تهران: انتشارات نارنجستان.
۳. داوودی، پرویز؛ حسن نظری و حسین میرجلیلی. (۱۳۷۴). **پول در اقتصاد اسلامی**. تهران: انتشارات سمت.
۴. ریتزر، جرج. (۱۳۹۲). **نظریه جامعه‌شناسی در دوران معاصر**. محسن ثلاثی. تهران: انتشارات علمی.
۵. فرح بیجاری و همکاران. (۱۳۹۷). نقش عدم اطمینان، عزت‌نفس، حس قدرت شخصی و محرومیت نسبی شخصی در مادی‌گرایی دانشجویان. **پژوهش‌های روان‌شناسی اجتماعی**. شماره ۳۰. ۹۳-۱۰۰.
۶. فرهمند، مهناز و همکاران. (۱۳۹۳). تأثیر مؤلفه‌های نوگرایی در حمایت خویشاوندی خانواده‌های شهر یزد. **تحقیقات فرهنگی ایران**. سال هفتم. پاییز. شماره ۳ (پیاپی ۲۷). ۱۷۷-۱۴۹.
۷. گل‌پرور، محسن و حمیدرضا عریضی. (۱۳۸۷). نقش جهت‌گیری‌های ارزشی و علاقه به پول بر باور به عدالت دنیا. **فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری**. سال سوم. شماره‌های ۱ و ۲. ۱۲۴-۱۱۵.
۸. لش، اسکات. (۱۳۸۴). **جامعه‌شناسی پست‌مدرنیسم**. تهران: ققنوس.
۹. ملاسعدی، سارا. (۱۳۹۶). پیش‌بینی الگوی مصرف بر اساس مؤلفه‌های سبک زندگی. **فصلنامه علمی - پژوهشی علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد شوشتر**. سال یازدهم. شماره اول. پیاپی (۳۶). ۹۳-۱۱۴.

۱۰. مهدی‌زاده، محمد. (۱۳۸۶). *نظریه‌های رسانه، اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی*. تهران: نشر همشهری.

۱۱. هادوی‌نیا، علی‌اصغر. (۱۳۸۲). مبانی نظری ساختار مالکیت از دیدگاه قرآن. *اقتصاد اسلامی*. ۳(۱۲). ۳۵-۱۳.

12. Abramson, P. & R. Inglehart. (1995). *Value Change in Global Perspective*. Ann Arbor: University of Michigan Press. Doi: 10.3998/Mpub.23627
13. Belk, R. W. (1985). Materialism: Trait Aspects of Living in the Material World. *Journal of Consumer Research*. 12 (December). 265-280
14. Belk, R. W. (1987). Material Values in the Comics: A Content Analysis of Comic Books Featuring Themes of Wealth. *Journal of Consumer Research*. 14(1). 26-42.
15. Braithwaite, V.; T. Makkai; Y. Pittelkow. (1996). Inglehart's Materialism-Postmaterialism Concept: Clarifying the Dimensionality Debate Through Rokeach's Model of Social Values. *Journal of Applied Social Psychology*. 26(17). 1536-1555. <https://doi.org/10.1111/J.1559-1816.1996.Tb00085.X>
16. Bourdieu, P. (1984). *A Social Critique of the Judgement of Taste*. Traducido Del Francés Por R. Nice. Londres, Routledge.
17. Bourdieu, P. (1993). *Sociology In Question*. Vol. 18. Sage.
18. Chan, K. (2013). Development of Materialistic Values Among Children and Adolescents. *Young Consumers*. 14(3). 244-257. Doi: 10.1108/Yc-01-2013-00339.
19. Chang, L. & R. M. Arkin. (2002). Materialism as an Attempt to Cope with Uncertainty. *Psychology & Marketing*. 19(5). 389-406.
20. Chang, L. & R. M. Arkin. (2002). Materialism as an Attempt to Cope With Uncertainty. *Psychology and Marketing*. 19(5). 389-406. Doi: 10.1002/Mar.10016.
21. Daun, A. (1983). The Materialistic Lifestyle: some Socio-Psychological Aspects. In L. Uusitalo (Ed.), *Consumer Behavior and Environmental Quality*. Hants, England: Gower Publishing.
22. Douglas, M. & B. Isherwood (1979). *The World of Goods*. New York: Basic.
23. Ferraro, R.; J. E. Escalas. & J. R. Bettman. (2011). Our Possessions, Our Selves: Domains of Self-Worth and the Possession-Self Link. *Journal of Consumer Psychology*. 21(2). 169-177. Doi: 10.1016/J.jcps.2010.08.007.
24. Furby, L. (1978). Possessions: Toward a Theory of Their Meaning and Function Throughout the Life Cycle. In P. Baltes (Ed.), *Life Span Development and Behavior* (pp. 297-336). New York: Academic Press.
25. Fu, X.; Y. Kou. & Y. Yang. (2014). Materialistic Values Among Chinese Adolescents: Effects of Parental Rejection and Self-Esteem. *Child & Youth Care Forum*. 44(1). 43-57. Doi: 10.1007/S10566-014-9269-7.
26. Grubb, E. L. & H. Grathwohl. (1967). Consumer Self-Concept, Symbolism and Market Behavior: A Theoretical Approach. *Journal of Marketing*. 22-27.
27. Inglehart, R. (1990). *Culture Shift in Advanced Industrial Society*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
28. Kasser, T.; R. M. Ryan; C. E. Couchman. & K. M. Sheldon. (N.d.). Materialistic Values: Their Causes and Consequences. *Psychology and Consumer Culture: the Struggle for a Good Life in a Materialistic World*. 11-28. Doi: 10.1037/10658-002.
29. Kasser, T.; R. M. Ryan; C. E. Couchman. & K. M. Sheldon. (2004). *Materialistic Values: Their Causes and Consequences*.

30. Kim, S. (2014). Does a Money-Is-All Attitude Cause Alienation? a Cross-Cultural Comparison of Korea, the Us and Sweden. *International Journal of Consumer Studies*. 38(6). 650–659. Doi: 10.1111/Ijcs.12137.
31. Linden, E. (1979). *Affluence and Discontent: The Anatomy of Consumer Society*. New York: The Viking Press.
32. Makki, S. S. (1977). *A Critical Analysis of Some Problems of Education In So & Oto State With Particular Preference to the Teacher Supply and Students'performance In Final Examinations (Doctoral Dissertation)*.
33. Malton, P. (1981). *The Structure of Production and Rural Incomes in Northern Nigeria Diejomaoh*.
34. Mccracken, G. (1986). Culture and Consumption: A Theoretical Account of the Structure and Movement of the Cultural Meaning of Consumer Goods. *Journal of Consumer Research*. 13(1). 71-84.
35. Richins, M. L. (1994). Valuing Things: The Public and Private Meanings of Possessions. *Journal of Consumer Research*. 21(3). 504. doi: 10.1086/209414.
36. Richins, M. L. & S. Dawson, S. (1992). A Consumer Values Orientation for Materialism and its Measurement: Scale Development and Validation. *Journal of Consumer Research*. 19(3). 303-316.
37. Seeman, M. (1959). On the Meaning of Alienation. *American Sociological Review*. 783-791.
38. Sheldon, K. M. & T. Kasser. (2008). Psychological Threat and Extrinsic Goal Striving. *Motivation and Emotion*. 32(1). 37-45.
39. Shrum, L. J.; T. M. Lowerey; M. Pandelaere; A. A. Ruvio; E. Gentina; P. Furchheim; M. Herbert.; L. Hudders; I. Lens; N. Mandel; A. Narin; A. Samper; I. Soscia. & L. Steinfield. (2014). Materialism: the Good, the Bad, and the Ugly. *Journal of Marketing Management*. No. 30. 17-18.

پژوهش حاضر با هدف مطالعه تأثیر هوش معنوی و تاب‌آوری بر احساس شادکامی اعضای خانواده‌های شاهد و ایثارگر تبریز با روش پیمایشی و در سال ۱۳۹۵ انجام شده است. جامعه آماری این مطالعه را اعضای خانواده‌های شاهد و ایثارگر تحت پوشش بنیاد شهید و امور ایثارگران شهر تبریز که بالغ بر ۱۴۷۷۷ نفر است تشکیل می‌دهد. از این تعداد ۴۳۸ نفر بر اساس نمونه‌گیری طبقه‌ای متناسب تصادفی انتخاب و اطلاعات لازم به‌وسیله پرسشنامه گردآوری شد. همچنین برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار Spss نسخه ۲۲ و Lisrel نسخه ۸/۸ استفاده شده است. نتایج نشان داد متوسط شادکامی اعضای خانواده‌های شاهد و ایثارگر شهر تبریز ۶۷/۱۲ درصد و در سطح نسبتاً مطلوبی قرار دارد. بررسی مدل ساختاری نیز بیانگر این است که متغیرهای تاب‌آوری، هوش معنوی، سن و جنسیت به‌طور معنی‌داری توانسته‌اند ۴۱ درصد از تغییرات احساس شادکامی اعضای خانواده‌های شاهد و ایثارگر را تبیین نمایند. خانواده‌هایی که اعضای‌شان تاب‌آورتر و دارای هوش معنوی بالاترند، معمولاً در قیاس با اعضای خانواده‌های دیگر شادتر بوده‌اند. در مجموع، مدل ساختاری تحقیق، برای تبیین تغییرات احساس شادکامی اعضای خانواده‌های شاهد و ایثارگر، مناسب محسوب می‌شود.

■ واژگان کلیدی:

شادکامی، تاب‌آوری، هوش معنوی، خانواده‌های شاهد و ایثارگر، تبریز

تأثیر هوش معنوی و تاب‌آوری بر احساس شادکامی خانواده‌های شاهد و ایثارگر تبریز

کمال کوهی

دانشیار جامعه‌شناسی دانشگاه تبریز
k.koohi2011@gmail.com

محمد عباس‌زاده

استاد جامعه‌شناسی دانشگاه تبریز
m.abbaszadeh2014@gmail.com

ناهید دادش‌زاده

دانش‌آموخته کارشناسی ارشد پژوهش علوم اجتماعی دانشگاه تبریز
n.dadashzadeh1985@gmail.com

مقدمه

شادکامی در خانواده و جامعه یکی از عوامل اصلی توسعه اجتماعی و فرهنگی به شمار می‌رود. شادی و نشاط آن قدر اهمیت دارد که دعای تحویل سال نو هر خانواده ایرانی «حول حالنا الی احسن الحال» شاد زیستن و سلامت زیستن است.

شادمانی و احساس خوشبختی تأثیر زیادی برای سلامت روانی انسان دارد. (پارک^۱، ۲۰۰۴ و سلیگمن^۲، ۲۰۰۸) شادی چیزی است که اکثر مردم در زندگی می‌خواهند. شادی ارزیابی عاطفی و شناختی از زندگی است. (ونهن^۳، ۲۰۱۰) اصطلاح شادی اغلب با سلامت روانی مترادف گرفته می‌شود. (دینر^۴، ۲۰۰۰) شادمانی همواره با خرسندی، خوش بینی، امید و اعتماد همراه است و از این رو می‌تواند نقش تسریع کننده‌ای در فرایند توسعه جامعه داشته باشد. (علیزاده‌ا قدم و دیگران، ۱۳۹۳: ۲۲۴) اینگلهارت^۵ در این زمینه اظهار می‌دارد که سطح پایین رضایت از زندگی و احساس خوشبختی، به گرایش‌های منفی نسبت به کل جامعه منجر و دوره‌های طولانی برآورده نشدن آرزوها و انتظارات، موجب ظهور نگرش‌های بدبینانه‌ای می‌شود که این بدبینی از نسلی به نسل دیگر منتقل می‌گردد. (چلبی و موسوی، ۱۳۸۸: ۳۴) می‌توان گفت، حرکت یک‌بعدی تمدن صنعتی نه تنها از آلام و مصایب روحی بشر نکاسته، بلکه رنج‌های جدیدی را بر دردهای پیشین افزوده است. در چنین دنیایی به نظر می‌رسد چیزی جز پشتوانه معنوی، مثبت و نیک‌اندیشی، تغییر و تحول درونی نمی‌تواند بشر را از این همه نابسامانی و از هم‌پاشیدگی روانی نجات دهد. (پهلوان صادق و نصرآبادی، ۱۳۸۸: ۵)

در گذشته بیشتر بر روی ابعادی مانند اضطراب و افسردگی تأکید می‌شد، اما امروزه تحقیقات متعددی بر مقوله‌های شادکامی و بهزیستن متمرکز شده‌اند. (موحدی و دیگران، ۱۳۹۳: ۱۱۷) در این راستا، اندیشمندانی همچون آرگایل^۶ شادی را ترکیبی از عواطف مثبت، عدم وجود عواطف منفی و رضایت از زندگی تعریف می‌کنند. (عابدی و دیگران، ۱۳۸۷: ۴۶) پژوهش‌ها در حوزه هیجانات مثبت نشان داده است که شادی نتیجه شرایط مطلوب اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و فرهنگی جامعه است، فعالیت‌های مفید انسانی را

1. Park
2. Seligman
3. Veenhoven
4. Diener
5. Engelhart
6. Argyle

برمی‌انگیزد، خلاقیت را تقویت، روابط اجتماعی را تسهیل، مشارکت سیاسی اجتماعی را رونق بخشیده و حفظ سلامتی عاطفی، روانی و جسمی را موجب می‌شود. (ابراهیم نجف‌آبادی و سام آرام، ۱۳۹۲)

از آنجا که، جنگ نیز به‌عنوان یک عامل استرس‌زا است، دارای پیامدهای اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و روان‌شناختی است که در طول نسل‌های متمادی تأثیر چشمگیری بر روابط اعضای جامعه باقی می‌گذارد. یکی از پیامدهای مخرب هر جنگی ایجاد مشکلات روانی و جسمانی برای افرادی است که به‌طور مستقیم و یا غیرمستقیم درگیر بوده‌اند. در جنگ عراق علیه ایران یکی از این پیامدهای منفی، عوارض و آثار روانی و اجتماعی آن بر روی خانواده‌های شاهد و ایثارگر است که بیشتر از اقشار دیگر جامعه درگیر پیامدهای جنگ بوده‌اند. مثل فقدان سرپرست خانواده یا حضور ناکارآمد او به‌دلیل معلولیت جسمی و روانی. اغلب آسیب‌دیدگان ناشی از جنگ، از مشکلات سلامت روان، افسردگی، عدم احساس لذت از زندگی شکایت دارند. (نعمتی و دیگران، ۱۳۹۱: ۲) بنابراین چنین خانواده‌هایی علی‌رغم توسل به معنویات و خدامحوری، مشکلات روحی، روانی و اجتماعی زیادی‌تری را نسبت به خانواده‌های دیگر تحمل می‌کنند. چنانچه، هابرم^۱ (۲۰۰۲) مطرح می‌کند، وجود یک فرد دردمند در خانواده سایر اعضای خانواده را نیز در وضع ناراحت‌کننده‌ای قرار می‌دهد و ممکن است آنها را نیز دچار تعارض و کشمکش روانی کند. (داداش‌زاده، ۱۳۹۵) در همین راستا، با توجه به شرایط خاص خانواده‌های شاهد و ایثارگر و همچنین تعداد قابل توجه آنها (۷۵۰ هزار نفر به نقل از رئیس بنیاد شهید) محققین را بر آن داشت تا تحقیقی با عنوان شادکامی در بین خانواده‌های شاهد و ایثارگر انجام دهند. بدیهی است که شناسایی میزان احساس شادکامی و تأثیر عوامل هوش معنوی و تاب‌آوری بر آن می‌تواند زمینه را برای تدوین پیشنهادهای کاربردی جهت بالا بردن شادکامی در بین خانواده‌های شاهد و ایثارگر فراهم نماید.

مبانی نظری و تجربی

نظریه‌پردازان روان‌شناسی اجتماعی بر این باورند که شادی محصول تفکر انسان است و شادکامی ارزشیابی افراد از خود و زندگی‌شان است. افراد شادکام رویدادهای بیشتری را که از نظر فرهنگی مطلوب است، تجربه می‌کنند و رویدادهای خنثی را مثبت و رویدادهای

مثبت را مثبت‌تر می‌بینند. (مهدی‌زاده و زارع، ۱۳۹۲: ۴۲۰-۴۱۹) در همین راستا، کلمن^۱ نیز (۱۹۷۵) اظهار داشته که افرادی که شادی و رضایتمندی بیشتری را تجربه می‌کنند، افسردگی کمتری نسبت به افرادی که بیشتر احساسات منفی دارند، خواهند داشت. (لایبومِرِسکی و بوهم^۲، ۲۰۱۰: ۳۲۹)

از نظر سامنر^۳ (۱۹۹۶) شاد بودن مستلزم این است که شخص زندگی خود را مثبت ارزیابی کرده و یا احساس کند زندگی مطلوبی دارد. ونهون نیز ادعا می‌کند شادمانی و یا رضایت از زندگی بیانگر این است که تا چه اندازه شخص کیفیت کلی زندگی حاضر خود را مثبت ارزیابی نماید. (نورآذر، ۱۳۸۹: ۴۹) به نظر آرگایل (۱۹۹۰) شادمانی دربرگیرنده سه شاخص احساس خوشی، رضایت از زندگی و نداشتن احساسات منفی است.

طبق نظر روان‌شناسان و جامعه‌شناسان شادی و شادکامی تحت تأثیر عوامل مختلفی قرار دارد. یکی از این عوامل، عوامل جمعیتی است. در همین راستا داینر (۲۰۰۰) معتقد است میزان شادمانی بر حسب جنسیت تفاوت چندانی ندارد و سهم زنان و مردان از شادی و شادکامی مساوی است. او استدلال می‌کند که زنان نسبت به مردان هم عاطفه منفی و هم عاطفه مثبت بیشتری را تجربه می‌کنند و برآیند این دو عاطفه، شادی زنان و مردان را یکسان می‌سازد. فوجیتا^۴ و همکاران نیز بر همین اعتقاد بوده و مطرح می‌کنند افراد متأهل نسبت به کسانی که هرگز ازدواج نکرده‌اند یا جدا شده‌اند و یا همسر خود را از دست داده‌اند، بیشتر احساس شادی و شادکامی می‌کنند. (فوجیتا و دیگران، ۱۹۹۱؛ به نقل از میرشاه‌جعفری و دیگران، ۱۳۸۱: ۵۶)

معنویت و هوش معنوی نیز یکی دیگر از عوامل اصلی مؤثر بر شادی و شادکامی افراد است. معنویت یکی از نیازهای درونی انسان بوده و به عنوان زیربنای باورهای فرد نقش اساسی را در ارتقاء و تأمین سلامت روانی و شادکامی ایفا می‌نماید. شاهد این امر نظر یکی از جامعه‌شناسان کلاسیک به نام دورکیم^۵ است. او بر نقش روابط و همبستگی اجتماعی در کاهش مضلات و مسائل اجتماعی و نحوه اثرگذاری همبستگی اجتماعی بر احساس شادی می‌پردازد و اضافه می‌کند که عضویت افراد در گروه و جامعه منجر به ایجاد نظم اجتماعی می‌شود، به طوری که از آن طریق، فردگرایی مفرط و آنومی مهار

1. Colman

2. Lyubomirsky & Boehm

3. Samner

4. Fujita

5. Dorkim

می‌شود و دوم اینکه ترکیبی متعالی - معنوی ایجاد می‌شود که از آن طریق، وجدان جمعی شکل گرفته و منجر به اتحاد و همبستگی می‌گردد. قدرت نشئت گرفته از وجدان جمعی و میزان پیوند اجتماعی افراد با جامعه و نهادهای آن از جمله خانواده تعیین‌کننده میزان پذیرش اجتماعی، روحیات و سرزندگی افراد در جامعه خواهد بود. عدم پیوند و همبستگی اجتماعی با جامعه در نهایت به انزای اجتماعی آنها منجر شده و این‌گونه افراد از شادمانی کمتری برخوردار خواهند بود. (ریتزر، ۱۳۷۳: ۸۴) در همین راستا، وبر^۱ نیز معتقد است که دنیای اجتماعی را باید از زاویه افکار مردم، به‌خصوص هنجارها و ارزش‌ها مشاهده نمود. او کنش‌های افراد در جامعه را متأثر از معنای ذهنی می‌داند. بشر بر مبنای شیوه تفکر خود جامعه خود را می‌سازد و دین نیز از مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار بر تفکر فرد می‌باشد. (دولتی، ۱۳۹۲)

۱۸۵

زُهار و مارشال^۲ (۲۰۰۰) معتقدند هوش معنوی زاینده بینشی عمیق در تندباد حوادث روزگار است و شخص را در برابر رویدادها و حوادث تلخ و شیرین زندگی آبدیده می‌کند، تا از سختی‌های زندگی نهراسد و با صبر و تفکر با آنها مقابله نموده و راه‌حل‌های منطقی و انسانی برای آنها بیابد. داشتن رابطه با سایرین، از مهم‌ترین منابع تأمین معنا و هدف در زندگی است. همچنین به‌نظر آمرام^۳ (۲۰۰۷)، با توجه به نتایج تحقیقات علمی به‌کارگیری الگوهای معنوی و دینی در زندگی روزمره بشر موجب افزایش سازگاری و بهزیستی انسان شود. (بابالحوائجی و دیگران، ۱۳۹۰: ۱۰۲) دیکمن^۴ (۱۹۹۰) به تأثیر هوش معنوی در سلامت روان اشاره کرده و معتقد است که افراد قادرند شادکامی و خوشبختی‌شان را با کنترل افکارشان افزایش دهند. برای مثال عقیده به اینکه یک نیرو و هدف ماورائی در جهان وجود دارد که می‌تواند به شادکامی افراد کمک نماید. همچنین، آمرام (۲۰۰۷)، معتقد است به‌کارگیری الگوهای معنوی و دینی در زندگی روزمره بشر موجب افزایش سازگاری و بهزیستی انسان می‌شود. (بابالحوائجی و دیگران، ۱۳۹۰: ۱۰۲)

در راستای نظریه‌ها، نتایج تحقیقات و پژوهش‌ها نیز مؤید این است کسانی که در زندگی خود معنای معنویت را دریافته‌اند، در زندگی آتی خود بسیار هدف‌گرا، رضایتمند و امیدوار هستند و بهزیستی را درک می‌کنند. (نادی و سجادیان، ۱۳۹۰: ۵۶) عبدالخالق^۵

1. Weber

2. Zohar & Marshall

3. Amram

4. Dekman

5. Abdel-Khalek

(۲۰۱۴) در پژوهش خود نتیجه گرفت کسانی که خود را مذهبی می‌دانستند، بیشتر خوشحال، راضی از زندگی و سالم بودند. ولا^۱ و همکاران (۲۰۱۴) دریافتند که ادراک معنی در زندگی و تجارب معنوی روزمره پیش‌بینی‌کننده میزان شادی و نشاط ذهنی است. چاری^۲ (۲۰۱۱) نیز نشان داد که زندگی عاشقانه و عشق به خدا و خلقت موجب لذت بردن از زندگی می‌شود. همچنین وفاداری به عهد در انجام دستورات الهی منجر به ایجاد شکوفایی و شادی در زندگی می‌گردد. کوئینگ^۳ (۲۰۰۷)، طی تحقیقی به این نتیجه رسید که سلامت روانی و جسمانی انسان، با زندگی معنوی او رابطه مثبت دارد. (حیدری و دیگران، ۱۳۹۴: ۴۸ و ۷۵) مشابه تحقیقات خارجی، یافته‌های تحقیقات داخلی نظیر هادی‌تبار و همکاران (۱۳۹۰)، مظفری‌نیا و همکاران (۱۳۹۳)، رئیسی و همکاران (۱۳۹۲) حاکی از آن است که هوش معنوی با میزان احساس شادکامی رابطه مثبت و مستقیمی دارد.

عامل دیگری که در احساس شادکامی افراد تأثیرگذار است، میزان تاب‌آوری آنها در موقعیت‌های خاص و سخت است. تاب‌آوری با افزایش قدرت انعطاف‌پذیری، خودآگاهی و شادکامی انسان و بردباری بیشتر در برابر سختی‌های زندگی زمینه را برای شاد زیستن فراهم می‌سازد. شاید بارزترین نمونه چنین افرادی در جامعه ایران، خانواده‌های شاهد و ایثارگر باشند. تاب‌آوری مهم‌ترین عامل برای سلامت روانی است (دیویداف^۴ و دیگران ۲۰۱۰ و سازمان بهداشت جهانی^۵، ۲۰۰۵) تاب‌آوری به فرآیند پویای انطباق مثبت با تجربه‌های تلخ و ناگوار اطلاق می‌شود. (الحسینی‌المدرسی و کوهی برنج‌آبادی، ۱۳۹۶: ۲) تاب‌آوری، قابلیت فرد در برقراری تعادل زیستی، روانی و معنوی در مقابل شرایط مخاطره‌آمیز و نوعی ترمیم خود است که با پیامدهای مثبت هیجانی، عاطفی و شناختی همراه است. (بهداری و هاشمی، ۱۳۹۰: ۴۳) کانر و دیویدسون^۶ (۲۰۰۳)، معتقدند تاب‌آوری، تنها پایداری در برابر آسیب‌ها یا شرایط تهدیدکننده نیست، بلکه شرکت‌سازنده فرد در محیط است. آنها تاب‌آوری را توانمندی فرد در برقراری تعادل زیستی روانی در شرایط خطرناک می‌دانند. افزون بر این، تاب‌آوری نوعی ترمیم خود با پیامدهای مثبت

1. Vela

2. Charry

3. Koeing

4. Davydov

5. World Health Organization

6. Connor & Davidson

هیجانی، عاطفی و شناختی است. (یزدانی، ۱۳۹۱: ۱۲) خلعتبری و بهاری (۱۳۸۹) در پژوهش خود نتیجه گرفتند که بین تاب‌آوری و رضایت از زندگی رابطه مثبت وجود دارد. همچنین بین زنان و مردان از نظر تاب‌آوری تفاوت وجود ندارد. در همین راستا، یافته‌های پژوهش آزاد و آزادی (۱۳۹۰) نشان داد که بین حمایت اجتماعی با سلامت روان و تاب‌آوری و بین تاب‌آوری با سلامت روان همبستگی وجود دارد.

لاور^۱ (۲۰۱۴) در تحقیق خود دریافت که همبستگی مثبتی بین شادی و تاب‌آوری وجود دارد و معنویت و شادکامی پیش‌بینی‌کننده‌های مناسبی برای تاب‌آوری هستند. نس^۲ (۲۰۱۳) نیز نشان داد که تاب‌آوری در استرس روزانه و میزان شادی افراد تأثیر داشته و می‌تواند به‌عنوان یک عامل واسطه بین استرس روزانه و شادی باشد. همچنین نس (۲۰۱۳) در تحقیق دیگری دریافت که پسران، سطوح بالای شادی و تاب‌آوری و دختران سطوح بالای استرس را تجربه کرده‌اند. با افزایش سن، میزان تاب‌آوری نیز کمتر می‌شود. خالد محمود و عبدالغفار (۲۰۱۴) در تحقیق بر روی بیماران نشان دادند که بین تاب‌آوری و سلامت روانی همبستگی معنی‌دار مثبتی و بین سلامت روانی و اختلال روان‌شناختی رابطه منفی وجود دارد.

جوادی و امیری (۱۳۹۳) دریافتند بین شادکامی با تاب‌آوری رابطه مثبت معناداری وجود دارد. همچنین، حقیان و همکاران (۱۳۹۶) در تحقیق خود دریافتند که عوامل جمعیت‌شناختی مثل فاصله سنی، تحصیلات و درآمد، عوامل درون‌فردی مثل گذشت، عوامل بین‌فردی مثل پذیرش و عوامل مربوط به خانواده‌ها در شادکامی زناشویی نقش دارند. عرفانی (۱۳۹۰) نیز در تحقیق خود نشان داد که بین مؤلفه‌های درد بدنی، سلامت عمومی و روانی، سرزندگی و عملکرد اجتماعی از کیفیت زندگی در دو گروه جانبازان مبتلا به PTSD^۳ و خانواده‌های‌شان با سایر جانبازان و خانواده‌های آنها تفاوت معنی‌داری یافت شد. مشابه تحقیق عرفانی و همکاران (۱۹۹۲) در تحقیق بر روی مشکلات خانواده‌های دارای مرد جانباز ویتنامی و اختلال PTSD در بین ۳۷۶ نفر جانبازان به این نتیجه رسیده‌اند که خانواده‌های دارای جانباز مرد در مقایسه با خانواده‌های دارای مرد سالم مشکلات شدیدتر و گسترده‌تری در خصوص سازگاری زناشویی دارند. مشکلات سلامت روحی و مشکلات رفتاری کودکان مدرسه‌ای نیز از جمله وجه تمایز دو نوع خانواده بوده است.

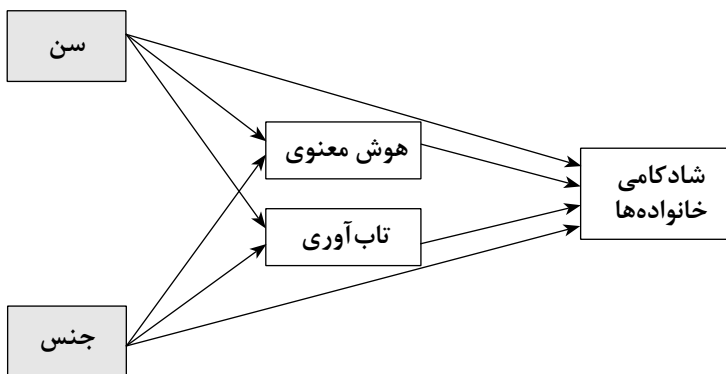
1. Lower

2. Ness

3. Posttraumatic Stress Disorder

ارزیابی نظری و تجربی و تدوین مدل مفهومی تحقیق

ارزیابی نظری و تجربی تحقیق نشان می‌دهد که عوامل مختلفی مانند عوامل روانی، اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و جمعیتی در کاهش و افزایش شادکامی افراد تأثیر گذارند. در نظریه‌ها به‌صورت مستقیم بر تأثیر هوش معنوی بر شادکامی اشاره نشده است، اما از نظریه‌های دور کیم، وبر و نظایر آن می‌توان استنباط کرد که مذهب و معنویت در میزان شادکامی افراد دخیل‌اند. همچنین تحقیقات قبلی نیز به‌صورت مستقیم و غیرمستقیم بر نقش هوش معنوی بر شادکامی صحنه گذاشته‌اند. درخصوص تاب‌آوری نیز به همین صورت است. اما چیزی که در تحقیقات قبلی کمتر مشاهده می‌شود تمرکز مستقیم بر روی دو متغیر هوش معنوی و تاب‌آوری به‌صورت مدل علی و تأثیر گذاری مستقیم و غیرمستقیم است. در این تحقیق مدلی شامل دو متغیر جمعیتی و دو متغیر هوش معنوی و تاب‌آوری تنظیم شده تا مورد آزمون قرار گیرد که آیا این مدل، مدل مناسبی برای تبیین تغییرات احساس شادکامی اعضای خانواده‌های شاهد و ایثارگر است؟ همچنین عمده تحقیقات انجام‌شده در بین جمعیت عادی مثل جامعه شهری، دانشجویان، دانش‌آموزان و بیماران انجام شده است، در حالی که تحقیق حاضر در بین جامعه آماری خاص مثل اعضای خانواده‌های شاهد و ایثارگر انجام گرفته است. در نهایت متغیرهای انتخاب‌شده برای مطالعه مانند تاب‌آوری و هوش معنوی به‌صورت مستقیم در تحقیقات کمتری وارد شده و در بین جمعیت خانواده‌های شاهد و ایثارگر اصلاً بررسی نشده است. بنابراین، در این تحقیق بر اساس نظریه‌ها و نتایج تحقیقات قبلی مندرج در بند مبانی نظری و تجربی مدلی به‌صورت زیر تدوین شده است تا مورد آزمون قرار گیرد.



شکل ۱: مدل مفهومی احساس شادکامی اعضای خانواده‌های شاهد و ایثارگر

سؤال‌ها و فرضیه‌های تحقیق

الف. سؤال تحقیق

- میزان احساس شادکامی در بین اعضای خانواده‌های شاهد و ایثارگر چقدر است؟

ب. فرضیه‌های تحقیق

- هوش معنوی تأثیر مستقیم و غیرمستقیمی بر میزان احساس شادکامی اعضای خانواده‌های شاهد و ایثارگر دارد.

- میزان تاب‌آوری اعضای خانواده‌های شاهد و ایثارگر بر میزان احساس شادکامی آنها تأثیر دارد.

- سن پاسخ‌گویان بر احساس شادکامی تأثیر مستقیم و از طریق متغیرهای هوش معنوی و تاب‌آوری تأثیر غیرمستقیم دارد.

- جنسیت پاسخ‌گویان بر احساس شادکامی تأثیر مستقیم و از طریق متغیرهای هوش معنوی و تاب‌آوری تأثیر غیرمستقیم دارد.

- مدل مفهومی تحقیق مدل مناسبی برای تبیین تغییرات احساس شادکامی اعضای خانواده‌های شاهد و ایثارگر است.

روش‌شناسی

جامعه، نمونه و روش نمونه‌گیری

پژوهش حاضر به روش پیمایشی و در مقطع زمانی ۱۳۹۵ در بین جمعیت خانواده‌های شاهد و ایثارگر شهر تبریز که بالغ بر ۱۴۷۷۷ نفر بودند انجام گرفته است. از این تعداد ۴۳۸ نفر به شیوه نمونه‌گیری طبقه‌ای متناسب توأم با تصادفی ساده به‌عنوان نمونه انتخاب و گردآوری اطلاعات انجام شده است. روند کار به این‌صورت بود که خانواده‌های شاهد یک طبقه، خانواده‌های ایثارگر یک طبقه و جانباز و دیگران در یک طبقه قرار گرفته و بر حسب تعداد هر کدام از طبقات نمونه برای آن اختصاص یافته است. همچنین، به‌دلیل اخذ لیست اعضای خانواده‌های شاهد و ایثارگر از نمونه‌گیری تصادفی ساده از نوع قرعه‌کشی استفاده شده است. نهایتاً اطلاعات و داده‌های لازم توسط پرسشگران مجرب از افراد انتخاب‌شده انجام شده است.

تعیین حجم نمونه طبق مطالعه مقدماتی و بر اساس فرمول زیر انجام شده است.

N : تعداد جامعه آماری = ۱۴۷۷۷ مقدار t با سطح اطمینان ۹۵ درصد: ۱/۹۶

S^2 : برآورد واریانس متغیر وابسته = ۰/۵ n : تعداد نمونه = ۳۷۴/۴ برای پیشگیری

از افت نمونه تعداد نمونه ها تا ۴۳۸ نفر افزایش داده شده است. چون در فرمول نمونه‌گیری تعداد نمونه حداقلی برآورد می‌شود و اگر این رعایت نشود نتایج از قابلیت تعمیم مناسبی برخوردار نخواهد بود.

d: تعیین دقت احتمالی مطلوب = ۰/۰۵

$$n = \frac{N^2 T^2}{N^2 + S^2 T^2} = \frac{14777 \times 0/5^2 1.0^2}{14777 \times 0/6^2 + 0/5^2 1.0^2} = \frac{14185.9}{3.9} = 374.3$$

ابزار اندازه‌گیری متغیرها

مقیاس اندازه‌گیری میزان احساس شادکامی: احساس شادکامی درجه یا میزانی است که یک شخص به‌طور کلی در مورد کیفیت کلی تمام زندگی‌اش، به‌عنوان یک زندگی کاملاً مطلوب مورد قضاوت قرار می‌دهد. (سامانی و ترابی، ۱۳۹۰: ۵ و ۱۵) برای اندازه‌گیری میزان شادکامی از پرسشنامه شادکامی آکسفورد که در سال ۱۹۸۹ توسط آرگایل^۱ و همکاران ساخته شده، استفاده شده است. این پرسشنامه ۲۹ گویه دارد و میزان احساس شادکامی فرد را در سه بخش فراوانی و درجه عاطفه مثبت، میانگین سطح رضایت در طول یک دوره و نداشتن احساس منفی می‌سنجد. (فارنهام و چنگ^۲، ۲۰۰۰: ۲۳۱) در این پژوهش منظور از میزان احساس شادکامی نمره‌ای است که آزمودنی از مقیاس پرسشنامه شادکامی آکسفورد به‌دست می‌آورد. مقیاس اندازه‌گیری تاب‌آوری: در واقع تاب‌آوری پدیده‌ای است که از پاسخ‌های انطباقی طبیعی انسان حاصل می‌شود و علی‌رغم رویارویی فرد با تهدیدهای جدی، وی را در دستیابی به موفقیت و غلبه بر تهدیدها توانمند می‌سازد. این متغیر توسط مقیاس تاب‌آوری کانر و دیویدسون (۲۰۰۳) اندازه‌گیری شده است. این مقیاس شامل ۲۵ گویه می‌باشد و جهت اندازه‌گیری قدرت مقابله با فشار و تهدید، تهیه شده است. در این تحقیق نمره‌ای که آزمودنی از مقیاس تاب‌آوری کانر و دیویدسون به‌دست می‌آورند، میزان تاب‌آوری آنها را تعیین می‌کند. مقیاس اندازه‌گیری هوش معنوی: هوش معنوی به‌معنی داشتن حس معنا در زندگی است و سبب به‌وجود آمدن یکپارچگی در انسان می‌شود. برای اندازه‌گیری این متغیر از پرسشنامه هوش معنوی کینگ (۲۰۰۸) استفاده شده است. پرسشنامه هوش معنوی کینگ دارای ۲۴ ماده است. زیرمقیاس‌های این پرسشنامه عبارت‌اند از: تفکر وجودی انتقادی، تولید معنای شخصی، آگاهی متعالی، بسط حالت هشیاری. در این تحقیق نمره‌ای که آزمودنی از پرسشنامه هوش معنوی کینگ به‌دست می‌آورند، میزان هوش معنوی پاسخگویان را تعیین می‌کند.

1. Argyle

2. Furnham & Cheng

اعتبار^۱ ابزارهای تحقیق به‌روش صوری و از طریق مراجعه به اساتید و افراد مجرب و کسب نظر آنان تأمین شده است. همچنین نتایج پایایی^۲ طبق تکنیک آلفای کرونباخ نشان داد همه متغیرها پایایی بیش از ۰/۷ دارند. بنابراین، ابزارهای تحقیق از پایایی لازم برای اندازه‌گیری متغیرهای تحقیق برخوردارند.

جدول ۱: نتایج تحلیل پایایی متغیرهای تحقیق

متغیرها	گویه‌ها	طیف اندازگیری	پایایی
احساس شادکامی	من بی‌نهایت شاد هستم. احساس اطمینان دارم که آینده سرشار از امید و تحقق است. من در مجموع از همه چیز راضی هستم. احساس می‌کنم که تمام ابعاد زندگی تحت کنترل من قرار دارد. احساس می‌کنم زندگی سرشار از پاداش است. از آنچه که هستم شادمانم. من همیشه یک اثر خوبی روی رویدادها دارم. من به زندگی عشق می‌ورزم. من شدیداً به سایرین علاقمند هستم. هر نوع تصمیمی را می‌توانم به‌راحتی بگیرم. احساس می‌کنم هر کاری را قادر به انجام آن هستم. این روزها من همیشه وقتی که از خواب بیدار می‌شوم بیش از گذشته احساس انرژی دارم. احساس می‌کنم انرژی بدون حد و مرزی دارم. کل دنیا به‌نظر من زیباست. من هرگز تا این حد از نظر فکری و ذهنی هوشیار نبودم جوری که این روزها هستم. احساس می‌کنم در اوج دنیا قرار دارم. من همه را دوست دارم و به همه عشق می‌ورزم. تمام رویدادهای گذشته به‌نظر می‌آید فوق‌العاده شاد بودند. من همواره در احساس نشاط به‌سر می‌برم. هر چیزی را می‌خواستم انجام دادم. وقت من طوری تنظیم شده است که می‌توانم هر چیزی را که می‌خواهم انجام بدم. من همیشه ارتباط خوبی با سایرین دارم. همیشه یک اثر نشاط‌آفرین روی سایرین می‌گذارم. زندگی من در مجموع معنی‌دار و هدف‌دار است. من فکر می‌کنم دنیا یک مکان فوق‌العاده است. من همیشه می‌خندم. من فکر می‌کنم به‌طور فوق‌العاده‌ای جذاب به‌نظر می‌رسم. هر چیزی من را شگفت‌زده می‌کند.	لیکرت	۰/۹۴۶

1. Validity
2. Reliability

متغیرها	گویه‌ها	طیف انداز گیری	پایایی
توانایی حل مسئله	وقتی تغییری رخ می‌دهد می‌توانم خودم را با آن سازگار کنم. حداقل یک نفر هست که رابطه نزدیک و صمیمی‌ام با او در زمان استرس به من کمک کند. وقتی که راه حل روشنی برای مشکلاتم وجود ندارد، گاهی خدا یا تقدیر کمک می‌کند. می‌توانم برای هر چیزی که سر راهم قرار می‌گیرد، چاره‌ای بیندیشم. موفقیت‌هایی که در گذشته داشتم چنان اطمینانی در من ایجاد کرده‌اند که می‌توانم با مشکلات پیش‌رو برخورد کنم. لزوم کنار آمدن با استرس موجب قوی‌تر شدنم می‌گردد. معتقدم که علی‌رغم وجود موانع، می‌توانم به اهدافم دست یابم. حتی وقتی که امور ناامیدکننده می‌شوند، مأیوس نمی‌شوم. در لحظات استرس و بحران، می‌دانم که برای کمک گرفتن به کجا مراجعه کنم. ترجیح می‌دهم که خودم مشکلاتم را حل کنم تا اینکه دیگران تمامی تصمیم‌ها را بگیرند. اگر شکست بخورم به راحتی دلسرد نمی‌شوم. وقتی با چالش‌ها و مشکلات زندگی دست و پنجه نرم می‌کنم، خود را فردی توانا می‌دانم. در صورت لزوم می‌توانم تصمیم‌های دشوار و غیرمنتظره‌ای بگیرم که دیگران را تحت تأثیر قرار می‌دهد. در زندگی یک حس نیرومند هدفمندی دارم. حس می‌کنم بر زندگی‌م کنترل دارم. چالش‌های زندگی را دوست دارم. بدون در نظر گرفتن موانع پیش‌رو، برای رسیدن به اهدافم تلاش می‌کنم. به‌خاطر پیشرفت‌هایم به خودم می‌بالم.	لیکرت	۰/۹۱۸
آگاهی از خود	من غالباً درباره ماهیت واقعیت‌ها سؤال می‌پرسم. من معتقدم که ابعاد درونی‌ام، عمیق‌تر از جسم فیزیکی‌ام می‌باشد. من زمانی را صرف پی بردن به هدف یا دلیل وجودم می‌کنم. من قادرم که عمیقاً درباره آنچه رخ می‌دهد تفکر کنم. برای من دشوار است که هر چیزی غیر از امور مادی و فیزیکی را حس کنم. من می‌توانم بر ورودم به مراحل بالاتر خودآگاهی کنترل داشته باشم. من از ارتباط عمیق‌تر بین خودم و سایر افراد آگاهم. من قادر به تعریف هدف یا دلیل زندگی‌ام هستم. من قادرم آزادانه بین سطوح مختلف خودآگاهی حرکت کنم. من غالباً درباره معنی رویدادها در زندگی‌ام، تفکر می‌کنم. هنگامی که شکستی را تجربه می‌کنم، من هنوز قادر هستم تا در آن معنی و مفهومی را پیدا کنم. هنگامی که در مراحل بالاتر آگاهی هستم، مباحث و گزینه‌ها را به‌صورت واضح‌تر می‌بینم. من غالباً درباره رابطه بین انسان با سایر موجودات عالم تفکر می‌کنم. من از جنبه‌های غیر مادی زندگی، آگاهی زیادی دارم.	لیکرت	۰/۹۱۹

متغیرها	گویه‌ها	طیف اندازگیری	پایایی
آرامش	من می‌توانم بر طبق هدفی که در زندگی دارم، تصمیم‌گیری کنم. من درباره وجود یک قدرت یا نیروی برتر (مانند خدا) عمیقاً فکر می‌کنم. تشخیص ابعاد غیر مادی زندگی به من کمک می‌کند تا احساس تمرکز داشته باشم. من قادر به یافتن معنی و هدف تجربه‌های روزانه‌ام هستم. من فنونی را برای ورود به سطوح بالاتر خودآگاهی ایجاد کرده‌ام. من به تمام سوالات به‌صورت صادقانه و با استفاده از بیشترین توانمندیم پاسخ می‌دهم.	لیکرت	۰/۹۱۹

یافته‌ها

نتایج به‌دست آمده از تحلیل توصیفی متغیرهای زمینه‌ای نشان می‌دهد که از کل نمونه، ۵۷/۱ درصد، مرد و ۴۲/۹ درصد، زن هستند. میانگین سن، برابر ۴۲/۵۱ سال است. ۸۱/۷ درصد از نمونه مورد مطالعه متأهل و بقیه را مجردها و همسر فوت شده‌ها و مطلقه‌ها تشکیل می‌دهند.

جدول ۲: خصوصیات جامعه مورد بررسی

متغیرها	توزیع درصدی و آماره‌ها
سن	میانگین (۱۷/۵۱)، حداقل (۱۶)، حداکثر (۷۳)، انحراف معیار (۱۰/۳۳)
وضعیت جنسی	زن (۴۲/۹)، مرد (۵۷/۱)
وضعیت تأهل	متأهل (۸۱/۷)، مجرد (۱۱/۸)، سایرین شامل مطلقه و همسر فوت شده (۶/۵)

نتایج تحلیل توصیفی نشان می‌دهد که میزان احساس شادکامی اعضای خانواده‌های شاهد و ایثارگر شهر تبریز به‌طور متوسط برابر ۱۱۲/۷۷ (امتیاز حداقل طیف ۲۸ و حداکثر طیف ۱۶۸) و به‌صورت درصد نیز مساوی با ۶۷/۱۲ بوده است. این مقدار نشانگر وضعیت نسبتاً مطلوب میزان احساس شادکامی در بین اعضای خانواده‌های مذکور است. علاوه بر آن، متوسط به‌دست آمده برای متغیرهای هوش معنوی (امتیاز حداقل طیف ۲۰ و حداکثر طیف ۱۲۰) و میزان تاب‌آوری (امتیاز حداقل طیف ۱۸ و حداکثر طیف ۹۰) نیز نشانگر این است این دو متغیر نیز در وضعیت مناسبی است. زیرا، میانگین خام ۹۳ از ۱۲۰ و ۶۶/۳۲ از ۹۰ و میانگین درصدی میزان هوش معنوی و تاب‌آوری نزدیک ۷۴ درصد می‌باشد.

جدول ۳: شاخص‌های آماری متغیر تاب‌آوری و هوش معنوی و احساس شادکامی

آماره	تعداد	میانگین	میانگین درصدی	انحراف معیار	واریانس	دامنه	حداقل	حداکثر
هوش معنوی	۳۵۶	۹۳	۷۳/۸۱	۱۳/۹۶	۱۹۵/۱۵	۸۷	۳۹	۱۲۶
تاب‌آوری	۳۸۳	۶۶/۳۲	۷۳/۶۸	۱۱/۸۹	۱۴۱/۴۰	۶۳	۲۷	۹۰
شادکامی	۳۶۴	۱۱۲/۷۷	۶۷/۱۲	۲۲/۵۶	۵۰۹/۲۵	۱۶۷	۲۸	۱۶۸

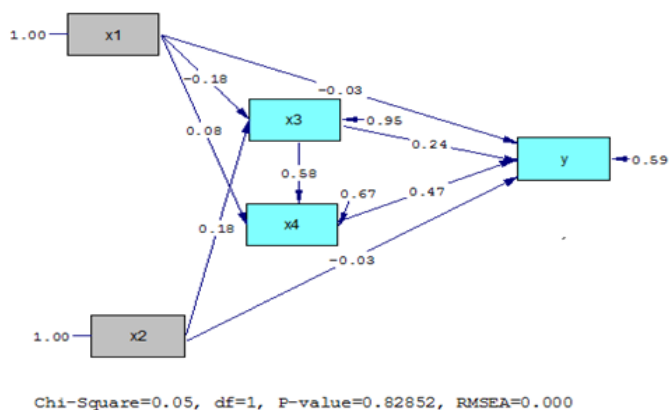
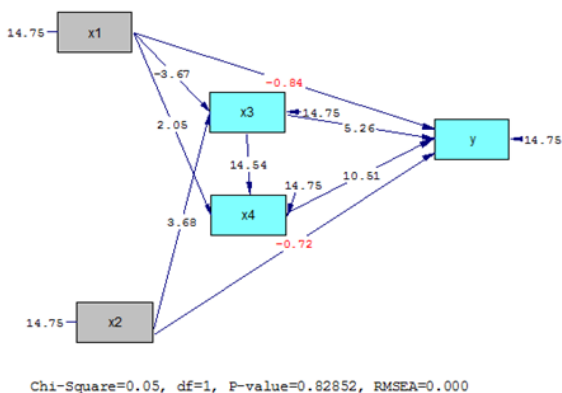
آزمون مدل ساختاری احساس شادکامی در میان اعضای خانواده‌های شاهد و ایثارگر مدل معادلات ساختاری^۱ تکنیکی است که به‌وسیله آن می‌توان اثرات مستقیم و غیرمستقیم همزمان متغیرهای بیرونی و درونی را مورد بررسی قرار داد. برای این کار باید بر اساس نظریه‌ها و تحقیقات قبلی مدل نظری ترسیم شده و در مراحل بعد مورد آزمون قرار گیرد. برای برازش مدل ساختاری، شاخص‌های مختلفی وجود دارد. زمانی که مقدار ضریب تبیین به ۱ نزدیک‌تر باشد، مقدار کای اسکوئر مدل نیز معنی‌دار نباشد و RMSEA نیز نزدیک صفر باشد مدل برازش‌شده مناسب خواهد بود. همچنین شاخص‌های برازش نسبی، معیار اطلاعات و مطلق مدل‌های مناسب باید بالاتر از ۰/۹۵ باشد. به‌استثنای PGFI و PNFI که مقادیر آنها هر چه به صفر نزدیک‌تر باشد، مدل مناسب خواهد بود. نتایج آزمون مدل نظری نشان داد که مدل ساختاری نهایی و برازش شده توسط داده‌های تحقیق در سطح مناسبی از نظریه‌ها و تحقیقات انجام‌شده حمایت کرده و مدل مناسبی برای تبیین میزان احساس شادکامی اعضای خانواده‌های شاهد و ایثارگر محسوب می‌شود. زیرا، اولاً، کای اسکوئر مدل معنی‌دار نبوده و مقدار RMSEA نیز نزدیک صفر است. ثانیاً، AIC و CAIC مدل نسبت به مدل‌های مستقل و اشباع، مقادیر کمتری دارند. ثالثاً، شاخص‌های برازش نسبی و برازش مطلق (جدول ۵) در سطح مناسب و قابل قبولی هستند. بنابراین، مدل معادلات ساختاری برازش‌شده مدل مناسبی برای تبیین تغییرات میزان احساس شادکامی اعضای خانواده‌های شاهد و ایثارگر بوده و توانسته به‌طور معنی‌داری ۴۱ درصد از تغییرات آن را مورد تبیین قرار دهد.

۱. پیش‌فرض‌های کنترل‌شده نظیر نرمال بودن توزیع داده‌ها، استقلال خطاها، چند هم‌خطی بین متغیرهای مستقل، داده‌های پرت و... نشانگر این بودند که می‌توان از تحلیل‌های چندمتغیره نظیر مدل معادلات ساختاری برای برازش نیکویی مدل تحقیق استفاده نمود.

جدول ۵: شاخص‌های برازش مدل ساختاری میزان شادکامی اعضای خانواده‌های شاهد و ایثارگر

شاخص کلی		شاخص معیار اطلاعات		شاخص پرازش نسبی		شاخص پرازش مطلق	
ضریب تبیین R^2	۰/۴۱	مدل AIC	۲۸/۰۵	NFI	۰/۱	GFI	۰/۱
مقدار T	۱۴/۷۵	AIC مدل مستقل	۴۸۱/۱۴	NNFI	۰/۱	AGFI	۰/۱
کای اسکور	۱/۱۸	AIC مدل اشباع	۳۰/۰	PNFI	۰/۱۰۰	PGFI	۰/۰۶۷
درجه آزادی	۱	مدل CAIC	۹۹/۲۰	CFI	۰/۱		
RMSEA	۰/۰۲۹	CAIC مدل مستقل	۵۰۶/۵۵	IFI	۰/۱		
سطح معنی‌داری	۰/۲۷۸	CAIC مدل اشباع	۱۰۶/۲۳	RFI	۰/۱		

۱۹۵

دیاگرام ۱: مدل ساختاری نهایی میزان شادکامی اعضای خانواده‌های شاهد و ایثارگر با مقادیر بتا^۱

دیاگرام ۲: مدل ساختاری نهایی میزان شادکامی اعضای خانواده‌های شاهد و ایثارگر با مقادیر T

۱. y = میزان شادکامی x_1 = سن x_2 = جنسیت x_3 = هوش معنوی x_4 = تاب‌آوری

مدل تدوینی برای تبیین تغییرات میزان احساس شادکامی اعضای خانواده‌های شاهد و ایثارگر نشان‌دهنده عدم معنی‌داری تأثیر مستقیم متغیر بیرونی سن و جنس برای میزان احساس شادکامی در میان اعضای خانواده‌های شاهد و ایثارگر است. زیرا مقادیر T این مسیرها کمتر از $1/96$ می‌باشد. اما تأثیر غیرمستقیم سن و جنس^۱ از طریق هوش معنوی و تاب‌آوری بر میزان احساس شادکامی در میان اعضای خانواده‌های شاهد و ایثارگر معنی‌دار است. چون مقدار ضرایب و مقدار T از مقدار $1/96$ بزرگ‌تر است. پس این فرضیه که جنس و سن تأثیر مستقیم معنی‌داری بر شادکامی اعضای خانواده‌ها دارد رد شده اما تأثیر غیرمستقیم و کل آنها معنی‌دار بوده و می‌توان گفت که متغیرهای جنسیت و سن از طریق متغیرهای هوش معنوی و تاب‌آوری برای شادکامی تأثیر معنی‌داری داشته است. متغیر درونی هوش معنوی هم اثر مستقیم و هم اثر غیرمستقیمش معنی‌دار بوده و می‌تواند باعث افزایش میزان احساس شادکامی اعضای خانواده‌های شاهد و ایثارگر شود. خانواده‌هایی که اعضای آنها دارای هوش معنوی بالایی هستند در مقایسه با خانواده‌های دیگر از احساس شادکامی بیشتر برخوردارند. همچنین هوش معنوی از طریق افزایش میزان تاب‌آوری منجر به بهبودی میزان احساس شادکامی اعضای خانواده‌ها می‌شود. درونی‌ترین متغیر مدل که نقش متغیر پیش بین را ایفا می‌کند متغیر تاب‌آوری است. نتایج بررسی مسیر اثرگذاری میزان تاب‌آوری بر احساس شادکامی اعضای خانواده‌های شاهد و ایثارگر نشان می‌دهد که تاب‌آوری خانواده‌ها تأثیر مستقیم معنی‌داری بر میزان برخورداری از شادکامی آنان دارد. خانواده‌های شاهد و ایثارگری که اعضای آنها در شرایط سخت زندگی از میزان تاب‌آوری بالاتر برخوردارند، میزان احساس شادکامی آنها بیشتر از اعضای خانواده‌های دیگر است.

بررسی اثر کل متغیرهای سن و جنس نشان می‌دهد که با وجود معنی‌داری اثر غیرمستقیم متغیر جنس، در کل متغیر جنس در افزایش و کاهش میزان شادکامی اعضای خانواده‌های شاهد و ایثارگر تأثیر معنی‌داری ندارد. اما متغیر سن هم اثر غیرمستقیم معنی‌دار داشته و هم اثر کل آن معنی‌دار شده است. نوع اثر سن بر میزان شادکامی به‌صورت منفی بوده است. به این معنی که با افزایش سن از میزان شادکامی اعضای خانواده‌های شاهد و ایثارگر کاسته می‌شود و برعکس.

۱. برای ورود این متغیر در مدل ساختاری کدهای ۰ و ۱ برای طبقات آن داده شده تا به‌صورت شبه‌فاصله‌ای باشد.

در مدل ساختاری تدوین شده مهم‌ترین عاملی که تأثیر مستقیم آن در بین عوامل دیگر بر میزان احساس شادکامی اعضای خانواده‌های شاهد و ایثارگر شایان توجه است، متغیر درونی تاب‌آوری تلقی می‌شود. اما بر حسب میزان اثر کلی که هر متغیر در مدل ساختاری دارد، مهم‌ترین متغیر هوش معنوی بوده است.

جدول ۶: اثرات متغیرهای تحقیق بر میزان شادکامی در بین اعضای خانواده‌های شاهد و ایثارگر

اثرات	سن	جنس	هوش معنوی	تاب‌آوری	مقدار T	ضریب تبیین
اثر مستقیم	-۰/۰۳	-۰/۰۳	۰/۲۴	۰/۴۷	۱۴/۷۵	۰/۴۱
اثر غیرمستقیم	-۰/۰۹	۰/۰۹	۰/۲۷	۰		
اثر کل	-۰/۱۲	۰/۰۶	۰/۵۱	۰/۴۷		

بحث و بررسی

این پژوهش با هدف بررسی جامعه‌شناختی شادکامی در بین اعضای خانواده‌های شاهد و ایثارگر و عوامل مرتبط با آن انجام شده بود. طبق نتایج توصیفی، میزان شادکامی خانواده‌های شاهد و ایثارگر در حد نسبتاً مطلوبی قرار دارد. همچنین آزمون مدل مفهومی تحقیق نشان داده که متغیرهای جمعیتی نظیر جنس و سن به‌صورت مستقیم در میزان شادکامی خانواده‌های شاهد و ایثارگر تأثیر معنی‌داری ندارد، اما اثرات آنها به‌صورت غیرمستقیم از طریق هوش معنوی و تاب‌آوری در ارتقا و کاهش میزان شادکامی معنی‌دار بوده است. نتیجه به‌دست آمده در خصوص متغیرهای جنسیت و سن پاسخگویان با نظریه‌های دابنر (۲۰۰۰) و فوجیتا و همکاران (۱۹۹۱) و نتایج تحقیق‌های خلعتبری و بهاری (۱۳۸۹)، نس (۲۰۱۳) و حقیان و همکاران (۱۳۹۶) همسو است. در مجموع می‌توان گفت که جنسیت و سن با واسطه می‌تواند میزان احساس شادکامی اعضای خانواده‌ها را تحت تأثیر قرار دهد. این دو متغیر در تحقیق حاضر از طریق متغیرهای هوش معنوی و تاب‌آوری بر میزان احساس شادکامی اعضای خانواده‌های شاهد و ایثارگر تأثیر معنی‌دار گذاشته است. افزایش سن منجر به کاهش هوش معنوی و به‌دنبال آن کاهش میزان احساس شادکامی اعضای خانواده‌های شاهد و ایثارگر می‌شود. این مسئله نشان می‌دهد که شادکامی هم متأثر از زمینه‌های اجتماعی و روانی است و هم متأثر از خصوصیات جمعیت‌شناختی.

در بین متغیرهای مدل ساختاری، هوش معنوی بر میزان احساس شادکامی اعضای خانواده‌های شاهد و ایثارگر هم تأثیر مستقیم معنی‌دار و مثبتی داشته و هم از طریق بهبود میزان تاب‌آوری اعضای خانواده‌ها بر میزان احساس شادکامی آنها تأثیر غیرمستقیم معنی‌داری گذاشته است. بنابراین، هوش معنوی یکی از عوامل اصلی در تبیین میزان احساس شادکامی افراد محسوب می‌شود. اعضای خانواده‌هایی که دارای هوش معنوی بالاترند، در قیاس با اعضای خانواده‌های دیگر شادتر هستند. همچنین هوش معنوی از طریق ارتقای میزان تاب‌آوری افراد نیز منجر به بالا رفتن میزان احساس شادکامی در زندگی می‌شود. بر همین اساس می‌توان گفت که این یافته تحقیق با نظریه وبر، دیکمن و تحقیقات خارجی عبدالخالق (۲۰۱۴)، ولا و همکاران (۲۰۱۴) و چاری (۲۰۱۱) و تحقیقات داخلی مانند هادی‌تبار و همکاران (۱۳۹۰)، مظفری‌نیا و همکاران (۱۳۹۳)، رئیسی و همکاران (۱۳۹۲) و جوادی و امیری (۱۳۹۳) مطابقت داشته و همسو بوده است. در مجموع می‌توان استدلال کرد که هوش معنوی افزایش قدرت انعطاف‌پذیری و خودآگاهی و شادکامی انسان را در پی داشته، به‌طوری که انسان را در برابر مشکلات و سختی‌های زندگی توانمند می‌سازد. انسان با داشتن صفات قدرشناسی، به‌یاد خدا بودن، برخورداری از سلامت، پذیرش اجتماعی، نگرش مثبت، منظم بودن و مسئولیت‌پذیری، اعتماد به نفس، آگاهی متعالی، هوشیاری و تولید معنا برای زندگی و ثبات خلق‌و‌خو می‌تواند بردباری و صبوری بیشتری را در مقابل سختی‌های زندگی از خود نشان دهد. در نهایت نتایج آزمون مدل ساختاری نشان داد تاب‌آوری یکی از مهم‌ترین متغیرهای تأثیرگذار بر میزان شادکامی اعضای خانواده‌های شاهد و ایثارگر بوده است. خانواده‌هایی که تاب‌آوری بیشتر در برابر مشکلات و مصائب زندگی داشتند، شادکام‌تر از اعضای دیگر خانواده‌ها بودند. در راستای نتایج تحقیق حاضر، خلعتبری و بهاری (۱۳۸۹) و جوادی و امیری (۱۳۹۳) در تحقیق خود رابطه مستقیمی بین میزان تاب‌آوری و میزان شادکامی پیدا کردند. همچنین لاور (۲۰۱۴) همبستگی مثبتی بین شادی و تاب‌آوری وجود دارد. نس (۲۰۱۳) نیز نشان داد که تاب‌آوری در استرس روزانه و میزان شادی افراد تأثیر داشته است. در همین راستا، خالد محمود و عبدالغفار (۲۰۱۴) دریافتند که تاب‌آوری در میزان شادکامی بیماران تأثیر به‌سزایی دارد. این یافته تحقیق و تحقیقات قبلی نشان‌دهنده این است که اعضای خانواده‌هایی که از مهارت‌های لازم برای مقابله با شرایط نابهنجار برخوردارند دارای شادکامی بیشتری هستند. اعضای خانواده‌هایی که نگرش مثبت و

مطلوب نسبت به پیرامون خود دارند، به آینده امیدوارند و انطباق مثبت با تجربه‌های تلخ و ناگوار دارند، شادکام‌ترند. پس می‌توان گفت که داشتن مهارت‌های لازم برای ترمیم میزان تاب‌آوری در نهایت به احساس شادکامی بیشتر اعضای خانواده‌ها منجر می‌شود. طبق یافته‌های تحقیق پیشنهاد می‌شود جهت زدودن عوامل ایجاد تشویش و اضطراب، افزایش سطح دانش عمومی و تخصصی اعضای خانواده‌ها و افزودن بر مهارت‌ها و اطلاعات آنان، کارگاه‌های آموزشی برای خانواده‌های شاهد و ایثارگر، جشن‌های دسته جمعی و مناسک مذهبی از سوی بنیاد شهید برگزار شود. در نهایت گفتنی است که سیاست‌گذاری در جهت افزایش میزان احساس شادکامی در بین اعضای خانواده‌های معظم شاهد و ایثارگر امری بسیار مهم تلقی شود و به تعمق بیشتر از سوی مسئولان نظام نیاز دارد.

منابع

۱. ابراهیم نجف‌آبادی، اعظم و عزت‌الله سام‌آرا. (۱۳۹۲). بررسی رابطه اجتماعی و احساس شادی مورد مطالعه زنان ۲۴-۱۵ ساله شهر اصفهان. *فصلنامه جامعه‌شناسی مسائل اجتماعی ایران*. ۵(۲).
۲. آزادی، سارا و حسین آزاد. (۱۳۹۰). بررسی رابطه حمایت اجتماعی، تاب‌آوری و سلامت روانی دانشجویان شاهد و ایثارگر دانشگاه‌های شهر ایلام. *مجله علمی - پژوهشی طب جانباز*. ۳(۱۲).
۳. باب‌الحوائجی، فهیمه؛ عباس‌علی رستمی‌نسب؛ اورانوس تاج‌الدینی و فخرالسادات هاشمی‌نسب. (۱۳۹۰). بررسی رابطه بین هوش معنوی و شادکامی کتابداران شاغل در کتابخانه‌های دانشگاه تهران. *نشریه تحقیقاتی کتابداری و اطلاع‌رسانی دانشگاهی*. ۴۵(۴).
۴. بهادری خسروشاهی، جعفر و تورج هاشمی نصرت‌آباد. (۱۳۹۰). رابطه امیدواری و تاب‌آوری با بهزیستی روان‌شناختی در دانشجویان. *اندیشه و رفتار*. ۶(۲۲).
۵. پهلوان صادق، اعظم و حسنعلی بختیارنصرآبادی. (۱۳۸۸). آموزش برنامه شادی فردایس تأثیر آن بر افزایش شادمانی خانواده‌های شاهد و ایثارگر. *ماهنامه علمی پژوهشی دانشگاه شاهد*. ۱۶(۸۴).
۶. جوادی، محمدجعفر و سارا امیری. (۱۳۹۳). *تعیین رابطه هوش معنی و شادکامی با تاب‌آوری در دانشجویان*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی. دانشکده علوم اجتماعی.
۷. چلبی، مسعود و سید محسن موسوی. (۱۳۸۸). بررسی جامعه‌شناختی عوامل مؤثر بر شادمانی در سطوح خرد و کلان. *مجله جامعه‌شناسی ایران*. ۹(۱ و ۲).
۸. الحسینی المدرسی، سیدمهدی و مجید کوهی برنج‌آبادی. (۱۳۹۶). تحلیل رابطه تاب‌آوری با ابعاد عیجین شدن با شغل. *فصلنامه مطالعات مدیریت بهبود و تحول*. ۲۵(۸۳).
۹. حقیان، الناز؛ منصوره‌السادات صادقی؛ لیلی پناغی و فرشته موتابی. (۱۳۹۶). الگوی پیش‌بینی‌کننده شادکامی زناشویی در افراد متأهل. *مجله خانواده‌پژوهی*. ۱۳(۲).
۱۰. حیدری، اعظم؛ مریم کوروش‌نیا؛ سیده مریم حسینی. (۱۳۹۴). رابطه بین هوش معنوی و شادکامی به‌واسطه بهزیستی روان‌شناختی. *روش‌ها و مدل‌های روان‌شناختی*. ۸(۲۱).
۱۱. خلعتبری، جواد و صونا بهاری. (۱۳۸۹). ارتباط بین تاب‌آوری و رضایت از زندگی. *فصلنامه روان‌شناسی تربیتی*. دانشگاه آزاد اسلامی واحد تنکابن. سال اول. شماره ۲.
۱۲. دانش‌زاده، ناهید. (۱۳۹۵). *بررسی میزان امید به آینده و شادکامی در بین خانواده‌های شاهد و ایثارگر شهر تبریز*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد پژوهش علوم اجتماعی دانشگاه تبریز. دانشکده حقوق و علوم اجتماعی.
۱۳. دولتی، علی. (۱۳۹۲). *بررسی میزان امید به آینده شهروندان و عوامل مرتبط با آن*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه تبریز. دانشکده حقوق و علوم اجتماعی. گروه علوم اجتماعی.
۱۴. ریتزر، جورج. (۱۳۷۳). *نظریه‌های جامعه‌شناسی*. احمدرضا غروی‌زاد. چاپ اول. تهران: نشر

مؤسسه انتشارات جهاد دانشگاهی.

۱۵. رئیس، مرضیه؛ هدی احمري طهران؛ سعیده حیدری؛ عصمت جعفر بگلو؛ زهرا عابدینی و سید احمد بطحایی. (۱۳۹۲). ارتباط هوش معنوی با شادکامی و پیشرفت تحصیلی در دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی قم. *آموزش در علوم پزشکی*. ۱۳(۵).

۱۶. سامانی، سیامک و عطا ترابی. (۱۳۹۰). شادکامی نوجوانان در گونه‌های مختلف خانواده بر اساس بافت‌نگر فرآیند و محتوای خانواده. *دو فصلنامه مشاوره کاربردی*. ۱۱(۱).

۱۷. عابدی، احمد؛ علیرضا شواخی و مریم تاجی. (۱۳۸۷). رابطه بین دینداری با شادی دانش‌آموزان دختر دوره متوسطه شهر اصفهان. *مطالعات اسلام و روان‌شناسی*. ۲(۲).

۱۸. عرفانی، نصراله. (۱۳۹۰). مقایسه کیفیت زندگی جانبازان مبتلا به PTSD و اعضای خانواده آنها با سایر جانبازان در استان همدان. همایش ملی ایثار و شهادت. همدان: دانشگاه آزاد اسلامی واحد همدان.

۱۹. علیزاده اقدم، محمدباقر؛ محمد عباس‌زاده؛ اصحاب حبیب‌زاده و سارا عبادی یالقوزاغاجی. (۱۳۹۳). بررسی رابطه بین شادی و احساس امنیت در افراد (مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه آزاد تبریز). *فصلنامه برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی*. ۵(۱۸).

۲۰. مظفری‌نیا، فائزه؛ فرخنده امین شکروی و علیرضا حیدرنیا. (۱۳۹۳). رابطه بین سلامت معنوی و شادکامی دانشجویان. *فصلنامه علمی پژوهشی آموزش بهداشت و ارتقای سلامت*. ۲(۲).

۲۱. مهدی‌زاده، شراره و فاطمه زارع غیاث‌آبادی. (۱۳۹۲). بررسی میزان دینداری و نقش آن در شادمانی جوانان. *مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران*. شماره ۳.

۲۲. موحدی، یزدان؛ جلیل باباپورخیرالدین و معصومه موحّد. (۱۳۹۳). اثربخشی آموزش گروهی مبتنی بر رویکرد امیددرمانی بر افزایش امید و بهزیستی روان‌شناختی دانش‌آموزان. *مجله روان‌شناسی مدرسه*. ۳(۱).

۲۳. میرشاه جعفری، ابراهیم؛ محمدرضا عابدی و هدایت‌الله دریکوندی. (۱۳۸۱). شادمانی و عوامل مؤثر بر آن. *تازه‌های علوم شناختی*. ۴(۳).

۲۴. نادی، محمدعلی و ایلناز سجادیان. (۱۳۹۰). تحلیل روابط بین معنای معنوی با بهزیستی معنوی، شادی ذهنی، رضایت از زندگی، شکوفایی روان‌شناختی، امید به آینده و هدفمندی در زندگی دانشجویان. *طلوع بهداشت*. ۱۰(۳ و ۴).

۲۵. نعمتی جوکار، شهرروز. سعیدی مقدم. مرضیه و پیرزادی. حجت. (۱۳۹۱). پیامدهای روان‌شناختی جنگ عراق علیه ایران. *پژوهش نامه دفاع مقدس*. ۱. ۸۱(۲)-۹۵.

۲۶. نورآذر، مهرناز. (۱۳۸۹). *بررسی جامعه‌شناسی شادمانی و عوامل مؤثر بر آن در زنان شهر تبریز*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشگاه تبریز. دانشکده حقوق و علوم اجتماعی. گروه علوم اجتماعی.

۲۷. هادی تبار، حمیده؛ قدسی احقر و شکوه نوابی‌نژاد. (۱۳۹۰). بررسی تأثیر آموزش مؤلفه‌های

هوش معنوی بر کیفیت زندگی همسران جانباز شاغل به تحصیل در مدارس بزرگسال شهر تهران.

مجله طب جانباز. ۴(۲)

۲۸. یزدانی، امین. (۱۳۹۱). بررسی رابطه ویژگی‌های شخصیتی سرسختی و تاب‌آوری با موفقیت تحصیلی در دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی ارتش. پایان‌نامه دکتری پزشکی عمومی. دانشگاه علوم پزشکی ارتش جمهوری اسلامی ایران. دانشکده پزشکی.

29. Abdel-Khalek, Ahmed M. (2014). Religiosity, Health and Happiness: Significant Relations in Adolescents from Qatar. *International Journal Social Psychology*, 60(7). 656-666.
30. Charry, E. T. (2011). God and the Art of Happiness, *Theology Today*. 68(3). 238-252.
31. Connor, K. & J. Davidson. (2003). Development of a New Resilience Scale: the Connor-Davidson Resilience Scale. (Cd-Risc). *Depress Anxiety*. 18(2). 76-82.
32. Davydov, D. M.; R. Stewart; K. Ritchie. & I. Chaudieu. (2010). Resilience and Mental Health. *Clinical Psychology Review*. 30(5). 479-495
33. Diener, E. (2000). Subjective Well-Being: the Science of Happiness and a Proposal for a National Index. *American Psychologist*. Vol. 55. No. 1, 34-43.
34. Jordan, B. K.; C. R. Marmar; J. A. Fairbank; W. E. Schlenger; R. A. Kulka; R. L. Hough & D. S. Weiss. (1992). Problems in Families of Male Vietnam Veterans With Posttraumatic Stress Disorder. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*. 60(6). 916-926.
35. Khalid Mahmood & Abdul Ghaffar. (2014). The Relationship between Resilience, Psychological Distress and Subjective Well- Being Among Dengue Fever Survivors. *Global Journal of Human Social Science: A Arts & Humanities - Psychology*. 14(10). 12-20.
36. King, D. B. (2008). Rethinking Claims of Spiritual Intelligence: a Definition, Model, and Measure. *Master Thesis*. Peterborough, Ontario, Canada.
37. Lower, K. E. (2014). Understanding Resilience and Happiness Among College Students. *A Master Thesis*. Arts in Psychology Middle Tennessee State University.
38. Lyubomirsky, S. J. K. Boehm. (2010). Human Motives, Happiness, and the Puzzle of Parenthood: *Commentary on Perspectives on Psychological Science*. 5(3). 327-334. [Http:// pps.sagepub.com](http://pps.sagepub.com)
39. Ness, M. (2013). *Exploring the Relationships Among Happiness, Daily Stress, and Resilience in Adolescents*. Department of Social Work and Health Science. Norwegian University of Science and Technology.
40. Ness, M. (2013). Happiness, Daily Stress and Resilience in Adolescents. A Comprehensive Overview. *Master's Thesis*. Norwegian University of Science and Technology Faculty of Social Sciences and Technology Management Department of Social Work and Health Science.
41. Park, N. (2004). The Role of Subjective Well-Being in Positive Youth Development. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*. 591(1). 25-39.
42. Seligman, M. E. P. (2008). Positive Health. *Applied Psychology: an International Review*. 15(1). 3-18.
43. Veenhoven, R. (2010). How Universal Is Happiness?. In E. Diener; J. F. Helliwell. & D. Kahneman. (Eds). *International Differences in Well-Being*. New York: Oxford University Press, P. 328-351
44. Vela, J. C.; V. Castro; L. Cavazos; M. Cavazos. & S. L. Gonzalez. (2014). Understanding Latina/o Students' Meaning in Life, Spirituality, and Subjective Happiness. *Journal of Hispanic Higher Education*. 14(2). 171-184.
45. World Health Organization. (2005). Promoting Mental Health: Concepts, Emerging Evidence, Practice. *Summary Report*. Geneva: World Health Organization.