

# نمایه پژوهش

دوره جدید، سال هشتم، شماره دوم  
شماره مسلسل ۴۰، تابستان ۱۴۰۰

پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات  
وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

مدیر مسئول: محمد سلگی  
سر دبیر: داریوش مطلبی

## هیأت تحریریه:

- مصطفی اسدزاده
  - رضا تسلیمی
  - حسین حسینی
  - محمد حسن زاده
  - زهره سعیدی
  - محمد سلگی
  - هامون شریفی
  - سید وحید عقیلی
  - اسماعیل غلامی پور
  - منصوره فصیح
  - رضا ماحوزی
  - توحید محرمی
  - داریوش مطلبی
  - مهرداد ناظری
  - سیده راضیه یاسینی
  - سجاد یاهک
- دانش آموخته دکتری سیاست‌گذاری فرهنگی  
استادیار پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات  
استادیار پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات  
استاد دانشگاه تربیت مدرس  
استادیار پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات  
استادیار جهاد دانشگاهی  
دانش آموخته دکتری مدیریت دولتی  
دانشیار دانشگاه آزاد اسلامی  
دانش آموخته دکتری جامعه‌شناسی  
استادیار پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات  
دانشیار موسسه پژوهشی مطالعات فرهنگی و اجتماعی  
استادیار پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات  
دانشیار دانشگاه آزاد اسلامی  
دانشیار دانشگاه آزاد اسلامی  
دانشیار پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات  
دانش آموخته دکتری جامعه‌شناسی



پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات  
وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

مدیر داخلی: کتابون قهرمانی  
گرافیکست و صفحه‌آرا: علیرضا کرمی  
ویراستار فارسی: معصومه الیاس پور  
ویراستار انگلیسی: سجاد یاهک

نشانی: تهران، پایین تراز میدان  
ولیعصر، خیابان دمشق، شماره ۹

صندوق پستی: ۶۴۷۴-۱۴۱۵۵  
تلفن: ۰۲۱-۸۸۹۱۹۱۷۹  
نمایر: ۰۲۱-۸۸۸۹۳۰۷۶  
رایانامه: namayeh@rica.ac.ir  
بهای تک‌شماره: ۳۰۰۰۰۰ ریال

◆◆◆  
- نقل مطالب از نشریه با ذکر منبع آزاد است.  
- مقالات منعکس کننده نظر نویسندگان آن‌ها است و  
فصلنامه تخصصی نمایه پژوهش هیچ مسئولیتی درباره  
محتوای این آثار ندارد.



پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات  
وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

## درباره مجله:

سیاست نمایه پژوهش، گسترش، ارتقاء و انتشار دستاوردها و یافته‌های پژوهشی کاربردی و مسأله‌محور در حوزه فرهنگ، هنر و رسانه است که با هدف دسترس‌پذیری خلاصه نتایج پژوهش‌ها، آگاهی‌رسانی درباره دیدگاه‌های پژوهشگران و صاحب‌نظران، جریان‌سازی در حوزه فرهنگ هنر و رسانه و ایجاد ارتباط خلاق و پویا بین پژوهشگران، صاحب‌نظران و مراکز پژوهشی فعال منتشر می‌شود. فصلنامه علاقمند است دیدگاه نقادانه در این قلمرو را بسط دهد.

## محورهای موضوعی فصلنامه:

فرهنگ، فرهنگ عمومی، سیاست‌گذاری فرهنگی، کتاب و نشر، اقتصاد فرهنگی، تولید و مصرف فرهنگی، مطالعات دینی، فرهنگ معاصر و تغییرات فرهنگی، توسعه فرهنگی، مسائل و مشکلات فرهنگی، ارتباطات و رسانه، فضای مجازی، مدیریت رسانه، سیاست‌گذاری حوزه رسانه، مطبوعات، حقوق و رسانه، اقتصاد رسانه، و اخلاق پژوهش، پژوهش هنر، سینما و هنرهای نمایشی، هنرهای تجسمی و موسیقی.

## اشتراک:

مبلغ اشتراک سالیانه در ایران ۱۲۰۰۰۰۰ ریال است. علاقمندان به اشتراک، این مبلغ را به شماره حساب ۴۰۰۱۰۲۸۵۰۳۰۱۴۹۰۶ بانک مرکزی به نام انتشارات پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات واریز و اصل فیش را به نشانی تهران، پایین‌تر از میدان ولیعصر، خیابان دمشق، شماره ۹، پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، طبقه اول، ارتباطات علمی پژوهشی ارسال کنند.





■ سخن سردبیر

- ضرورت انتشار پژوهش‌ها و داده‌های فرهنگی ..... ۵

■ گفتگو

- قابلیت‌های هنرهای سنتی در مدیریت فرهنگی جامعه در دوران معاصر، در گفتگو با سید محمد بهشتی / طیبه عزت‌اللهی نژاد ..... ۹

■ یادداشت تحلیلی

- پژوهش‌های فرهنگی سودمندتر از نگاه مطالعات فرهنگی / محمد رضایی ..... ۲۹
- تلاش برای نظام‌مند کردن پیمایش‌های ملی (یک الگوی پیشنهادی) / فاطمه جواهری ..... ۴۱
- دانشمند و سیاست‌گذار، تأملی در باب رابطه دانش و عمل / رضا ماحوزی ..... ۵۱

■ مقاله

- الگوهای نظارت والدین تهرانی بر استفاده فرزندان از اینترنت / علیرضا دهقان ..... ۶۱
- تدوین سناریوهایی برای توسعه استارت‌آپ‌های صنعت کتاب در ایران / مهدی علیپور حافظی ..... ۸۵
- اخبار جعلی و برساخت گفتمانی قدرت اجتماعی شرکت‌های فناوری / برایان کریچ، ترجمه حسین حسینی ..... ۹۷
- نقش در حال تغییر کتابخانه‌ها: چطور مددکاران اجتماعی می‌توانند کمک کنند؟ / الیزابت ای. والر، ماری ای. پروونس، جان هلینگ، و مایکل ای. ویلیامز؛ مترجم: زینب صفوی ..... ۱۲۳

■ نشست

- توانمندسازی کسب‌وکارهای فرهنگی فضای مجازی ..... ۱۴۱
- کرونا و ذهنیت جمعی در ایران ..... ۱۵۹
- زیست‌فرهنگ در جهان شبکه‌ای آینده: سناریوهایی برای فرهنگ مکتوب و کتابخانه‌های عمومی ..... ۱۶۹

■ نقد کتاب

- خرده‌فرهنگ معنای سبک / رضا تسلیمی طهرانی ..... ۱۸۹
- در جست‌وجوی اعتماد اجتماعی در ایران / اسماعیل غلامی پور ..... ۱۹۳
- بیانیه آموزش رسانه‌ای / حمید کشاورز ..... ۲۰۱
- شمارش به‌عنوان روشی کیفی / فریبرز درودی ..... ۲۱۱
- هنر ارائه مطالب علمی / رحمان معرفت ..... ۲۱۷

- تازه‌های پژوهش / سماء کشاورز دیزجینی ..... ۲۲۷

- تازه‌های کتاب / سماء کشاورز دیزجینی ..... ۲۴۹



پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات  
وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

## ضرورت انتشار پژوهش‌ها و داده‌های فرهنگی

• داریوش مطلبی

سردبیر

امروزه در نظریه‌های مختلف علوم اجتماعی، «فرهنگ» اهمیتی اساسی در خلق پدیده‌های اجتماعی دارد و بر همه‌ی زوایای زندگی انسان - از مسائل اجتماعی گرفته تا اقتصادی و سیاسی و...- تأثیرگذار است و همین امر سبب شده است تا پژوهش‌های زیادی در سطح ملی و بین‌المللی در این حوزه انجام شود. در ایران علاوه بر مراکز دانشگاهی - که در بسیاری از آن‌ها، گروه‌های آموزشی مرتبط با حوزه فرهنگ نظیر علوم اجتماعی و گرایش‌های وابسته، سیاست‌گذاری فرهنگی، مدیریت و برنامه‌ریزی فرهنگی و... وجود دارد و پژوهش‌های زیادی در مقطع تحصیلات تکمیلی انجام می‌شود- بالغ بر ۳۰ مرکز فرهنگ‌پژوهی در کشور فعالیت می‌کنند که یا مستقیماً به فعالیت پژوهشی در حوزه فرهنگ مشغول‌اند یا بخشی از مطالعات خود را به این حوزه اختصاص داده‌اند. اما با وجود مراکز متعدد دانشگاهی، دولتی و خصوصی و انجام پژوهش‌های کاربردی و بنیادی مختلف، هنوز جایگاه مطلوبی در پژوهش نظام‌مند و نهادمند فرهنگی نداریم و اطلاعات و داده‌های برگرفته از طرح‌های پژوهشی، مبنای تصمیم‌گیری و سیاست‌گذاری نیستند؛ به زبان دیگر، با وجود اهمیت فرهنگ و انجام مطالعات متعدد در ایران، متأسفانه نتایج و ثمرات این مطالعات متعدد را در سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی و مدیریت حوزه‌های مختلف فرهنگ و هنر نمی‌بینیم. پرسش این است که کجای کار مشکل دارد؟

بدون تردید، این مسئله زوایای متعددی دارد و برخی علل آن را در درون میدان پژوهش فرهنگی و برخی در بیرون از آن و در گستره‌ی ساختارهای کلان نظام موجود می‌دانند. در اینجا سعی می‌شود به مسئله‌ای که در میدان نهادی پژوهش است، بپردازم؛ جدا از مسائلی چون مسئله‌محور نبودن برخی پژوهش‌ها و کم‌توجهی به معیارهای علمی، سعی دارم به مسئله‌ای بپردازم که اخیراً با آن درگیر بوده‌ام و آن «دسترس‌ناپذیری داده‌ها و اطلاعات و مطالعات» است.

در چند ماه گذشته برای جمع‌آوری خلاصه‌ای از پژوهش‌های فرهنگی انجام شده

فصلنامه

نمایه  
پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

در کشور، از یکی از دانشجویان علوم اجتماعی درخواست کردم با بررسی کتابخانه‌ها و پایگاه‌های اینترنتی، پژوهش‌های انجام‌شده در حوزه فرهنگ را شناسایی کند و گزارشی مختصر شامل مشخصات و چکیده‌ای از محتوای آن‌ها ارائه دهند. پس از چند هفته، با مشخصات مختصری از تعداد انگشت‌شماری از پژوهش‌های انجام‌شده به من مراجعه و اعلام کرد که «بیش از این یافت نشد». در ابتدا تصور کردم از کلیدواژه‌های مناسب استفاده نکرده و یا جای مناسبی را برای جست‌وجو انتخاب نکرده است؛ برای همین، علاوه بر راهنمایی نحوه جست‌وجو در پایگاه‌های اطلاعاتی مرتبط، کلیدواژه‌هایی که می‌بایست برای جست‌وجو استفاده شود، و فهرستی از سایت‌های مراکز فرهنگ پژوهی (بالغ بر ۳۰ مرکز) را در اختیارش قرار دادم تا ظرف دو هفته آن‌ها را بررسی و نتیجه را ارائه دهد؛ پس از دو هفته، برای بار دوم نتیجه بررسی چندان رضایت‌بخش نبود. اطمینان نکردم و برخی از سایت‌های مراکز پژوهشی را شخصاً بررسی کردم، با وجود اینکه می‌دانستم برخی از پژوهش‌ها در این مراکز انجام‌شده ولی در سایت مراکز، یا اطلاع‌رسانی نشده بودند، یا اطلاعات مناسبی ارائه نشده بود.

تعجبم زمانی بیشتر شد که متوجه شدم بسیاری از پژوهش‌های حوزه فرهنگ برچسب‌های «محرمانه» و «غیرقابل انتشار» و امثال آن خورده است درحالی‌که بیشتر این پژوهش‌ها با بودجه عمومی انجام‌شده و دسترسی مردم، سیاست‌گذاران، برنامه‌ریزان و پژوهشگران به آن‌ها ضروری است. طبیعتاً با منع انتشار و دسترسی به داده‌های تولیدشده، اهمیت این داده‌ها پس از مدتی از بین می‌رود و اصطلاحاً با مرگ داده مواجه می‌شویم. داده‌ها و اطلاعات تولیدشده تا زمانی که در اختیار پژوهشگران برای نگارش تحلیل‌های ثانویه و دیگر پژوهش‌های کیفی قرار نگیرد، نمی‌تواند منشأ تصمیم‌گیری و سیاست‌گذاری شود. بدون دسترسی به داده‌ها نیز عملاً سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی و هدایت حوزه‌های مختلف فرهنگ و هنر و رسانه، در خلأ اتفاق می‌افتد و انتظار اثربخشی از آن‌ها، منطقی نیست.

بنابراین دسترس‌پذیر کردن داده‌ها، اطلاعات و نتایج مطالعات حوزه فرهنگ، ضرورتی اجتناب‌ناپذیر در راستای اثرگذاری این مطالعات در حوزه سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی و مدیریت فرهنگی است. در وضع موجود که با ضعف سیستم‌های اطلاعاتی و نبود ارتباطات مناسب بین مؤسسات تحقیقاتی مواجه هستیم، اگر همه مراکز دانشگاهی و فرهنگ پژوهی، داده‌ها و مطالعات خود را دسترس‌پذیر کنند، شبکه بین‌نهادی فرهنگ پژوهی شکل می‌گیرد که کارکردهای متعددی دارد: پراکندگی اطلاعات و داده‌های فرهنگی کاهش می‌یابد، از طرح‌ها و برنامه‌های موازی و تکراری

در مؤسسات پژوهشی جلوگیری می‌شود، میان نهادهای تحقیقاتی هماهنگی ایجاد می‌شود و سازمان‌یافتگی پژوهش‌ها و هماهنگی در ابزارهای گردآوری داده‌های فرهنگی نیز محقق می‌شود.

بنابراین به نظر نگارنده، شکل‌گیری کنسرسیومی با مشارکت مراکز فرهنگ پژوهی و تجمیع داده‌ها و دسترس‌پذیری آن‌ها برای مراکز تصمیم‌ساز و همچنین پژوهشگران، می‌تواند بخشی از خلأ دانشی حوزه فرهنگ را پوشش دهد، هرچند بر ملاحظات کلی که در خصوص داده‌های حوزه فرهنگ وجود دارد، واقف هستیم. این کنسرسیوم می‌تواند اهداف و کارکردهای زیادی داشته باشد از جمله: دسترسی‌پذیری و تجمیع داده‌ها و اطلاعات و تشکیل «اطلس داده‌های فرهنگی» که موجب انسجام بخشی به داده‌های فرهنگی کشور می‌شود؛ دسترسی یکپارچه به داده‌های فرهنگی و امکان فراتحلیل و تحلیل ثانویه داده‌ها و اطلاعات و ایجاد و تولید گزارش‌های ترکیبی براساس داده‌های متنوع که می‌تواند در یک پایگاه داده قرار بگیرد. شکل‌گیری شبکه پژوهش فرهنگی و ساماندهی وضعیت آمارها، پژوهش‌ها، نظرسنجی‌ها و نتایج طرح‌های پیمایشی و ثبتی، استانداردسازی ابزارهای گردآوری داده‌ها و اطلاعات فرهنگی.

شکل‌گیری این کنسرسیوم و ایجاد شبکه پژوهش فرهنگی، الزامات نهادی متعددی دارد و مشارکت و همکاری شبکه‌ای نهادهای فرهنگی و پژوهشی در تجمیع داده‌ها و تولید گزارش‌های فرهنگی را می‌طلبد: تعامل نهادها و اشتراک داده‌ها و اطلاعات و دسترسی نهادها به اطلاعات و داده‌های همدیگر و تشکیل پایگاه داده‌ها برای هر مؤسسه و نهاد و تشکیل یک پایگاه داده مرکزی متصل به پایگاه‌های داده؛ تجمیع داده‌های فرهنگی براساس سیستم شبکه‌ای بین نهادها و مؤسسات مختلف ذی‌مدخل در جمع‌آوری و تولید داده‌های فرهنگی، متصل به پایگاه اصلی و مرکزی ضروری است. با شکل‌گیری شبکه پژوهش فرهنگی و دسترس‌پذیری داده‌ها و اطلاعات فرهنگی برای عموم ذینفعان یعنی اساتید دانشگاه، پژوهشگران، دانشجویان، فعالان فرهنگی، مردم عادی، مدیران فرهنگی و سازمان‌ها و دستگاه‌های فرهنگی و پژوهشی و... می‌توان شاهد تحول اساسی هم در کیفیت علمی تحقیقات، هم در ارتباط منسجم بین نهادها و مؤسسات تحقیقاتی و هم در اثرگذاری نتایج این تحقیقات در سیاست‌گذاری‌ها و برنامه‌ریزی‌های فرهنگی بود.



## قابلیت‌های هنرهای سنتی در مدیریت فرهنگی جامعه در دوران معاصر در گفتگو با سیدمحمد بهشتی

(عضو شورای عالی میراث فرهنگی و گردشگری)

• طیبه عزت‌اللهی نژاد<sup>۱</sup>

### چکیده

در دوره مدرن، تحولاتی در تعریف، کارکرد و نگرش به هنر سنتی در جهان به‌ویژه ایران رخ داد و میان هنر و صنعت تمایز ایجاد کرد. در حالی که پیش از این، این دو با یکدیگر همپوشانی داشتند. به مرور زمان این فاصله عمیق‌تر شد، به طوری که دیگر ایران کشوری صنعتی به‌شمار نمی‌آمد با اینکه در طول تاریخ، هنر و صنعت ایران باهم تنیده شده بودند. با نگاهی به تاریخ درمی‌یابیم هنگامی که از هنر سنتی سخن به میان می‌آید، در واقع پیشینه صنعتی را نیز دربر می‌گیرد، درحالی که امروزه هرگاه در مورد هنر سنتی سخنی گفته می‌شود اغلب از منظر تعریف امروزی هنر است و به وجه صنعتی موضوع توجهی نمی‌شود و آن را به‌عنوان سابقه صنعتی بودن به‌شمار نمی‌آورند. در صورتی که الگوی کهن صنعتی ایران نوعی «صنعت کیمیاگرانه توأم با هنر» بود. بنابر تعریف امروزی که صنایع خلاقه دانش‌محور نام دارد و یکی از مهم‌ترین منابع تولید ثروت است، آنچه امروز اهمیت دارد، بازخوانی نگرش به هنر سنتی و رابطه آن با صنعت است، زیرا گسست پیوند میان این دو، نتیجه‌اش رکود و نخوت خواهد بود.

واژگان کلیدی: هنر سنتی، مدیریت فرهنگی، جامعه معاصر، سیدمحمد بهشتی

فصلنامه

نمایه  
پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

## ■ از منظر شما، هنرهای سنتی چیست؟

هنگامی که اندیشهٔ مدرن وارد ایران شد، تحولاتی در تعریف هنر سنتی روی داد و نوع نگرش به تعریف و کارکرد هنر سنتی تغییر کرد. یعنی اکنون که از هنر صحبت می‌کنیم با آنچه پیش از این وجود داشت، متفاوت است. در دوران مدرن میان هنر و صنعت فاصله ایجاد شد، در صورتی که پیش از آن هنر و صنعت دو روی یک سکه بودند و البته این تحولات تنها در ایران رخ نداد و در غرب هم اوضاع همین گونه بود. چیزی که ما امروز از آن به عنوان هنر سنتی یاد می‌کنیم، همان است که پیش از سیطرهٔ اندیشهٔ مدرن رواج داشت. به عبارت دیگر، هنر و صنعت مترادف یکدیگر بودند. جالب اینجاست که در یک قرن اخیر کسانی که در حوزهٔ مدیریت صنعت کشور فعالیت می‌کردند، ایران را کشوری صنعتی نمی‌دانستند، در صورتی که وجود هنرهای سنتی و تنوع و فراوانی آن در سطح کشور بیش از هر چیز دلالت بر این دارد که ما پیش از انقلاب صنعتی کشوری صنعتی بوده‌ایم و بی‌شک تاریخ ایران با صنعت درهم تنیده بود. برای مثال، محوطهٔ تاریخی آریسمان از روستاهای نطنز بیش از ۴ تا ۶ هزار سال منطقه‌ای صنعتی بود. این محوطهٔ تاریخی ۳۵۰ هکتار است که به مدت دوهزار سال افراد این روستا به صنعتگری اشتغال داشتند. استحصال فلزاتی مانند مس، نقره و سرب از سنگ معدن از آن جمله بود. ایران با چنین پیشینه‌ای در حوزه‌های مختلف در عرصهٔ صنعتی جهان نقش‌آفرینی می‌کرد. اگر به هریک از شاخه‌های هنر سنتی ایران، ژرف و با نگاهی تاریخی بنگریم متوجه خواهیم شد که تاریخ آن با تاریخ بشر در آن موضوع برابری می‌کند. یافته‌ها نشان می‌دهند که تاریخ فلزکاری یا نساجی بشر از ایران آغاز شده است و امروزه کهن‌ترین آثار نساجی دنیا از شهر سوخته به دست آمده است. معنی این سخن چیست؟ پیش از این منظور از هنر سنتی در واقع پیشینهٔ صنعتی بود، درحالی‌که اکنون به هنر سنتی به مفهوم امروزی آن نگریسته می‌شود و به وجه صنعتی موضوع توجهی ندارند و آن را دارای سابقهٔ صنعتی نمی‌دانند. اگر از این منظر به موضوع نگاه کنیم متوجه خواهیم شد چه الگوی کهن صنعتی‌ای در ایران وجود داشته است. من نام آن را «صنعت کیمیاگرانه» می‌گذارم؛ چیزی که به تعریف امروزی صنایع خلاقهٔ دانش‌محور نام دارد و این یکی از مهم‌ترین منابع تولید ثروت در ایران بوده است. برای نمونه، شهر کاشان یکی از مهم‌ترین مراکز صنعتی با همین تعریف هنرهای سنتی بوده است. کتابچه‌ای با عنوان «تفریح بودجهٔ سال ۱۲۸۶ خورشیدی» و متعلق به دوران ناصر می‌موجود است. در این کتابچه تمامی مالیات‌هایی که از سراسر کشور جمع‌آوری و خرج می‌شده، نوشته شده است و امروز به آن «تفریح بودجه» می‌گویند. هنگامی که این کتابچه را مطالعه می‌کنیم به نکات جالبی برمی‌خوریم: شهر کاشان ۵ درصد از بودجه و مالیات کل کشور را برعهده داشته است. در صورتی که ایالت گیلان با امکانات محیط زیستی بیشتر فقط ۳ درصد از مالیات کل



در دوران مدرن میان هنر و صنعت فاصله ایجاد شد، در صورتی که پیش از آن هنر و صنعت دو روی یک سکه بودند و البته این تحولات تنها در ایران رخ نداد و در غرب هم اوضاع همین گونه بود

فصلنامه

نمایه پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

کشور را پرداخت می‌کرده است. به این معنا که کاشان از گیلان بیشتر ثروت تولید می‌کرد. باید دید این شهر برای تولید ثروت چه منبعی داشته؟ در این شهر نه آب فراوانی بود که بتوان گفت کشاورزی در آنجا رونق داشته و نه مراتع زیاد و گسترده‌ای که دامداری کنند، تنها در حوزه صنعت ممکن است این اتفاق روی داده باشد. مهم‌ترین محصولات آن زربفت، مخمل و فرش بود. هنگامی که از اصطلاح کیمیاگری استفاده می‌کنیم به این معناست که ما کالایی کم‌ارزش را با تمهیداتی به کالایی ارزشمند تبدیل کنیم. برای نمونه، مس را به طلا بدل کنیم. حال تمام مواد اولیه‌ای را که قطعه‌ای زربفت با آن بافته می‌شود در یک کفه ترازو و هم‌وزن با آن هم زربفت بگذاریم، مابه‌تفاوت ارزش این دو مانند مس و طلاست، پس کیمیاگری نهایت خلاقیت است. از دید من این مورد برای ما درس‌های فراوانی دارد تا توجه داشته باشیم چه مناطقی دارای چه استعدادهایی است. در هر بخش از این سرزمین استعداد‌های خاصی وجود دارد. متأسفانه در مورد مفهوم صنعت دچار سوءتفاهم شده‌ایم و گمان می‌کنیم محصول صنعتی محصول ماشینی است و متوجه نیستیم که ماشین باید ابزار دست صنعت‌گر باشد و محصول صنعتی باید محصول صنعت‌گر باشد. ما فکر می‌کنیم باید از خارج ماشین‌آلات وارد کنیم و نام آن را هم وارد کردن فناوری می‌گذاریم و مدام هم می‌گوییم می‌خواهیم محصول صنعتی وارد کنیم. در این میان، چیزی بدان نمی‌افزاییم و از ابتکار و خلاقیت بهره‌ای نمی‌گیریم و محصولی که تولید می‌کنیم همیشه کیفیت پایین‌تری دارد و در مورد استعدادی که داریم بی‌اعتنایییم. برای نمونه، در استان یزد تعداد زیادی کارخانه سرامیک‌سازی وجود دارد و جالب اینجاست که هنر ما در سرامیک و کاشی چه بوده است؟ به عبارت دیگر، هنر ما نقش و رنگ بوده است نه بیسکویت سفال که امروزه رواج دارد. اما امروز نقش و رنگ و کلیشه‌های آن را از اسپانیا و ایتالیا وارد و بیسکویت آن را تولید می‌کنند. نگرش ما به مسائل وارونه شده است، زیرا گمان می‌کنیم محصول صنعتی محصول ماشینی است. در صورتی که اگر به گذشته نگاه کنیم درمی‌یابیم که محصول صنعتی در واقع محصول صنعت‌گر به وسیله ابزار است. به همین دلیل هم ابتکار و خلاقیت حضور بسیار پررنگی داشتند. انسان از این منظر درس‌های زیادی می‌آموزد. نکته دیگر وجه هنری است. همان‌گونه که گفتیم آنها دو روی یک سکه‌اند. هنگامی که به هنرهای سنتی کشورمان می‌نگریم متوجه می‌شویم بیشتر آنها بدون استثنا حاصل پیوند هنر و صنعت هستند. هنگامی که از صنعت می‌گوییم شاید خیش، گاواهن و نعل اسب هم جزو آنها قرار بگیرد و شاید در این بخش‌ها نتوانیم چنان‌که باید جنبه‌های هنری آن را مدنظر قرار دهیم، اما به هر روی آنها هم جزو صنعت ما هستند. هنگامی که به وجه هنری می‌نگریم متوجه می‌شویم همواره ایرانی قائل به این بود که هر چیزی زمین و آسمانی دارد و او تا آسمان آن موضوع را فتح نمی‌کرد از پا نمی‌نشست. به عبارت دیگر، وجه هنری فتح آسمان آن

نگرش ما به مسائل وارونه شده است، زیرا گمان می‌کنیم محصول صنعتی محصول ماشینی است. محصول صنعتی در واقع محصول صنعت‌گر به وسیله ابزار است

فصلنامه

نمایه پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

موضوع است. صنعتی که خلق می‌شود، نباید با آن فقط به نیازهای کاربردی پاسخ داد، بلکه باید مشخص کرد که محصول آن برای چه کسی و به چه منظوری ساخته شده است. به همین دلیل، در آن رنگ و نقش به کار می‌برند. البته این امر تنها در اشیاء و لوازم نیست بلکه در همه اشیاء نمود دارد. برای نمونه، آن را می‌توانید در معماری هم ببینید. اگر مقصود از حمام رفتن فقط شست‌وشوی بدن باشد، ضرورتی ندارد جایی به زیبایی حمام گنجعلی خان ساخته شود.

امروزه همه در خانه خود حمام دارند و این حمام‌ها بیشتر وجه کاربردی داشته و از حمام گنجعلی خان مجهزترند، اما این حمام‌ها به تمثیل تنها زمین حمام‌اند و آسمانی ندارند. در حمام گنجعلی خان، هنرمند آسمان حمام را هم در نظر گرفته یعنی جایی که شعر حمام را بسراییم و در آنجا شاعری کنیم. این در مورد همه وسایل زندگی صدق می‌کند. نمونه شاخص دیگر فرش است. اگر فرش قرار بود تنها بستری گرم و نرم باشد، موکت هم می‌توانست همین گونه باشد. اما ما به آن راضی نشده‌ایم. باید فرشی پرنقش‌ونگار داشته باشیم. از سوی دیگر، باید فرشی باشد که زندگی روزمره ما روی آن نظم و سامان پیدا کند. اگر شما در اتاق فرشی می‌گسترانید و روی آن پارازیتی مانند میل و مانند آن نگذارید آن فرش به ما می‌گوید کجا سفره پهن کنید یا اگر می‌خواهید بنشینید جایگاه شما در آن خانواده در کدام قسمت فرش است. در فرش گویی با همان نقش‌ونگارها یک پروتکل رفتاری برای شما تدوین شده است. این فقط مرتبه مادی و زندگی روزمره است. فرش آسمان کف را هم فتح می‌کند، به گونه‌ای که کف خانه ما را آسمانی می‌کند و ما را در باغ بهشت قرار می‌دهد و به یادمان می‌آورد که چه موجود شریفی هستیم و شأن ما این است که روی فرش قدم بگذاریم یعنی جایگاه اصلی مان والاست. البته باید به این موضوع توجه کنیم از زاویه تعریفی که هنر امروز دارد، نباید دنبال فهم وجه هنری آن برویم. اگر از منظر امروزی و با زاویه دیدی که براساس تأثیری که از فرهنگ غرب داریم به ماجرا نگاه کنیم، با نقش‌ونگارهایی و وسایل زندگی مان را تزیین می‌کنیم. در صورتی که در گذشته ما اینها فقط نقش و رنگ نبوده‌اند که به شیء اضافه می‌شدند بلکه گویی پرده‌های مادیت از روی آن شیء برداشته و صورت خیالی آن را آشکار می‌کرده‌اند. این کاملاً برعکس دریافت امروزی ماست. اگر شما فرش را در نظر بگیرید نه اینکه چیزی بر کف افزوده شده باشد اما گویی ما پرده‌های مادیات را کنار می‌زنیم و گوهری از پس آن را آشکار می‌کنیم و از قوه به فعل و از باطن به ظاهر می‌آوریم. هنگامی که در هنر سنتی تأمل می‌کنیم به این درس‌ها پی می‌بریم و آنها را درمی‌یابیم. این یک جنبه ماجراست و جنبه دیگری هم دارد؛ هنگامی که از فرهنگ می‌گوییم تعریفی که از آن به ذهن می‌رسد این است که فرهنگ دانایی حاصل از تعامل تاریخی انسان با محیط است، اما از جنس دانایی به چه معناست؟ یعنی امری

مهم‌ترین عاملی که سبب می‌شود مداوم فرهنگی روی دهد این است که آن جامعه سطح تماسش با مظاهر فرهنگی برقرار باشد؛ یعنی اگر این تماس وجود داشته باشد فرهنگ فرصت انتقال پیدا می‌کند و چهره فرهنگ چهره‌ای آشنا خواهد بود

فصلنامه

نمایه پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

مجرد و بدون صورت و فرار است و در بخش‌ها و مواقعی خود را ظاهر می‌کند. گاهی به مظهر فرهنگ بدل می‌شود. آن چیزی که ما با نام آثار فرهنگی و هنری و تاریخی می‌شناسیم، به عبارتی مظاهر فرهنگ‌اند؛ یعنی فرهنگ در آنها خود را آشکار می‌کند، مانند آثار معماری، هنرهای سنتی، زبان، اساطیر و ادبیات. همه اینها مانند آینه‌هایی هستند که فرهنگ در آنها خود را آشکار می‌کند و دیده می‌شود. همواره یکی از پرسش‌هایی که مطرح می‌شود این است که فرهنگ چگونه تداوم پیدا می‌کند؟ آیا ژنتیکی است؟ برای نمونه، چگونه ایرانی‌ها همچنان ایرانی باقی می‌مانند. مهم‌ترین عاملی که سبب می‌شود این تداوم فرهنگی روی دهد این است که آن جامعه سطح تماسش با مظاهر فرهنگی برقرار باشد؛ یعنی اگر این تماس وجود داشته باشد فرهنگ فرصت انتقال پیدا می‌کند و چهره فرهنگ چهره‌ای آشنا خواهد بود. گویی ما آن را در آینه‌های گوناگون دیده‌ایم و با آن آشناییم و انس و الفت داریم و اهلش شده‌ایم و در مورد آن تقرب پیدا کرده‌ایم. پس به این ترتیب هنرهای سنتی از جمله مهم‌ترین مظاهر فرهنگی‌اند که کمک می‌کنند به اینکه فرهنگ در کنار زبان، باورها، آیین‌ها، ادبیات و دیگر هنرها تداوم داشته باشد.

ما درباره فرهنگ  
خودمان دچار  
بی‌اعتمادی  
شدیم و گمان  
کردیم که گمشده  
سعادت‌مان در این  
سرزمین و این  
فرهنگ نیست

■ **اینکه امروزه نگاه ما به هنرهای سنتی بدین شکل است آیا حاصل فلسفه غرب نیست؟ گویی ما هنر سنتی را جدا از هنر مدرن می‌دانیم و دوگانه‌ای به نام هنر سنتی و مدرن به وجود آمده است.**

آشنایی ما با اندیشه غربی از آنجا کیفیتی شد که از یک سو با اندیشه غربی منفعلانه روبه‌رو شدیم. زیرا پس از جنگ‌های ایران و روس ناگهان احساس عقب‌ماندگی زیادی کردیم. بنابراین، توجه بیش از اندازه‌ای به غرب کردیم و این احساس پدید آمد که ما در مقایسه با پیشرفت غرب بسیار عقب افتاده‌ایم. پس در عمل دچار انفعال شدیم و مدام در پی آن بودیم که به تمدن غرب بپیوندیم. همه این موارد با هم در ما این انفعال را به وجود آورد. از سوی دیگر، ما درباره فرهنگ خودمان دچار بی‌اعتمادی شدیم و گمان کردیم که گمشده سعادت‌مان در این سرزمین و این فرهنگ نیست.

■ **این فقط حاصل نگاه ما بود یا به ما تلقین شد؟**

**بهشتی:** حاصل نگاه ما بود، چون ما می‌توانستیم این تلقین را نپذیریم. در این انفعالی که به آن دچار شدیم، گویی دین تازه‌ای را پذیرفته‌ایم. حتماً از سوی غرب هم دعوتی برای این دین وجود داشت، که ما هم در عمل آن را پذیرفتیم و جزو مؤمنان آن شدیم و دیدمان تغییر کرد. این موضوع در نگاه کلان درباره تمامی سرزمین و تغییر دیدگاه به وجود آمد. شما از کهن‌ترین اسنادی در دنیا وجود دارند و درباره ایران سخن

می‌گویند و نیز متنی با نام «نامهٔ تَنَسُّبُ به گُشْتَسَبُ» که در مورد اوایل دورهٔ ساسانی است تا مشروطه، هر زمان که دربارهٔ ایران صحبت شده، گفته‌اند ایران بهترین سرزمین عالم است. این موضوع از دید جغرافیای تاریخی و در متون ادبی کشورمان مانند شاهنامه و دیگر بخش‌ها به کرات ذکر شده است. امروز این پرسش مطرح می‌شود که در گذشته ممکن است کسانی که این مطالب را نوشته‌اند کشورهای دیگر دنیا مانند چین و هند و اروپا را ندیده باشند. اما باید بدانید ایرانیان همهٔ اینها را دیده بودند. اروپایی‌ها تا پیش از جریان استعمار، کشورهای دیگر دنیا را ندیده بودند یا هندی‌ها تا پیش از اینکه ایرانی‌ها به سراغشان بروند هیچ جایی را ندیده بودند و پس از آن هم تا پیش از ورود انگلیسی‌ها تنها ایرانی‌ها در آنجا مستقر بودند. چینی‌ها تا پیش از دوران تیموریان کشورهای دیگر دنیا را ندیده بودند و به فقط غرب خودشان خراسان می‌گفتند. از نظر فرهنگ و تمدن فقط ایرانی‌ها بودند که به مناطق مختلف سفر می‌کردند. سعدی حکایتی دارد که می‌گوید در جزیرهٔ کیش با بازرگانی ملاقات کردم که از تمامی کشورها نام می‌برد. شواهد و آثار تاریخی آن هم موجود است که نشان می‌دهد ما از دوران بسیار دور و از زمان اشکانی با چینی‌ها مناسبات بسیار پررنگ و محکمی داشتیم و از این سو با اروپایی‌ها و در دوران اسلامی نیز با هندی‌ها تعامل داشتیم. از مشروطه به بعد دربارهٔ این زاویهٔ دید دچار نوعی اختلال شدیم و کم‌کم تصور کردیم که ایران بدترین سرزمین دنیاست. جالب اینجاست که جوک هم می‌سازیم و می‌گوییم هنگامی که خداوند این عالم را درست کرد و در پایان چیزی نماند گفت این هم برای شما ایرانی‌هاست. به عبارت دیگر، ما در کشورمان جنگل‌های وسیع، آب و رودخانه‌های فراوان نداریم. وقتی اروپایی‌ها و جهان‌گردانشان از دورهٔ صفویه تا قاجار به این کشور آمدند مدام این موضوع را بیان می‌کردند که ایران سرزمینی قابل زیستن نیست و شگفت‌زده‌اند از اینکه ایرانی‌ها این سرزمین را برای زندگی انتخاب کرده‌اند. آنها چنین می‌گفتند چون با معیارهای اروپا ایران قابل زیست نبود. بنابراین چنین دیدگاهی در ما ایجاد شد و از این زاویهٔ دید تا امروز که سال ۱۴۰۰ است همواره در حال صرف منابع کشور برای حل معایب آن هستیم چون این احساس را داریم که این سرزمین جای مناسبی نیست. ابرها از روی اقیانوس بلند می‌شوند و هزاران کیلومتر مسیر را طی می‌کنند تا وارد فلات ایران شوند و ببارند اما کوه‌های زاگرس این اجازه را به آنها نمی‌دهد. از سوی دیگر، آفتاب بر دریای مازندران می‌تابد و آب تبخیر می‌شود و به ابر تبدیل می‌شود و می‌خواهد بر فلات ایران ببارد اما کوه‌های البرز این اجازه را نمی‌دهند. امروزه این تفکر وجود دارد که مشکلات را با فناوری می‌توان حل کرد؛ برای مثال، انتقال آب به مناطق کویری. امروز مدام از سرزمینمان ایراد می‌گیریم و به دنبال اصلاح آنیم. زاویهٔ دید ما دربارهٔ مسائل به ویژه هنر تغییر کرده است. ما منفعلانه تحت تأثیر تحولات غرب قرار گرفته‌ایم.

فصلنامه

نمایه  
پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

۱۴

منفعل بودن مانند این است که دزدی کیف شما را بقاپد و فرار کند شما به دنبال او می‌دوید و اگر از شما پرسیم به کجا می‌روید نمی‌دانید و می‌گویید هر جایی که آن دزد برود. چون نسبت به او منفعل‌اید. در پایان هم به کجا می‌رسید؟ هر جایی که آن دزد بخواهد و برود. از انفعال هیچ‌گونه خلاقیتی به دست نمی‌آید. انفعال در بهترین حالت از ما یک مقلد می‌سازد و به همین دلیل از تمدن جدید به‌ویژه در معماری یا صنعت سهمی نداریم. اما در هنر به‌ناگزیر نمی‌توانیم منفعل باشیم چون شرط لازم برای فعل هنری خلاقیت و نوآوری است. در قرن اخیر هر آنچه در حوزه‌های گوناگون پدید آورده‌ایم در دنیا اغلب خریداری ندارند. جهان از ما تنها مواد خام می‌خرد و تنها جایی که این کار را نمی‌کند عرصه هنر است. در عرصه هنرهای تجسمی تقریباً هیچ موزه‌ای در دنیا وجود ندارد که از هنرمندان معاصر ایرانی آثاری نداشته باشد. در سینما و موسیقی نیز ما حرف برای گفتن داریم و این امر تنها در مورد هنر صدق می‌کند.

در عرصه هنرهای  
تجسمی تقریباً  
هیچ موزه‌ای در  
دنیا وجود ندارد  
که از هنرمندان  
معاصر ایرانی آثاری  
نداشته باشد

### ■ آیا امروز نگاهمان به دنیا، غربی شده است؟

ما نسبت به غرب انفعال پیدا کرده‌ایم به همین دلیل هم نمی‌توانیم نتایج خوبی بگیریم.

### ■ چه روی می‌دهد که تمدنی با این گستردگی و وسعت و قدرت نمی‌تواند در برابر این نگاه تاب آورد و به ناگاه خود را می‌بازد؟

این مسئله به‌ناگاه نبود. ما چندین بحران را پشت سر گذاشته‌ایم و تأثیرات آنها روی هم تلنبار شد و نتیجه‌اش همین شد که می‌بینیم. ایران به دلیل موقعیت جغرافیایی‌اش همیشه در طول تاریخ پل ارتباطی شرق و غرب بوده است و همین مسئله یکی از مهم‌ترین مزیت‌های نسبی آن به‌شمار می‌رود. از سوی دیگر، این موقعیت بستری برای تولید ثروت در ایران فراهم کرده است. اما به دلایلی که بحث آن مفصل است از دوره ایلخانیان این موقعیت کم‌کم از دست رفت. از این دوره به بعد موقعیت ما در مقیاس جهانی تغییر کرد و این تعامل با اختلال روبه‌رو شد و تا دوره صفویه ادامه داشت. در دوره صفویه این اختلال تثبیت شد و دچار این توهم شدیم که ملاقات شاه با خارجی‌ها به‌ویژه اروپاییانی که به اصفهان می‌آمدند ملاقات با دنیا است. اما در کجا؟ در میدان نقش جهان. پیش از آن دوران، ملاقات ما با مردم دنیا به وسعت جهان بود و نه در میدان نقش جهان. اگر آثار سعدی را بخوانید می‌بینید در گذشته ایرانیان با هندی‌ها در هندوستان، با عراقی‌ها در دمشق و با کاشغری‌ها در کاشغر ملاقات می‌کردند. همچنین، بسیاری از عالمان و تاجران ایرانی به سراسر دنیا سفر می‌کردند تا از نزدیک با مردم کشورهای دیگر و فرهنگ آنها آشنا شوند، مانند ناصر خسرو. اگر به مسجد جامع پکن بروید قبر دو ایرانی را خواهید دید که اسلام را به آنجا برده‌اند؛ یکی

فصلنامه

نمایه  
پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

اهل قزوین و دیگری اهل بخارا بوده است. به عبارت دیگر، از قزوین با چین نامه‌نگاری نمی‌کردند، بلکه به آنجا سفر می‌کردند. در دوران صفویه این سفرها متوقف می‌شود و تصور می‌کنیم همین که در میدان نقش جهان با شاردن، تاورنیه و پیترو دلاواله و دیگران ملاقات می‌کنیم، با دنیا تعامل کرده‌ایم. همین عامل سبب شد که رفته‌رفته از آنچه در دنیا رخ می‌داد، بی‌خبر بمانیم به‌گونه‌ای که پس از مدت‌ها در جنگ با روس‌ها با آنچه که در جهان رخ داده است روبه‌رو و از آن آگاه شدیم. ملاصدرا با دکارت هم دوره و هم‌زمان بود. با اینکه هر دو فیلسوف بودند اما از یکدیگر اطلاعی نداشتند. دکارت ضرورتی نمی‌بیند تا از وجود ملاصدرا خبردار شود، اما ملاصدرا به دلیل مسائلی که بیان کردیم باید خبردار می‌شد، پس اینها بجران‌اند. این رویه را ادامه می‌دهیم تا با غرب مواجهه‌ای پیدا می‌کنیم و این انفعال پدید می‌آید. این انفعال محصولی دارد که آن را با نام تجدد می‌شناسیم. این تجدد ادامه پیدا می‌کند و به رضاشاه می‌رسد. در این دوران باید الگوی ساختار اداری کشور تغییر کند. الگویی که بر اساس تجربه بسیار طولانی تاریخی شکل گرفته بود، باید کنار رود و الگوی تازه‌ای جایگزین آن شود. برای نمونه، از دوره رضاشاه ارتش مدرن در کشور به وجود آمد. از پیش از آن تا دوره هخامنشی ارتش ما را همواره عشایر تشکیل می‌دادند. فتوحات نادرشاه یا آقامحمدخان یا پادشاهان صفوی همگی به اتکای ارتش عشایر بود. ارتش عشایر با ارتش مدرن تفاوت‌های ماهوی دارد به این صورت که در ارتش عشایر هر کسی نمی‌تواند وارد ارتش شود بلکه باید تبار عشایری داشته و در آن فرهنگ بالیده باشد. اگر به تاریخ بنگرید می‌بینید که جانشینان در ارتش حضور فعالی نداشتند و شاید در بهترین حالت فقط از شهر خودشان دفاع می‌کردند. در شهرهایی که در آن صنعت کیمیاگرانه وجود داشت، صنعت‌گران معمولاً در جبهه‌ها حضور نداشتند زیرا آنها دانشمندان کشور بودند، پس نباید وارد ارتش می‌شدند. هنر آنها به شجاعت و شمشیرزنی و کمان‌داری نبود بلکه هنرشان در ابتکار و خلاقیتشان بود. البته حرف‌هایی هم به آنها زده می‌شد و آنها را ترسو می‌دانستند و اینها هم برای آنها لغز می‌خواندند، البته اغلب مزاح بود چون می‌دانستند که آنها در کنار هم می‌توانند رشد کنند. در ارتش عشایر نیازی نیست برای تجهیز آن هزینه زیادی صرف کنید. در یک هفته می‌توانید چند هزار نیروی مسلح آماده کنید تا در جنگ‌ها حضور پیدا کنند در صورتی که در ارتش مدرن این مسئله متفاوت است. اگر دقت کنید در زمان رضاشاه به هنگام اشغال ایران از سوی متفقین ارتش مدرن عملاً کاری نکرد چون بازی را باخته بود و هیچ کاری از دستش بر نمی‌آمد. به قول ژنرال پاسکوویچ، فرمانده روسیه، در زمان جنگ‌های ایران و روس تا هنگامی که عباس میرزا بر اساس جنگ‌های عشایری با ما می‌جنگید نمی‌توانستیم کار و نقشه‌اش را پیش‌بینی کنیم اما از زمانی که با روش و الگوی خود ما با ما جنگیدند، کار آسان شد.

در این دوران باید الگوی ساختار اداری کشور تغییر کند. الگویی که بر اساس تجربه بسیار طولانی تاریخی شکل گرفته بود، باید کنار رود و الگوی تازه‌ای جایگزین آن شود

فصلنامه

نمایه پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

هنگامی که این قبیل مسائل رخ می‌دهد، نمی‌توان اندیشهٔ تجدد را مدرنیسم و اندیشهٔ مدرن نامید. این اندیشه، اندیشهٔ مدرن مآبی است که کل مسائل کشور را دربر می‌گیرد و ما را از الگوهای تجربه‌شدهٔ تاریخی کشورمان دور می‌کند.

پس از کودتای ۲۸ مرداد، به‌ویژه از سال ۱۳۳۵ ش، ناگهان درآمد نفتی افزایش یافت و این فرصت فراهم شد که اندیشهٔ تحول‌زندگی همانند ماشینی که بنزین فراوانی هم درون آن ریخته شده، به سمت رؤیایها حرکت کند. سازوکارهای مدیریت سرزمین ما که خارج از توان دولت بود، در انقلاب سفید شاه و مردم و نظام تجارت، صنعت، کشاورزی، دامداری و عشایر متلاشی شد. هرچه جلوتر می‌آیم می‌بینیم که مردم عادی متأثر از این تغییر رویکرد به وضعیتی دچار می‌شوند که من آن را استسقا می‌نامم. استسقا بیماری‌ای است که شخص بیمار هر اندازه آب می‌خورد، تشنگی‌اش رفع نمی‌شود. تا پیش از دههٔ ۱۳۴۰، میزان مصرف آب خانگی در کشور یک سوم میانگین جهانی بوده و امروز این میزان سه برابر میانگین جهانی است و دلیل آن هم لوله‌کشی آب است. آیا لوله‌کشی آب بد است؟ خیر؛ به‌خصوص در جامعه‌ای که آب همواره یکی از ارزش‌مندترین سرمایه‌هاست. آب در گذشته به اندازه‌ای ارزش‌مند بود که از مردم گرفته تا شاه، روزانه حتماً در مورد آب و هوا چند دقیقه‌ای با هم صحبت می‌کردند. در کتاب خاطرات ناصرالدین‌شاه آمده است: «مدتی است باران نباریده است، مردم دچار مشکل شده‌اند و همه‌جا را گردوغبار گرفته است. رعایا در روستا چه می‌کنند» و شبیه به آن. در جایی می‌گوید: «امروز دیدم روی قلعهٔ دماوند یک کلاهک ابر است خب خدا را شکر، فردا قرار است در تهران باران ببارد خب خدا را شکر». ببینید این شاه مملکت است. هنگامی که صبح از خواب بیدار می‌شود، نخستین چیزی که از خدمه می‌پرسد این است که باران شروع شد یا خیر. می‌گویند بله از دم صبح آغاز شده است. تا حیاط می‌دود و دستش را زیر قطرات باران می‌گیرد و می‌گوید هر قطره از باران به اندازهٔ یک اشرفی می‌ارزد. این جامعه آب را به این صورت می‌فهمد اما این فهم امروز به چه شکلی است. امروز شیر آب را باز می‌کنند گویی این آب به اقیانوس اطلس راه دارد. تلفن زنگ می‌زند بدون اینکه آب را ببندد به آن پاسخ می‌دهد درحالی که آب همین‌طور به هدر می‌رود. این رفتار تا پیش از دههٔ ۱۳۴۰ رخ نداده بود. به عبارت دیگر، ما از دههٔ ۱۳۴۰ به بعد دچار نوعی اختلال در اهلپیمان شده‌ایم. اینها بحران‌هایی است که مدام با آنها سروکار داشته‌ایم و روی هم تلنبار شده‌اند. این بحران‌ها سبب می‌شود وضعیت ما این‌گونه شود. خلاصهٔ این وضعیت چیست؟ از دید من اختلال در اهلپیمان است؛ یعنی دربارهٔ اهلپیمان دچار نسیان شده‌ایم و این مسئله بر کل زندگی مان تأثیر گذاشته است و اگر در بخشی مؤثر نبوده حتماً به‌گونه‌ای با ناخودآگاه ما در ارتباط است یا مشمول مدیریت و برنامه‌ریزی مان قرار نگرفته است. برای نمونه، آشپزی ما هنوز تابع همان نظام سنتی گذشته است. بسیاری چیزها در زبان تابع همان نظام سنتی

► هنگامی که از سنت می‌گوییم متأسفانه فهم ما از آن چیزی است که متجددین می‌گویند. آنها سنت را شیوه‌ای حبس در گذشته می‌دانند، در صورتی که یکی از ارکان سنت، نو و معاصر شدن آن است

فصلنامه

نمایه پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

است. با اینکه خانه‌هایمان این‌گونه نیست هنوز در رفتارها و سبک زندگی مان اندرونی و بیرونی زندگی می‌کنیم چون تمام این رفتارها از روی ناخودآگاه ما رخ می‌دهد. منظورم این است که اهلیت ما نابود نشده است بلکه دچار فراموشی و نسیان شده است. چاره فراموشی چیست؟ یادآوری؛ یعنی باید به یاد جامعه و مردم بیاوریم شما چه کسانی هستید. این امر نخستین بار نیست که در کشور ما رخ می‌دهد. یکی از شاخص‌ترین دورانی که این اتفاق افتاده در قرون اولیه اسلامی است. در آن دوران هم ما درباره اهلیت خود دچار فراموشی بودیم. اما نهضتی به راه افتاد و کسی مانند فردوسی از درون آن ساختار سر برآورد و با خلق شاهنامه‌اش گذشته کشورش را به مردم یادآوری کرد. البته این امر فقط در شاهنامه رخ نمی‌دهد بلکه در معماری و ادبیات هم این موضوع نمود دارد و به همین دلیل یکی از درخشان‌ترین تمدن‌های قرون اسلامی در قرن پنجم شکل می‌گیرد. بنابراین اگر این اهلیت به یاد آورده شود، مشکل حل خواهد شد.

### ■ پس اینجا می‌توان این پرسش را مطرح کرد که ضرورت بازتولید و حفظ هنرهای سنتی در دوران معاصر چیست؟

بهتر است نام آن را ضرورت بازتولید نگذاریم، بلکه برای آن اصطلاح «ضرورت معاصرکردن» و «حفظ ریشه‌ها» را به کار ببریم. ما همواره و در طول تاریخ با این مسئله روبه‌رو بوده‌ایم. به این موضوع توجه کنید. هنگامی که از سنت می‌گوییم متأسفانه فهم ما از آن چیزی است که متجددین می‌گویند. آنها سنت را شیوه‌ای حبس در گذشته می‌دانند، در صورتی که یکی از ارکان سنت، نو و معاصر شدن آن است به همین دلیل در هر رشته‌ای از هنرهای سنتی که دقت کنید، تمایز را خواهید دید. آثاری که متعلق به دوران سلجوقی یا تیموری اند در عین تمایز و جوه مشترک هم دارند زیرا تابع سنت‌اند. در غیر این صورت باید مدام دچار تکرار می‌شدند. متأسفانه در یک قرن اخیر می‌بینیم هنرهای سنتی کشورمان معاصر نشده‌اند و همان‌گونه که تجددمان باور منفعلانه‌ای در مورد اندیشه غربی دارد، سنت‌گرایی مان هم در مورد تجدد انفعال دارد. این سنت‌گرایی نیست بلکه تحجر است. تحجر یعنی مانند سنگ شدن، انعطاف نداشتن و نونشدن و همین سبب می‌شود فرد گذشته خود را مدام تکرار کند.

چیزی که ما به نام هنر سنتی می‌شناسیم ظاهر و باطنی دارد. هنگامی که نو نشود ظاهر آن مانند آب گل‌آلود می‌شود. بنابراین، نمی‌توانیم زلالی و گوارایی آب را ادراک کنیم. مانند درختی که می‌خواهد برگ‌های ۵ سال گذشته خود را همچنان نگه دارد. پس این درخت طراوت و تازگی خود را نخواهد داشت و چون نشاط ندارد میوه‌ای هم نمی‌دهد. زندگی اقتضا می‌کند تا با تغییرات هر فصل همراه شود و در پاییز و زمستان برگ‌های خود را از دست بدهد و در بهار جوانه بزند. اینها به معنای معاصر شدن است.

متأسفانه در یک قرن اخیر می‌بینیم هنرهای سنتی کشورمان معاصر نشده‌اند و همان‌گونه که تجددمان باور منفعلانه‌ای در مورد اندیشه غربی دارد، سنت‌گرایی مان هم در مورد تجدد انفعال دارد

فصلنامه

نمایه  
پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

معاصر شدن به این معنی است که اتصال به ریشه محفوظ باشد، در عین اینکه در زمان حال حضور داشته باشیم، به مسائل کنونی هم پاسخ دهیم. البته یک بار در اصفهان دیدم که روی تلفن خاتم‌کاری کرده‌اند. این پاسخ به مسائل تازه و جدید نیست. می‌توانیم ببینیم کشورهای دیگر چه می‌کنند. برای نمونه، ایتالیایی‌ها به دلیل پیشینه تاریخی درخشانی که از دوران رم باستان تا رنسانس داشته‌اند، از ذوق هنری جدی برخوردارند. به همین دلیل، صنعت مد یا سرامیک‌سازی و سنگ در این کشور بسیار قوی است. یا هنگامی که به صنعت خودروسازی نگاه می‌کنید متوجه می‌شوید ایتالیایی‌ها به لحاظ طراحی زیبایی در این عرصه سرآمدند و خودروهایشان مانند فراری بسیار جذاب و زیبا هستند. جالب است بدانید که طراحی خودروهای شرکت تویوتا را طراحان ایتالیایی برعهده دارند. پس نوعی استعداد ذاتی درون ایتالیایی‌هاست که در دنیای امروز از آن بهره می‌گیرند. اما ما چنین کاری نمی‌کنیم و گمان می‌کنیم موتیف را باید حفظ کنیم. البته باید این کار را در جای خود انجام دهیم، اما برای امروز باید دید چگونه می‌توان تنها به زمین زندگی اکتفا نکنیم و بتوانیم آسمان آن را هم فتح کنیم. به عبارت دیگر، باید این استعداد و قوه را در وجودمان بشناسیم. نمونه دیگر آن است که در فرهنگ اروپایی لباس باید متناسب قامت انسان باشد و زیبایی قامتش را با آن بهتر جلوه دهد. به همین دلیل، با لباسش این آناتومی را تشدید می‌کند و در عمل می‌بینید با طراحی لباس اندام را به نمایش می‌گذارند. این هنر اروپاییان در طراحی لباس است اما در ایران باید دانست لباس از منظر ایرانی‌ها چه مؤلفه‌هایی باید داشته باشد.

## ■ شاید بتوان گفت که در باور ایرانی‌ها، پنهان‌شدگی اندام و پوشاندگی یکی از مهم‌ترین کارکرد لباس است.

فقط پوشاندگی نیست. هنگامی که از قامت انسان صحبت می‌کنیم، این قامت‌گویی ظاهر یک باطن است، یعنی در پس این آناتومی موجودی وجود دارد که بسیار شریف است. حال باید با لباسش آن شرافت را به نمایش بگذارد. می‌بینید همین آناتومی را بخش بندی می‌کند و از کمر به بالا را وجه شرافت انسانی و از کمر به پایین را وجه عنیف آدمی می‌داند. همه لباس‌هایی که طراحی می‌شود از کمر به پایین حالت پوشاندگی دارند اما از کمر به بالا را با الگوهای مختلف تزئین می‌کنند. برای نمونه، در لباس ایرانی برای سینه‌های گشاد یا شانه‌های پهن طراحی‌ها نمود خاصی دارند و هدفشان آن است چیزی که در بطن و پس آناتومی ما وجود دارد را نشان دهند. اما لباس اروپایی می‌خواهد آناتومی بدن را آشکار کند. اگر طراح لباس ایرانی بر اساس ریشه‌ها کار کند به نتایج و محصولات منحصربه‌فرد دست می‌یابد. این‌ها مزیت‌هایی هستند که می‌شود از فرهنگ ما به‌وجود آید. برای مثال، بیشتر آثار برجای‌مانده از گذشتگان در زمینه

معاصر شدن به این معنی است که اتصال به ریشه محفوظ باشد، در عین حال حضور داشته باشیم، به مسائل کنونی هم پاسخ دهیم

شعر است. حتی غذا هم که می‌پختند شعر می‌سرودند. حال چگونه است که دیگر نمی‌توانیم مانند آنها شاعری کنیم؟ چرا نمی‌توانیم در وصف محصولات صنعتی یا دیگر محصولات کشورمان شعر بگوییم؟ نمی‌توانیم در زمینه‌ی آی. تی شاعری کنیم؟ بی‌شک در آغاز با مشکلات و مسیره‌های سنگلاخی روبه‌رو هستیم، اما شدنی است و می‌توانیم از عهده‌ی آن برآییم. در مورد سینما این تجربه را داریم. در عرصه‌ی سینمای ما شاعری روی داد و امروز در سینمای دنیا سهم شاعری به ایرانی‌ها تعلق دارد. چگونه است که این موضوع در سینما شدنی است اما در طراحی خودرو یا ساخت ظروف شدنی نیست؟ در صورتی‌که ما در این زمینه‌ها تجربه و پیشینه هم داریم. به عبارت دیگر، باید به امر معاصر شدن توجه کنیم. نباید فکر کنیم معاصر شدن همان مدرن شدن است. این‌گونه نیست این دو با هم متفاوت‌اند.

امروز نهادهای فرهنگی‌ای وجود دارند که می‌خواهند نام خودشان زیر اثر باشد و بگویند ما این کار را تولید کردیم. در صورتی‌که آنها باید این فهم را داشته باشند که اثر هنری را هنرمند تولید می‌کند نه نهادهای فرهنگی

### ■ نقش نهادهای فرهنگی در این میان چیست؟

آن‌ها هم باید کمک کنند تا کسانی‌که در این عرصه فعالیت می‌کنند دلگرم شوند و بدانند مراکزی وجود دارد که از آنها حمایت و در صورت لزوم راهنمایی‌شان می‌کند. افراد زیادی در این حوزه فعالیت می‌کنند. بنابراین، جایی باید باشد تا بتواند سره را از ناسره تشخیص دهد و از کسی‌که به‌راستی کار ارزش‌مندی دارد و در این زمینه خوب فعالیت می‌کند، حمایت کند. در این عرصه باید باغبان‌های ماهری باشند تا بتوانند از این باغ مراقبت کنند. نهادهای فرهنگی می‌توانند نقش باغبان را داشته باشند. در مقابل باغبان، نجار قرار دارد. یکی از مشکلات این است که نقشمان را به‌درستی ایفا نمی‌کنیم و به جای اینکه این کار را با کمک باغبان به سامان برسانیم به دست نجار می‌سپاریم. امروز نهادهای فرهنگی‌ای وجود دارند که می‌خواهند نجارانه وارد میدان شوند و خودشان تولید کنند. می‌خواهند نام خودشان زیر اثر باشد و بگویند ما این کار را تولید کردیم. در صورتی‌که آنها باید این فهم را داشته باشند که اثر هنری را هنرمند تولید می‌کند نه نهادهای فرهنگی. آنها باید باغبانی کنند؛ یعنی وقتی به او می‌گویید این گل چقدر زیباست! در جواب بگوید بله این بوته برای من بسیار عزیز است چون این گل را داده است. به عبارت دیگر، فاعل بوته گل است و آن را به خود نسبت نمی‌دهد در صورتی‌که همه زحمات را او کشیده است.

### ■ از دید شما در این چهار دهه هنرهای سنتی در ایران چه جایگاهی داشته‌اند؟

امروز ادامه تلاش‌های گذشته است. تغییر رویکردی خاص و جدی رخ نداده است. به همین دلیل، در این عرصه‌ها توفیق‌چندانی به دست نیاورده‌ایم. اگر اکنون در این رشته‌ها دانشجویان زیادی مشغول به تحصیل هستند و فعالیت‌های زیادی در این زمینه صورت گرفته است، حاصل مدیریت نظری و تئوریک ما نیست بلکه

فصلنامه

نمایه  
پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

حاصل تلاش و کوشش شخصی افراد است. همان‌گونه که گفتم در این سرزمین استعداد‌های ذاتی فراوانی وجود دارد که به کار می‌آیند. اهلیت در ایران نابود نشده بلکه فراموش شده است و البته این فراموشی در ناخودآگاه دست به کارهایی هم می‌زند که ارزشمند است اما فاعلانه و خودآگاه نیست. ما هنوز گرفتار اختلال در اهلیتیم که این اختلال طبعاً در نهادهای مدیریتی کشور هم وجود دارد. گاه می‌بینیم در این نهادها رویکرد نجانانه ترجیح داده شده است و رویکرد روشنی از رویکرد باغبانانه وجود ندارد تا بتواند به ایجاد جریان‌ی کمک کند. برای نمونه، شرکتی با نام شرکت سهامی فرش داریم که سابقه زیادی دارد. اما این نهاد چه کرده است و تلقی‌اش از فرش چیست؟ هرگاه شما در مورد فرش با آنها صحبت کنید از متریکال به کاررفته در فرش می‌گویند و توضیح می‌دهند که این فرش چند گره یا چند رج دارد. به عبارت دیگر، مدام از نازل‌ترین مراتب کمی آن صحبت می‌کنند. گویی هرچه شمار و تعداد گره‌ها بیشتر باشد و ابریشم بیشتری در آن به کار رفته باشد، ارزش فرش بیشتر است. نمی‌خواهم بگویم اینها در ارزش فرش تأثیری ندارند اما تمام فرش اینها نیست. هنگامی که ما از فرش بقعه شیخ صفی سخن می‌گوییم ارزش آن به تعداد رج، جنس، رنگ و میزان پشم موجود در آن نیست. گویی در مورد فردوسی صحبت کنیم و بگوییم او سواد خواندن و نوشتن داشت و تفاوت میان «ع» و «غ» را متوجه می‌شد. این امر مسلم است اما شهرت فردوسی به این نبود. این رویکرد و طرز تلقی از فرش سبب شده، واحد اندازه‌گیری فرش عدل شود که امروز درکی از آن وجود ندارد. امروز فرش نایب را در کرمان و تبریز هم می‌بافند. اگر خریدار بخواهد در رشت هم این کار را می‌کنند و نقشه نایب را به بافنده می‌دهند. این نشان می‌دهد ما از دیگر جنبه‌های فرش آگاه نیستیم. فکر می‌کنیم همین که نقشه‌های موجود را جمع‌آوری و وارد کامپیوتر کنیم کافی است. این طرز نگرش چه حاصلی دارد؟ این شد که فرش ایران معاصر نشد و در همان دوره قاجار حبس شد. فرش حتی تا نیمه حکومت پهلوی اول هم معاصر شد اما پس از آن متوقف گردید و از آن هنگام ما گذشته را مدام تکرار می‌کنیم. اگر هم در بخشی خلاقیت‌هایی به کار می‌بریم از جنس همان خاتم روی تلفن است و این‌گونه نیست که سنت خلاقانه تداوم پیدا کند. همین مسئله منجر به تجدیدنظر ما در ارکان و ریشه‌ها می‌شود در صورتی که باید جوهر و ریشه‌ها را حفظ کنیم؛ مانند تابلو فرش که به نوعی هنر ممتاز تبدیل شده است. منظور چیست؟ یعنی تصویری را که می‌توانید با دوربین عکاسی بگیرید با فرش بیافید؟ چه مزیتی دارد؟ گویی شعبده‌بازی است. خریدار هم از ما می‌پرسد برای بافت این تابلو فرش چقدر زمان صرف کرده‌اید؟ در مورد کمیت از ما می‌پرسد و انگار هرچه بیشتر طول کشیده باشد، بهتر است.

## ■ یعنی شرط لازم این است که هنرهای سنتی با سنت هنری ما ادامه حیات دهد و اتصال آن با جریان زندگی نباید قطع شود؟

نهاد سنتی مانند دین است که در این چهار دهه محوریت داشته است و اگرچه در آن نگاه نجانانه رایج بوده اما در حوزه دین هم تلاشی نشده که هنر سنتی با مضمون دین را پدید آورد. به این معنا که دیگر هنر دوره‌های صفویان، سلجوقیان، ایلخانیان و تیموریان را که در اختیار دین بودند، در این دوران نمی‌بینیم. موضوع اینجاست که این رخداد علاوه بر هنر برای دین هم به وجود آمده است. به این موضوع دقت کنید؛ تا پیش از سیطره اندیشه تجدد، موضوعی در ایران نیست که دینی نباشد. هر چیزی وجه دینی دارد و تا این‌گونه نباشد بازاریش رونقی ندارد. برای نمونه، ما در عرصه پیشه‌وری، سنتی به نام آیین فتوت داشتیم. رشته‌های گوناگون پیشه‌وری فتوت‌نامه داشتند و تابع فرهنگ فتوت بودند. فتوت‌نامه‌ای از طریقه خاکساریه وجود دارد که در دوره صفویه نوشته شده است و در آن تمامی فتوت‌نامه‌ها را جمع‌آوری کرده‌اند. در فتوت‌نامه‌ها هر فنی را با دین پیوند می‌دادند. برای مثال، در فتوت‌نامه نجاران، مقتدای نجاران نوح نبی بود، اکنون باید دید نزد نوح نبی چوب، اره، تبر، تیشه، میخ یا هر چیزی مانند آن به چه معناست. یا مقتدای آهنگران داوود نبی است و باید دید نزد او آهن به چه معناست. همه اینها توضیح داده شده تا به توپ می‌رسد و مقتدای توپ‌سازان شیطان رجیم است. آنها نمی‌توانستند برای توپ توجیه و تفسیر دینی بیاورند. از لحاظ دانش در دوره صفویه ساخت توپ آغاز می‌شود اما اشاعه پیدا نمی‌کند. در جنگ چالدران ایران جنگ را به توپ باخت. سپس صفویان تلاش کردند توپ بسازند و کسی مانند حاج میرزا آقاسی پول خزانه را صرف ساخت توپ می‌کند و توپخانه و توپ مروارید و مانند آن می‌سازد و به همین دلیل مشهور می‌شود. تا پیش از جریان تجدد برای هر حرفه‌ای تفسیر دینی وجود داشت و این قاعده‌ای کلی بود. در جریان تجدد، جریان تحجر هم به وجود آمد که در مقایسه با آن منفعل است. جریان تجدد هم مانند غرب به دنیا و امور آن توجه بیشتری دارد و همان‌گونه که می‌بینید کاری به آخرت ندارد. در این زمان دنیا برای جریان تحجر هم مهم می‌شود به این صورت که دین دنیوی می‌شود. ما در معماری پدیده‌ای به نام مسجد داریم که پیش از سیطره جریان تجدد برای خواندن نماز ساخته می‌شد و این موضوع از دوره پیامبر تا دوران رضاشاه ادامه داشت. پس مهم‌ترین فعالیت در آن خواندن نماز و اجتماع مسلمین در حاشیه آن بود. اولویت مسجد از دوره رضاشاه به بعد اجتماع مسلمین می‌شود؛ یعنی مسجد برای این کار ساخته می‌شود و در حاشیه آن نماز هم برپا می‌شود. تا جایی که ما مساجدی پیدا می‌کنیم که برای نماز خواندن جایی ندارند و فقط برای اجتماع مسلمانان به وجود آمده‌اند، مانند مسجد امام حسن مجتبی در سهروردی یا مسجد غدیر در بلوار میرداماد. هنگامی که در این مساجد مجلس ختم برگزار می‌شود،

نمی‌توان برای نماز خواندن به آنجا رفت، چون اولویت با اجتماع مسلمانان است. این به چه معناست؟ یعنی دین دنیوی شده و وجه اخروی آن کم‌رنگ شده است. پس در مورد دین هم این مسئله اتفاق می‌افتد؛ مانند اینکه بگوییم خوشنویسی تنها هنر سنتی است.

### ■ ما در هنرهای دینی امروز شاهد نوعی کپی برداری به شکل نازل هستیم و تلاشی در تغییر این نگرش نمی‌بینیم.

هنگامی که از دین به سمت دنیاگرایی متمایل می‌شویم، متجددگرا از غرب و متحجر از گذشته تقلید می‌کند. برای نمونه، در گذشته مساجد همگی گنبد و مناره داشتند، اما اکنون کپی نازل از آنها را خلق می‌کنند. برای مثال، در مازندران، گنبد و مناره‌های حلبی درست می‌کنند و اگر خیلی هنرمندانه به موضوع نگاه کنند به کاشی‌کار اصفهانی سفارش کاشی می‌دهند. بی‌شک این معاصر بودن نیست و تنها تقلید نازلی از گذشته است. این کار هم به جایی می‌رسد که کارهای مبتذل زیادی برجای می‌ماند. برای نمونه، در گذشته در مکان‌های مقدس تنها برای بقاع متبرکه مانند حرم‌های امام رضا و حضرت معصومه و شاه چراغ از گنبد طلا استفاده می‌کردیم و هیچ مسجدی گنبد طلا نداشت، در صورتی که در دوره جدید می‌بینیم تمامی گنبد‌ها طلایی هستند. همچنین، نام‌گذاری مساجد هم تغییر کرده و تا پیش از انقلاب مساجد به نام بانی آنها مانند مسجد شاه یا لولاگری یا فخرالدوله بود. در طول تاریخمان نام کمتری مسجدی منتسب به امامان بود مگر اینکه وجه تسمیه داشت مانند مسجد امام حسن که می‌گویند در فتح ایران جزو لشکر اعراب بود و در این مکان دو رکعت نماز خواند و به همین دلیل نام مسجد را مسجد امام حسن گذاردند. در صورتی که در نام‌گذاری معاصر در مساجد بسیار از نام ائمه استفاده می‌کنند. این به چه معناست؟ اینکه میزان ارادت ما به آنها را نشان می‌دهد؟ در حالی که مسجد النبی در مدینه به نام بانی آن که حضرت رسول است، نام‌گذاری شد. کاری که ما می‌کنیم، گویی دیگران نمی‌فهمند و ارادتی ندارند و این تنها خاص ماست. ما ارادت خود را به امام حسن عسگری با گذاردن نامشان روی مسجد، پل، خیابان و... نشان می‌دهیم. در صورتی که این ابراز ارادت نیست.

### ■ آیا ما از داشته‌هایمان تهی شده‌ایم؟

خیر، ریاکار شده‌ایم.

### ■ به هر روی تهی شدن موجب ریاکاری می‌شود و به نوعی قداست اعمال و واژگان از میان رفته است.

همواره در فرهنگ ما میان اسم و مسما نسبتی وجود داشته است که ما آن را به کلی از بین برده‌ایم. آیا هنگامی که از سعدی می‌گوییم به یاد گلستان و بوستان می‌افتید؟

وقتی از خیابان سعدی نام می‌بریم چطور؟ آیا موتور و فروش انواع پمپ در ذهنتان تداعی نمی‌شود؟ این مسئله ارج نهادن به سعدی نیست که ما نام سعدی را روی خیابانی بگذاریم که در آن موتور و پمپ می‌فروشند یا نام مرحوم مطهری را روی خیابانی بگذاریم که در آن چیزی وجود دارد که هیچ نسبتی با ایشان ندارد. این ابراز ارادت نیست.

### ■ آیا این کار بدون تدبیر نوعی تخریب را به وجود می‌آورد؟

ما با این کار تنها در ظاهر ابراز ارادت می‌کنیم اما در باطن فقط صدمه می‌زنیم. افرادی مانند سعدی یا مولانا در چه روزگاری می‌زیستند؟ با حمله مغول‌ها به این سرزمین مورد تحقیر و توهین قرار گرفتیم و همه چیز از دست رفت. قدرتی نداشتیم و با قوم مهاجمی طرف بودیم که اجازه نمی‌داد مردم و سرزمینمان برای بار دیگر احیا شوند، اما حاصلش چه شد؟ در وضعیت کنونی نیز احیای فرهنگ امکان پذیر است و فرهیختگان باید دست به کارهای اساسی بزنند تا وضعیت را بهبود بخشند. متأسفانه به جامعه نخبه‌ناامیدی تزریق می‌کنند و اغلب می‌گویند از این اهلیت دست بردارید و باقیمانده آن را هم وبال گردن خود می‌کنند. آنها موفق نبودن خود را به جامعه ایرانی منتسب می‌کنند و مدام می‌خواهند بر ویژگی‌هایی ایرانی بودنش پافشاری کند. این به چه معنا است؟ اگر از ایرانیت دست برداریم، از بین می‌رود. چه جامعه‌ای است که باید برای آن ارزش قائل باشیم. در حالی که این جامعه هنر و ادبیات غنی‌ای دارد. اگر دست از داشته‌هایمان برداریم چه خواهد شد؟؟؟؟ متأسفانه نخبگان و فرهیختگان کشور متوجه این موضوع نیستند و برای آگاه‌کردنشان هم نمی‌دانم باید چه کرد؟؟

### ■ آیا به مرور تبدیل به دیگری می‌شویم در حالی که اوی واقعی هم نیستیم؟

بله ما هرگز نمی‌توانیم به دیگری تبدیل شویم چراکه او هم دارای پیشینه تاریخی خود است.

■ پیش‌بینی شما از آینده هنرهای سنتی ایران چیست؟ و از نظر شما مهم‌ترین مؤلفه‌ای که بتواند این هنرها را احیا کند، کدام است؟ شما از همت‌های فردی گفتید آیا این کوشش‌ها در این راه می‌توانند کاری کنند یا یک قدرت یا اندیشه بزرگ می‌تواند در این زمینه نقشی داشته باشد؟

چند نکته وجود دارد که من به اعتبار آنها به این هنرها بسیار امیدوارم. نخست، مسیری که ما در قرن اخیر پیش گرفته‌ایم یعنی مسیری که به اختلال در اهلیت ما منجر شده وضعیتی برای ما پیش آورده است که نمی‌تواند تداوم یابد. ما به سرعت به سمتی حرکت می‌کنیم که به دوراهی می‌رسیم و در اینجا باید انتخاب کنیم که

فصلنامه

نمایه  
پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

به اهلیت‌مان رجوع کنیم یا بمیریم و راهی هم جز این دو وجود ندارد. برای نمونه، در بحث آب، کاری کردیم که با اهلیت ما مغایر بود. همان‌گونه که گفتیم میزان مصرف آب خانگی تا سال ۱۳۳۵ یک سوم میانگین دنیا بود اما امروز این میانگین به سه برابر مصرف جهان رسیده است؛ یعنی مصرف ما ۹ برابر بیشتر شده است. این رفتار با این خشکسالی‌ها و آسیب‌هایی که مدام به محیط زیستمان زده‌ایم نمی‌تواند ادامه یابد. در این صورت از تشنگی می‌میریم. پس یا باید بمیریم یا به اهلیت خود بازگردیم. در عمل ما در آستانه رسیدن به پایان این جاده‌ایم و راه خود را باید اصلاح کنیم. این خبر خوبی است که بیش از این نمی‌توانیم به راه کج ادامه دهیم. موضوع دیگری که ایجاد امیدواری می‌کند این است که جامعه ما به‌ویژه در شهرها در دو حالت می‌توانند زندگی کنند؛ مدنیت و نامدنیت. معمولاً بحران‌ها جامعه را از مدنیت خارج و آن را دچار بحران مدنی می‌کنند. در این هنگام بیماری‌های فرهنگی عرض اندام می‌کنند. برای نمونه، فراموشی اهلیت تقویت و به آن دامن زده می‌شود. از سوی دیگر، هنگامی که مدنیت رشد می‌کند زمینه برای رشد فرهنگ فراهم می‌شود و سبب می‌شود ارزش‌های اهلیت آشکار شود و راه بازگشت به آن هموار شود. جامعه ما در بحران مدنی است که از دهه ۱۳۴۰ آغاز شده است، امروز نزدیک به دو دهه است که در حال خارج شدن از بحران مدنی هستیم. بستر عمومی جامعه و متن آن بیشتر به مدنیت اهمیت می‌دهد اما دغدغه اصلی جامعه پیدا کردن رفتارهای مدنی است و این بسیار مهم است. بدین ترتیب، اهمیت و ارزش اهلیت آشکار می‌شود و زمینه برای بازگشت و به یاد آوردن اهلیت شدت می‌یابد. همین امروز جامعه را ببینید که چه اندازه در کشور شاهنامه یا گلستان، بوستان سعدی، حافظ و مثنوی مولانا خوانده می‌شود؟ من تنها در مورد متون کلاسیکمان می‌گویم. در کدام دوره از تاریخ این حجم از خواندن این متون را داشته‌ایم؟ تیراژ این کتاب‌ها چه تعداد است؟ آیا هرگز در کشور این تعداد تیراژ برای این نوع کتاب‌ها داشته‌ایم؟ البته من در مقایسه با میزان جمعیت کشور بیان می‌کنم. این امر نشان از وجود نوعی تشنگی در جامعه است و این تشنگی در مقایسه با اهلیت است.

می‌گوید: آب کم جو تشنگی آور به دست / تا بجوشد آب از بالا و پست

غلبه مدنیت سبب فراهم شدن این تشنگی است و این تشنگی کمک می‌کند تا به اهلیت خود بازگردیم و همان است که بر چستی و اهلیت ما دلالت دارد. شما امروز را با بیست یا سی سال پیش مقایسه کنید، توجه به هنرهای سنتی چه میزان تغییر کرده است یا وضعیت ما در ادبیات به چه شکل بود یا رفتن و دیدن نقاط مختلف سرزمینمان به صرف چیزی که وجود دارد و هست؛ یعنی ما سیاحت نمی‌کنیم تا فقط خوش بگذرانیم بلکه می‌رویم تا شیراز، اصفهان و کاشان را آن‌گونه که هستند

بستر عمومی  
جامعه و متن آن  
بیشتر به مدنیت  
اهمیت می‌دهد  
اما دغدغه اصلی  
جامعه پیدا کردن  
رفتارهای مدنی  
است و این بسیار  
مهم است

فصلنامه

نمایه پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

ببینیم. امروز جامعه ما با گذشته اصلاً قابل قیاس نیست. تمامی اینها نشان دهنده این است که افقی روشن در پیش است و من به آن امیدوارم. اما مشکلی هم هست به ویژه اینکه جامعه ما دچار بحران نخبگی است. وقتی به اطراف خود می‌نگرید نوعی میان‌مایگی در حال غلبه خواهید دید. یعنی افراد میان‌مایه فراوانی در این حوزه فعالیت می‌کنند، در حالی که افراد گران‌مایه و یگانه بسیار اندک‌اند. به عبارت دیگر، سیاه‌لشگر بسیار گسترده‌ای از میان‌مایگان در این زمینه فعالیت می‌کنند. این افراد نیازمند فرزانه‌گانی هستند که راهنمایی کنند. اما این نخبگان در صحنه حضور ندارند و گویی باید در روزنامه آگهی منتشر کنیم و بگوییم به وجودشان نیاز داریم.

■ گویی حکمایی که در طول تاریخ این جامعه را هدایت می‌کردند، نیستند. بلکه امروز به شدت به وجود آنها نیاز داریم.

### ■ در مورد وجه اقتصادی هنر سنتی چه می‌توان گفت؟

هنرهای سنتی یک وجه اقتصادی هم دارند. از هنگامی که سازمان صنایع دستی به وجود آمد، موجودیت هنرهای سنتی کشور را در عمل به گردشگری وصل کرد، در حالی که گردشگری اقتصاد ضعیفی دارد؛ یعنی اگر کوچک‌ترین مشکلی روی دهد، گردشگری دچار اختلال می‌شود. حال شما حیات اقتصادی و شاه‌رگ هنرهای سنتی را به گردشگری مرتبط کرده‌اید. چه اتفاقی خواهد افتاد؟ اگر گردشگری دچار نوسان شود، هنرهای سنتی نیز دگرگون می‌شود. اما اگر به صنعتی بودن هنرهای سنتی توجه می‌کردیم آن را به صنعت متصل می‌کردیم. امروزه هنرهای سنتی ما منفعل و متصل به گردشگری است و این در حالی است که حیات هنرهای سنتی ما به صنعت بستگی دارد. صنعت به راحتی دچار نوسان نمی‌شود. نمی‌خواهم بگویم در صنعت نوسان وجود ندارد اما مانند گردشگری هم نیست که بگوییم ضعیف‌ترین اقتصاد دنیاست. صنعت در هر جامعه‌ای از سوی برنامه‌ریزان و مدیریت کلان کشور جدی گرفته می‌شود به این دلیل که در اقتصاد ملی و اشتغال‌نقشی جدی و اساسی دارد. اگر این‌گونه می‌شد صنعت ما رشد چشمگیری داشت. امروز صنایع فولاد مبارکه و ذوب‌آهن اصفهان دو قطب بزرگ صنایع کشور هستند. هر دو آنها آهن و فولاد تولید می‌کنند. با مراجعه به متون تاریخی کشورمان درمی‌یابیم که اصفهان یکی از سه شهر مهم تولید فولاد بوده که به سراسر دنیا آن را صادر می‌کردند. اما چه نوع فولادی؟ در اصطلاح به آن فولاد جوهری می‌گوییم و آن فولادی است که تیغه شمشیر و خنجر را با آن می‌ساختند؛ فولادی بسیار سخت و تیز که در برابر ضربه مقاوم بود. شاید در یک سال در بازار آهن‌گران اصفهان ۵ خروار هم از این فولاد ساخته

امروزه هنرهای سنتی ما منفعل و متصل به گردشگری است و این در حالی است که حیات هنرهای سنتی ما به صنعت بستگی دارد. صنعت به راحتی دچار نوسان نمی‌شود

فصلنامه

نمایه پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

نمی‌شد اما شهرت جهانی داشت. آن زمان در اصفهان جوهر فولاد می‌ساختند در صورتی‌که ذوب آهن و فولاد مبارکه امروز خرمهره فولاد می‌سازند. ما متوجه این موضوع بودیم که اگر می‌خواهیم در اصفهان صنعت فولاد ادامه یابد، باید جوهر آن را بسازیم. خرمهره فولاد را باید کنار دریا بسازیم و این‌گونه زاینده‌رود را نابود نکنیم. اگر قیمت واقعی آب زاینده‌رود را در نظر بگیریم ما بسیار کمتر از ارزش این آب محصول می‌گیریم زیرا از هنرهای سنتی غافلیم و درس نگرفته‌ایم. باید متوجه این مسئله می‌شدیم که اگر قرار است در ایران صنعت رونق پیدا کند، این صنعت حتماً باید از جنس صنایع خلاقه دانش‌محور باشد و دیگر هیچ. مثال دیگر از بی‌توجهی به ظرفیت‌های هنرهای سنتی، ماشین چاپ الگوی گوتنبرگی است که با چند سال فاصله در دوره صفوی و به دست تجار ارمی به اصفهان وارد شد، اما از آن استقبال نشد و امروز در کلیسای وانگ قرار دارد.

با این ماشین تنها یک انجیل و یک کتاب دعای مسیحی چاپ شد. یعنی باز هم از آن استقبالی نشد. تا به دوره قاجار می‌رسیم. در ابتدای این دوران و در زمان عباس میرزا چاپ سنگی وارد ایران می‌شود و ایرانی‌ها از آن بسیار استقبال می‌کنند. امروز در میان کلکسیون‌های مجموعه‌داران سراسر دنیا که نسخ چاپ سنگی جمع‌آوری می‌کنند، نمونه‌های چاپ سنگی ایرانی فراوان دیده می‌شود. چه روی می‌دهد که ما از چاپ سنگی تا این اندازه استقبال می‌کنیم، اما از چاپ گوتنبرگ نه؟ نکته اینجاست که هنرمند و صنعت‌گر ایرانی با چاپ سنگی همچنان وجودش مفید بود و می‌توانست نقشی در آن داشته باشد. برای مثال، در چاپ سنگی کله‌خوش نویس حضور دارد؛ یعنی خط آن متعلق به کله‌خوش و نگاره آن متعلق به صنایع‌الملک و تذهیب و جلدسازی آن کار هنرمندان معروف است و به نوعی در این چاپ هنرمندان ایرانی اظهار وجود می‌کنند. یعنی تنها چیدمان حروف سربی مهم نیست و او تنها در نقش اپراتور کار می‌کند که هیچ‌گونه ارزش هنری ندارد. امروز مدیران و برنامه‌ریزان صنعتی ما متوجه این موضوع هستند که رخدادهای بزرگی باید روی دهد تا صنعت ما با چنین اندیشه و رویکردی شکوفا شود. چرا در برابر چاپ سنگی یا سینما که منشأ آن غرب بود، توانستیم چنین عرض اندام کنیم اما در صنعت نساجی نتوانستیم پیشرفتی داشته باشیم؟ امروز نساجی ما زندان همچنان کودری‌های زمان رضاشاه را تولید می‌کند و در آن هیچ ابتکار و نوآوری خاصی وجود ندارد. یا یزد مهم‌ترین منطقه تولید صنایع فلزی است که نیاز به آب فراوان دارد. اگر هزار سال دیگر هم باستان‌شناسان صنایع فولاد و آلومینیوم استخراج کنند می‌گویند یا شایعات دریاچه بودن کویر مرکزی درست است که البته درست نیست یا کسانی که این کارها را انجام داده‌اند گروهی بی‌خرد بوده‌اند.

### ■ گویی ما اصرار داریم که دوباره چرخ را تولید کنیم.

اتفاقاً اگر ما اهل نوآوری و خلاقیت باشیم، هر لحظه چرخ را اختراع می‌کنیم. اما راه تقلید را پیش گرفته‌ایم و فکر می‌کنیم چرخ را باید از خارج وارد می‌کنیم. چرخ خودرو از ماده‌ای شیمیایی ساخته شده است که در برابر سرما و گرما واکنش نشان می‌دهد. ما در کشوری زندگی می‌کنیم که هر نقطه‌ای از این آن با منطقه دیگری بیش از ۴۰ درجه اختلاف حرارت دارد. با وجود این، چرا فقط یک نوع لاستیک تولید می‌کنیم؟ مگر می‌توان با یک نوع لاستیک این تنوع را پاسخ داد؛ یعنی در اهواز با دمای هوای ۵۰ درجه همان کارایی را داشته باشد که در اردبیل که دمای هوای ۲۵ درجه دارد و گاهی زمستان‌های چندین درجه زیر صفر است. در مناطق کوهستانی که مدام باید از سرپالایی و سرپایینی بروید باز هم همین یک نوع لاستیک را داریم. این امر نشان می‌دهد که باید ترندهای دیگری برای تولید لاستیک متناسب با شرایط آب و هوایی بیاموزیم.

اگر ما اهل نوآوری و خلاقیت باشیم، هر لحظه چرخ را اختراع می‌کنیم. اما راه تقلید را پیش گرفته‌ایم و فکر می‌کنیم چرخ را باید از خارج وارد می‌کنیم

## پژوهش‌های فرهنگی سودمندتر از نگاه مطالعات فرهنگی

• محمد رضایی<sup>۱</sup>

فارغ از مجادلاتی که در علوم انسانی و اجتماعی سال‌ها بر سر علمی بودن یا چه میزان و به چه معنا علمی بودن در جریان بوده است، مایلم در این نوشتار کوتاه به جای دانش‌های علمی دربارهٔ فرهنگ از «داستان‌های سودمندتر» یاد کنم. به‌رغم همهٔ دعاوی گوناگونی که در این حوزه وجود دارد، کار پژوهشگر ارائهٔ توصیفی غنی از موضوع مطالعه شده‌اش است که البته خود او، جایگاهی که ایستاده، و موضع شناختی‌اش در فرم و محتوای روایتش از موضوع نقش دارد. از این‌رو، پژوهشگران حوزهٔ فرهنگ همان قصبه‌گوها یا راویان داستان‌های این حوزه هستند. با این پیش‌فرض، پرسش این است چگونه پژوهش‌های فرهنگی می‌توانند به ما برای گفتن «داستان‌هایی سودمندتر» یاری رسانند؟ در اینجا سخن از داستان‌های «بهتر» نیست، چراکه ما را درگیر بحث‌های نظری و معرفت‌شناسی دربارهٔ «بهتر» می‌کند. بگذارید سودمندی را با نگاهی عمل‌گرایانه و درخصوص مشکلات جاری کشور ببینیم. برای نمونه می‌پرسیم، چگونه می‌توان داستان‌های سودمندتری دربارهٔ مصرف فرهنگی در میان جوانان گفت؟ مشکل ممیزی را با کدام روایت سودمندتر می‌توان به راه‌حل‌هایی احتمالی نزدیک کرد؟ به عبارت دیگر، علاوه بر جنبهٔ تحلیلی این دست داستان‌ها برای وصف واقعیت‌های روزمره، سودمندی پژوهش‌ها به‌منظور کاهش رنج‌ها و بهبود زندگی شهروندان قابل تأمل است. پژوهشگرانی که در این زمینه به سیاست‌گذاری تمایل دارند، با این نوع سودمندی درگیرند. بنابراین، پژوهش آنها باید با معیارهای دقیق ارزیابی شود که ناظر بر دو هدف پیش‌گفته‌اند.<sup>۲</sup> افزون بر این،

۱. پژوهشگر مرکز مطالعات اسلام جهانی، دانشگاه گوته فرانکفورت (Rezaei@em.uni-frankfurt.de)

۲. نیت‌های شناختی متفاوت پژوهشی باید در سازوکار ارزیابی کار پژوهشگران دانشگاهی که به واسطهٔ کارهای چاپ‌شده‌شان از امتیازات پژوهشی برخوردارند، نمود عملی پیدا کند. به بیان دیگر، نظام‌های متنوع‌تری از ارزیابی در دانشگاه‌ها و دیگر مراکز آموزشی و پژوهشی لازم است تا فضای راکد و یکدست حاکم بر سنجش عملکرد استادان و پژوهشگران را دگرگون کند. امروزه نظام دانشگاهی توجه چندانی به مشکلات و مسائل روزمره در کشور ندارد و همچون جزیره‌ای جدا خود را مصروف آموزش، ارائهٔ پژوهش‌های دانشجو‌محور، و انتشار نتایج این پژوهش‌ها در مجلات داخلی و خارجی کرده است. گاه، حتی نظام دانشگاهی به سبب پافشاری‌اش بر چاپ مقالات در نشریات خارجی به دستگاه تولید علم بر اساس معیارهای جهانی وابسته به بازار بزرگ علم تبدیل شده است. در این بازار، هرچه محققان به معیارهای پژوهش و چاپ معیارین نتایج علمی بیشتر تن دهند، شانس بیشتری برای موفقیت چاپ مقالات و احتمالاً کتاب خود دارند. درحالی‌که نیازهای جامعه و کشور، الزام‌های دیگری را طلب می‌کند که چه‌بسا در پاره‌ای مواقع، با

پژوهشگران با دغدغه‌های نظری و نه لزوماً سیاست‌گذارانه و نیز با رویکردی که در این نوشتار دنبال می‌شود، نمی‌توانند از چنین معیارهایی شانه خالی کنند. چون، دانشی که برای بهبود زندگی به کار نیاید، ارزشی برای گذران وقت ندارد.

اما داستان سودمند از دو منظر دیگر هم قابل بررسی است: منظری که عمق و جدیت محتوای شناختی آنها را می‌کاود، و منظری که ناظر بر قابلیت ترویج این روایت‌ها در میان مردم است. منظر نخست را می‌توان بُعد معرفتی، روش شناختی، و تحلیلی داستان‌های برآمده از پژوهش‌های فرهنگی دانست؛ درحالی‌که منظر دوم با کارکرد ارتباطی، عملیاتی، و پراتیک دانش‌های اجتماعی برآمده از این پژوهش‌ها پیوند دارد. در ادامه کوشش شده است تا این دو منظر بیشتر توضیح داده شود. از این رهگذر تلاش می‌شود تا برخی مشکلات موجود در تحقیقات فرهنگی در کشور هم واکاوی شود.

یکی از مهم‌ترین موانع بر سر راه پژوهش‌های فرهنگی مؤثر، نبود داده‌های طولی و فراگیر در دسترس محققان است

### دشواری‌ها و کاستی‌های پژوهش‌های فرهنگی

به‌طور کلی، در حوزه فرهنگ با دو دسته پژوهش سروکار داریم که می‌توان ذیل پژوهش‌های ناظر بر سیاست‌گذاری و پژوهش‌های انتقادی/نظری دسته‌بندی کرد. هریک از این دسته‌ها با مشکلات و کاستی‌هایی روبه‌رو هستند که آشنایی با آنها چه بسا راهی را برای برون‌رفت از این وضعیت و تولید داستان‌های سودمندتر بگشاید. منظور از مشکلات آن دسته از متغیرهایی است که مانع پژوهشگران برای اجرای کارهای دقیق و جدی می‌شود؛ و کاستی‌ها نیز به ضعف‌هایی اشاره دارد که به نوع نگاه و روش پژوهشگران در تحلیل موضوع مورد بررسی آنها آسیب می‌زند و از این‌رو، عمق و جدیت کارهای علمی در حوزه فرهنگ را به مخاطره می‌اندازد.

یکی از مهم‌ترین موانع بر سر راه پژوهش‌های فرهنگی مؤثر، نبود داده‌های طولی و فراگیر در دسترس محققان است. با پیمایش‌های ملی مانند امواج گوناگون «پیمایش‌های ملی مصرف کالاهای فرهنگی در ایران»؛ «وضعیت اجتماعی، فرهنگی

معیارهای بازار علم در مقیاس جهانی سازگار نباشد. به عبارت دیگر، دو رویکرد به پژوهش در اینجا وجود دارد که از نظر ماهیت با یکدیگر متفاوت‌اند: رویکرد حل مسئله داخلی و جاری، و رویکرد ناظر بر انتشار در ارگان‌های علمی جهانی مانند مجلات آی. اس. آی. روشن است نمی‌توان همه پژوهش‌ها را به یکی از این دو سویه کشاند و نگاهی صرف و یکساز را در اینجا حاکم کرد. موضع این نوشتار دفاع از وضعیتی متعادل میان این دو نیت پژوهشی و ایجاد سازوکارهای عملی در سنجش عملکرد استادان و محققان در دانشگاه‌ها و مراکز پژوهشی کشور به نفع رویکرد پژوهش با نیت حل مسائل جاری در کشور است. اهمیت توجه به این موضوع وقتی برجسته می‌شود که امروزه با پدیده‌ای به نام «بزرگنمایی رشد و شتاب علمی ایران» در فضاهای رسانه‌ای کشور روبه‌رویم. حتی در اسناد بالادستی مهم مانند سند جامع علمی کشور برداشتی خاص از «پیشرفت علمی - تکنولوژیک» دیده می‌شود که نمایه‌سازی فعالیت‌های علمی در پایگاه‌های جهانی یکی از دلالت‌های آن است. کمیت تولید علم در مقایسه با استانداردهای جهانی یکی از معیارهای اصلی در این رویکرد است که هرچند در جای خود مهم شمرده می‌شود اما پاسخگوی نیازهای داخلی کشور نیست. به عبارت دیگر، مشکل آنجاست که فاصله میان تولید علم ژورنالی (با ناظر بر چاپ در مجلات معتبر جهانی) از یک سو و نیازهای واقعی کشور فاصله‌ای بسیار است که پرکردن آن کوشش‌های بسیاری را طلب می‌کند.

فصلنامه

نمایه  
پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

و اخلاقی در ایران؛ پیمایش‌های «ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان» و «سنجش سرمایه‌های اجتماعی» بخشی از این موانع برطرف شده است. اما دو مشکل مهم در اینجا دیده می‌شود. نخست، پژوهشگران به داده‌های خام این تحقیقات گسترده دسترسی کافی ندارند. گاه ممکن است به واسطه روابط پژوهشگران یا در شرایطی خاص چنین دسترسی برای پژوهشگران ویژه‌ای وجود داشته باشد اما قاعده‌ای مشخص در اینجا دیده نمی‌شود. از این رو، نمی‌توان از استاندارد روشنی برای دسترسی به داده‌های فرهنگی خام در کشور سخن گفت. در عوض، در بیشتر مواقع تحلیل‌های فرهنگی روی تحلیل‌های آماری یا غیرآماری دیگر محققان صورت می‌گیرد. حاکمیت الگوی «تحلیل تحلیل‌ها» در فضای علمی کشور سبب شده است تا کمتر شاهد نوآوری در نظریه‌ورزی درباره مقولات فرهنگی در کشور باشیم. نوعی تکرار گفته‌های دیگران در اینجا حاکم است که شوربختانه حتی دامن تحلیل‌های تاریخی را هم گرفته است. تصور کنید محققان تاریخ به جای مراجعه به اسناد تاریخی به تحلیل دیگر محققان از این اسناد بسنده کنند!

مشکل دیگر نبود پایگاه‌های مشخص برای داده‌های فرهنگی برآمده از این تحقیقات است. پژوهش‌هایی که با صرف بودجه‌های کلان ارائه می‌شوند، به حال خود رها شده و گاه به دلیل ضعف بنیادهای نهادی روشن و گاه مصلحت‌های امنیتی از دسترس خارج می‌شوند. از این رو، باید فکری به حال «ناپیداشدن ساختاری» داده‌های فرهنگی تولید شده کرد. یک پیشنهاد در این خصوص می‌تواند ساماندهی مراکز مونی‌تورینگ و تحلیل اجتماعی و فرهنگی در سازمان‌ها و نهادهایی باشد که دست‌اندرکار تولید داده‌های اجتماعی و فرهنگی در پژوهشگاه‌های مرتبط با وزارت ارشاد، سازمان تبلیغات اسلامی، ایسپا و مانند اینها هستند. چنان‌که گفته شد، داده‌های زیادی در حوزه‌های گوناگون اجتماعی و فرهنگی در مراکز پژوهشی کشور تولید می‌شود که یا به موقع به دست تصمیم‌گیران نمی‌رسد یا خام و ناپروورده در اختیارشان قرار می‌گیرد. در هر دو حالت، با چنین داده‌هایی نمی‌توان تصمیمات مناسب گرفت. بلکه با آنها که با صرف هزینه‌هایی گاه هنگفت تولید می‌شوند می‌توان در دو سطح به تحلیل‌هایی مناسب و کارا دست یافت: تحلیل برای نظریه‌سازی‌های کلان و تحلیل برای سیاست‌گذاری‌های خرد و کلان اجتماعی و فرهنگی. این دو سطح جدا نیستند بلکه همچون قلمروهایی مستقل اما مرتبط‌اند. هرکدام پیش شرط‌ها و الزام‌های خاص خود را دارند که باید به دقت در فرایند تدارک داده‌های اولیه یا فرایند داده‌سازی به آنها توجه شود. به بیان ساده، تحلیل در هر دو سطح نیازمند فرایندها و سازوکارهای مفصل‌تر و پیچیده‌تر از «انباشت فله‌ای»

حاکمیت الگوی  
«تحلیل تحلیل‌ها»  
در فضای علمی  
کشور سبب شده  
است تا کمتر  
شاهد نوآوری در  
نظریه‌ورزی درباره  
مقولات فرهنگی در  
کشور باشیم. نوعی  
تکرار گفته‌های  
دیگران در اینجا  
حاکم است که  
شوربختانه حتی  
دامن تحلیل‌های  
تاریخی را هم گرفته  
است

فصلنامه

نمایش  
پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

نتایج تحقیقات ملی، سرشماری‌ها یا نقشه‌هایی از نوع جی. آی. اس است.<sup>۱</sup> چنین مراکزی می‌توانند دست‌کم در نقش بانک‌های داده‌های جامع برای دو نوع تحقیقات پیش‌گفته، یعنی از نوع نظروزرانه/انتقادی یا مایل به سیاست‌گذاری، عمل کنند. تحلیل از نوع نخست، چه بسا ما را به سمت علوم انسانی بومی و متمرکز بر مسائل داخلی رهنمون شود و آن را از حال و روز کنونی‌اش رها سازد که گرفتار نوعی دلمشغولی بی‌هدف به نظریه‌هایی است که در دیگر زمینه‌های اجتماعی و فرهنگی تولید شده‌اند. اما تحلیل‌های کاربردی و از جنس سیاست‌گذارانه که جدا از سطح قبلی نیست از این مراکز بهره خواهند برد، چون امکانی را فراهم می‌کنند تا تحلیل‌های کارآمد و به‌روز در اختیار مدیران و نظام تصمیم‌گیری قرار گیرد. اگر بپذیریم، دولت‌های وابسته به نظام‌های کارشناسی کارکشته و آگاه هستند، این دست مونیتورینگ‌های داده‌های خام فرهنگی و اجتماعی اهمیتی پایه‌ای برای عملکرد دولت‌ها خواهند داشت. برای نمونه، هدایت «کارِ جامعه‌شناسی» یا «کارِ مطالعات فرهنگی» به سوی چنین تحلیل‌هایی، شکاف همیشگی میان علوم اجتماعی و انسانی از یک سو و دولت از سوی دیگر را تعدیل می‌کند. در صورت وجود اطلاعات و داده‌های متناوب، به موقع، قابل اعتماد و کافی در زمینه‌های مختلف می‌توان ساختارهایی را در مرتبه‌های بعدی برای رسیدن به تحلیل‌هایی مناسب، ناظر بر سیاست‌های اجرایی و احتمالاً معطوف به تحولات آتی پدیده‌های مورد تحلیل، تعریف کرد. روشن است چند کار اصلی در چنین مراکزی باید دنبال شود: الف) تولید داده‌های متقن، قابل اعتماد و تطبیق‌پذیر حاصل از پیمایش‌های ملی و فراملی؛ ب) دسترس‌پذیرکردن شاخص‌ها و داده‌های بین‌المللی برای ارزیابی‌های تطبیقی؛ ج) تعامل مناسب و ملموس با نهادها و مراکز مسئول و مؤثر در حوزه‌های فرهنگی و اجتماعی مورد نظریا دیگر بانک‌های داده‌ای.

افزون براین، در سازماندهی چنین مراکزی باید توجه داشت که داده‌ها بر اساس نیازهای حوزه‌هایی مشخص و با تکیه بر معرف‌ها و شاخص‌های مرتبط جمع‌آوری شوند. دو شیوه برای جمع‌آوری داده‌ها وجود دارد: گردآوری هدفمند داده‌ها بر اساس شاخص‌های از پیش موجود، و گردآوری غیرهدفمند. در نوع اول که به نظر اقتصادی و کاربردی‌تر است، از پیش باید شاخص‌های مورد نیاز تحلیل‌ها تعریف و داده‌های مورد نیاز تهیه و گردآوری شود. برای نمونه، اگر تحلیل مسائل حوزه آموزش مورد نظر باشد باید داده‌های لازم و مرتبط با شاخص‌ها و زیرشاخص‌هایی مانند نرخ باسوادی، نرخ بی‌سوادی، سرانه‌های فضاهای آموزشی، برابری دسترسی به امکان‌های آموزشی نو، و مانند اینها گردآوری و موجود باشد. روشن است مفروضه

در صورت وجود اطلاعات و داده‌های متناوب، به موقع، قابل اعتماد و کافی در زمینه‌های مختلف می‌توان ساختارهایی را در مرتبه‌های بعدی برای رسیدن به تحلیل‌هایی مناسب، ناظر بر سیاست‌های اجرایی و احتمالاً معطوف به تحولات آتی پدیده‌های مورد تحلیل، تعریف کرد

فصلنامه

نمایه پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

۱. به نمونه‌هایی مانند The 2009 UNESCO Framework for Cultural Statistics رجوع شود.

تحلیل و ارائه سیاست‌ها این است که نظام داده‌سازی از پیش باید هدفمند و مبتنی بر سیاست‌های تحلیلی تعریف شده باشد. نبود چنین خط‌مشی کلی در نظام داده‌سازی چنین مراکزی، امکان برنامه‌ریزی‌های بعدی برای تحلیل‌های نظام‌مند را سلب می‌کند. باید به سمتی حرکت کرد که محققان و تحلیل‌گران بتوانند رویکردهای نظری خود را بر داده‌های موجود تحمیل کنند. وجود داده‌های گردآوری شده بدون برنامه‌های از پیش معین، تحلیل‌گران را اسیر نقصان‌های خود می‌کند. برای نمونه، می‌توان هدف اصلی مرکز را ایجاد یا جمع‌آوری داده‌های مصرف فرهنگی دانست. در این صورت، با نظر کارشناسان و با طرح و برنامه باید به سراغ داده‌های حوزه‌های دیگر رفت. افزون بر این، اگر تمرکز بر داده‌های مصرف فرهنگی است، باید تعریفی از آنها ارائه شود و به لحاظ نوع و ماهیت دسته‌بندی شوند. برخی از این داده‌ها را از مراکز آماری کشور و برخی را از مراکز تحقیقاتی دیگر تهیه و برخی نیز باید تولید شوند. از این‌روست که مرکز تحلیل و مونیتورینگ داده‌های اجتماعی و فرهنگی، هم‌زمان «گردآورنده و تولیدکننده» داده‌ها به شمار می‌رود و به همین دلیل باید ساختار مناسب این دو مأموریت مهم تعریف شود.

نوع داده‌ها هم مهم است. داده‌های خام و ریکودن‌شده بیشترین فایده را برای تحلیل‌های ثانوی دارند. بنابراین، نظام تهیه و تدارک داده‌های تحلیلی باید بر تدارک چنین داده‌هایی ناظر باشد. معنای این گفته ناکارایی مواردی مانند درصدها و فراوانی‌ها و سایر آمارهای توصیفی و استنباطی موجود نیست بلکه داده‌های خام، امکان پردازش ثانویه و آزمون‌های متنوع برای بررسی فرضیات مختلف را فراهم می‌کند. تکرار این اصل مهم نباید ملال‌انگیز باشد که ما به واسطه داشتن نظریه‌های مؤثر، و نه تنها داده‌های متکثر، می‌توانیم به تحلیل‌های درخور دست یابیم. تکیه مفراط بر داده‌ها و جست‌وجو برای تحلیل‌ها به مانند آن است که اسب را پشت گاری ببندیم. عامل حرکت در تحلیل‌ها، نظریه‌ها هستند. با وجود این، نظام داده‌سازی باید به گونه‌ای طراحی شود که هرچه بیشتر بتوان نظریه‌های متنوع‌تری را با داده‌های موجود آزمود، یا امکان‌های بیشتری برای تولید نظریه فراهم کرد.

شرط دیگر ارائه تحلیل‌های مناسب، وجود داده‌هایی است که مقایسه و تطبیق میان آنها امکان‌پذیر باشد.<sup>۱</sup> گردآوری داده‌های انبوه اما مقایسه‌ناپذیر کمکی به روند تحلیل‌های ثانویه نمی‌کند. مرکز باید در مورد جمع‌آوری داده‌ها و کیفیت آنها برای تحلیل، تصمیم‌گیری کند. پیمایش‌های ملی یا داده‌های به‌دست‌آمده از آمارگیری‌های رسمی بسیار مناسب و مقایسه‌پذیرند.<sup>۲</sup> در کنار چنین داده‌هایی باید

۱. مراکز یا پایگاه‌های داده مانند مرکز داده‌های یونسکو نمونه‌های خوبی برای الگوبرداری و طراحی نظام داده‌سازی محسوب می‌شوند.

۲. می‌توان به مرکز آمار پیشنهاد کرد که زمینه را برای استخراج برخی داده‌های ضروری در سرشماری‌ها فراهم کند.

شرط دیگر ارائه  
تحلیل‌های مناسب،  
وجود داده‌هایی  
است که مقایسه  
و تطبیق میان  
آنها امکان‌پذیر  
باشد. گردآوری  
داده‌های انبوه  
اما مقایسه‌ناپذیر  
کمکی به روند  
تحلیل‌های ثانویه  
نمی‌کند

راهبردهای نمونه‌گیری و اطلاعات جامعه‌های آماری وجود داشته باشد تا امکان‌های تحلیل گسترش یابد.

چنین مراکزی در تکمیل مأموریت خود می‌توانند الگوی روشنی برای نظام گزارش‌گیری یا سیاست‌های درخور چاپ و انتشار داشته باشند. فارغ از شکل خروجی‌های مرکز تحلیل داده‌ها، همه آنها ناظر بر اهداف عمده‌ای هستند که پیش‌تر به آنها اشاره شد. به عبارت دیگر، خروجی‌ها باید بر شناسایی مسائل، گزارش کیفی و کمی آنها و راهکارهای اجرایی براساس تقسیم کار نهادها و مراکز درگیر ناظر باشند. اشکال مختلف گزارش‌های مرکز در ذیل آمده است:

**الف) خلاصه‌ها و توصیفات آماری:** این دسته شامل گزارش‌های توصیفی در قالب جداول و نمودارها و اشکال مؤثری است که برای طرح موضوع و تغییر توجهات برنامه‌ریزان یا به دنبال درخواست آمارهای توصیفی از موضوعات توسط افراد و نهادهای مختلف تدارک دیده می‌شود.

**ب) تحلیل‌های موضوعی خرد:** گزارش‌های چاپ‌شده از سوی مرکز تحلیل و مونیتورینگ می‌تواند بر موضوعات خردی متمرکز باشد که در سطوح مختلف استانی و منطقه‌ای مطرح‌اند. این تحلیل‌ها برای کاربردهای محلی و برنامه‌ریزی‌های منطقه‌ای مفیدند. استانداری‌ها، شهرداری‌ها و سایر نهادهای برنامه‌ریزی فرهنگی اجتماعی محلی، مشتریان این نوع تحلیل‌ها به شمار می‌روند.

**ج) تحلیل‌های موضوعی کلان:** در مقایسه با تحلیل‌های نوع پیش، این دسته از حیث سطح تحلیلی متفاوت است. برای نمونه، اگر بنا بر تحلیل وضعیت خودکشی یا برابری آموزشی در سطح ملی باشد، گزارش‌های مرکز باید برای این سطح هدف‌گذاری شود.

**د) نظریه‌ورزی‌های کلان:** مدیریت جامعه نیازمند نظریه‌های کلانی است که درخصوص جامعه به مثابه کل سخن می‌گویند. برای نمونه، تحلیل پارسنز در نظریه نظام‌ها، تحلیل هابرماس در کتاب تحول ساختاری در حوزه عمومی، تحلیل استوارت هال از تاجریسم، یا کتاب معظم سرمایه مارکس، کلیت اجتماعی را موضوع تحلیل خود قرار دادند. این نوع تحلیل را نباید مختص کلاسیک‌های علوم اجتماعی و اقتصاد دانست. کتاب‌ها و نظریه‌های زیادی وجود دارند که به دنبال ارائه درک مناسب‌تری از جوامع هستند: نظریه گیدنز درباره فردگرایی، نظریه بومن درباره عشق سیال، نظریه حاد واقعیت بودریار و مانند اینها. هدف اصلی مرکز تحلیل داده‌های

مدیریت جامعه  
نیازمند نظریه‌های  
کلانی است که  
درخصوص جامعه  
به مثابه کل سخن  
می‌گویند

اجتماعی و فرهنگی می‌تواند ارائه نظریه‌هایی بومی برای درک بهتر جامعه ایران باشد؛ عاملی که می‌تواند این مراکز را به «اندیشگاه‌ها» یا «مؤسسات مولد دانش» یا به بیان معمول «تینک‌تنک»‌ها نزدیک کند.

### پراتیک پژوهش‌های فرهنگی

ترویج دانش در میان مردم به‌ویژه وقتی پای علوم دقیقه در میان است، به باور برخی، شاید مسئله مهمی تلقی نشود.<sup>۱</sup> اما، در علوم انسانی این برداشتی ناسودمند و چه بسا ناممکن باشد. دیدگاه‌های مختلفی در این باره وجود دارد که در پاسخ به این پرسش مهم شکل گرفته‌اند: رابطه میان علوم اجتماعی و انسانی با جامعه یا مردم عادی چگونه است؟ ساحت ارتباطی و ترویجی دانش‌های فرهنگی و انسانی از این زاویه پیش کشیده می‌شود. در ادامه کوشش می‌شود از این منظر به برخی ضعف‌هایی اشاره شود که دامن پژوهش‌های فرهنگی را گرفته است. در اینجا به‌طور مشخص به این نکته اشاره می‌شود که دستاوردهای پژوهشی در حوزه فرهنگ به‌ویژه آنهایی که خود را از جنس کارهای انتقادی می‌دانند باید با بدنه اجتماعی و عقل سلیم جامعه پیوند برقرار کنند و به اصطلاح سودمند واقع شوند. از این رو، پرسش مهم این خواهد بود با چه تعبیری از کار انتقادی و روشنفکری می‌توان با عرف عامه پیوند خورد و از این رهگذر تغییراتی را در زندگی روزمره پدید آورد؟

یکی از تعابیر مناسب را می‌توان در کار استوارت هال (۱۹۹۶/۱۳۸۶) در مقاله «مطالعات فرهنگی و میراث‌های نظری آن» دید. در این متن او به دو جنبه از کار روشنفکری در مطالعات فرهنگی، پیوند نظریه و عمل سیاسی (بخوانید کنش برای تغییر وضع موجود)، و مانند آن اشاره کرده است. او به دو نوع جاه‌طلبی پروژه مطالعات فرهنگی و دوجبه‌ای اشاره دارد که روشنفکران ارگانیک به‌طور هم‌زمان درگیر آن هستند. به گفته او، از یک سو روشنفکران و محققان حوزه فرهنگ باید بر کارهای نظری<sup>۲</sup> متمرکز باشند. به عبارت دیگر، اشاره او به کوشش‌ها برای حل مسائل نظری این حوزه از علم و تعمیق و تقویت بنیادهای نظری است. از سوی دیگر، مأموریت پژوهشگرانی که نقش روشنفکر ارگانیک را ایفا می‌کنند این است که مسئولیت انتقال دانش نظری کسب‌شده را به مردم و دخیل کردن آن در زندگی روزمره برعهده گیرند. چه بسا، پژوهشگران درک نظری پیچیده و عمیقی نسبت به موضوع پیدا کنند، اما

۱. جامعه دانش پایه با این باور ناسازگار است. به عبارت دیگر، هرچه دانش‌های علمی، فارغ از نوعش، در میان مردم گسترش یابد، مردم فرصت‌های بیشتری برای زندگی بهینه خواهند داشت. انجمن‌ها و مراکز ترویج علم در سراسر دنیا در پی چنین نیازی شکل گرفتند. خوشبختانه در کشور ما انجمن علمی ترویج علم برای چنین نقشی ایجاد شده است.  
۲. مراد از کار نظری و نظریه را باید در بستر جایگاه نظریه در مطالعات فرهنگی درک کرد که با الگوی رایج متفاوت است. به پیوند عمیق میان زمینه (context) و نظریه در چارچوب روش‌شناسی تحلیل بزنگاه (conjunctural analysis) باید توجه شود (برای تحلیل بزنگاه نگاه کنید به: رضایی و آقاجانزاده، ۱۳۹۴: ۲۶۱).

اگر چنین ترازوی از دانش برای بهبود زندگی مردم به کار نرود و در چارچوب مراکز علمی و دانشگاه‌ها باقی بماند، چه فایده‌ای خواهد داشت؟ از این روست که در علوم انسانی و اجتماعی نمی‌توان به مسئله انتقال دانش به مردم و تزریق آن به عرف عامه یا عقل سلیم جامعه بی‌توجه بود. پیوند پژوهشگران حوزه فرهنگ فارغ از اینکه در چه مرکزی فعالیت دارند با جامعه از این منظر قابل تعریف است. از همین زاویه، به نظر می‌رسد پژوهش‌های فرهنگی در کشور با مشکل روبه‌رو هستند، چون در بهترین حالت آنها رو به سوی سیاست‌گذاران دارند. در مورد پژوهش‌های انتقادی/نظری هم مشکل این است که در حصار دانشگاه‌ها باقی مانده‌اند.

بگذارید با مثالی این نکته را ساده‌تر کنیم. همه خانواده‌هایی که فرزندان نوجوان یا جوان دارند با دغدغه تأثیر بازی‌های رایانه‌ای بر زندگی نوجوانانشان درگیرند. به‌رغم وجود مراکز مختلف دولتی و فرادولتی (حاکمیتی) و قوانین فراوان برای نظارت و کنترل بر ورود بازی‌های رایانه‌ای در ایران، هنوز اراده‌ای مؤثر برای کاهش این دغدغه در میان خانواده‌ها دیده نمی‌شود. پژوهشگران حوزه بازی‌های رایانه‌ای در این میان می‌توانند نقشی مهم ایفا کنند. آنها می‌توانند ابعاد مهم و مؤثر مخاطرات و سودمندی‌های این بازی‌ها را با دانشی عمیق هم برای خانواده‌ها و هم برای سیاست‌گذاران، البته به زبان‌هایی متفاوت، نشان دهند. امروزه، وقتی صحبت از دنیای بازی‌های مجازی می‌شود، بخش زیادی از جامعه واکنش‌های مبهمی از خود نشان می‌دهند. این نگرانی گاه آن قدر زیاد است که نه فقط مسئولان بلکه خانواده‌ها را به این نتیجه رسانده است با هیولایی مهارنشده روبه‌رو هستند. بخش زیادی از این نگرانی به ناآگاهی ما از توان‌های ایجابی و بالقوه این ابزارها بازمی‌گردد. مانند هر فناوری نورسیده‌ای دنیای بازی‌های مجازی و مشتقات آن هم گرفتار تردیدهای اولیه از سوی افرادی است که همیشه موضعی محافظه‌کار و مردد دارند. تا آنجا که به مسئولان و سیاست‌گذاران مربوط است، مواجهه آنها با فضا و دنیای مجازی همچون عاملی برای «هراس اخلاقی»<sup>۱</sup> است. به هنگام انتقال دانش این حوزه به جامعه، پژوهشگران می‌توانند ذهنیت جامعه را برای پذیرش این ساحت تازه فناورانه آماده کنند. برای نمونه، می‌توان به زمینه‌ها و دلایلی پرداخت که نظام آموزشی ما هنوز در برابر ورود بازی‌های رایانه‌ای به مدرسه مقاومت می‌کند. به رفتار مالی مردم در جامعه دقت

در علوم انسانی و اجتماعی نمی‌توان به مسئله انتقال دانش به مردم و تزریق آن به عرف عامه یا عقل سلیم جامعه بی‌توجه بود

۱. moral panic: استانی کوهن (S. Cohen) هراس اخلاقی را در ویراست دوم کتاب شیاطین قوم و هراس اخلاقی (۱۹۷۲) این‌گونه تعریف می‌کند: «بازنمایی‌های بصری از آنچه نباید باشیم» (۱۹۷۲: ۱۰). او در این کتاب توضیح می‌دهد رخدادهایی نه چندان مهم چگونه به «حقیقت‌های رسانه‌ساخت» تبدیل می‌شوند. هدف اصلی در این فرایند، جلب توجه آحاد مردم به رخدادی ویژه در جامعه است. خود کوهن به روایت دنهام (۲۰۰۸: ۹۴۶) از مفهوم مبالغه یا «بزرگ‌نمایی انحراف» لزی و بلیکینز، جرم‌شناس، هراس اخلاقی را استنباط می‌کند. این بزرگ‌نمایی به حالتی اشاره دارد که گروه‌های قدرتمند جامعه، رفتارهای به اصطلاح انحرافی گروه‌های کوچک‌تر جامعه را، که معلوم هم نیست از اساس انحراف باشد یا نه، بزرگ‌نمایی می‌کنند. با این مبالغه و اغراق یا سازوکار «ساخت بحران‌های نمادین» (دنهام، ۲۰۰۸: ۹۵۷) است که هدف برانگیختن توجه مردم به مرزهای اخلاقی پذیرفته‌شده یا «جهان‌های اخلاقی نمادین» به تعبیر بن‌یهودا (۱۹۹۰: ۵۹) مرتفع می‌شود.

کنید! به راحتی با این موضوع کنار آمده‌ایم، بدون دیدن و لمس پول، معاملاتمان را در فضای مجازی انجام دهیم و از این انتخاب نگرانی‌ای نداریم. اما در مورد «آموزش از طریق بازی»<sup>۱</sup> چگونه؟ چه عاملی در نظام‌های آموزشی وجود دارد که مانع این حرکت انقلابی در آموزش مدرسه‌ای می‌شود؟ اینها پرسش‌هایی است که پژوهشگر حوزه‌های فرهنگی قادر به یافتن پاسخ‌های درخور و انتقال آن به جامعه است.

در پیوند با نقش پژوهشگران در انتقال دانش به جامعه، مشکلی دیگر وجود دارد که پژوهش‌های فرهنگی در کشور از آنها رنج می‌برند. به بیان ساده، مشکل اصلی در غفلت از ویژگی مهم تحقیقات فرهنگی است که به بیان رایج در مطالعات فرهنگی، «زمینه‌گرایی رادیکال»<sup>۲</sup> خوانده می‌شود. زمینه‌گرایی هدف تحلیلی مهمی دارد و امیدوار به فهم عمیق، سودمند و البته جدی و واقعیت و شرایطی است که در آن قرار داریم. با این امید است که هم‌زمان پژوهش‌های فرهنگی برآمده از مطالعات فرهنگی، پای بندی اخلاقی<sup>۳</sup> هم دارند؛ به این معنا که این دست پروژه‌ها می‌توانند در نگاه خوش بینانه، به لحاظ فکری و نظری هم جدی باشند و هم به لحاظ عملی و سیاسی، سودمند (گروسبرگ، ۲۰۱۹: ۶۸۳۸). بنابراین، اگر تراز دانش را فقط به پیچیدگی‌های نظری و رتوریک آن محدود کنیم، آن‌گونه که برای نشریات دانشگاهی و کسب پرستیژهای رایج علمی در بازار جهانی و بزرگ تولید علم مهم عموماً رایج دانش را شاهدیم که با زمینه و جامعه مورد نظر پیوندی ندارد. و اگر بنا را بر بهبود یا دست‌کم میل به مداخله در وضعیت موجود بگذاریم، باید در پی شکل دیگری از دانش، کنشگری اجتماعی و روشنفکرانه، و مدیوم‌های ترویج دانش باشیم (در این باره نگاه کنید به: استریفاس، ۲۰۱۰: ۲۵۳). برای این منظور باید به نیازها، امکان‌ها، و محدودیت‌های بزنگاهی<sup>۴</sup> اندیشید و برنامه‌های پژوهشی مناسب چنین رویکردی را سامان داد. به نظر می‌رسد، ما پژوهشگران فرهنگی در ایران حس لازم برای شناسایی این نیازهای بزنگاهی خاص خودمان را هنوز نیافته‌ایم و در میدانی بازی می‌کنیم که از پیش به دلیل نیازهای بزنگاهی دیگر زمینه‌ها (به‌ویژه حاصل از غلبه بازار علم جهانی) تعریف شده است. در نتیجه، نبود درک بزنگاهی از مسائل اطرافمان یکی از مهم‌ترین کاستی‌های پژوهش در حوزه فرهنگ است.

اگر تراز دانش را فقط به

پیچیدگی‌های نظری و رتوریک آن محدود کنیم، آن‌گونه که برای نشریات دانشگاهی و کسب

پرستیژهای رایج علمی در بازار جهانی و بزرگ تولید علم مهم است، پیکره‌های عموماً رایج دانش را شاهدیم که با زمینه و جامعه مورد نظر پیوندی ندارد

1. schooling through gaming
2. radical contextualism
3. ethical commitment
4. conjunctural

## سخن پایانی

در این نوشتار کوتاه کوشش شد تا برخی دشواری‌ها، موانع، و کاستی‌ها در پژوهش‌های فرهنگی کشور برجسته شود. چه بسا این دست تلاش‌ها برای محققان حوزه فرهنگ در ایران امروز سودمند باشد تا با نگاهی تازه به جدال‌های مفهومی و دوگانه‌سازی‌های رایج بنگرند و راه‌های تازه‌ای برای پژوهش‌های سودمندتر بیابند. تکیه بر مفهوم سودمندی برای آن است تا از دوگانه‌سازی‌های مبتنی بر جداسازی‌های قطعی و مرزگذاری‌های نامستند، رها شویم. هم‌زمان، بازنگری در شیوه مواجهه با موضوعات فرهنگی با تکیه بر مفاهیمی مانند «زمینه‌گرایی رادیکال»، «تحلیل بزنگاه» و «روشنفکری ارگانیک» فضای تازه‌ای برای کنشگری در میان دو سر سیاست‌گذاری از یک سو و گفت‌وگوی با مردم از سوی دیگر باز کند. از همین زاویه است که تلاش‌های مفهومی باید بر درک ابعاد مختلف، کلی، و چندگانه پدیده‌ها ناظر باشد. اما خیلی زود باید به این نکته اشاره کرد که منظور از درک کلی، مسامحه، آستی، و یافتن نقطه وسط در معنای ارسطویی نیست؛ مفهومی از اعتدال که در میان ما اغلب رایج است بلکه نوعی عمل در فضاهای بینابینی<sup>۱</sup> است. در این فضاهاست که شاید بتوان سستی مفاهیم تثبیت‌شده موجود در فضای علمی کشور را نشان داد: مفاهیمی مانند طبقه، سبک زندگی، و از همه مهم‌تر، خود مفهوم جامعه. پنداشت اولیه این است که خود مفاهیم تثبیت‌شده گاهی همدست سازوکارهای ایجاد ابهام و کژشناخت، یا در بیانی رادیکال‌تر، ایدئولوژیک در جامعه می‌شوند که پیامد مستقیم آن ایجاد کژفهمی در میان محققان است. روشن است تا چه میزان این کژشناخت‌ها می‌تواند موجب کوشش‌های معیوب در حوزه سیاست‌گذاری شود.

بگذارید در پایان برای روشن‌کردن مفهوم زمینه‌گرایی رادیکال و درک بزنگاهی، مفهوم «جامعه» و بدیل آن «ناجامعه» را مثال بزنیم. شاید برخی فکر کنند این مفهوم در مقابل جامعه است. یا چنین برداشت کنند که ایران در وضعیت پیشاجامعه است. این شیوه ورود به بحث از پایه نامعقول است. همیشه جمعی از انسان‌ها توان ایجاد جامعه را دارند. کیست که بتواند جامعه ایرانی را انکار کند؟ ناجامعه اما مفهومی تحلیلی برای تعیین نوع مواجهه ما با ساحتی از واقعیت اجتماعی است که در آن زیست می‌کنیم و براساس رویکردهایی در علوم اجتماعی «جامعه» نامیده شده است. در ساده‌ترین توصیف، می‌توان ناجامعه را بُعدی دیگر از حیات اجتماعی دانست. برای فهم این بُعد لازم است به ریشه‌های مفهوم جامعه در جامعه‌شناسی متعارف بازگردیم که آن را با «واقعیت اجتماعی تثبیت‌شده یا در حال تثبیت» برابر می‌دانیم. این برداشت مبتنی بر کلیتی است که همه ساحت‌های دیگر را در خود

فصلنامه

نمایه  
پژوهشدوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

ادغام یا سرکوب می‌کند. برای نمونه، وقتی از جامعه ایران سخن گفته می‌شود در نگاه نخست، ساحتی مانند قومیت، یا الگوهای نوبه‌نوشونده زندگی در میان جوانان در آن محو و ناپیدا می‌شود. شاید در آغاز، عیبی در این شیوه از بیان دیده نشود، حال تصور کنید زاویه نگاهمان را در تراز سیاست‌گذاری تنظیم کنیم. می‌توان سیاست‌گذاری ای مبتنی بر مفهوم جامعه ایران یا به عکس، مبتنی بر ساحت‌های خرد ناجامه‌ای داشت. کیفیت برابری و عدالت در جامعه از این منظر دگرگون خواهد شد. افزون بر این، ناجامه به وضعیت همیشه نوشونده و دگرگون‌شونده‌ای در حیات اجتماعی اشاره دارد که شکل‌گیری‌ها و پیکربندی‌های تازه‌ای را تقویت می‌کند که خارج از مرزهای مفهوم جامعه هستند. ناجامه مفهومی است که در واکنش به برداشت ایدئولوژیک و کلیت‌ساز از جامعه ساخته شده است تا هرچه بیشتر ایدئولوژی را به تفاوت‌ها را زنده کند. روشن است این برداشت مدافع سیاست تفاوت در جامعه و تنظیم سازوکارهای حکمرانی و سیاست‌گذاری عمومی بر پایه آن است. درک بزنگاهی دقیقاً از همین زاویه مطرح می‌شود چون ما با واقعیت پیچیده‌ای سروکار داریم که ایجاب می‌کند روایت‌مان از آن را، تا آنجا که برای ما مقدور است، در قالب بازنمایی و بازآفرینی ارائه کنیم (نگاه کنید به: دیویس، ۲۰۱۹: ۵۶-۴۶). این محور نخست زمینه‌گرایی رادیکال است.

## منابع و مأخذ

رضایی، محمد و هادی آقاچان‌زاده (۱۳۹۴). تحلیل هم‌آیندی: «گامی به فراسوی دوآلیسم نظریه/روش در مطالعات فرهنگی»، *مجله جامعه‌شناسی تاریخی دانشگاه تربیت مدرس*، دوره ۷، شماره ۱، بهار و تابستان، ۱-۳۶.

هال، استوارت (۱۳۸۶)، «مطالعات فرهنگی و میراث‌های نظری آن»، *مطالعات فرهنگی دیدگاه‌ها و مناقشات*، تهران: انتشارات جهاد دانشگاهی.

Ben-Yehuda, Nachman (1990). **The Politics and Morality of Deviance**. Albany: State University of New York Press.

Cohen, Stanley (1972). **Folk Devils and Moral Panics**. London: MacGibbon and Kee.

Davis, Andrew (2019). **Failure is always an option: the necessity, promise & peril of radical contextualism**, *Cultural Studies*, 33:1, 46-56, DOI: 10.1080/09502386.2018.1544264.

Denham, Bryan E. (2008). Folk devils, news icons and the constructions of moral panics: Heroin chic and the amplification of drug threats in contemporary society. **Journalism Studies** 9(6), 945-961.

Grossberg, Lawrence (2019). Cultural studies in search of a method, or looking for conjunctural analysis. **New Formations: A Journal of Culture/Theory/Politics** 96/97, 38-68.

Striphos, T., (2010). Acknowledged goods: Cultural studies and the politics of academic journal publishing. **Communication and Critical/Cultural Studies**, 7 (1), 3-25.

## تلاش برای نظام‌مند کردن پیمایش‌های ملی (یک الگوی پیشنهادی)<sup>۱</sup>

• فاطمه جواهری<sup>۲</sup>

### چکیده

پیمایش‌های ملی که از سوی نهادهای دولتی سفارش داده می‌شود و با حمایت و نظارت آنها اجرا می‌شوند، هرچند از نظر کمیت رو به افزایش هستند اما هنوز از معیارهای اجرای حرفه‌ای فاصله دارند و از یک نظامنامه انسجام‌بخش برخوردار نیستند. به همین دلیل، هریک از آنها به انحای مختلف با خطا، تشتت، دوباره‌کاری و نارسایی‌های متعدد مواجه‌اند. این پژوهش تلاش اولیه‌ای برای ساماندهی به فرایند اجرای پیمایش‌های ملی و بهره‌برداری از آنهاست. در این راستا، در مورد معیار تعیین موضوع پیمایش، روند سفارش تحقیق، طراحی تحقیق، گردآوری اطلاعات و شیوه تنظیم گزارش تحقیق، تخصیص بودجه، دسترس‌پذیری و بازتولید اطلاعات و درنهایت تعهدات اخلاقی کنشگران این حوزه پیشنهادهایی ارائه شده که می‌تواند به افزایش کارایی پیمایش‌ها کمک کند.

**واژگان کلیدی:** پیمایش ملی، نگرش‌های فرهنگی اجتماعی، تشکل صنفی

فصلنامه

نمایه  
پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

۱. این نوشتار برگرفته از طرح پژوهشی «تحلیل و ارزیابی پیمایش‌های ملی ایران» است که نگارنده به سفارش مرکز طرح‌های ملی پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در سال ۱۳۹۹ ارائه کرده است.

۲. دانشیار دانشگاه خوارزمی (javaheri@khu.ac.ir)

در علوم اجتماعی، به‌ویژه در دانش جامعه‌شناسی ایران، اقدام به پیمایش چه در سطح خرد و چه در سطح کلان سهم و جایگاهی مهم دارد و به‌عنوان یکی از متداول‌ترین انواع تحقیق و شیوه‌گردآوری اطلاعات اجتماعی فرهنگی شناخته می‌شود. پیمایش‌ها موقعیت خود را مدیون این ویژگی هستند که آنها اغلب اطلاعات موسعی را درباره نگرش‌ها، جهت‌یابی‌ها و ترجیحات مردم فراهم می‌آورد و دستمایه شناخت اندیشمندان، پژوهشگران، مدیران، سیاست‌گذاران کشور درباره بخشی از امور اجتماعی فرهنگی می‌شوند.

این فعالیت علمی، هم به یک نوع خاص پژوهش و هم به یک نوع خاص شیوه‌گردآوری اطلاعات اطلاق می‌شود. اجرای پیمایش<sup>۱</sup> در صورتی تحقیق مستقل محسوب می‌شود که به منظور پاسخ‌گویی به یک پرسش یا یافتن راه حلی برای یک مشکل، تعیین میزان تحقق هدفی خاص، وضع اصول راهنما برای مقایسه‌های آتی، تحلیل روند تغییرات در طول زمان و آزمون روابط میان متغیرها به کار می‌رود. پیمایش به عنوان وسیله یا ابزار تحقیق به این معناست که به مدد آن در مورد ویژگی افراد، کنش‌ها، اندیشه‌ها و گروه‌ها به گردآوری اطلاعات می‌پردازند. در این صورت پیمایش اغلب برای توصیف وضعیت خاص، ارزیابی نیازها یا بررسی پیامدهای امری ویژه به کار می‌رود.<sup>۲</sup>

پیمایش‌هایی که به سفارش دستگاه‌های دولتی اجرا می‌شوند معمولاً نوعی شیوه‌گردآوری اطلاعات در سطح ملی است.

در هر حال «پیمایش، متضمن شناسایی و توصیف نگرش‌ها و رفتار یک جمعیت است و اغلب بر اساس انتخاب نمونه‌ای تصادفی و معرّف از افراد آن جمعیت و پاسخ آنها به یک رشته سؤال اجرا می‌شود»<sup>۳</sup>. به عبارت دیگر، پیمایش درباره وجود و شدت رابطه بین متغیرهایی که به شیوه‌ای اجتماعی در قالب گرایش و رفتار بسط پیدا کرده، به تبع می‌پردازد. به‌طور معمول پیمایش در بردارنده چند مرحله است:

- شکل‌گیری موضوعی که باید درباره آن تحقیق شود؛
- بررسی پیشینه تحقیق (شامل مرور ادبیات، منابع ثانویه و مطالعات مقدماتی)؛
- مفهوم‌سازی از مسئله تحقیق؛
- تغییر و تبدیل عملیاتی مفاهیمی که به‌طور مستقیم قابل مشاهده نیستند؛
- طراحی نظام گردآوری اطلاعات؛
- گردآوری اطلاعات؛
- سازماندهی و ورود اطلاعات در قالب جدول؛

پیمایش‌ها موقعیت خود را مدیون این ویژگی هستند که آنها اغلب اطلاعات موسعی را درباره نگرش‌ها، جهت‌یابی‌ها و ترجیحات مردم فراهم می‌آورد و دستمایه شناخت اندیشمندان، پژوهشگران، مدیران، سیاست‌گذاران کشور درباره بخشی از امور اجتماعی- فرهنگی می‌شوند

1. Survey research

2. Isaac, S., & Michael, W. B. (1997). "Handbook in Research and Evaluation: A Collection of Principles, Methods, and Strategies Useful in Planning, Design, and Evaluation of Studies", in Education and the Behavioral Sciences, San Diego: Educational and Industrial Testing Services.

۳. بیکر، پیشین: ۲۰.

- پردازش آماری داده‌ها و بررسی کیفیت داده‌ها؛
- تفسیر نظری نتایج آماری؛
- تدوین گزارش تحقیق<sup>۱</sup>.

در سال‌های گذشته تقاضای فزاینده سازمان‌ها و دستگاه‌های دولتی ایران برای اجرای پیمایش‌های ملی مبنای تخصیص بودجه‌های کلان و صرف زمان و منابع انسانی قابل ملاحظه‌ای شده است. به موازات این قبیل پژوهش‌ها و دستاوردهای ارزشمندی که فراهم آمده، چالش‌های مهمی نیز پدیدار شده است.

ارزیابی نمونه‌های مهم پیمایش‌های فرهنگی-اجتماعی که در طول سال‌های گذشته در سطح ملی اجرا شده، نشان می‌دهد که در بخش‌های مختلف این پژوهش یعنی از طراحی الگوی تحقیق و ساختن پرسشنامه، تعیین حجم نمونه و روش نمونه‌گیری، انتخاب مقیاس‌ها و شاخص‌ها، گردآوری اطلاعات و تحلیل گزارش نهایی موارد متعددی از خطاها و نقصان‌های علمی و اجرایی وجود دارد. علاوه بر آن، ناهماهنگی بین دستگاهی و فعالیت‌های موازی موجب هدررفتن منابع مالی و انسانی معتنا بیهی شده که در این حوزه صرف شده است. مسئله دیگر این است که به‌رغم آنکه پژوهش‌های سراسری به مدد بودجه عمومی اجرا می‌شوند اما گزارش و فایل داده‌های آنها معمولاً به شیوه‌ای نهادی برای صاحب‌نظران، پژوهشگران، دانشجویان و خبرنگاران قابل دسترسی نیست و تنها معدودی از سیاست‌گذاران و سیاست‌مداران از نتایج آنها آگاه می‌شوند یا به گزارش آنها دسترسی دارند.

شرایط یادشده، میزان مولد بودن و ثمربخش بودن پیمایش ملی یعنی این نظام بزرگ کاوش اجتماعی را کاهش داده و باعث شده داده‌های متعدد و متنوع آنها تنها در برخی عرصه‌های خاص و به میزانی محدود کاربرد داشته باشند. بنابراین، به منظور نظام‌مند کردن پیمایش‌های ملی و کاهش عدم تجانس‌های موجود و به دلیل بهره‌برداری بهینه از ظرفیت‌هایی که با پیمایش‌های ملی ایجاد می‌شود، ضروری است چارچوبی مشخص برای سازماندهی مناسب‌تر آنها طراحی شود به طوری که کنشگران انسانی (اندیشمندان، محققان و اصحاب رسانه) و کنشگران سازمانی (نهادهای و سازمان‌های مختلف و مؤسسه‌های نظرسنجی) با رعایت مجموعه‌ای از قواعد صریح و دقیق به طور نسبی مورد وفاق، پژوهش‌های پیمایشی را اجرا کنند.

اگر در پیمایش‌های ملی سازمان‌ها و مؤسسه‌های مختلف، معیارهای علمی کم و بیش مشترکی رعایت شود، ضریب مقایسه‌پذیری اطلاعات آنها افزایش خواهد یافت و نظارت بر آنها تسهیل خواهد شد. به این ترتیب، اطلاعات به دست آمده فهم ما را از جامعه و وضوح می‌بخشد. علاوه بر این، وجود یک نظام اطلاع‌رسانی بهنگام می‌تواند از موازی‌کاری و تکرار پیمایش‌های مشابه سفارش‌دهندگان متفاوت و در بازه‌های زمانی نزدیک به یکدیگر جلوگیری کند و

اگر در پیمایش‌های ملی سازمان‌ها و مؤسسه‌های مختلف، معیارهای علمی کم و بیش مشترکی رعایت شود، ضریب مقایسه‌پذیری اطلاعات آنها افزایش خواهد یافت و نظارت بر آنها تسهیل خواهد شد

1. Gobo, Giampietro and Mauceri Serio (2014). Constructing Survey Data: An International Approach, UK: Sage. (P: 20.21)

ضریب هم‌افزایی آنها را قوت بخشد. بدیهی است منظور از ارائه چنین پیشنهادی بی‌توجهی به تفاوت ماهیت موضوع‌ها و شرایط پژوهش یا نادیده‌گرفتن تفاوت مقتضیات داخلی دستگاه‌های اجرایی مختلف نیست بلکه هدف این است که ضمن به‌رسمیت‌شناختن تفاوت‌های موجود چارچوبی انتظام‌بخش و قابل‌وارسی بنیان گذاشته شود.

در واقع، نظام‌مندکردن پیمایش‌های ملی بخشی از فرایند مدیریت دانش است. زیرا مدیریت دانش<sup>۱</sup> نظامی است که فرایندکسب<sup>۲</sup>، ذخیره‌سازی<sup>۳</sup>، بازیابی<sup>۴</sup> و استفاده<sup>۵</sup> از اطلاعات را تسهیل می‌کند به طوری که برای کنشگران انسانی و سازمانی ارزش افزوده ایجاد شود و تحقق اهداف آنها امکان‌پذیر گردد<sup>۶</sup>. چنین چارچوبی به مراحل قبل از شروع تحقیق (تعیین موضوع و انتخاب مجری، طراحی تحقیق و بودجه‌بندی)، مرحله اجرای تحقیق (چارچوب تحلیلی، ساختن پرسشنامه، تعیین روایی و پایایی سنج‌های تحقیق، تعیین شیوه نمونه‌گیری و حجم نمونه و ارائه گزارش) و مرحله پس از اتمام تحقیق (انتشار، بازتولید و کاربرد اطلاعات) قابل تفکیک است. در ادامه به برخی از این نکات اشاره شده است:

نظام‌مندکردن پیمایش‌های ملی بخشی از فرایند مدیریت دانش است. زیرا مدیریت دانش نظامی است که فرایندکسب، ذخیره‌سازی، بازیابی و استفاده مجدد از اطلاعات را تسهیل می‌کند

### تعیین موضوع و سفارش تحقیق

اطلاع‌رسانی عمومی درمورد فرایند انتخاب موضوع و گزینش مجری یک پیمایش ملی زمینه‌ساز تحقق ایده شفافیت است. به این دلیل می‌توان به محورهایی که در ادامه آمده است توجه کرد:

- اعلام عمومی اولویت‌های پژوهشی سازمان‌ها برای دوره‌های کوتاه‌مدت، میان‌مدت و بلندمدت؛
- فراخوان عمومی برای دریافت طرح‌های پیشنهادی در زمینه اولویت‌های اعلام‌شده؛
- تعیین موضوعات پژوهشی مناسب برای مطالعات روندی، نسلی و طولی؛
- اطلاع‌رسانی درباره یک پیمایش در دست اجرا به سایر دستگاه‌ها به منظور پرهیز از اقدامات موازی؛
- اعلام شرایط و معیارهای مدنظر در مورد انتخاب مجری از جمله تخصص در حوزه مشخص شده، سابقه پژوهش‌های گسترده به‌ویژه در سطح کشوری، تألیف و تدوین اثر در موضوع مورد بررسی و اعتبار و خوشنامی؛
- تصمیم‌گیری در مورد طرح‌های پیشنهادی و انتخاب مجری از طریق شورای علمی متشکل از متخصصان مختلف و نمایندگان سازمان‌های ذی‌ربط.

1. knowledge management

2. capture

3. storage

4. retrieval

5. reuse

6. Jennex Murray. (2007), *Knowledge Management: Concepts, Methodologies, Tools and Applications*, By (author) Murray E. Jennex, Gebundene Ausgabe (P: 4).

## طراحی تحقیق

یکی از مهم‌ترین بخش‌های هر پژوهش، طراحی محتوا و الگوی اجرای آن است. برای آنکه معیارهای علمی در مورد محتوای تحقیق به درستی رعایت شود، لازم است نکاتی را مدنظر قرار داد:

- ضرورت بهره‌گیری محقق از نظریه‌ها و رویکردهای جدید؛
- ضرورت مراجعه به تحقیقات مشابه به ویژه در خارج از کشور؛
- جلب همکاری انجمن‌های علمی ذی‌ربط برای مشارکت در طراحی چارچوب کار پیمایش؛
- جلب همکاری‌های میان‌رشته‌ای در طراحی چارچوب کار پیمایش؛
- جلب همکاری نهادهای مدنی درباره موضوع پیمایش به منظور همفکری در شناسایی دقیق ترابعاد و وجوه مختلف موضوع و طرح سؤال‌های مناسب؛
- تعاریف عملیاتی متغیرها و تبدیل آنها به سؤال و گویه؛
- مشخص کردن حد مطلوب تعداد سؤال‌ها؛
- معرفی شیوه تعیین روایی و پایایی سنج‌های تحقیق.

## گردآوری اطلاعات

انضباط و دقت در گردآوری اطلاعات تضمین‌کننده اعتبار و اعتمادپذیری نتایج است. در این زمینه می‌توان نکاتی را مورد توجه قرار داد:

- طراحی و اتخاذ اسلوب مشترک برای تعیین حجم نمونه کشوری، استانی و..؛
- نظام‌مند کردن شیوه نمونه‌گیری و روش نمونه‌برداری؛
- بهره‌گیری از مقیاس‌ها و روش‌های جدید برای شاخص‌سازی و مقیاس‌سازی؛
- بهره‌گیری از روش‌های جدید گردآوری اطلاعات با استفاده از فناوری‌های جدید ارتباطی اطلاعاتی؛
- تحقیقات مقدماتی با نمونه کوچک؛
- آموزش و آماده‌سازی پرسشگران و تیم تحقیق؛
- تعیین شیوه نظارت بر طراحی محتوا، تنظیم شیوه‌نامه تحقیق، گردآوری اطلاعات، ورود اطلاعات، پالایش فایل اطلاعات و استخراج داده‌ها، تدوین گزارش.

## تنظیم گزارش تحقیق

گزارش تحقیق دستاوردهای کل تحقیق را منعکس می‌کند. برای آنکه این گزارش از بیشترین درجه ثمربخشی و کاربردپذیری برخوردار باشد، شایسته است معیارهایی مبنای عمل قرار گیرد:

- معرفی هدف، اهمیت، پرسش‌ها، ذی‌نفعان و مخاطبان تحقیق؛
- معرفی مجری پژوهش و زمان و موقعیت تحقیق؛

اطلاع‌رسانی  
عمومی در مورد  
فرایند انتخاب  
موضوع و گزینش  
مجری یک پیمایش  
ملی زمینه‌ساز  
تحقق ایده شفافیت  
است

● گزارش دهی بر مبنای طرح مسئله تحقیق، چارچوب تحلیلی (مفهومی یا نظری)، روش تحقیق و ملحقات آن، توصیف اطلاعات در قالب جدول و نمودار به همراه تفسیر آنها، بررسی روابط میان متغیرها با استفاده از آزمون‌های آماری مناسب و تحلیل آنها، خلاصه یافته‌ها، جمع‌بندی و نتیجه‌گیری، و فهرست منابع؛

● تبدیل نتایج پیمایش‌های اجتماعی به پیشنهاد‌های سیاستی و اقدامات ناظر به مسائل و بحران‌های کشور؛

- تهیه گزارش به تفکیک دستگاه‌های اجرایی مختلف؛
- تهیه گزارش به تفکیک استان‌های مختلف؛
- معرفی ویژگی افراد شاغل در بخش‌های مختلف پیمایش مانند پرسشگر، پانچیسیت، بازیبن و روش‌های آموزش و نظارت بر آنها؛
- تهیه آرشویی از برنامه مصاحبه یا پرسشنامه و دستورالعمل‌ها؛
- گزارش نتایجی که به جای تمام نمونه بر اساس بخش‌هایی از نمونه به دست می‌آیند؛
- پیوست الگوی نمونه‌گیری، پرسشنامه تحقیق و دستورالعمل تکمیل پرسشنامه متناسب با نوع و دامنه تحقیق؛
- ارائه گزارش فنی به همراه تجربیاتی که در حین کار به دست آمده شامل ثبت مشکلات، نقایص و محدودیت‌های اثرگذار؛
- معرفی موانع به‌کارگیری یافته‌های پیمایش‌های ملی در عرصه سیاست و سیاست‌گذاری؛
- تحلیل روند (شامل مقایسه اطلاعات پیمایش در دست اجرا با اطلاعات موج‌های قبلی همان پیمایش یا سایر پیمایش‌های مشابه و توصیف روند تحولات اجتماعی-فرهنگی)؛
- تلاش برای گسترش پیمایش‌های ملی به سطح فراملی به‌ویژه با تأکید بر موضوعات مشترک بین کشورهای منطقه یا کشورهای اسلامی که دارای میراث تاریخی مشترک هستند.

### معیار تخصیص بودجه

به منظور پرهیز از اعمال معیارهای متفاوت برای تخصیص بودجه لازم است بودجه طرح، حق‌الزحمه افراد مختلف و هزینه‌های طرح در مورد همه پیمایش‌ها بر اساس قاعده‌ای به‌طور نسبی مشابه برآورد شود تا امکان اعمال هرنوع تبعیض، نابرابری و فساد مالی کاهش یابد و البته ضروری است معیارهای تعیین‌شده در طول زمان متناسب با نرخ تورم تعدیل شود.

به منظور پرهیز از اعمال معیارهای متفاوت برای تخصیص بودجه لازم است بودجه طرح، حق‌الزحمه افراد مختلف و هزینه‌های طرح در مورد همه پیمایش‌ها بر اساس قاعده‌ای به‌طور نسبی مشابه برآورد شود تا امکان اعمال هرنوع تبعیض، نابرابری و فساد مالی کاهش یابد

فصلنامه

نمایه پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

۱. احتمال دارد در مورد برخی پیمایش‌ها همه این عناصر ضرورت نداشته باشد. در این شرایط شورای علمی مرجع تصمیم‌گیری خواهد بود.

۲. این پیشنهاد زمانی قابل اجراست که نمونه‌گیری یک پیمایش به شیوه‌ای باشد که برای استان‌ها نیز معرف باشد.

- حق الزحمهٔ اعضای شورای علمی
- حق الزحمهٔ مدیر طرح
- حق الزحمهٔ مجری طرح
- حق الزحمهٔ پرسشگران
- حق الزحمه یا هزینهٔ تهیهٔ هدیه برای پاسخ‌گو
- هزینهٔ نمونه‌گیری و طرح نمونه
- هزینهٔ گردآوری اطلاعات
- هزینهٔ سفر
- هزینهٔ ورود اطلاعات و پالایش آن
- هزینهٔ تدوین گزارش
- حق الزحمهٔ ناظر طرح
- سایر هزینه‌ها

### دسترس پذیری اطلاعات

پیمایش‌ها با بودجهٔ بخش دولتی اجرا می‌شود. بنابراین، انتظار می‌رود یافته‌ها و گزارش‌هایشان در دسترس علاقه‌مندان و افراد ذی‌ربط قرار گیرد. با توجه به معیارهایی می‌توان درجهٔ دسترس‌پذیری پیمایش‌ها را افزایش داد:

● معرفی پیمایش‌های اجراشده یا در دست اقدام از طریق سایت و وبگاه سازمان‌های ذی‌ربط شامل اعلام تحقیقات ارائه‌شده و تحقیقات در دست اقدام، اهداف و مشخصات تحقیق، بودجهٔ طرح، نام مجری؛

● معرفی معیار محرمانه‌بودن و طبقه‌بندی اطلاعات؛

● اعلام قواعد دسترسی به گزارش پژوهش؛

● اعلام قواعد دسترسی به فایل داده‌ها؛

● اعلام سیاست چاپ و انتشار گزارش؛

● دایرکردن بانک اطلاعاتی جامع دربارهٔ داده‌های سراسری و کلان پیمایش‌های ملی.

### بازتولید اطلاعات

به منظور فراهم‌شدن شرایطی که بازتولید دستاورد پیمایش‌ها امکان‌پذیر شود، لازم است اطلاعات به‌دست‌آمده در اجتماع علمی و عرصهٔ عمومی مبنای گفت‌وگو، همفکری و عمل مشترک شود و به صورت‌های مختلف تحلیل گردد. به همین دلیل این اقدامات می‌تواند مفید باشد:

● تعهد سازمان‌های سفارش‌دهندهٔ پیمایش به ارائهٔ مجموعه‌ای از تحلیل‌های



به منظور  
فراهم‌شدن  
شرایطی که  
بازتولید دستاورد  
پیمایش‌ها  
امکان‌پذیر شود،  
لازم است اطلاعات  
به‌دست‌آمده در  
اجتماع علمی  
و عرصهٔ عمومی  
مبنای گفت‌وگو،  
همفکری و عمل  
مشترک شود و به  
صورت‌های مختلف  
تحلیل گردد

- ثانویه بر پایه اطلاعات هرپیمایش و چاپ و انتشار آن در قالب کتاب؛
- تحلیل و تفسیر اطلاعات پیمایش‌های ملی از طریق رسانه‌های جمعی به‌ویژه صداوسیما و روزنامه‌ها؛
- برگزاری نشست‌های علمی متعدد به منظور گفت‌وگو و نقد و تحلیل دستاوردهای پیمایش‌های ملی با حضور کنشگران انسانی و سازمانی علاقه‌مند و ذی‌ربط؛
- برگزاری همایش ملی یا بین‌المللی درباره دستاوردهای پیمایش‌های ملی ایران و تکرار آن در مقاطع زمانی ۲ یا ۳ ساله؛
- ارائه تحقیقات آینده‌پژوهی بر پایه روندهای مشاهده‌شده در پیمایش‌های ملی تمام‌یافته؛
- تأسیس مجله علمی ویژه پیمایش‌های ملی با محوریت ثبت و ضبط مسائل و دستاوردهای پیمایش‌های ملی داخلی و انتقال تجربیات جهانی؛
- تلاش برای تلفیق یا تکمیل پیمایش‌های ملی با داده‌های ثبتی، تجاری، اطلاعات موجود در رسانه‌های اجتماعی و کلان داده‌ها؛
- تأسیس «بانک اطلاعاتی پیمایش‌های ملی» به منظور گزارش اطلاعات طرح‌های تمام‌یافته و طرح‌های در دست اجرا و دسترس‌پذیرکردن اطلاعات.

### تعهدات اخلاقی

- پیمایش فعالیتی جمعی است که افراد زیادی در مراحل و بخش‌های متفاوت در آن مشارکت دارند. به این دلیل که روابط متقابل بین افراد مختلف زمینه‌ساز تعارض منافع و ناهماهنگی است، اقداماتی می‌تواند از تضییع حقوق انسانی کنشگران این حوزه پیشگیری کند؛
- کارفرما نباید از طرح پژوهشی (پروپوزال) یک محقق به‌طور رقابتی و برای پایین‌آوردن قیمت از طریق واگذاری آن به پژوهشگر دیگر استفاده کند.
- محقق و کارفرما باید در مورد استفاده از انتشار نتایج کامل یا بخشی از پژوهش توافق نظر داشته باشند.
- محقق باید تلاش معقول و منطقی خود را برای رعایت ملاحظات مورد نظر کارفرما به کار گیرد و در صورتی که تغییر آنها ضروری باشد، او باید از کارفرما مجوز بگیرد.
- محقق باید اطلاعات واقعی خود را از مشاهدات و قضاوت‌هایی که ممکن است از شواهد دیگر به دست آمده باشد، مجزا کند.
- محقق نباید ابزار تجزیه و تحلیل داده‌ها را به‌طور شخصی انتخاب کند، زیرا احتمال دارد نتیجه‌گیری علمی تحقیق مخدوش شود.
- هرگاه داده‌های یک تحقیق پیمایشی برای بیش از یک کارفرما تهیه شود، محقق ملزم است هریک از کارفرمایان را از این واقعیت مطلع سازد.

- پاسخ‌گویان باید نام مجری و کارفرمای پیمایش را بدانند مگر اینکه محقق و کارفرما بر این باور باشند که این اطلاع موجب سوی‌گیری پاسخ‌گو خواهد شد.
- تمام اطلاعات و مطالبی که کارفرما برای پژوهش ارائه می‌کند باید محرمانه بماند مگر آنکه دربارهٔ خلاف این موضوع بین طرفین توافق شده باشد.
- اطلاعات تحقیق (مانند روش‌های تحقیق، طرح‌های نمونه‌گیری، اسامی مصاحبه‌گران، دستورالعمل پیمایش) بدون موافقت قبلی کارفرما نباید افشا شود.
- بدون موافقت طرفین، کارفرما یا پژوهشگر نباید اطلاعات را در اختیار اشخاصی بگذارد که در قرارداد قید نشده‌اند.
- پس از اتمام طرح پژوهشی و ارائهٔ گزارش نهایی، کارفرما بر اساس توافق قبلی می‌تواند داده‌های گردآوری شده و پرسشنامه‌ها را درخواست کند.
- اطلاعات محقق هنگام مواجهه با کارفرمایان آتی و جدید در خصوص سازمان کار و توانمندی‌های آن باید دقیق باشد.
- پاسخ‌گو نباید با نارضایتی وادار به مصاحبه شود. محقق نباید هیچ روشی را به کار گیرد تا پاسخ‌گو را در موقعیتی قرار دهد که از ارائهٔ پاسخ‌های درست یا از پاسخ‌گویی در زمان مصاحبه امتناع کند؛
- گمنامی پاسخ‌گو باید مورد احترام باشد مگر در مواردی خاص که خودش اجازه دهد. هیچ پاسخی در یک تحقیق نباید به پاسخ‌گوی شناخته‌شده نسبت داده شود؛
- وظایف و موضوعات پژوهشی و همچنین اطلاعات پاسخ‌گویان، باید با اطمینان و اعتماد به پرسشگر در اختیار او گذاشته شود و به هیچ‌کس به جز سازمان‌های پژوهشی چنین اطلاعاتی داده نشود؛
- اطلاعات پژوهشی به‌طور مستقیم یا غیرمستقیم، برای رسیدن به اهداف شخصی یا از طریق مصاحبه با پاسخ‌گویان نباید مورد سوءاستفاده قرار گیرد؛ پژوهشگران در روابط شخصی و کسب‌وکار خود باید احترام متقابل را رعایت کنند؛
- کار پژوهشی باید بر اساس قواعد خاص و مشخص صورت گیرد. هیچ پرسشگری نباید بیش از یک بار با پاسخ‌گویان مشابه مصاحبه کند، مگر در مواردی که سازمان پژوهشی و کارفرماها اجازه دهند؛
- همهٔ محققان به اصل رقابت عادلانه متعهد هستند حتی در مواردی که ممکن است یکی از آنها در کشور خود مدیریتی انحصارگرا داشته باشد.
- هر نوع فشار خارجی، سیاسی یا تجاری از سوی سازمانی تحقیقاتی برای توجیه نقض این منشور قابل قبول نیست<sup>۱</sup>.

در پایان باید اذعان کرد که عملیاتی شدن پیشنهادهای مطرح شده نیازمند تمهیدات حقوقی و اداری ویژه‌ای است. نکات یادشده در صورتی به عمل درخواهند آمد که از ضمانت اجرایی کافی برخوردار باشند و زیرساخت‌های اداری و قانونی مناسب برای تحقق آنها تدارک دیده شده باشد. یکی از کارآمدترین شیوه‌ها برای تحقق اهداف یادشده کمک به تأسیس کنسرسیوم یا تشکل صنفی حرفه‌ای ویژه با نام «انجمن نظرسنجی و پیمایش‌های ملی ایران» است که تعیین قواعد و رویه‌ها و نظارت بر اجرای آن را برعهده داشته باشد. به موازات آن، شاید منطقی‌تر باشد که ایده‌های یادشده در فرایندی تدریجی و به صورت مرحله‌به‌مرحله در طول چند سال به ترتیبی که در ادامه آمده، اجرا شود و قوام پیدا کند:

**سطح اول** سطح درون‌سازمانی است؛ به این معنا که هر سازمان سفارش‌دهنده پیمایش ملی متعهد باشد از طریق ایجاد شورای نظارتی در داخل تشکیلات خود، رویه معمول اجرای طرح‌های پیمایشی در حیطه کار خود را از آغاز تا پایان با محورهایی که به آنها اشاره شد، همساز و منطبق سازد.

**سطح دوم** سطح بین‌سازمانی است؛ به این ترتیب که شورایی مستقل مشتمل بر نمایندگان سازمان‌های مختلف از جمله دفتر طرح‌های ملی و سازمان امور اجتماعی وزارت کشور، ایسپا، سازمان تبلیغات اسلامی و به موازات آن نمایندگان انجمن‌های اصلی علوم اجتماعی کشور مانند انجمن جامعه‌شناسی، انجمن علوم سیاسی، انجمن ارتباطات و مطالعات فرهنگی تشکیل شود و همه فعالیت‌ها در زمینه پیمایش‌های ملی زیر نظر آن شورا اجرا شود.

پیشنهاد‌های یادشده به ترتیبی تنظیم شده ظرفیت پاسخ‌گویی<sup>۱</sup>، شفافیت<sup>۲</sup>، کارایی و اثربخشی<sup>۳</sup>، مسئولیت‌پذیری<sup>۴</sup>، قانون‌مداری<sup>۵</sup>، مشارکت محور بودن<sup>۶</sup>، عادلانه بودن و دربرگیری<sup>۷</sup> پیمایش‌ها را افزایش می‌دهد. لازمه عملی شدن این ایده‌ها آماده‌سازی ساختار حقوقی متناسب و منعطف است. با وجود این، شاید زودبازده‌ترین اقدام دایرکردن «بانک اطلاعاتی پیمایش‌های ملی» با هدف آشکارسازی محتوا، رویه‌های اجرایی، پرسشنامه تحقیق، ذخیره‌سازی داده‌ها و دسترس‌پذیرکردن اطلاعات و گزارش تحقیق برای عموم است. امکان و گستره دسترسی به اطلاعات بر اساس درجه حساسیت آنها می‌تواند قاعده‌مند رتبه‌بندی شود. اما در هر صورت انتشار اطلاعات بهترین سازوکار برای نقد، بررسی و ارزیابی عملکرد سفارش‌دهندگان و مجریان پیمایش‌ها را ایجاد می‌کند.

انتشار اطلاعات  
بهترین سازوکار  
برای نقد، بررسی  
و ارزیابی عملکرد  
سفارش‌دهندگان و  
مجریان پیمایش‌ها  
را ایجاد می‌کند

1. Accountability
2. Transparency
3. Efficiency & Effectiveness
4. Responsiveness
5. Rule of law
6. Participatory
7. Equity & Inclusiveness

فصلنامه

نمایه  
پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

۵۰

## دانشمند و سیاست‌گذار تأملی در باب رابطه دانش و عمل

• رضا ماحوزی<sup>۱</sup>

### چکیده

امروزه از زبان بسیاری از سیاستمداران و مدیران و حتی خود استادان و دانشگاهیان می‌شنویم که دانشگاه و آموزش عالی باید در خدمت جامعه باشند و به مسئولیت اجتماعی خود عمل کنند و دانشمندان همچون مشاوران وزرا و مدیران عمل کنند و در مواردی، مسئولیت مدیریت امور را عهده‌دار شوند و سکان حرکت نظام مدیریت و جامعه را در دست گیرند. در این تلقی، مقام دانشمندی و سیاست‌گذاری همسان نگریسته شده و از دانشمند همان انتظار را دارند که از سیاست‌گذار و مدیر سیاست‌های گذاشته‌شده و تعیین‌گردیده. گویی این دو عرصه از منطقی واحد پیروی می‌کنند و تنها نقش‌های میان این دو عرصه است که از هم متفاوت است. این بینش موافقان و مخالفانی دارد. برخی این دو را از یک سنخ و برخی از دو سنخ می‌دانند تا آنجا که دانشمندی را پیشه‌ای آزاد از سیاست‌گذاری و تبعیت از سیاست‌گذاران در نظر می‌گیرند. برخی دیگر نیز این دو عرصه را در ارتباط با هم ملاحظه کرده و بر اساس نوعی جامعه‌شناسی معرفت این رابطه را تحلیل کرده‌اند. اجازه دهید این بحث را به مفهوم علم در قرن بیستم و دهه اخیر قرن بیست و یکم و موج‌های چندگانه آن مرتبط کنیم تا دریابیم وقتی از دانشمند سخن می‌گوییم منظورمان کیست و سیاست‌گذار با چه تلقی‌ای از دانشمند مرتبط می‌شود.

**واژه‌های کلیدی:** دانشمند و سیاست‌گذار، رابطه دانش و عمل، جامعه‌شناسی معرفت، سیاست‌گذاری

فصلنامه

نمایه  
پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

## علم چیست و دانشمند کیست؟

علم (science) در قرن بیستم، «دانشی تجربی و همگانی» است. قید «تجربی»، این دانش را از دانش‌های غیرتجربی متمایز می‌کند و آن را به دانشی دربارهٔ محسوسات و طبیعت مادی محدود می‌سازد. قید «همگانی» نیز، با تأکید بر خصیصهٔ کلیت و ضرورت و به سخن دیگر، تکرارپذیری آن، امکان ارتقای یافته‌های تجربی در سطح قاعده‌های کلی یا همان قوانین را فراهم می‌کند. حال می‌توان بر اساس ترکیب این دو قید، امکان تکرار آزمایش‌ها را خصیصهٔ ذاتی علم در همهٔ خوانش‌ها و روایت‌های آن محسوب کرد؛ به این معنا که اگر قضیه‌ای برای همگان آزمایش‌پذیر نباشد، اساساً قضیه‌ای علمی نیست. با وجود این وحدت مفهومی، در قرن بیستم با سه تلقی از علم روبه‌رو هستیم که دو تلقی نخست آن - با این ویژگی مشترک که مایل‌اند خود را از سایر دانش‌ها متمایز سازند - از تلقی یا روبهٔ سوم علم‌پژوهی - که این ویژگی را کنار گذاشته است - متمایز می‌شود. با این توضیح مختصر، تفاوت موج سوم با دو موج نخست در آن است که علم را تافته‌ای جداافتاده از سایر دانش‌ها و حوزه‌های عمومی در نظر نمی‌گیرد و تلاش می‌کند به همان اندازه که بر حوزه‌های دیگر اثر می‌گذارد، به اثرپذیری‌های ایجابی و سلبی نیز اقرار کند. برای توضیح هر سه جریان و تبیین ارتباط موج سوم با حوزهٔ سیاست‌گذاری اجازه دهید نخست تلقی اول از علم در قرن بیستم را توضیح دهیم.

اگر قضیه‌ای  
برای همگان  
آزمایش‌پذیر نباشد،  
اساساً قضیه‌ای  
علمی نیست

## موج اول علم‌گرایی

رویکرد نخست با تأسی از بیکن، هیوم، آگوست کنت، فویر باخ و استوارت میل، گزاره‌های تجربی و کلی و ضروری علم را نتیجهٔ تعمیم‌های استقرایی می‌داند. این تلقی در قرن بیستم در هیئت پوزیتیویسم تجربی و پوزیتیویسم منطقی توانسته بود در هیئت «علم‌گرایی»، ذهن بسیاری از دانشمندان و جامعهٔ دانشگاهی را به خود معطوف کند. مطابق علم‌شناسی پوزیتیویستی، معرفت علمی «معرفتی پیراسته از ضئیات و حدسیات، و مشحون از یقینیات و بدیهیات و فارغ و منزله از آرای همیشه مناقشه‌آمیز متافیزیکی و ارزش‌ها و تعلقات انفسی انسان‌ها» است. دانشمندانی چون اینشتین و راسل نیز بر کنارگذاشتن هرگونه تصور ذهنی - خواه در هیئت اندیشه‌های متافیزیکی، تاریخی، دینی، یا اخلاقی و فرهنگی و غیره - تأکید داشتند و به این ترتیب نه تنها بسیاری از دانش‌ها از عرصهٔ علوم کنار گذاشته شدند، بلکه روش تحقیق علمی پوزیتیویستی به مثابهٔ روشی پذیرفته شده به دیگر حوزه‌های دانش توصیه گردید و حتی تسری داده شد.

به‌طور کلی، این تلقی از علم با انکار هرگونه مفهوم پیشینی ذهن - به استثنای منطقی ریاضی و ریاضیات استنتاج‌شده از این دانش نظری - و به تبع آن، بی‌نیاز دانستن علم از هرگونه عامل خارجی، تنها بر تعمیم‌های استقرایی مشاهدات تجربی تأکید داشته و

فصلنامه

نمایه  
پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

تنها مشاهده و چند قاعده کلی برای تعمیم این مشاهدات به سطح قاعده‌های کلی را بسنده دانسته است. با این توضیح، در این تلقی با اذعان به اصل تحقیق‌پذیری از مجرای اصل تطابق میان گزاره‌های مولکولی و اتمی با واقعیت‌های مولکولی و اتمی عالم خارج، رسیدن به قوانین علمی، نتیجه تعمیم‌های استقرایی اعلام شده است.

پوزیتیویست‌ها و علم‌گرایان مطرح این موج، برای رسیدن به این سطح، یعنی نیل به قوانین تجربی عام و ضروری، ضابطه‌هایی را به‌عنوان معرفت‌شناسی معیار معرفی کرده‌اند. بر این اساس، این ضابطه‌ها، هم علم را از غیر علم متمایز می‌کند و هم به علم برتری روشی می‌بخشد. این ضابطه‌ها که با عنوان «معرفت‌شناسی معیار» نیز معرفی شده‌اند، علم را همچون قلعه‌ای متصور می‌سازند که دربانان علم یا همان قواعد معرفت‌شناسی معیار، نه‌تنها محتوای درونی علم را از هرگونه عامل خارجی بی‌نیاز و مستغنا می‌سازند بلکه مانع ورود عوامل بیرونی مذکور - که عمدتاً مفاهیم پیشینی ذهن و دانش‌های بیگانه با تعمیم‌های استقرایی از یک سو و دخالت‌های بیرونی از سوی دیگرند - می‌شوند. بنابراین، تندیسی به نام علم دقیق می‌سازند که از چهار ویژگی عام‌گرایی، اشتراک‌گرایی، بی‌طرفی و شکاکیت سازمان‌یافته برخوردار است.

### موج دوم علم‌گرایی

موج دوم علم‌گرایی در قرن بیستم دقیقاً با احیای انگاره کلی کانتی مبنی بر محتوای تألیفی گزاره‌های علمی آغاز شد. این موج به دلیل مشکلات پیش‌روی پوزیتیویسم، با حفظ ادعای کلی موج اول مبنی بر حفظ فاصله و مرز میان علم و غیر علم، تلاش کرد با طرح گزاره‌های نظری در کنار گزاره‌های مشاهده‌ای، از معضلات و خطرهای تهدیدکننده استقرائگرایی بگریزد. با این ملاحظه، هیوئل با طرح دوباره سهم پیشینی‌های کانتی در ساخت علم، علوم تجربی را محصول مشترک میان مشاهدات تجربی و فرضیه‌ها و تصویرهای ذهنی دانست؛ طرحی که پوپر آن را دنبال کرد و به جای استقرائگرایی صرف، قیاس تجربی جایگزین آن شد.

بر اساس رویکرد اخیر، برخلاف گزاره‌های مشاهده‌ای<sup>۱</sup> که صحت و سقم آنها به تجربه آزموده می‌شود و چون مستقیماً به متن واقعیت مرتبط‌اند و از آن گزارش می‌دهند، غیرقابل تجدیدنظرند، مقبولیت گزاره‌های نظری را باید از مجرای ابطال‌گرایی مشخص کرد. بر همین اساس، یک گزاره نظری - که به منظور تبیین پدیده‌های تجربی، توسط ذهن فرض گرفته شده است - مادامی که شواهد تجربی متناقض آن را ابطال نکنند و مادامی که فرض ذهنی (گزاره نظری) ساده‌تری وظایف آن را عهده‌دار نشده باشد، معتبر شمرده می‌شود. به عبارت دیگر، ملاک بقا و اعتبار گزاره‌های نظری، مقاومت در برابر مثال‌های نقض و

کارایی و سودمندی است؛ یعنی می‌توان گزاره‌ها و قوانین نظری را براساس کارایی و عدم کارایی‌شان انتخاب کرد و کنار گذاشت بی‌آنکه خود را متعهد به صدق یا وجود این قوانین و هستنده‌های نظری (غیرقابل مشاهده) طرح شده در آنها بدانیم.

پوپر که رویکرد روشی خود را ابطال‌گرایی و لاکاتوش که این ابطال‌گرایی را ابطال‌گرایی ساده، و ابطال‌گرایی خود را ابطال‌گرایی پیچیده نامیده بود، بر این باور بودند که ضابطه ابطال‌گرایی با لحاظ دقت‌هایی که معرفت‌شناسی معیار تعیین می‌کند، مانع آمیختگی روش علمی از غیرعلمی می‌شود. با این ملاحظه، ابطال‌گرایی همچون دربانی است که از قلعه علم در مقابل دانش‌های غیر علمی حراست می‌کند. به عقیده پوپر، ابطال نظریه‌ها به ما کمک می‌کند فرضیه‌ها (حدس‌ها) بی‌کی‌تنه‌شان به تنه علم و گزاره‌های مشاهده‌ای نمی‌خورند از گردونه پژوهش‌ها و محاسبات علمی خارج شوند و تنها فرضیاتی باقی بمانند که از اعتبار لازم برخوردارند و هنوز شاهدی تجربی آنها را ابطال نکرده است؛ هرچند همواره امکان ابطال آنها وجود دارد.

با وجود این دقت روش‌شناختی، ملاحظات پوپر و لاکاتوش و از همه مهم‌تر، آرای توماس کوهن در پارادایمی دیدن محتوای علم در دوره‌های زمانی متعدد سبب شد مرز علم از غیر علم از مجرای گزاره‌های نظری تا حدی کم شود. این کم‌شدن فاصله که در قالب‌هایی چون ابزاری دیدن گزاره‌های نظری یا تحلیل و تفسیر آنها در رویکردی عمل‌گرایانه (پراگماتیکی) و غیره بازتعریف می‌شد، نشانه‌هایی از سست شدن مرز میان علم و غیر علم را نوید می‌داد؛ نویدی که در موج سوم علم‌پژوهی نمایان شد.

به‌طور کلی، در هر دو موج اول و دوم علم‌گرایی در قرن بیستم، تندیس علم، تندیس منزه و جدا و مستقل از سایر دانش‌های غیر علمی بود و بر این اساس، دربانان علم، راه هرگونه اختلاط میان علم و غیر علم را سد می‌کردند. این استقلال روشی و رهایی معرفتی علم تجربی از مفاهیم پیشینی و مقولات فرهنگی و جنبه‌های شخصی و شخصیتی دانشمندان را می‌توان در گفته‌های دورکیم و مانهایم نیز مشاهده کرد. این دو با وجود علاقه فراوانی که به جامعه‌شناسی فرهنگ و دانش داشتند، علم تجربی را از این سنخ تحلیل‌ها مستثنا دانسته و به تقدس محتوایی و روشی علم اقرار می‌کردند. به عبارت دیگر، اگرچه در هر جامعه‌ای، افکار و مقولات فکری مورد توجه همگان، تا اندازه‌ای تحت تأثیر عواملی نظیر منابع فرهنگی، ساخت گروه اجتماعی و جایگاه آنها در جامعه است، اما علم از این اثرپذیری مستثناست.

باید توجه داشت که تأکید دورکیم و مانهایم و دیگر علم‌گرایان بر استقلال علم از هرگونه عامل خارجی و جبرهای اجتماعی، لازمه اصلی حصول عینیت و تأمین کلیت و ضرورت گزاره‌های علمی لحاظ می‌شد. این مستثنابودن محتوای ایجابی علم از

در هر دو موج اول و دوم علم‌گرایی در قرن بیستم، تندیس علم، تندیس منزه و جدا و مستقل از سایر دانش‌های غیر علمی بود و بر این اساس، دربانان علم، راه هرگونه اختلاط میان علم و غیر علم را سد می‌کردند

فصلنامه

نمایه پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

تأثرات بیرونی را می‌توان در آنچه «تبیین نامتقارن»<sup>۱</sup> دعاوی علمی خوانده شده است نیز مشاهده کرد. بر این اساس، تنها در صورتی که دانشمندی از جامعه علمی دانشمندان، گزارشی نادرست منتشر کند، جامعه‌شناسان می‌توانند علل خارجی‌ای که وی را به انتشار آن گزارش متمایل ساخته است از نظر جامعه‌شناختی تحلیل کنند.

این رویکرد پس از ملاحظات هیوئل، پوپر، توماس کوهن، پوانکاره، لاکاتوش، ضد روش فایرپند و ابزارگرایان درباب سرشت گزاره‌های نظری علم تجربی و در نتیجه میزان اثرپذیری این گزاره‌ها از همان عوامل خارجی‌ای که موج اول علم‌گرایی درصدد کنارگذاشتن آنها بود، در موج سوم، جای خود را به «تبیین متقارن» داد؛ تبیینی که در آن، حتی نتایج درست علمی هم مشمول تحلیل‌های جامعه‌شناختی قرار می‌گیرند.

### موج سوم علم‌گرایی

موج سوم تحلیل علم در سه سده پایانی قرن بیستم، با هدف برداشتن مرز میان علم و غیر علم، به نوعی گفت‌وگو با حوزه بیرون علم اهتمام ورزیده و بر اساس ضرورت، به رویکردهای روشی‌ای چون چندرشته‌ای و میان‌رشته‌ای رو آورده است. باید توجه داشت که نقطه آغاز این تلقی از علم را جامعه‌شناسی علم بنا کرد. جامعه‌شناسی معرفت با گسترش دادن حوزه تحلیل‌های خود از دانش‌های غیر علمی به حوزه علم و در نتیجه اتخاذ رویکرد متقارن به جای نامتقارن، تلاش کرد با استناد به تاریخ علم و تحولات انضمامی در جریان کشف‌ها و گزارش‌های علمی در محافل آکادمیک و غیرآکادمیک، نشان دهد حتی محتوای ایجابی علم نیز از عوامل بیرون از علم اثر می‌پذیرند و بسیاری از ایده‌های تجربی علم و دیگر ارکان تشکیل‌دهنده بدنه علم در جریان این ارتباط و اثرپذیری شکل یافته‌اند. گویی در اینجا دربانان علم از کار برکنار شده و درهای قلعه علم به روی عوامل بیرونی باز شده است.

جامعه‌شناسی علم تلاش می‌کرد در چند حوزه این اثرپذیری را نشان دهد. اولین حوزه موردنظر، روش‌شناسی علم است. برخلاف تلقی علم‌گرایان موج اول و دوم که به دریانی علم از طریق معرفت‌شناسی معیار و رعایت هنجارهای علمی در قالب برنامه قوی باور داشتند، جامعه‌شناسان علم سعی کردند نشان دهند نه تنها در عمل این هنجارها دقیق اعمال نمی‌شوند، بلکه همان‌گونه که میتروف نشان داده است، در مقابل هریک از هنجارها، ضد هنجارهایی وجود دارد که هم در سطح تولید علم، و هم در سطح گزارش و انتشار علم و همچنین در تنظیم پویایی اجتماعی علم نیز خواسته یا ناخواسته استفاده نمی‌شوند. بنابراین، درخصوص روش‌های علمی نکات فراوانی وجود دارد که ورود آنها در امر پژوهش، صرافت تحقیق علمی را از وضعیت آرمانی دور می‌سازد و تصویری در مقابل

#### درخصوص

روش‌های علمی  
نکات فراوانی وجود  
دارد که ورود آنها  
در امر پژوهش،  
صرافت تحقیق  
علمی را از وضعیت  
آرمانی دور می‌سازد  
و تصویری در مقابل  
تصویر آرمانی از  
پژوهش حقیقت  
خالص و مبتنی بر  
ضوابط استاندارد  
عرضه می‌کند

فصلنامه

نمایه  
پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

تصویر آرمانی از پژوهش حقیقت خالص و مبتنی بر ضوابط استاندارد عرضه می‌کند. در بخش انتشار داده‌های علمی نیز در بسیاری موارد، دانشمندان خط مقدم علم، یافته‌ها و نتایج علمی خود را نه از راه نمایش آزمایش‌ها و استفاده از نظریه‌های پیشرفته‌تر یا شفافیت بخشی بیشتر، بلکه از راه‌های غیر علمی به گوش جامعه علمی رسانده و آن را بر کرسی می‌نشانند.

از وجه دیگر، طبق ادعای جامعه‌شناسان علم، بنیاد پیشرفت‌های علم را تمایزهای ساختی و فرهنگ و همچنین نظام‌های ارزشی و نیازهای ابزاری، ساخت‌ها و نیازهای سیاسی و حتی مذهب و نظام آموزشی و نظام قشریندی اجتماعی، الگوهای اقتدار، همکاری و فعالیت در کار علمی و غیره تشکیل می‌دهند. به این معنا که حتی رویه‌های آموزشی و پژوهشی و موضوعاتی چون استقلال رشته‌ها یا همان الگوی سیلویی دانش و در مقابل آن، پیوند و اتصال رشته‌هایی در قالب‌هایی چون چندرشته‌ای و میان‌رشته‌ای و ایجاد اتحادیه‌هایی چون اجتماعات علمی<sup>۱</sup> نیز از عوامل سیاسی و اجتماعی و فرهنگی تأثیر می‌پذیرند.<sup>۲</sup>

سویه دیگر مورد نظر جامعه‌شناسان علم، پیوند علم با حوزه صنعت و تجارت و سیاست است. امروزه به دلیل گسترش نهادها و اجتماعات علمی و به تبع آن، افزایش هزینه‌های تحقیق و پژوهش، بسیاری از مراکز علمی، به دولت‌ها و منابع مالی نظام سیاسی و بنگاه‌های اقتصادی و تجاری مرتبط شده و تلاش می‌کنند از این مراکز بودجه‌های مورد نیاز خود را به دست آورند. درخواست حمایت‌های دولتی از جانب دانشمندان و نهادهای علمی، در عین اعلام استقلال و دوری از کج‌نمایی، تعصب و جانب‌داری، ادعای معماگونه و سهل و ممتنعی است که جامعه‌شناسی علم درباره سویه‌های مثبت و منفی آن بحث می‌کنند. به عقیده آنها، حتی زمانی که علم، استانداردهای خود از خواسته‌های سیاسی و نظام قدرت و اقتصاد را اعلام می‌کند، این دانش مدعی استاندارد در خدمت توجیه دعای سیاسی و خواسته‌های اقتصادی استفاده می‌شود و سیاستمداران و بنگاه‌های اقتصادی و تجاری از کیسه علم و نتایج تحقیقات علمی برای موجه نشان دادن اقدامات خود سود می‌جویند. از سوی دیگر، ورود دانشمندان به عرصه سیاست نیز از سه طریق بر تفسیر آنها از فرهنگ فنی‌شان تأثیر می‌گذارد؛ ۱. اینکه چگونه مسائل فنی را تعریف کنند؛ ۲. چه فرض‌هایی را در جریان استدلال غیررسمی انتخاب کنند؛ و ۳. نتایج کارشان را در راستای سودمندی برای اهداف سیاسی تنظیم کنند.

۱. نمونه‌ای از این اتحادیه‌ای شدن اجتماعات علمی را می‌توان در انگلستان مشاهده کرد. در دهه هفتاد قرن بیستم بسیاری از اتحادیه‌های یقه سفیدان یا همان مدیران کشور انگلستان، برای عضوگیری از بین دانشمندان و کارمندان وابسته، اتحادیه‌هایی بین انجمن‌های حرفه‌ای تأسیس کردند و جوامعی چون «جوامع شیمی دانان» و... تشکیل دادند (همان، ص ۷۴).

۲. همان، ص ۳۷، ۲۹ و ۷۳ و همچنین:

Blume, SS, Toward a Political Sociology of Science, New York, the free press, 1974, ch.5

علاوه بر این سوبه‌ها، نظام‌های انگیزشی و پاداش نیز در جهت‌دهی به نتایج یافته‌های علمی و گزارش آنها تأثیر می‌گذارد. با اذعان به اینکه نظام‌های انگیزشی و پاداش‌ها از جامعه‌ای تا جامعه دیگر متفاوت است، تفاوت در نوع پاداش‌ها، قدرت انگیزش و میزان اشاعه محرک‌های کافی در بین کل جمعیت<sup>۱</sup> را می‌توان در انحصار گوناگونی از تولید دانش و علم ردیابی کرد. این نظام‌های انگیزشی بر محرک‌ها و مشوق‌هایی چون ثبات و امنیت شغلی، دستیابی به پیشرفت‌های علمی و سمت‌های دانشگاهی، پرستیژ و درآمد مناسب، مشارکت با نهادهای معروف، دریافت عناوین، جوایز و مدال‌ها، مقبولیت و محبوبیت اجتماعی و غیره، به منظور جهت‌دهی به تحقیقات دانشمندان تأثیر مستقیم می‌گذارند. در اینجا، حتی اختصاص پاداش‌ها از طریق نهادها و مؤسسه‌ها، نه به دلیل ارائه یک تحقیق عاری از هرگونه اغراض شخصی و جمعی، بلکه بیشتر به سبب مفیدبودن آن تحقیق برای خواسته‌های نهاد مذکور قابل تحلیل است.

درباره انتشار دانش نیز وضعیت چنین است. زیرا با وجود همه پیشرفت‌ها و ملاحظاتی که دانشمندان و جوامع علمی متعدد برای انتقال راحت و سریع اطلاعات و کشفیات علمی روا داشته‌اند و برای این منظور مواردی چون مجلات ملی و بین‌المللی و انجمن‌های علمی و قطب‌های علمی متعدد را راه‌اندازی کرده و ارتباط فراوان بین این محافل را تسهیل نموده‌اند، همچنان منابع قدرت یعنی مذهب، منافع سیاسی و اقتصادی، و حتی عوامل اجتماعی در مقابل برخی از کشفیات جدید مقاومت می‌کنند و نمی‌گذارند این کشفیات آن‌گونه که در شرایط معمولی جای خود را در محافل علمی باز می‌کنند، عرض اندام نمایند. جامعه‌شناسی علم درصدد است منشأ خاص پذیرش و مقاومت انواع خاص ایده‌ها و پیشرفت‌های علمی را تجزیه و تحلیل کند و نشان دهد وفاق علمی تنها نتیجه تعهد به هنجارهای علمی نیست بلکه نتیجه توافقی جزئی در شبکه علمی کوچکی است که درون شبکه اجتماعی بزرگ‌تر قرار دارد و بر مبنای قواعد عملی آن عمل می‌کند. به این ترتیب، این «کل» یا همان جامعه است که به ساخته‌های علمی اعتبار می‌بخشد و میزان مقبولیت و نامقبولیت آن را معین می‌کند.

با نظر به این سه بینش کلی درباره علم در قرن بیستم و دهه‌های اخیر، شایسته است ببینیم چگونه تلقی سوم از علم با حوزه سیاست‌گذاری مرتبط است و در جریان تعاملی دو سوبه، امکان ارتباط میان حوزه علم و سیاست‌گذاری و به تبع آن، ارتباط میان دانشمند و سیاست‌گذار چگونه برقرار می‌شود. پیش از آن، اجازه دهید مفهوم سیاست‌گذاری و قواعد آن به اجمال معرفی شود تا تشریح این ارتباط میسرتر شود.

## سیاست‌گذاری چیست؟

سیاست‌گذاری رشته‌ای از علوم سیاسی است که با مطالعات راهبردی و امنیتی رابطه‌ای وثیق دارد. تمرکز این رشته نوپدید - در دهه‌های پایانی قرن بیستم - بر عمل‌گرایی دولتی است. بنابراین، دولت را نه در قالب نظریه‌های ایدئولوژیک و تاریخی و غیره، بلکه در قالب دولت در عمل، یا همان دولت در واقع ملاحظه می‌کند. با این توضیح، در مقام تعریف، سیاست‌گذاری به‌طور ساده به‌عنوان «شیوه مشخص شکل دادن به عمل» معرفی شده است و در راستای تلاش آگاهانه و هدفمند خود، با استفاده از نگرش‌های آینده‌نگرانه، تلاش می‌کند علوم سیاسی مدیریتی را به نیازهای واضح و روزمره گره بزند. به این معنا، سیاست‌گذاری پاسخ و عکس‌العملی معقول به تقاضاهای روزافزون جامعه و نهادهای عمومی آن از سوی سیاست‌دانان برای حل مشکلات فرهنگی و اجتماعی و اداری است. مسلماً سیاست‌دانان در این تلاش خود ناچارند از حوزه‌های متعدد دانش، اعم از جامعه‌شناسان، برنامه‌ریزان فرهنگی، اقتصاددانان و دانشمندان رشته‌های مختلف در رویکردی آینده‌نگرانه و به شیوه‌هایی میان‌رشته‌ای مدد گیرند.

با این توضیحات، فعل سیاست در مقام عمل‌های خرد و جزئی، یا همان پالیسی، شامل سه مرحله است: ۱. سیاست‌گذاری (تحلیل سیاستی)؛ ۲. اجرای سیاست؛ و ۳. ارزیابی سیاست. برخی این مراحل را تا پنج مرحله نیز ذکر کرده‌اند.<sup>۱</sup> جوهره عمل سیاست - در هر مرحله - انتخاب و تصمیم‌گیری است. گذر از این مراحل که هرکدام مستلزم گذر زمان است، به یکدیگر و به مرحله بعد مرتبط‌اند؛ چنان‌که آخرین مرحله (برآورد سیاست) نیز به مرحله اول (سیاست‌گذاری / تهیه دستور کار) و مرحله میانی متصل است و بگونه‌ای چرخه‌ای بر نوع انتخاب و تصمیم‌گیری تأثیر می‌گذارد. ممکن است این انتخاب‌ها و تصمیم‌گیری‌ها عقلانی یا با عقلانیت محدود باشد؛ و ممکن است از بالا به پایین یا پایین به بالا یا هر دو باشد؛ همچنین رسمی یا غیررسمی، مرحله‌ای یا نامنظم چرخشی باشد؛ حتی ممکن است متمرکز یا نامتمرکز یا ترکیبی مبهم از ارزش‌ها باشد و ...

در هر صورت، سیاست‌گذاری بخشی از فرایند عقلایی کردن زندگی و عقلایی عمل کردن بشر است که به کمک آن انسان می‌تواند بر زندگی اجتماعی خود تسلط روزافزونی یابد. برای تحقق همه این منظورها، سیاست‌گذاری با اتخاذ ترکیبی از سه مقوله علم، مهارت و هنر، تلاش می‌کند ضمن بهره‌گیری از علم و سایر حوزه‌های مرتبط دانش در هیئتی

سیاست‌گذاری  
رشته‌ای از علوم  
سیاسی است که با  
مطالعات راهبردی  
و امنیتی رابطه‌ای  
وثیق دارد. تمرکز  
این رشته نوپدید بر  
عمل‌گرایی دولتی  
است

۱. این پنج مرحله از این قرار است: ۱. تهیه دستور کار (مقامات منتخب مشکلات را در دستور کار عمومی قرار می‌دهند)؛ ۲. تنظیم راه‌حل‌ها؛ ۳. اتخاذ سیاست؛ ۴. اجرای سیاست؛ و ۵. ارزیابی سیاست (واحد‌های حسابرسی و حسابداری دولت مشخص خواهند کرد که آیا سازمان‌های اجرایی تابع شرایط قانونی سیاست و دستیابی به اهداف آن هستند یا خیر). (رجوع کنید به: ابراهیم‌آبادی، حسین (۱۳۹۴). **سیاست‌گذاری فرهنگی آموزش عالی؛ ایده، تجربه و راهبرد**، انتشارات پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی، صص ۴۵-۵۶).

ابتکاری و سودمند، فارغ از ارزش‌های هنجاری تعیین‌کننده، مشکلات پیش رو را حل کند. در اینجا، علم، بدنهٔ تئوریک و مفاهیم و روش‌های خاص سیاست‌گذاری است؛ مهارت، مجموعه‌ای از روش‌های کاربردی، قواعد عملی و روش‌های عملیاتی مقبول و استاندارد است و هنر، مشی و سبک و حالت مناسب اجرای کار است. باید به خاطر داشت که رویکرد عمل‌گرایانهٔ سیاست‌گذاری مانع استفادهٔ کاربردی از ارزش‌ها و هنجارها برای حل مشکلات عملی پیش رو نیست، بلکه برعکس، حوزهٔ سیاست‌گذاری به دلیل بهره‌مندی از رویکرد میان‌رشته‌ای و اذعان به نبودن مرز میان علم و غیرعلم، به جریان سیال حضور ارزش‌ها و نقش آنها در ایجاد مشکلات و حل آنها واقف است و در سویی‌ای عمل‌گرایانه و به فراخور موقعیت از آنها استفاده می‌کند. در اینجا، دانش به خدمت گرفته شده به اقتضای مشکلات پیش رو و حضور برخی از عوامل پیش‌بینی نشده مقتضی تغییراتی در اجرا و عمل است.

### حوزهٔ ارتباط علم و سیاست‌گذاری و دانشمند و سیاست‌گذار

همان‌گونه که در تعریف و توضیح سیاست‌گذاری گفته شد، سیاست‌گذار در همهٔ مراحل چندگانهٔ عمل خود، خواه در مرحلهٔ تنظیم راه‌حل‌ها و خواه در مرحلهٔ سیاست‌گذاری و اجرا و ارزیابی سیاست، از حوزهٔ علم استفاده می‌کند و از مقام دانشمند برای پیشبرد کارهای خود بهره می‌برد. به این ترتیب، حوزهٔ دانشمند و سیاست‌گذار در افق‌هایی چون مطالعات اجتماعی، روان‌شناسی اجتماعی و عمومی، آینده‌پژوهی، مطالعات میان‌رشته‌ای و غیره به یکدیگر متصل می‌شوند. استفادهٔ کاربردی از علوم اجتماعی برای حل مسائلی چون فقر، تبعیض جنسیتی، تبعیض قومی، آلودگی‌های زیست‌محیطی، معضلات خانواده، مصرف آب و انرژی و غیره در کنار دانش‌هایی چون فرهنگ، اقتصاد، مدیریت جامع و پایدار، فناوری‌های پیشرفته و غیره نمونه‌هایی از فعالیت سیاست‌گذار در حل مشکلات عینی است.

پیش از این ذکر کردیم که یکی از مؤلفه‌های سیاست‌گذاری، هنجاری‌ارزشی بودن است. این موضع گاه با بینش دانشمندی و آزادی از ارزش هم جمع می‌شود اما اساساً رهیافت سیاست‌گذار، رهیافتی هنجاری‌ارزشی است. به این ترتیب، سیاست‌گذار کم و بیش برای مشکل شناسایی شده، راه‌حل‌هایی را متناسب با برنامهٔ کلان از قبل تعیین شده یا ارزش‌های تثبیت‌شدهٔ کلی حاکم بر نظام سیاسی و اجتماعی از دانشمندان مطالبه می‌کند اما این راه‌حل‌ها را با توجه به موقعیت‌های زمانی و مکانی و عوامل متعدد تعدیل کرده و سپس به اجرا درمی‌آورد. بنابراین، از دیدگاه سیاست‌گذار با علم صریح و فارغ از ارزش یا همان اسطورهٔ استقلال علم - در موج‌های اول و دوم علم‌گرایی - سروکار نداریم. علم و ارزش در راستای حل مشکلات اجتماعی و عملی مردم به هم گره خورده

سیاست‌گذار در همهٔ مراحل چندگانهٔ عمل خود، خواه در مرحلهٔ تنظیم راه‌حل‌ها و خواه در مرحلهٔ سیاست‌گذاری و اجرا و ارزیابی سیاست، از حوزهٔ علم استفاده می‌کند و از مقام دانشمند برای پیشبرد کارهای خود بهره می‌برد

فصلنامه

نمایه پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

و تلاش می‌کنند کوتاه‌ترین و در عین حال، اقتصادی‌ترین و پایدارترین راه را انتخاب کنند؛ بی‌آنکه به حقیقت موردنظر دانشمند تعهد داشته باشند. دانشمند مرتبط با سیاست‌گذار نیز به اقتضای رخدادها و مشکلات پیش رو از در تعامل با سیاست‌گذار وارد می‌شود و حقیقت علمی را در کشاکش تعاملی پایدار رقیق می‌سازد و برای استفاده عملی در اختیار سیاست‌گذار قرار می‌دهد.

این امر دقیقاً همان انتقال و تغییر روی داده در تعریف سیاست از «علم قدرت یا دولت» به «علم یا هنر اداره جامعه» است. با این ملاحظه که اولی به فرایندهای قدرت سیاسی و دومی به سیاست‌هایی می‌پردازد که قدرت سیاسی در پیش می‌گیرد. در اینجا، برخلاف رویکرد نخست که از مقوله‌های کلی و مجردی چون آزادی، صلح، حقوق بشر و... بحث می‌کند، رویکرد دوم به فعالیت‌های خرد و ملموسی که نمود عینی دارند و مردم با آنها به نحو انضمامی درگیرند می‌پردازد؛ هرچند در این دو حوزه نقاط اشتراکی هم وجود دارد. از سوی دیگر، دولت‌ها نیز در جریان استفاده از قدرت تحلیل و تصمیم‌گیری سیاست‌گذاران برای حل مشکلات پیش رو نوعی مشروعیت علمی را برای دخالت دائمی‌شان در مسائل اجتماعی کسب می‌کنند.

با این توضیحات می‌توان گفت دانشمند همکار با سیاست‌گذار، به عنوان کسی که در یکی از شاخه‌های دانش به تخصص لازم دست یافته است و از روش علمی ویژه‌ای برای پژوهش خود بهره می‌برد، برای گذراندن پایه‌های دانشگاهی و علمی تا سطوح بالاتر یا هر انگیزه دیگری اعم از کسب ثروت و شهرت و مقبولیت و غیره، به نحوی وارد چرخه نظام‌مند پژوهش‌ها و مطالعاتی می‌شود که بیشتر به سفارش دولت‌ها یا شرکت‌ها و بنگاه‌های اقتصادی و تجاری و خدماتی تعریف شده‌اند. به این ترتیب، دانشمند همکار با سیاست‌گذار، که در زمانه ما تعدادشان بسیار بیشتر از دهه‌های گذشته است، از پیشه مستقل و محض و نابی که تمرکز و توان خود را متوجه نفس حقیقت و خود دانش و علم کرده باشد و توجهی به مشکلات و پروژه‌های مراکز سفارش دهنده طرح‌ها نداشته باشد، به پیشه درهم تنیده‌ای از دانش و عمل روی آورده است که مسیر دانش خود را بر اساس نیازها و مشکلات و مسائل خرد و درشت اجتماعی و مدیریتی در سطوح ملی و بین‌المللی تنظیم می‌کند. چنین پیشه‌ای، بیش از آنکه به تعهد آکادمیک - آن‌گونه که در فلسفه‌های آموزش یا در نگاه‌های فلسفی به دانشگاه یا حتی آن‌گونه که در موج اول جامعه‌شناسی علم رواج داشت و علم را محض و بی‌پیرایه می‌دید - متعهد باشد، به رفت و برگشت دانش و عمل و رابطه دانشمند و سیاست‌گذار متعهد است. از این رو دانش دانشمند همکار سیاست‌گذار، متفاوت از دانش دانشمندان محضی است که خود را وقف تحقیقات بنیادین و پایه‌ای کرده‌اند.

## الگوهای نظارت والدین تهرانی بر استفاده فرزندان از اینترنت<sup>۱</sup>

• علیرضا دهقان<sup>۲</sup>

### چکیده

هدف اصلی این مقاله، شناخت روش‌های نظارت والدین دانش‌آموزان متوسطه تهرانی بر استفاده فرزندان از اینترنت و ارزیابی کارایی این روش‌هاست. در این مطالعه از روش پیمایش استفاده شده است. نمونه آماری برای آن، ۵۰۰ تن بوده است. براساس یافته‌های پیمایش این مطالعه، فراگیری حضور اینترنت در منازل ساکنان تهران تردیدناپذیر است. به طوری که می‌توان گفت تقریباً خانه‌ای بدون اتصال به اینترنت وجود ندارد؛ بنابراین، در حال حاضر اغلب فرزندان نوجوان حتی در محیط کوچک خانه به گونه و میزانی از محتوای اینترنت استفاده می‌کنند که به طور عادی و بدون مداخله فعالانه والدین قابل مشاهده و در معرض نگاه آنها نیست. این وضعیت، بخشی مهم از نظارت و مداخله عوامل چندگانه بر اجتماعی‌کردن فرزندان را دچار پیچیدگی و اختلال کرده است. این بخش، همان سهم والدین است. الگوهای نظارتی والدین که از این پژوهش حاصل شده است به خوبی این پیچیدگی را نشان می‌دهد. بر این اساس و با استناد به یافته‌های مطالعه کیفی و کمی این تحقیق، ضرورت نظارت بر استفاده فرزندان نوجوان از اینترنت به شدت احساس می‌شود. والدین مورد مطالعه در این گزارش نیز دو الگوی غالب برای نظارت بر استفاده فرزندان نوجوان خود از اینترنت گزارش کرده‌اند: نظارت مستقیم و نظارت غیرمستقیم. براساس نتایج این مطالعه، هر نوع مداخله‌ای برای بهتر شدن الگوهای نظارت والدین بر استفاده فرزندان و ارتقای کیفیت استفاده از اینترنت باید بر رویکرد اجتماعی‌سازی چندگانه متمرکز باشد و کانون آن سواد اینترنتی در نظر گرفته شود.

**کلیدواژه‌ها:** استفاده از اینترنت، کودکان و اینترنت، نظارت والدین، الگوهای نظارت، اجتماعی‌سازی

چندگانه

فصلنامه

نمایه  
پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

۱. این مقاله برگرفته از طرحی است با همین عنوان که در پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات اجرا شده است.  
۲. دانشیار ارتباطات دانشگاه تهران (adehghan@ut.ac.ir).

## مقدمه

موضوع اصلی در این مقاله، نظارت والدین بر استفاده از اینترنت از سوی فرزندان است. اهمیت موضوع نظارت والدین بر استفاده فرزندان از اینترنت در کل و به ویژه رسانه‌های اجتماعی که بخشی مهم از ابررسانه اینترنت محسوب می‌شوند، چندان نیازمند تأکید نیست. این موضوع، اکنون ارتباط مستقیمی با زندگی روزمره و تجربه زیسته جمعیت کثیری از افراد جامعه ما پیدا کرده است. به ویژه استفاده از اینترنت بین نوجوانان و جوانان ایرانی افزایش قابل توجهی یافته است و این رسانه جدید بخشی مهم از زندگی اجتماعی و سرگرمی آنها را تشکیل می‌دهد. گزارش‌های مرکز آمار جهانی اینترنت<sup>۱</sup> مؤید رشد چشمگیر استفاده از اینترنت در ۱۰ سال گذشته در ایران است. از سال ۲۰۰۰ تا ۲۰۲۱، ضریب نفوذ اینترنت در ایران از ۳/۸ درصد به حدود ۸۰ درصد افزایش یافته است. در حال حاضر، بیش از ۶۷ میلیون کاربر اینترنت در ایران وجود دارد.<sup>۲</sup> به دلایل ساختار کلی جمعیت و جاذبه‌های جوان‌پسندتر اینترنت و برخی دلایل دیگر بخش بزرگ‌تر این کاربران نوجوانان و جوانان هستند.

این گستردگی در خیلی از کشورهای دیگر غیر از خاورمیانه نیز دیده می‌شود. برای نمونه، در فیلیپین در سال ۲۰۰۰، تعداد کاربران اینترنت دو میلیون تن بود. این رقم در سال ۲۰۰۵، به نزدیک هشت میلیون و در ۲۰۱۴، به بیش از ۴۷ میلیون تن در یک جمعیت ۱۰۹ میلیون نفری رسید (سایت آمار جهانی اینترنت، ۱۳۹۵). در حالی که کاربران اینترنت در کشورهای جنوب شرقی آسیا روزانه حدود چهار ساعت و نیم در اینترنت می‌گذرانند، این میزان در فیلیپین به شش ساعت در روز رسیده است. حدود ۴۰ درصد این کاربران در گستره سنی ۱۵ تا ۲۵ سال قرار دارند. در همین کشور، کاربران به طور متوسط حداقل سه ساعت و نیم در شبکه‌های اجتماعی می‌گذرانند (کارخانه، ۱۳۹۵).

اما این فقط توجه به موضوع از زاویه باز و گسترده است. اگر به این رواج به صورت دقیق‌تر نگاه کنیم، حقایق دیگری آشکار می‌شود. از خود پرسیم چه جاذبه‌هایی در رواج استفاده از اینترنت و چه مزیت‌های ارتباطی با اهداف مختلف برای کاربران در کل و به ویژه کاربران نوجوان و جوان فراهم شده است. مزیت‌های ارتباطی شبکه‌های مجازی از نظر برقراری ارتباط و تبادل و به اشتراک‌گذاری صدا و تصویر و متن و سرگرمی و بازی از جمله این جاذبه‌هاست. گسترش شبکه اجتماعی تلگرام به ویژه از جهت جذابیتی که برای نوجوانان و جوانان دارد، قابل توجه است. سایت خبری «الف» در تاریخ چهارشنبه اول اردیبهشت ۱۳۹۵ نوشت: «لشکر ایرانی‌ها در تلگرام ۴۸ میلیون تن شد». بر اساس همان گزارش، سرعت و امنیت بالا، شیوه یا ابزاری مناسب برای اطلاع‌رسانی، قابلیت زیاد

استفاده از اینترنت  
بین نوجوانان و  
جوانان ایرانی  
افزایش قابل  
توجهی یافته است  
و این رسانه جدید  
بخشی مهم از  
زندگی اجتماعی  
و سرگرمی آنها را  
تشکیل می‌دهد

فصلنامه

نمایه  
پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

۶۲

1. Internet World Stats

2. <http://www.internetworldstats.com/stats5.htm>

به روزرسانی، و برخورداری از ربات‌های دوست‌داشتنی جاذبه‌هایی است که به‌ویژه برای جوانان ایجاد شده است.

پدیده بسیار جذاب دیگر به‌ویژه برای نوجوانان و جوانان، «سلفی» یا تصویر از خود است. سلفی به‌ویژه برای کاربران جوان و مؤنث پرجاذبه است. روزنامه ایران در ۲۸ فروردین ۱۳۹۵ در این خصوص گزارشی منتشر کرده است:

«سلفی که نخستین بار در سایت‌های اشتراک عکس مانند «فلیکر» و «مای اسپیس» در سال ۲۰۰۴ دیده شد، تصویری از خود است که در شبکه‌های اجتماعی گذاشته می‌شود. تلفن‌های همراه و شبکه‌هایی مانند اینستاگرام این گونه‌نمایش را مردمی، کم‌هزینه اما سرگرم‌کننده تر کرده است؛ هرچقدر تعداد سلفی‌ها افزایش می‌یابد، بیشتر مورد توجه قرار می‌گیرد».

جاذبه سومی که در اینجا می‌توانیم به آن اشاره کنیم بازی‌های رایانه‌ای یا بازی‌های با استفاده از گوشی‌های همراه است. نتایج یک مطالعه تازه در خصوص بازی‌های رایانه‌ای در میان دانش‌آموزان پسر تهرانی نشان‌دهنده این است که دانش‌آموزان مورد مطالعه از جمله کاربران پرمصرف این نوع بازی‌ها هستند و اغلب به صورت حرفه‌ای هر دو نوع بازی‌های فردی و گروهی را دنبال می‌کنند. حدود ۳۰ درصد این دانش‌آموزان بیشتر از هشت سال و حدود ۴۵ درصدشان از دو تا هشت سال برای این بازی‌ها سابقه دارند و حداقل نیمی از آنها حداقل یک تا دو ساعت را صرف بازی می‌کنند (نوری‌راد و بنیادی، ۱۳۹۴).

گذشته از جاذبه‌های استفاده از اینترنت در میان گروه سنی نوجوان که می‌تواند در جای خود دلیل خوبی برای پژوهش در خصوص نظارت والدین بر استفاده از اینترنت از سوی نوجوانان باشد، پیامدهای منفی استفاده از اینترنت، به‌ویژه استفاده افراطی روزانه و در سالیان متوالی موضوعی است که شایسته توجه ویژه است. همیشه فرصت‌ها و مزیت‌ها همراه با تهدیدها و زیان‌هاست. اینترنت مانند یک تیغ دو لبه می‌تواند فرصت‌ها و خطرات گوناگونی برای نوجوانان و جوانان داشته باشد. درست است که اینترنت دریایی از اطلاعات است اما تمامی این اطلاعات، مناسب کودک و نوجوان نیست. به علاوه، طبیعت تعاملی اینترنت سبب جذب بیشتر نوجوانان به سمت آن و سپری کردن زمان طولانی در اینترنت می‌شود که این امر خود موجب افزایش تماس با محتوای نامناسب آن می‌شود. ریسک‌های موجود در استفاده از اینترنت، استفاده از آن را خطرناک‌تر از تلویزیون می‌کند. این امر مسئولیت بیشتری را بردوش والدین قرار می‌دهد تا به‌طور فعال استفاده کودکانشان را کنترل کنند (شین، ۲۰۱۵).

در ایران، نهادهای دولتی کوشیده‌اند با قانون‌گذاری و فیلترکردن برخی سایت‌ها بر محتوای اینترنت نظارت داشته باشند، و این در حالی است که محققان معتقدند شیوه‌های مختلف دسترسی به هر نوع محتوا از طریق شبکه‌های مجازی خصوصی<sup>۱</sup> یا فیلترشکن‌ها

درست است که  
اینترنت دریایی  
از اطلاعات است  
اما تمامی این  
اطلاعات، مناسب  
کودک و نوجوان  
نیست

فصلنامه

نمایه  
پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

۶۳

کنترل محیط رسانه‌های جدید را برای دولت‌ها دشوار کرده است (لیوینگستون و هلسپر، ۲۰۰۸). بدین ترتیب، اقدامات شخصی والدین در مصون‌نگه‌داشتن فرزندان از آسیب‌های رسانه‌های جدید در کنار سیاست‌گذاری‌های عمومی اهمیت مضاعفی پیدا کرده است. والدین می‌توانند به شیوه‌های مختلفی متوسل شوند تا استفاده فرزندان از رسانه‌ها را تعدیل کنند. عبارت «دخال‌ت والدین»<sup>۲</sup> در استفاده فرزندان از رسانه‌ها، در سال‌های اخیر در ادبیات تحقیق رسانه‌های جدید رواج یافته است تا به شناخت و معرفی راهبردهایی بپردازد که والدین به خدمت می‌گیرند تا فواید استفاده از رسانه برای فرزندان را افزایش دهند و از مضرات آن بکاهند (کرویل، ۲۰۰۹).

دخال‌ت والدین در استفاده فرزندان از اینترنت می‌تواند شامل راهبردهایی فراتر از محدودکردن مدت زمان استفاده از اینترنت باشد. به عبارت دیگر، راهبردهای نظارت والدین بر استفاده فرزندان از رسانه نشان‌دهنده شیوه‌هایی است که والدین به خدمت می‌گیرند تا ارزش‌های حاکم بر خانواده را در کنار نهادهای معنابخش خارجی از جمله مدرسه بازتولید کنند (لیوینگستون، ۲۰۰۲). بنابراین، می‌توان انتظار داشت که با توجه به ارزش‌های فرهنگی و اجتماعی حاکم بر خانواده‌ها، والدین از شیوه‌های مختلف برای نظارت بر استفاده فرزندان از اینترنت بهره‌گیرند. با توجه به گسترش روزافزون استفاده نوجوانان ایرانی از اینترنت و نقش کلیدی والدین در کنترل آثار نامطلوب این رسانه، پژوهش در این خصوص از اهمیت زیادی برخوردار است. پژوهشی که نتایج آن در این گزارش آمده، در این راستا صورت گرفته است.

درخصوص نگرانی‌های والدین درباره رسانه‌های جدید و راهبردهای مداخله آنها برای مقابله با این نگرانی‌ها، مطالعات متعددی صورت گرفته است (رجوع شود به: نیکن، ۲۰۱۴). ولی این نوع مطالعات درخصوص ایران به ندرت صورت گرفته است. مطالعات اروپایی شمالی نیز عمدتاً درخصوص فرزندان بالای ۱۲ سال است. مطالعه نیکن و همکاران از محدود مواردی است که برای گروه سنی زیر ۱۲ سال صورت گرفته است. این نکته به اهمیت سن در این نوع مطالعات مربوط می‌شود، چرا که مداخله والدین یا نظارت والدین درخصوص گروه سنی بالای ۱۲ سال کمتر می‌شود. در گروه سنی بالاتر، توانایی فنی فرزندان در استفاده از اینترنت بیشتر (حتی در مواردی بیشتر از والدین) می‌شود و توصیه‌پذیری آنها از والدین کمتر می‌شود. انتخاب والدین دارای فرزند در محدوده سنی نوجوانی در این پژوهش بر اساس این نگاه صورت گرفته است.

به‌طور خلاصه، در این مقاله هدف اصلی این است که الگوهای اصلی نظارت والدین بر استفاده فرزندان محدود سنی نوجوانی (محدوده سنی مقطع تحصیلی متوسطه معادل گروه سنی ۱۲ تا ۱۶ سال) شناخته و معرفی شود.

## مرور ادبیات

مطالعات کشورهای غربی نشان می‌دهد، والدین یکی از نهادهای اجتماعی بسیار تأثیرگذار بر دیدگاه، دانش و مهارت‌های اجتماعی فرزندان خود هستند. این پژوهش‌ها به بررسی الگوی نظارت والدین بر استفاده فرزندان از رسانه‌های مختلف از جمله تلویزیون، بازی‌های رایانه‌ای و اینترنت در کشورهای مختلف غربی پرداخته‌اند.

نخستین مطالعات الگوی نظارت والدین بر استفاده فرزندان از رسانه‌ها مربوط به تلویزیون است (اوستین، ۱۹۹۳؛ لین و آتکین، ۱۹۸۹؛ رابرتسون، ۱۹۷۹؛ والکنبرگ و دیگران، ۱۹۹۹؛ ون دن بالک و ون دن برک، ۲۰۰۰). در یکی از مطالعات اولیه، والکنبرگ و دیگران (۱۹۹۹) در مصاحبه تلفنی با والدین هلندی، سه دسته الگوی نظارت والدین بر استفاده فرزندان از تلویزیون را شناسایی کردند. نخست، نظارت محدودکننده که بر اساس آن والدین بدون توضیح درباره خطرات بازی‌ها با توسل به خشونت نسبی میزان تماشای تلویزیون فرزندان را محدود می‌کنند. دوم، نظارت آموزش‌دهنده که والدین با بحث درباره آثار منفی تماشای تلویزیون، فرزندان را با مهربانی از تماشای بیش از اندازه تلویزیون منع می‌کنند. سوم، نظارت اجتماعی که والدین با کمک دوستان فرزندان خود، آثار منفی تماشای بیش از اندازه تلویزیون را به فرزندان خود گوشزد می‌کنند.

با گسترش استفاده فرزندان از رسانه‌های جدید، از جمله بازی‌های رایانه‌ای، محققان به سراغ الگوی نظارت والدین بر استفاده فرزندان از این رسانه‌ها رفتند. والدین در تعاملات فرزندان با رسانه‌های مختلف، از جمله بازی‌های رایانه‌ای، دخالت می‌کنند و رفتار آنها را با توسل به یکی از این شیوه‌ها کنترل می‌کنند: ۱. وضع مقررات برای کنترل میزان زمانی که فرزندان صرف بازی‌ها می‌کنند و زیرنظرگرفتن محتوای بازی‌های رایانه‌ای؛ ۲. توجیه‌کردن فرزندان از طریق بحث با آنها درباره ابعاد نامطلوب محتوای رسانه‌ها از جمله بازی‌های رایانه‌ای خشونت‌آمیز؛ ۳. درمیان‌گذاشتن تجربه خود در استفاده از رسانه‌ها با فرزندان بدون دستورات هدفمند یا بحث انتقادی با آنها. این راهبردها که والدین به کار می‌برند تا استفاده فرزندان خود از رسانه‌های مختلف از جمله بازی‌های رایانه‌ای را کنترل کنند، به طور کلی «نظارت والدین» نامیده شده است (وارن، ۲۰۰۱).

لیوینگستون و هلسپر (۲۰۰۸)، چهار راهبرد نظارت والدین برای کنترل استفاده بچه‌ها از اینترنت در انگلستان را شناسایی کرده‌اند:

۱. استفاده فعال همراه با هم (والدین کنار فرزندان می‌نشینند و درحالی‌که فرزندان وارد فضای مجازی می‌شوند، با فرزندان درخصوص فعالیت‌های مجازی گفت‌وگو می‌کنند).
۲. برقراری محدودیت فنی (محدود و مسدودکردن برخی فعالیت‌های مجازی).

۳. محدودکردن تعاملات اجتماعی (میزان تعاملات اجتماعی از جمله گفت‌وگوی مجازی، پست الکترونیکی، پیامک فوری و بازی‌های اجتماعی محدود می‌شود) و ۴. دیده‌بانی (بررسی فعالیت‌های مجازی بچه‌ها به صورت پنهان یا آشکار پس از استفاده آنها از اینترنت).

اما کرویل (۲۰۰۹) دو راهبرد رایج نظارت والدین بر استفاده فرزندان از اینترنت را در کشورهای مختلف اروپایی شناسایی کرد: نظارت محدودکننده که با پیروی از آن والدین با وضع مقررات استفاده فرزندان از اینترنت و محتوای خاص آن را محدود می‌کنند، و نظارت دخالت فعال که براساس آن، والدین به صورت فعال می‌کوشند محتوای اینترنت را برای فرزندان تشریح کنند و به آنها در درک انتقادی از محتوای وبسایت‌ها کمک کنند.

براساس مطالعه نیکن و همکاران (۲۰۰۷ و ۲۰۱۰) نیز مداخله سه گونه است: ۱. مداخله محدودکننده، ۲. مداخله فعال، و ۳. استفاده با هم از رسانه‌ها. مداخله محدودکننده به اعمال کنترل بر میزان زمان استفاده و محتوایی است که فرزندان اجازه دارند استفاده کنند. مداخله فعال جنبه آموزشی و هنجاری دارد و مثلاً توضیح و تشریح محتوای پیچیده را دربرمی‌گیرد. استفاده با هم، تماشای با هم و بازی با هم والدین و فرزندان است. این شیوه‌ها درخصوص تماشای تلویزیون و بازی‌های ویدئویی، پیش از این توجه محققان را به خود معطوف داشته است ولی درخصوص فعالیت‌های برخط هنوز به قدر کافی مطالعه نشده است. تفاوتی که در این مقایسه قابل ذکر است این است که استفاده از رسانه‌های جدید مانند سایت‌های شبکه‌های اجتماعی و گوشی‌های همراه شخصی‌تر از استفاده از تلویزیون و بازی‌های ویدئویی است. از سوی دیگر، خطرهای استفاده از این رسانه‌ها بیشتر از خطر استفاده از تلویزیون است. دلیل این خطر بیشتر این است که آزار و مزاحمت مجازی، پورنوگرافی، و احتمال برقراری ارتباط مستقیم با افراد ناآشنا و بیگانه بیشتر است. فردی شدن استفاده از رسانه‌ها و خطرهای بیشتر رسانه‌های جدید، نظارت و مداخله والدین را بیشتر از پیش و ضروری‌تر می‌کند. از طرفی اعمال این کنترل و مداخله را نیز دشوارتر و گاه تقریباً غیرممکن می‌کند.

بنابراین، به نظر می‌رسد درخصوص اینترنت و به‌ویژه استفاده از اینترنت با گوشی‌های همراه شیوه‌های نظارتی نیازمند گسترش و بازنگری است. نتایج مطالعه لیوینگستون و هلسپر (۲۰۰۸) نیز نشان می‌دهد که سه دسته مداخله گفته‌شده را بهتر است به چهار نوع مداخله گسترش داد و تفاوت‌هایی را در نظر گرفت. نوع اول، مداخله با هم فعال است. این مداخله نه فعالیت را در برمی‌گیرد که از جمله این موارد، مداخله فعال و محدودکننده و با هم تماشا کردن در نظریه قبلی است. از نظر این نویسندگان، استفاده با هم درخصوص اینترنت می‌تواند هم مداخله‌ای فعال باشد و هم محدودکننده، زیرا

درخصوص اینترنت و به‌ویژه استفاده از اینترنت با گوشی‌های همراه شیوه‌های نظارتی نیازمند گسترش و بازنگری است

فصلنامه

نمایه پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

صحبت با فرزندان در استفاده از اینترنت خیلی بیشتر محتمل است تا هنگام تماشای تلویزیون یا بازی به صورت با هم. نوع دوم، مداخله محدودیت‌های تعامل است که شامل ممنوعیت پنج فعالیت است که طی این فعالیت‌ها فرزندان با دیگران ارتباط برقرار می‌کنند (به‌ویژه تعامل همسالان با هم). سومین مداخله، محدودیت‌های فنی است که نصب فیلترهای مختلف و واری نرم‌افزار در رایانه است. چهارمین مداخله، سرکشی است. این روش، به معنی چک کردن فرزندان از سوی والدین پس از فعالیت‌های برخط است مانند مشاهده ایمیل‌هایی که ارسال کرده‌اند یا وبسایت‌هایی که بازدید کرده‌اند. شین (۲۰۱۵)، مداخله والدین را با عنوان «اجتماعی شدن» مطرح کرده است. اجتماعی شدن نحوه اقتباس ارزش‌ها و رویه‌های مقبول به مثابه عضو از جامعه را بیان می‌کند. این فرایند از طریق تعامل و ارتباط با محیط اجتماعی صورت می‌گیرد. به‌طور دقیق‌تر و براساس نظر مک کوبی (به نقل از شین، ۲۰۱۵: ۶۵۰)، «اجتماعی شدن فرایندی است که در آن افراد مهارت‌ها، الگوهای رفتاری، ارزش‌ها، و انگیزه‌های مورد نیاز برای کارهای شایسته در فرهنگی که کودک در آن بزرگ می‌شود را می‌آموزند. پهنه اجتماعی شدن کل دوره زندگی افراد را در بر می‌گیرد، ولی در تحقیقات به دوره کودکی بیشتر توجه می‌شود، زیرا اجتماعی شدن پایدار و عمیق در کودکی رخ می‌دهد. اجتماعی شدن با آموختن از محیط اجتماعی و به‌ویژه آموختن از عوامل اجتماعی‌کننده اصلی مانند آموزگاران و والدین رخ می‌دهد. جام بازی‌های رایانه‌ای».

اما اثربخشی نظارت به عوامل متعددی بستگی دارد. در این خصوص لی (۲۰۱۲) دلایل والدین برای کاربرد الگوهای نظارت محدودکننده برای استفاده فرزندان از اینترنت را در کره جنوبی مطالعه کرده است. نتایج وی نشان می‌دهد سن فرزندان، احساس والدین به آثار منفی اینترنت بر فرزندان، احساس والدین به کنترل پایین فرزندان از رفتارهای پرخطرناک و مهارت والدین در استفاده از اینترنت، با میزان استفاده والدین از الگوی نظارت محدودکننده رابطه مستقیم دارد. نتایج این مطالعه، نشان می‌دهد که الگوی نظارت محدودکننده با کاهش زمان استفاده فرزندان از اینترنت و خطرات محتوای نامناسب رابطه مستقیم دارد اما نظارت محدودکننده با اعتیاد به رایانه رابطه ندارد.

مرور ادبیات تحقیق نشان می‌دهد که پژوهش درخصوص الگوی نظارت والدین بر استفاده فرزندان از رسانه‌ها، به‌ویژه اینترنت، در ایران بسیار نادر است. این مطالعه‌ها نیز عمدتاً معطوف به استفاده از تلویزیون و بازی‌های رایانه‌ای است. از جمله این موارد نادر، گزارش پژوهشی هادی جلیلی (۱۳۸۶) است که پژوهشگاه فرهنگ و هنر و ارتباطات وزارت ارشاد منتشر کرده است. این کار محدود به نظارت والدین بر فرزندان پسر در تهران است. براساس نتایج جلیلی، نظارت والدین بر فرزندان پسر به دو دسته کلی نظارت تام و نظارت محدود تقسیم می‌شود. اولی، شیوه‌ای است که والدین همه وسایل و

اجتماعی شدن فرایندی است که در آن افراد مهارت‌ها، الگوهای رفتاری، ارزش‌ها، و انگیزه‌های مورد نیاز برای کارهای شایسته در فرهنگی که کودک در آن بزرگ می‌شود را می‌آموزند

فعالیت‌های فرزندان را زیر نظر می‌گیرند؛ از جیب شلوار و کیف مدرسه گرفته تا کشوی میز و حلقه‌ی دوستان فرزند را جست‌وجو می‌کنند. در الگوی دوم، از موارد و شدت این نوع نظارت‌ها کاسته می‌شود. بر اساس همین گزارش، تأکید و اعمال نظارت بیشتر با وضعیت اقتصادی و گرایش مذهبی خانواده‌ها ارتباط مستقیم و مثبت دارد.

تحقیق مهرابی (۲۰۱۱)، به مطالعه‌ی الگوی نظارت والدین در تهران بر میزان استفاده‌ی فرزندان از بازی‌های رایانه‌ای اختصاص دارد. یافته‌های این پژوهش موید آن است که والدین در ایران به دلیل دسترسی به ابزارهای لازم برای نظارت کیفی بر محتوای بازی‌های رایانه‌ای اغلب مدت زمان بازی فرزندان را محدود می‌کنند. با این حال، والدین در تهران از راهبردهای دیگری مانند همراهی اجتماعی و نظارت غیرمستقیم برای کنترل محتوای بازی‌های رایانه‌ای نیز بهره می‌گیرند.

جوادی و اقبالی (۱۳۸۶)، به مطالعه‌ی میزان نظارت والدین بر استفاده‌ی فرزندان از رسانه‌های تصویری پرداخته‌اند. این تحقیق، نشان می‌دهد که ۷۰ درصد والدین برای نظارت بر نحوه‌ی استفاده‌ی فرزندان از تلویزیون به روش نظارت فعال متوسل می‌شوند. یافته‌های این تحقیق نشان می‌دهد که ۶۸ درصد والدین بر استفاده‌ی فرزندان از تلویزیون نظارت زیادی می‌کنند. ۴۲ درصد والدین پس از خرید یا کرایه‌ی لوح‌های فشرده‌ی بازی‌ای رایانه‌ای برای فرزندان به بازبینی محتوای این رسانه‌ها می‌پردازند.

پژوهش‌های گذشته موید این است که الگوی نظارت والدین در کشورهای مختلف با توجه به سیاست‌های عمومی در خصوص رسانه‌ها و ارزش‌های حاکم بر جامعه می‌تواند متفاوت باشد (کرویل، ۲۰۰۹). بنابراین، با توجه به تأثیر سیاست‌های رسانه‌ای و ارزش‌های اجتماعی حاکم بر یک جامعه در دیدگاه والدین در خصوص آثار رسانه و الگوی نظارت بر رفتار فرزندان، می‌توان انتظار داشت که والدین در ایران به شیوه‌های مختلفی به منظور کنترل استفاده‌ی فرزندان از اینترنت متوسل شوند. در کل، پژوهش درباره‌ی الگوهای نظارت والدین بر استفاده‌ی فرزندان از رسانه‌های مختلف به‌ویژه رسانه‌های جدید ارتباطی در کشورهای مختلف رو به رشد است؛ زیرا یافته‌های چنین تحقیقاتی می‌تواند کاربرد عملی و علمی بسیاری داشته باشد. با این حال، تحقیق جامعی درباره‌ی الگوهای نظارت والدین بر استفاده‌ی فرزندان از اینترنت در ایران ارائه نشده است.

### نظریه‌ی اجتماعی‌کردن

مفهوم ارتباط جمعی خودانگیز از کستلز (۱۳۹۳: ۱۷۲، ۱۵۹) می‌تواند ما را به ضرورت تغییر در شیوه‌های سنتی اجتماعی‌شدن هدایت کند. رسانه‌ها و ارتباطات تغییرات زیادی کرده‌اند و در این راستا، سازوکارهای اجتماعی‌شدن نیز نیازمند بازنگری است. به بیان وی، اینترنت به مفهوم سنتی رسانه به شمار نمی‌آید بلکه ابزار یا مجموعه

اینترنت به مفهوم سنتی رسانه به شمار نمی‌آید بلکه ابزار یا مجموعه ابزارها و قراردادهایی برای ارتباطات تعاملی است

فصلنامه

نمایه پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

ابزارها و قراردادهایی برای ارتباطات تعاملی است. مرزهای میان ارتباطات درهم شده است.

به همین دلیل، مقایسه اینترنت با تلویزیون براساس «مخاطب» نادرست است، هرچند که این مقایسه خیلی صورت می‌گیرد. به عبارت دیگر، در اقتصاد اطلاعات، بیشترین زمانی که به اینترنت اختصاص داده می‌شود، زمان کاری یا مطالعه است. ما اینترنت را همچون تلویزیون «تماشا» نمی‌کنیم. در وضعیت کنونی استفاده از اینترنت، کاربردهای موردی یا استفاده‌های معینی که در رسانه‌های مرسوم قابل تشخیص و جداسازی بود، دیگر چندان قابل تفکیک و جداسازی نیست.

اینترنت یک ابررسانه یا رسانه‌ای هم‌زمان همه‌منظوره است. به بیان کستلز، ما نمی‌توانیم قسمت سرگرمی و اخبار را از میان استفاده مداوم و بی‌وقفه‌ای که از اینترنت می‌کنیم برای خود بیرون بکشیم و آنها را براساس ساعت‌های تماشا کردن با رسانه‌های جمعی مقایسه کنیم. علاوه بر این، اینترنت به‌طور فزاینده‌ای برای دسترسی به رسانه‌های جمعی (تلویزیون، رادیو و روزنامه)، در قالب هر محصول فرهنگی یا اطلاعاتی دیجیتالی شده (همچون کتاب، فیلم، موسیقی، مقاله‌های مندرج در صفحه‌ها و پایگاه‌های اطلاعاتی) به کار می‌رود. به نظر کستلز عنصر کلیدی ارتباطات جدید متحرک بودن نیست، بلکه اتصال دائمی است.

آنچه درباره تغییر قابلیت‌های ارتباطی به‌ویژه خودانگیختگی بیشتر در ارتباطات جدید گفته شد، می‌تواند ما را به سوی مفهوم آشنای اجتماعی شدن هدایت کند. اگر اینترنت هم پدیده‌ای صدهزار جلوه‌ای است و هم بانگ غولان، و اگر استفاده از اینترنت به امری ناگزیر تبدیل شده است (که شواهد همین را نشان می‌دهد)، آنچه می‌تواند ما را به تماشای این جلوه‌ها بدون شنیدن بانگ غولان بنشانند، توجه به ابعاد فرهنگ‌سازی و تربیت عمومی است که همکاری نهاد‌های رسمی و نهاد‌های اجتماعی به‌ویژه خانواده را ضروری می‌کند. تقریباً تمام منابعی که در بخش مرور ادبیات این مقاله دیده می‌شود به‌نوعی این جهت‌گیری را تأیید می‌کنند، حتی اگر از این اصطلاح استفاده نکرده باشند. توصیه‌ها و روش‌هایی مانند باهم بازی کردن والدین و فرزندان، گفت‌وگوی والدین و فرزندان در خصوص اینترنت و فواید و آسیب‌های احتمالی آن، ارتقای سواد رسانه‌ای والدین و فرزندان، استفاده از نظام‌های رتبه‌بندی‌ها و لزوم آشنایی والدین و فرزندان با این شیوه‌ها همگی در چهارچوب نگاه اجتماعی شدن می‌گنجند.

اما به صورت شفاف و مستقیم، اجتماعی شدن در ارتباط با نظارت والدین را چگونه می‌توان توضیح داد؟ نظریه اجتماعی به چگونگی اجتماعی شدن افراد به‌مثابه اعضای یک جامعه از طریق تعامل با محیط اطراف در یک محیط اجتماعی متمرکز است (شین،

#### گرچه پدیده

اجتماعی شدن در طول زندگی فرد رخ می‌دهد، پژوهش اجتماعی شدن به‌طور عمده روی کودک تمرکز دارد، زیرا اجتماعی شدن عمیق و پایدار در کودکی یک فرد پدید می‌آید

فصلنامه

نمایه پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

۲۰۱۵، به نقل از هاستینگ و همکاران، ۲۰۰۷). اجتماعی شدن، فرایندی است که به موجب آن افراد ساده و بی تکلف با مهارت‌ها، الگوی‌های رفتاری ارزش‌ها و انگیزه‌های مورد نیاز برای عملکرد درست در فرهنگی که کودک در آن پرورش می‌یابد، آموزش می‌بینند (شین، ۲۰۱۵، به نقل از مک‌کوبی، ۲۰۰۷: ۱۳۲). این امر مستلزم کسب مهارت‌های اجتماعی، درک اجتماعی و رفتارهای اجتماعی از سوی فرد است.

گرچه پدیده اجتماعی شدن در طول زندگی فرد رخ می‌دهد، پژوهش اجتماعی شدن به‌طور عمده روی کودک تمرکز دارد، زیرا اجتماعی شدن عمیق و پایدار در کودکی یک فرد پدید می‌آید (شین، ۲۰۱۵، به نقل از مک‌کوبی، ۲۰۰۷). در پژوهش اجتماعی، کودکان به‌مثابه یادگیرندگان تلقی می‌شوند که مکرر در تماس با عوامل اجتماعی شدن قرار دارند. منظور از عوامل اجتماعی شدن، افراد یا سازمان‌هایی هستند که هنجارها و مهارت‌های اجتماعی را از طریق الگوسازی، تقویت و تعامل اجتماعی به یادگیرنده‌ها منتقل می‌کنند. عوامل اجتماعی جزء عناصر کلیدی اجتماعی شدن هستند، زیرا به‌طور مستقیم بر روند یادگیری کودک تأثیر می‌گذارند (شین، ۲۰۱۵، به نقل از هاستینگ و همکاران، ۲۰۰۷). در میان عوامل مختلف اجتماعی شدن، والدین به‌مثابه عامل اصلی اجتماعی شدن کودکان بیشترین توجه پژوهش را به خود جلب کرده‌اند (شین، ۲۰۱۵، به نقل از مک‌کوبی، ۲۰۰۷).

والدین از طریق آموزش آنچه در جامعه قابل قبول است و چگونگی مقابله با خواسته‌های اجتماعی، کودکان را اجتماعی می‌کنند. همچنین والدین بر اجتماعی شدن کودکان از طریق تعاملات کودکان با عوامل اجتماعی خارجی مانند رسانه‌ها تأثیر می‌گذارند تا از محافظت کودکان در برابر تأثیرات نامطلوب اجتماعی مطمئن شوند (شین، ۲۰۱۵، به نقل از گروس و داویدوف، ۲۰۰۷). براساس گزارش لیوینگستون و همکاران ۷۰ درصد والدین کودکان ۶ تا ۱۶ سال اروپایی درخصوص استفاده از اینترنت با کودکان خود صحبت می‌کنند و ۵۸ درصد آنها در هنگام استفاده کودکان از اینترنت نزدیک آنها می‌مانند.

حاصل بحث نظری تحقیق می‌تواند یک الگوی نظری باشد که مفاهیم خصلت خودانگیختگی ارتباطات جدید و پیامدهای آن و اجتماعی شدن را در کنار هم قرار دهد. براساس این الگوی نظری، امکان اتصال مداوم، خودانگیختگی ارتباطات را تشدید می‌کند و این وضعیت موجب گسترش مکانی و زمانی محیط‌های قابل مشاهده می‌شود. پیامدهای این وضعیت می‌تواند مشکلاتی مانند نابهنجاری و نابسامانی اجتماعی، تأخر فرهنگی، شکاف نسلی و تشدید بی‌سوادی رسانه‌ای باشد. مدیریت این مشکلات و مقابله با آنها نیازمند تشدید اجتماعی شدن و فرهنگ‌پذیری یا اجتماعی شدن مضاعف است.

والدین بر اجتماعی شدن کودکان از طریق تعاملات کودکان با عوامل اجتماعی خارجی مانند رسانه‌ها تأثیر می‌گذارند تا از محافظت کودکان در برابر تأثیرات نامطلوب اجتماعی مطمئن شوند

فصلنامه

نمایه  
پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

۷۰

## روش‌شناسی

برای شناخت شیوه‌های نظارت والدین بر استفاده فرزندان از اینترنت، اگر پیمایش بهترین روش نباشد، یکی از روش‌های مناسب و مطلوب است. این مطالعه به صورت پیمایش سنتی (مراجعه به منازل) با یک نمونه نسبتاً بزرگ و پرسشگری از یکی از والدین ساکن مناطق بیست و دوگانه شهر تهران ارائه شده است که هنگام مراجعه، پرسشگران دارای حداقل یک فرزند در سن راهنمایی یا دبیرستان بوده‌اند. توزیع پرسشنامه براساس تجربه به صورت تقسیم ۵۰۰ نمونه به مناطق بیست و دوگانه و با در نظر گرفتن جمعیت هر منطقه و در اختیار داشتن بلوک‌های ساختمانی در هر یک از مناطق صورت گرفت تا پراکندگی نسبی حاصل شود. ابزار گردآوری داده‌ها، پرسش‌نامه محقق است. روایی و مناسب بودن ابزار پرسش‌نامه برای سنجش مفاهیم و نگرش‌های معرفی شده پیش‌گفته به صورت صوری و مقایسه با پرسش‌نامه‌های استفاده شده در تحقیقات ذکر شده در بخش مرور ادبیات ارزیابی شده است. با وجود این، چون این مطالعه عمدتاً جنبه اکتشافی و مقدماتی دارد، این رسیدگی‌های فنی و مرسوم با تأکیدی که در مطالعات دارای فرضیه‌های علی رایج است مورد تأکید نبوده است. اطلاعات پرسشنامه‌های تکمیل شده ابتدا کدگذاری و سپس وارد برنامه اس پی اس اس شده و خروجی آن به صورت جداول یک بعدی و دوبعدی تهیه شده است. خروجی داده‌ها با استفاده از آمار توصیفی و استنباط‌های نظری و مقایسه و برداشت از آمارهای از قبل موجود و بعضاً نتایج تحقیقاتی مرتبط با موضوع تحلیل شده است. حاصل این یافته‌های پیمایشی در بخش یافته‌ها ارائه شده است.

## یافته‌ها

سیمای جمعیت شناختی والدین مطالعه شده والدین مطالعه شده عمدتاً در گروه‌های سنی خیلی جوان (۲۸ تا ۳۴ سال)، نسبتاً جوان (۳۶ تا ۴۵ سال)، میانه (۴۶ تا ۵۵ سال) و مسن (۵۶ تا ۶۷ سال) قرار گرفته‌اند. این توزیع سنی با والدین دارای حداقل یک فرزند در سنین نوجوانی یا سن مدرسه و دبیرستان که مرکز توجه این تحقیق بوده است، تناسب نسبتاً خوبی دارد.

توزیع پاسخ‌گویان از نظر جنسیت نامتعادل است و غلبه بر مادران است. حدود ۳۰ درصد پاسخ‌گویان مرد و باقی زن هستند. اما در نمونه مطالعه شده ما بر جنسیت والدین تأکید نشده است و مراجعه پرسشگران نیز به در منازل تعریف شده است و حضور بیشتر مادران در منزل در مقایسه با پدران امری طبیعی است. از نظر تحصیلات والدین، اکثریت پاسخ‌گویان این مطالعه را افراد دارای تحصیلات زیر دیپلم و دیپلم تشکیل می‌دهند و درصدهای والدین با تحصیلات کارشناسی و کارشناسی ارشد و دکتری خیلی کمتر است.

## میزان و الگوی استفاده از اینترنت

میزان استفاده فرزندان از اینترنت موضوعی مهم است. این میزان از پاسخ والدین درآمده است. این احتمال وجود دارد که ارقام ذکر شده از دقت کافی برخوردار نباشند، زیرا والدین دائماً همراه فرزندان نیستند و آنها را زیر نظر ندارند. بنابراین، میزان گفته شده جنبه تقریبی دارد. با در نظر گرفتن نکته مزبور مشاهده می شود بیشترین استفاده اظهار شده ۲ ساعت در روز است که حدود ۲۸ درصد والدین اظهار کرده اند. حدود ۲۶ درصد والدین نیز میزان استفاده فرزند خود را حداقل یک ساعت بیان کرده اند. به این ترتیب، بیش از نیمی از والدین اظهار کرده اند فرزندان آنها بین یک تا دو ساعت در روز از اینترنت استفاده می کنند.

با در نظر گرفتن نکته پیش گفته، به نظر می رسد این میزان در عمل بیشتر باشد. علاوه بر این، بیشتر از ۳۵ درصد والدین نیز اظهار داشته اند فرزندان آنها روزانه بین حداقل ۳ تا ۵ ساعت از اینترنت استفاده می کنند. این ارقام در وهله اول نشان دهنده نوعی تغییر سبک زندگی و شیوه استفاده از رسانه هاست. به طوری که اینترنت به تدریج جای پای محکمی در زندگی نوجوانان و جوانان پیدا می کند و از وزن سایر شیوه های ارتباطی کم می شود. البته محتوای مورد استفاده و استقلال استفاده از اینترنت از سایر فعالیت ها مانند کسب اطلاعات آموزشی و تکلیف مدرسه موضوع دیگری است که در ادامه به آن خواهیم رسید.

دو الگوی غالب استفاده فرزندان، پاسخ گویان به ترتیب سرگرمی و بازی (۲۸ درصد پاسخ ها) و انجام تکالیف مدرسه (۲۴ درصد پاسخ ها) است. پس از این دو استفاده، ایمیل و ارتباطات در مرتبه سوم (۸/۵ درصد) و جست و جوی اطلاعات (حدود ۷ درصد) و دانلود کردن محتواهای مختلف (حدود ۵ درصد) در مراتب چهارم و پنجم قرار گرفته است. سایر پاسخ ها ترکیب های مختلفی از این موارد و برخی موارد کمتر اظهار شده (مانند خرید اینترنتی و استفاده از شبکه های مجازی مانند تلگرام) است. اگر این استفاده های چندگانه و ترکیبی را با هم جمع کنیم حدود ۲۱ درصد را به خود اختصاص می دهد که رقم قابل توجهی است. به عبارت دیگر، حدود ۲۱ درصد والدین به صورت صریح و مستقیم استفاده فرزندان خود از اینترنت را چندگانه و ترکیبی اظهار کرده اند. علاوه بر این، ما بر اساس مشاهده و اطلاع تجربی و شهودی خود نیز می دانیم در موردی که استفاده از اینترنت به یک عنوان بیان می شود در عمل می تواند استفاده دیگری را نیز در خود داشته باشد. مثلاً دانش آموزی که به ارتباط ایمیلی مشغول می شود ممکن است مواردی از ایمیل های وی به دوستانش و به منظور آگاهی از تکالیف درسی و نحوه ارائه آن یا راهنمایی برای پیدا کردن جواب تمرین و سؤال (استفاده آموزشی) باشد و یا مطلب و کلیبی سرگرم کننده را به منظور یادگیری درسی یا یادگیری اجتماعی نیز دانلود و استفاده کند.

دو الگوی غالب استفاده فرزندان از اینترنت، به ترتیب سرگرمی و بازی (۲۸ درصد پاسخ ها) و انجام تکالیف مدرسه (۲۴ درصد پاسخ ها) است

فصلنامه

نمایه پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

### ضرورت و اثربخشی نظارت والدین بر استفاده فرزندان از اینترنت

جدول ۱، پاسخ والدین به سؤال ضرورت یا عدم ضرورت نظارت والدین بر استفاده فرزندان از اینترنت را خلاصه کرده است. اصل ضرورت نظارت، صرف نظر از چگونگی آن، مورد قبول بیش از ۹۰ درصد والدین است. آنچه مورد توافق نیست نحوه نظارت یا فراهم بودن ابزارها یا شیوه‌های مناسب برای این کار است. در این زمینه، وقتی از والدین پرسیده می‌شود آیا نظارت اثربخش است یا خیر؟ این میزان توافق که درخصوص ضرورت نظارت اظهار شده است به حدود ۸۰ درصد کاهش پیدا می‌کند. همان‌طور که از جدول ۲، فهمیده می‌شود:

جدول ۱. به نظر شما نظارت والدین بر استفاده فرزندان از اینترنت ضرورت دارد؟

معتبر درصد	درصد	فراوانی		
۹۱/۹	۹۱/۹	۴۵۴	بله	معتبر
۸/۱	۸/۱	۴۰	خیر	
۱۰۰	۱۰۰	۴۹۴	جمع	

جدول ۲. آیا نظارت اثربخش است؟

معتبر درصد	درصد	فراوانی		
۸۰/۲	۷۹/۴	۳۹۲	بله	معتبر
۱۹/۸	۱۹/۶	۹۷	خیر	
۱۰۰	۹۹	۴۸۹	جمع	
	۱	۵	نمی‌دانم	
	۱۰۰	۴۹۴	جمع	

به همین ترتیب، وقتی نوبت به اعمال نظارت با شیوه‌های مشخص و معین می‌شود، توافق جمعی باز هم کاهش بیشتری پیدا می‌کند. فیلترگذاری از سوی مخابرات برای نبود دسترسی کلی به برخی از سایت‌های فضای مجازی شیوه‌ای شناخته‌تر برای اعمال نظارت است که می‌توان به آن توجه کرد. با وجود اینکه این شیوه دخالتی را از سوی خود والدین نمی‌طلبند ولی اثربخش بودن آن فقط مورد توافق حدود دوسوم والدین است. این میزان کمتر از توافق درخصوص اثربخش بودن کلی نظارت (۸۰ درصد) در جدول ۲ منعکس شده است.

## آشنایی با روش‌های فنی برای نظارت بر استفاده از اینترنت

روش‌های نظارت هوشمند بر استفاده نوجوانان از اینترنت متنوع و در حال تغییر است. شرکت مایکروسافت و دیگر شرکت‌ها به منظور کمک به والدین برای نظارت بر فعالیت فرزندان در فضای مجازی، امکانات کنترل عملکرد فرزندان در هنگام استفاده از اینترنت را فراهم ساخته‌اند. در نسخه‌های جدید ویندوز این امکانات بیشتر شده است و والدین می‌توانند از دور بر عملکرد فرزندان نظارت داشته باشند. اما نکته مهم این است که والدین چقدر با این روش‌ها و شیوه‌های فنی آشنایی دارند. جدول ۳، نشان‌دهنده میزان آشنایی والدین با روش‌های فنی نظارت بر استفاده از اینترنت از سوی والدین است. چنان‌که از اطلاعات این جدول، استفاده می‌کنیم. نزدیک به ۴۰ درصد از والدین اظهار داشته‌اند با روش‌های هوشمند آشنا هستند و نزدیک به ۶۰ درصد نیز اظهار بی‌اطلاعی کرده‌اند.

نزدیک به ۴۰ درصد از والدین اظهار داشته‌اند با روش‌های هوشمند آشنا هستند و نزدیک به ۶۰ درصد نیز اظهار بی‌اطلاعی کرده‌اند

جدول ۳. آشنایی والدین با روش‌های هوشمند نظارت بر فعالیت‌های اینترنتی نوجوانان

معتبر درصد	درصد	فراوانی		
۳۹/۸	۳۹/۷	۱۹۶	بله	معتبر
۶۰/۲	۵۹/۹	۲۹۶	خیر	
۱۰۰	۹۹/۶	۴۹۲	جمع	
۱۰۰	۰/۴	۲	بی‌پاسخ	
	۱۰۰	۴۹۴	جمع	

## روش‌های تربیتی و اجتماعی برای نظارت بر استفاده فرزندان از اینترنت

جدول ۴ تا ۷ اطلاعاتی را خلاصه می‌کنند که در مورد عقاید و روش‌های والدین برای نظارت بر استفاده فرزندان از اینترنت است. این عقاید و روش‌ها را می‌توان به دو دسته کلی مستقیم و غیرمستقیم دسته‌بندی کرد. روش‌های مستقیم به معنی مشاهده و زیرنظرگرفتن فعالیت فرزندان هنگام استفاده از اینترنت و سؤال کردن راجع به سایت‌ها یا محتواها و زمان بندی استفاده از اینترنت و یا به‌کارگیری روش‌های فنی مانند قفل کردن محدود است. روش‌های غیرمستقیم به معنی آگاه‌سازی، نصیحت‌کردن، و باهم استفاده‌کردن است. براساس اطلاعات جدول ۴، حدود ۳۵ درصد والدین با این عقیده که آگاه‌کردن فرزندان از خطرهای کافی است و نیازی به نظارت مستقیم نیست موافقت دارند و ۶۳ درصد این نظر را ندارند.

آگاه‌کردن از خطرهای کافی است و نیازی به نظارت مستقیم نیست. این‌که

اغلب والدین این شیوه را کافی ندانسته‌اند به معنی نفی این شیوه‌ها نیست. به عبارت دیگر، به نظر اغلب والدین، علاوه بر روش‌های تربیتی و آگاه‌سازی، لازم است نوعی نظارت بیرونی و مستقیم نیز به کار گرفته شود. نکته دیگر در این خصوص این است که عقیده والدین به شیوه‌های تربیتی و غیرمستقیم یا روش‌های مستقیم با سن فرزند آنها و عقاید کلی آنها در خصوص تربیت فرزندان ارتباط دارد. به این ارتباط در مطالعه ما توجه نشده است ولی در برخی مطالعات دیگر نشان داده شده است.

علاوه بر آگاه‌سازی، باهم استفاده کردن والدین و فرزندان از اینترنت شکل دیگری از روش غیرمستقیم است که می‌تواند نوعی اجتماعی‌سازی نیز تلقی شود. بر اساس اطلاعات جدول ۵، از میان والدین مطالعه شده، ۶۸ درصد اظهار داشته‌اند گاهی با فرزندان خود از اینترنت استفاده می‌کنند. نظارت غیرمستقیم می‌تواند از نظر پذیرش حداقل گروهی از فرزندان مزیت داشته باشد که ضمن استفاده از اینترنت به مثابه یک رسانه یا فرارسانه جدید میزان و نوع استفاده مطلوب را برای فرزندان آموزش دهد. با وجود این مزیت، باید در نظر داشته باشیم محدودیت این روش مستقیماً تابع محدودیت زمان آزاد والدین است. نکته دوم، بی‌تناسبی آن با استقلال فردی فرزندان است. برای فرزندان زیر ۱۴ سال ممکن است احساس استقلال فردی زیاد نباشد و باهم استفاده کردن خوشایندتر از استفاده فردی باشد ولی برای فرزندان بالاتر از این محدوده سنی باهم استفاده کردن نوعی دخالت والدین و نفی استقلال فردی دانسته شود. صرف نظر از این محدودیت‌ها، همه والدین نیز تمایل یا امکان این هم‌زیستی رسانه‌ای را ندارند. حدود یک سوم والدین مطالعه شده گزارش کرده‌اند چنین تجربه‌ای نداشته‌اند.

جدول ۴. آگاه‌کردن فرزندان از خطرهای کافی است و نیازی به نظارت مستقیم نیست

معتبر درصد	درصد	فراوانی		
۳۶/۳	۳۵/۸	۱۷۷	بله	معتبر
۶۳/۷	۶۳	۳۱۱	خیر	
۱۰۰	۹۸/۸	۴۸۸	جمع	
	۰/۸	۴	نمی‌دانم	
	۰/۴	۲	بی‌پاسخ	
	۰/۵	۶	جمع	
	۱۰۰	۴۹۴	جمع	

فصلنامه

نمایه پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

جدول ۵. گاهی همراه با فرزندم از اینترنت استفاده می‌کنم

معتبر درصد	درصد	فراوانی		
۶۸/۲	۶۸	۳۳۶	بله	معتبر
۳۱/۸	۳۱/۸	۱۵۷	خیر	
۱۰۰	۹۸/۸	۴۹۳	جمع	
	۰/۲	۱	بی‌پاسخ	
	۱۰۰	۴۹۴	جمع	

یافته‌های روش‌های مستقیم و آشکار نظارت والدین بر استفاده فرزندان از اینترنت در دو جدول ۶ و ۷ خلاصه شده است. براساس جدول ۶، از میان والدین مورد پرسش نزدیک به ۵۴ درصد اظهار داشته‌اند به صورت مستقیم فعالیت‌های فرزندان را در اینترنت زیر نظر دارند. این نوع نظارت مستقیم می‌تواند اشکال مختلفی داشته باشد. براساس اظهارات خود والدین اشکال قابل ذکر این موارد است:

شناخت دوستان فرزندان، دقت بر نحوه استفاده، تأکید بر اینکه فرزندان در حضور والدین از اینترنت استفاده کنند، فیلترینگ، چک کردن فایل‌ها و موبایل، نخردن گوشی هوشمند، جلوگیری از ورود به سایت‌های غیراخلاقی و غیرمجاز، گرفتن موبایل و تبلت از آنها، سرزدن به آنها هنگام استفاده از اینترنت، محدود کردن استفاده از اینترنت، دادن اجازه استفاده در زمانی که لطمه به درس فرزندان نخورد، رمزگذاری و قفل کردن، محدود کردن استفاده به داندلود بازی‌های رایانه‌ای، محدود کردن استفاده از اینترنت به مسائل درسی در محیط مدرسه و همراه معلم. اما یکی از این اشکالات که نزد والدین هم از جهت اجرای آن و هم از جهت محسوس بودن اثربخشی آن آسان‌تر و بیشتر قابل درک است، اعمال محدودیت زمانی است. جدول ۷ پاسخ والدین مطالعه شده به استفاده از این روش است که ۵۱ درصد والدین کاربرد آن را از جانب خودشان تأیید کرده‌اند.

جدول ۶. برای نظارت بر فعالیت‌های فرزندم در اینترنت به شکل مستقیم فعالیت‌های او را کنترل می‌کنم

معتبر درصد	درصد	فراوانی		
۵۴/۱	۵۳/۸	۲۶۶	بله	معتبر
۴۵/۹	۴۵/۷	۲۲۶	خیر	
۱۰۰	۹۹/۶	۴۹۲	جمع	
	۰/۴	۲	بی‌پاسخ	
	۱۰۰	۴۹۴	جمع	

از میان والدین مورد پرسش نزدیک به ۵۴ درصد اظهار داشته‌اند به صورت مستقیم فعالیت‌های فرزندان را در اینترنت زیر نظر دارند

فصلنامه

نمایه  
پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

جدول ۷. برای استفاده فرزندم از اینترنت محدودیت های زمانی وضع کرده ام

معتبر درصد	درصد	فراوانی		
۲۱/۶	۵۱/۴	۲۵۴	بله	معتبر
۴۸/۴	۴۸/۲	۲۳۸	خیر	
۱۰۰	۹۹/۶	۴۹۲	جمع	
	۰/۴	۲	بی پاسخ	
	۱۰۰	۴۹۴	جمع	

رواج استفاده از اینترنت در میان گروه های مختلف اجتماعی نوعی اجماع در خصوص ضرورت نظارت بر اینترنت موجب شده است

### تحلیل استفاده از اینترنت

جدول ۸، رابطه اعتقاد به ضرورت نظارت والدین بر استفاده فرزندان از اینترنت و تحصیلات آنها را نشان می دهد. براساس اطلاعات این جدول، با افزایش میزان تحصیلات والدین، درصد والدینی که نظارت را ضروری می دانند افزایش پیدا می کند. گرچه، این افزایش زیاد نیست و در تمام پنج گروه تحصیلی جنبه خطی ندارد. استنباط دقیق تر این است که اعتقاد والدین به این ضرورت تا حدودی مستقل از تحصیلات والدین است و والدین در گروه های با تحصیلات متفاوت توافق نظر بالایی دارند به طوری که جای زیادی برای افزایش آن به تبعیت از تحصیلات نمانده است. به نظر می رسد رواج استفاده از اینترنت در میان گروه های مختلف اجتماعی نوعی اجماع در مورد ضرورت نظارت بر اینترنت موجب شده است. آمار رشد استفاده از اینترنت در ایران و مقایسه آن با دیگر کشورها به ویژه کشورهای خاورمیانه نشان دهنده رشد سریع آن در ایران است به طوری که براساس آخرین آمار ضریب نفوذ اینترنت در ایران به رقم ۵۷ درصد رسیده است.

جدول ۸. تقاطع فراوانی ضرورت نظارت والدین بر استفاده فرزندان از اینترنت با تحصیلات والدین

تحصیلات والدین	زیر دیپلم	دیپلم	فوق دیپلم	لیسانس	ارشد و دکتری
بله	۱۰۲ ٪۸۲	۱۸۴ ٪۹۶	۵۵ ٪۹۵	۸۵ ٪۹۴	۲۴ ٪۸۹
خیر	۲۲ ٪۱۲	۷ ٪۴	۳ ٪۵	۵ ٪۱۵	۳ ٪۱۱
جمع	۱۲۴	۱۹۱	۵۸	۹۰	۲۷

فصلنامه

نمایه پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

اطلاعات جدول ۹، اعتقاد به اثربخش بودن نظارت را از نظر والدین و رابطه آن را با تحصیلات والدین نشان می‌دهد. تفاوت نظر در میان گروه‌های با تحصیلات بالاتر از دیپلم درخصوص اثربخش بودن نظارت دیده نمی‌شود ولی در مقایسه والدین دارای تحصیلات زیر دیپلم و گروه‌های بالاتر از دیپلم این تفاوت دیده می‌شود. همچنین مخالفت با اثربخش بودن در میان دارندگان تحصیلات زیردیپلم و دیپلم با دارندگان تحصیلات لیسانس و بالاتر محسوس است. به طوری که گروه اخیر خیلی کمتر با این نظر که نظارت اثربخش است مخالفت دارند.

جدول ۹. تقاطع نظر والدین به اثرگذار بودن نظارت بر استفاده فرزندان از اینترنت با تحصیلات والدین

تحصیلات والدین	زیر دیپلم	دیپلم	فوق دیپلم	لیسانس	ارشد و دکتری
اثرگذار بودن نظارت	بله	۹۲ ٪۷۵	۱۴۸ ٪۷۸/۳	۵۱ ٪۸۸	۷۴ ٪۸۳
	خیر	۳۱ ٪۲۵	۴۱ ٪۲۱/۷	۷ ٪۱۲	۱۵ ٪۱۷
	جمع	۱۲۳	۱۸۹	۵۸	۸۹

چنان‌که از اطلاعات جدول ۱۰، استنباط می‌شود دربارهٔ درست بودن اعمال نظارت مستقیم و آشکار بر استفادهٔ فرزندان از اینترنت در میان دارندگان تحصیلات زیر دیپلم، فوق دیپلم و لیسانس تفاوت نظر دیده نمی‌شود ولی در مقایسهٔ این گروه‌ها با دارندگان تحصیلات فوق لیسانس و دکتری تفاوت وجود دارد به طوری که این گروه اخیر به درست بودن شیوهٔ نظارت مستقیم اعتقاد کمتری دارند و مخالفت آنها با این شیوه نیز بیشتر است. گرچه این نتیجه به صورت نظری قابل توجیه است اما چون حجم گروه دارای تحصیلات فوق لیسانس و دکتری در نمونه در مقایسه با حجم گروه‌های دیگر خیلی کمتر است لازم است برای اطمینان بیشتر به این نتیجه، این تفاوت در نمونه‌های بزرگ‌تر نیز مشاهده شود.

جدول ۱۰. تقاطع نظر والدین به اعمال نظارت مستقیم بر استفاده فرزندان از اینترنت با تحصیلات والدین

تحصیلات	زیر دیپلم	دیپلم	فوق دیپلم	لیسانس	ارشد و دکتری
نظارت مستقیم از نظر والدین	بله	۶۷ ٪۵۴	۱۰۶ ٪۵۵/۵	۳۲ ٪۵۵	۴۹ ٪۵۴
	خیر	۵۶ ٪۴۶	۸۵ ٪۴۴/۵	۲۶ ٪۴۵	۴۱ ٪۴۶
	جمع	۱۲۳	۱۹۱	۵۸	۹۰

با بالا رفتن سن والدین موافقت آنها با شیوه نظارت مستقیم کاهش پیدا می‌کند.

والدین جوان‌تر بیشتر تمایل دارند به صورت مستقیم بر میزان و نحوه استفاده فرزندان خود از اینترنت نظارت داشته باشند

در جدول ۱۱، نظر والدین در خصوص موافقت یا مخالفت با شیوه نظارت مستقیم با گروه سنی آنها تقاطع داده شده است. دو گروه سنی جوان‌تر یعنی ۲۸ تا ۳۴ سال و ۳۵ تا ۴۵ سال بیشتر از دو گروه سنی مسن‌تر یعنی ۳۵ تا ۴۵ سال و ۴۶ تا ۶۷ سال با شیوه نظارت مستقیم موافقت دارند. موافقت گروه نخست، حداقل ۵۵ درصد است ولی موافقت گروه دوم بیش از ۴۷ درصد نیست. علاوه بر این، در گروه سنی مسن‌تر، دسته ۳۵ تا ۴۵ سال بیشتر از گروه سنی ۴۶ تا ۶۷ سال با این نظر موافقت دارند. این داده‌ها حاکی از این است که با بالا رفتن سن والدین موافقت آنها با شیوه نظارت مستقیم کاهش پیدا می‌کند. یک تفسیر برای این نتیجه می‌تواند شکاف نسلی باشد. احتمالاً با افزایش سن والدین از سویی انفعال والدین بیشتر و از سوی دیگر آشنایی آنها با نحوه استفاده از اینترنت و محتواهای متنوع آنها کمتر می‌شود. بنابراین، براساس تفاوت نسلی می‌توان گفت والدین جوان‌تر بیشتر تمایل دارند به صورت مستقیم بر میزان و نحوه استفاده فرزندان خود از اینترنت نظارت داشته باشند.

جدول ۱۱. نظارت والدین بر استفاده فرزندان از اینترنت به صورت مستقیم و سن آنها

گروه سنی والدین	گروه سنی ۳۴-۲۸	گروه سنی ۴۵-۳۵	گروه سنی ۵۵-۴۶	گروه سنی ۶۷-۵۶
اعمال نظارت والدین بر فرزندان به صورت مستقیم	بله	۱۱۲ ٪۵۶	۱۲۱ ٪۵۵	۲۸ ٪۴۷/۵
	خیر	۸۹ ٪۴۴	۹۹ ٪۴۵	۳۱ ٪۵۲/۵
	جمع	۲۰۱	۲۲۱	۵۹

فصلنامه

نمایه پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

## نتیجه‌گیری

به‌طور کلی، یافته‌های این مطالعه را از نظر تغییراتی که اینترنت در خانواده‌های ایرانی به وجود آورده است می‌توان به این شرح خلاصه کرد: اصل رواج اینترنت به مثابه ابررسانه یا رسانه چندمنظوره در میان عموم مردم و به‌ویژه در میان گروه سنی نوجوان و جوان، چندان تعجب‌برانگیز نیست. این رواج در ذات خود به دلیل نیاز نوجوانان به ارتباط به‌منظور تداوم و توسعه اجتماعی است. این نیاز پایه‌ای را همان‌طور که رسانه‌هایی مانند رادیو و تلویزیون و روزنامه به وجود نیاورده‌اند، اینترنت یا بخش مهمی از آن، یعنی شبکه‌های اجتماعی مجازی نیز، ایجاد نکرده‌اند. قدمت این نیاز به اندازه قدمت جامعه انسانی است.

آنچه تغییر می‌کند، شیوه‌های برآورده کردن نیاز است. برای مثال، نیاز به خبردهی در میان عشایر را در نظر بگیرید. صفی‌نژاد (۱۳۹۳) در مقاله بنگ‌زنی (بانگ‌زنی) در میان عشایر لر بزرگ، ارتباط صوتی دهان به دهان با صدای بلند و برای جلب همکاری و یاری و یا صرفاً به‌منظور اطلاع از رویداد جدید (خریدهی نقطه به نقطه با استفاده از صدای بلند افراد محلی) را تشریح کرده است. در زمانی که این مطلب نوشته می‌شود، برخی شبکه‌های اجتماعی مانند تلگرام علاوه بر ارتباط متنی، ارتباط صوتی و تصویری را به صورت لحظه‌ای فراهم کرده‌اند. این تغییر از زمانه بانگ‌زدن برای خبردادن نقطه به نقطه تا خبردادن از طریق شبکه اجتماعی تلگرام اگر به‌صورت بافتاری نگاه شود، تغییرات فراوان دیگری را به دنبال خود آورده است. این نوع تغییرات و چرایی آن را در نیم قرن گذشته کسانی مانند مک لوهان و پستمن و در دهه اخیر کسانی مانند تامپسون و کستلز از نگاه بنیان مفهومی و نظری توضیح داده‌اند. ما به برخی از این توضیحات در بخش نظری اشاره کرده‌ایم. براساس بنیان‌های نظری مذکور و مستند به یافته‌های میدانی مطالعه فعلی پاره‌ای از این تغییرات به شرح زیر استنباط می‌شود:

– درگیر شدن گروه‌های بیشتر در امر ارتباط جمعی به واسطه ارتباط جمعی خودانگیز از جمله کودکان و نوجوانان؛

– تسری دامنه موضوعی ارتباط از امور حیاتی و پراهمیت برای جامعه کلی به هر امر کم‌اهمیت یا بی‌اهمیت؛

– اختصاص زمان طولانی به ارتباط و کمتر شدن سایر اشکال ارتباط سنتی و غیرسنتی مرسوم مانند ارتباط شفاهی میان اعضای خانواده و مشارکت در فعالیت‌های خانگی، گردهمایی چهره به چهره در مکان فیزیکی یا سینما رفتن و تماشای تلویزیون و مطالعه کتاب؛

– پیدایش پیامدهای ناگزیر و تاکنون ناهنجار اجتماعی مانند دوستی‌ها و علاقه‌های غیر معمول، اعتیاد به استفاده افراطی از اینترنت (اعتیاد اینترنتی)، و کاهش مشروعیت

## الگوی نظارت

مستقیم تا حدود

زیادی به سن

فرزندان بستگی دارد

و عمدتاً در خصوص

فرزندان زیر ۱۴ سال

مؤثر است

فصلنامه

نمایه  
پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

گروه‌های مرجع سنتی به‌ویژه والدین (سرکشی فرزندان)؛

– احساس ضرورت مقابله با این ناهنجاری‌ها نه فقط از سوی مراجع رسمی و همگانی (دولت‌ها و سازمان‌ها و گروه‌های اجتماعی) بلکه از سوی هر فرد و هر خانواده حتی کوچک به اندازه سه یا دو تن.

بر این اساس و مستند به یافته‌های مطالعه کنونی، ضرورت نظارت بر استفاده فرزندان نوجوان از اینترنت به شدت احساس می‌شود. والدین مطالعه شده در این گزارش نیز دو الگوی غالب برای نظارت بر استفاده فرزندان نوجوان خود از اینترنت گزارش کرده‌اند: نظارت مستقیم و نظارت غیرمستقیم (آگاه‌سازی).

اما همان‌طور که سایر مطالعات نشان داده است و به‌ویژه درباره استفاده از اینترنت با گوشی‌های همراه از سوی نوجوانان، با در نظر گرفتن سن فرزندان، عقاید و رویکردهای والدین به اینترنت، تحصیلات و مهارت‌های والدین در خصوص استفاده مدیریت شده از اینترنت، و متغیر ساختاری وضعیت اجتماعی و اقتصادی والدین و فرزندان، شیوه‌های نظارتی نیازمند گسترش و بازنگری است.

الگوی نظارت مستقیم که بیشتر والدین در این مطالعه گرایش خود را به آن نشان داده‌اند تا حدود زیادی به سن فرزندان بستگی دارد و عمدتاً در خصوص فرزندان زیر ۱۴ سال مؤثر است. علاوه بر این، همین الگوی مستقیم نیز از آشنایی والدین به الگوهای استفاده از اینترنت و شیوه‌های فنی محدودیت زمانی و ابزاری و محتوایی بی‌نیاز نیست. همه این موارد را می‌توان با عنوان سواد اینترنتی خلاصه کرد. بدیهی است الگوی غیرمستقیم یا آگاهی بخشی و تأکید بر اجتماعی کردن و تربیت نیز نیازمند درجه بالاتری از سواد اینترنتی است. بنابراین، هر نوع مداخله‌ای برای بهتر شدن الگوهای نظارت والدین بر استفاده فرزندان و ارتقای کیفیت استفاده از اینترنت باید متمرکز بر رویکرد اجتماعی‌سازی چندگانه (رسانه‌های جمعی و مدارس و والدین) برنامه‌ریزی شود و کانون آن سواد اینترنتی در نظر گرفته شود.

هر نوع مداخله‌ای

برای بهتر شدن

الگوهای نظارت

والدین بر استفاده

فرزندان و ارتقای

کیفیت استفاده

از اینترنت، باید

متمرکز بر رویکرد

اجتماعی‌سازی

چندگانه (رسانه‌های

جمعی و مدارس و

والدین) برنامه‌ریزی

شود و کانون آن

سواد اینترنتی در نظر

گرفته شود

## منابع و مآخذ

- جلیلی، هادی (۱۳۸۶). شیوه نظارت والدین بر مصرف کالاهاى فرهنگى فرزندان، پژوهشگاه فرهنگ و هنر و ارتباطات وزارت ارشاد اسلامى.
- ذکایی، محمدسعید و محمدحسین حسینی (۱۳۹۴). گونه‌شناسی کاربران شبکه‌های اجتماعی، فصلنامه راهبرد اجتماعی و فرهنگی، شماره ۱۷، زمستان.
- صفی‌نژاد، جواد (۱۳۹۳). بنگ‌زنی سنتی. دوفصلنامه دانش‌های بومی ایران. شماره ۱، بهار و تابستان.
- کارخانه، احمد (۱۳۹۵). طوفان شبکه‌های اجتماعی در سرزمین جزیره‌ها، ماهنامه مدیریت ارتباطات، خرداد.
- کستلز، مانوئل (۱۳۹۳). قدرت ارتباطات، ترجمه حسین بصیریان جهرمی، انتشارات پژوهشگاه فرهنگ و هنر و ارتباطات.
- مهرابی، مقداد (۱۳۸۷). مطالعه ابعاد نظارت و ضرورت نظام رتبه‌بندی بازی‌های ویدئویی از دید والدین، پایان‌نامه کارشناسی ارشد ارتباطات دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران.
- نوری‌راد، فاطمه و فاطمه بنیادی (۱۳۹۴). شناخت رابطه بازی‌های رایانه‌ای و مؤلفه‌های هوش هیجانی در میان دانش‌آموزان پسرتهرانی، فصلنامه علمی ترویجی رسانه، شماره ۱۰۱.

## رسانه‌های اینترنتی

ایسنا

سایت خبری الف

روزنامه ایران

روزنامه واشنگتن پست تاریخ ۲۰ مه ۲۰۱۶

Austin, C S; Ang, C S; Zaphiris, P; Baauw, E & Markopoulous, P (1999). Social Roles of Players in MMORPG Guilds. Information, Communication & Society, 13 (4), 592-614.

Austin, E W (1993). Exploring the effects of active parental mediation of television content. Journal of Broadcasting & Electronic Media, 37 (2), 147.

Moritz, B; Just, N & Latzer, M (2015). Modelling the second-level digital divide, A five-country study of social differences in Internet use, new media & society.

Kirwil, L (2009). Parental Mediation Of Children's Internet Use In Different European Countries. Journal of Children and Media, 3 (4), 394-409.

Lee, S J (2012). Children's privacy online: Experimenting with boundaries within

فصلنامه

نمایه  
پژوهشدوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

- and beyond the family. In R. Kraut (Ed.), *Computers, Phones, and the Internet: Domesticating Information Technology*. Oxford University Press
- (2013). Parental restrictive mediation of children's internet use: Effective for what and for whom? *New Media & Society*, 15(4), 466-481.
- Libeskin, A M (2013). Gaming across different consoles: exploring the influence of control scheme on game-player enjoyment. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(6), 345-350.
- Lin & Autkin, Y (1989). Children's internet use in a family context: Influence on family relationships and parental mediation. *CyberPsychology & Behavior*, 10(5), 640-644.
- Livingstone, S A & Helsper, N (1996) *The connected family: Bridging the Digital Generation Gap*. Athens, GA: Longstreet Press.
- (2004). What Is Interactivity and Is It Always Such a Good Thing? Implications of Definition, Person, and Situation for the Influence of Interactivity on Advertising Effectiveness. *Journal of Advertising*, 31(4), 53-64.
- Livingstone, S & Helsper, E J (2008). Parental Mediation of Children's Internet Use. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 52(4), 581-599.
- Nikken, P & Jansz, J (2006). Parental mediation of children's videogame playing: A comparison of the reports by parents and children. *Learning, Media and Technology*, 31(2), 181-202.
- Nikken, P; Jansz, J & Schetsra, J (2007). Strangers and Friends: Collaborative Play in World of Warcraft. In J. Hunsinger, L. Klastrup & M. Allen (Eds.), *International Handbook of Internet Research* (pp. 395-410). Netherlands: Springer.
- Nicken, P & Jansz, J (2010). Online gaming: A scoping study of massively multi-player online role playing games. *Electronic Commerce Research*, 9(1), 3-26.
- (2013). Strangers and Friends: Collaborative Play in World of Warcraft. In J. Hunsinger, L. Klastrup & M. Allen (Eds.), *International Handbook of Internet Research* (pp. 395-410). Netherlands: Springer.
- Robertson, J P (1979). Television viewing habits and aggression. In G.A. Shin, Wonsun (2015), *Parental socialization of children's Internet use, new media & society: A qualitative approach*, Vol 17(5)
- Scheen, V H H (2013). *Parents, children, and communication in Singapore*. New Jersey:

Lawrence Erlbaum Associates.

Valkenburg, P M; Krcmar, M; Peeters, A L & Marseille, N M (1999). Developing a scale to assess three styles of television mediation: "Instructive mediation," "restrictive mediation," and "social covieing". Journal of Broadcasting & Electronic Media, 43(1), 52-66.

Vanden, B; Vandell B & Lil, J E (2000). Determinants of parental guidance of children's television viewing: A Dutch replication study. Journal of Broadcasting & Electronic Media, 36(1), 61-74.

Warren, R (2005). Parental mediation of preschool children's television viewing. Journal of Broadcasting & Electronic Media, 47(3), 394-417.

## تدوین سناریوهای برای توسعه استارت‌آپ‌های صنعت کتاب در ایران<sup>۱</sup>

• مهدی علیپور حافظی<sup>۲</sup>

### چکیده

امروزه استارت‌آپ‌ها نقشی مهم را در تمامی صنایع و کسب‌وکارها ایفا می‌کنند. صنایع مربوط به کتاب یکی از صنایع مهم فرهنگی در کشور محسوب می‌شود. بر این اساس، هدف اصلی این پژوهش تدوین سناریوهای محتمل برای توسعه آتی شرکت‌های نوپا در صنعت کتاب است. رویکرد این پژوهش کیفی است و در آن از روش سناریونگاری تکوینی استفاده شده است. برای تدوین سناریوها با نُه تن از متخصصان علمی و اجرایی این حوزه مصاحبه‌های نیمه‌باز کردیم. برای گردآوری اطلاعات از مصاحبه ساخت‌یافته و سناریونویسی تکوینی استفاده کردیم و برای تحلیل محتواهای مصاحبه‌ها روش تحلیل محتوای کیفی پنهان با رویکرد استقرایی را به کار بردیم.

نتایج نشان داد که به‌طور کلی استارت‌آپ‌های این حوزه ضعیف هستند و این ضعف ناشی از ضعیف بودن حوزه کتاب در کشور است. توان مالی و زیرساختی این شرکت‌ها بسیار پایین است و در بیشتر موارد نیازمند پشتیبانی هستند و مؤسسه‌های سرمایه‌گذار و شتاب‌دهنده‌ها نیز به دلیل کمی سودآوری این حوزه به‌ندرت وارد این عرصه می‌شوند. به لحاظ زیرساخت‌های قانونی و اداری نیز خلأهای بسیاری پیش روی این شرکت‌ها در صنعت کتاب وجود دارد که از بین بردن آنها به اصلاح رویه‌ها، قوانین و زیرساخت‌های اجرایی و تسهیل فعالیت این مؤسسات بستگی دارد.

**کلیدواژه‌ها:** صنعت کتاب، شرکت‌های نوپا، سناریونگاری

فصلنامه

نمایه  
پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

۱. پژوهش حاضر با حمایت مالی پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات ارائه شده است.

۲. استادیار گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی، دانشگاه علامه طباطبائی (meh.hafezi@gmail.com)

## مقدمه

امروزه با ورود فناوری‌های جدید همه صنایع با تحول مواجه شده‌اند. ورود فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی باعث شده شیوه اجرای امور نیز با تغییرات زیادی مواجه شود. ظهور شرکت‌های نوپا نیز یکی از نتایج ورود این فناوری‌ها به کسب‌وکارها و صنایع است. شرکت‌های نوپا با حضور و سرعت در عملکردشان توانسته‌اند خود را با تغییرات فناوری‌ها همسو کنند و سرعت تحولات در کسب‌وکارها را افزایش دهند. از طرفی نیز گسترش و نفوذ اینترنت و بهره‌گیری از آن، به یکی از ضروریات زندگی تبدیل شده است. ظهور و گسترش گوشی‌های تلفن همراه و گجت‌های متعدد باعث شده اتصال به اینترنت و استفاده از آن در بسیاری از امور زندگی روزمره یک ضرورت باشد. همین امر باعث شکل‌گیری کسب‌وکارهای جدید و متنوع در فضای مجازی با مشارکت زیاد افراد شده است که وابستگی شدیدی به محیط‌ها و ابزارهای جدید دارند؛ از جمله این کسب‌وکارها می‌توان به تولید محتوای دیجیتال، نشر دیجیتال و غیره اشاره کرد. علاوه بر این، سایر کسب‌وکارهایی که در حال شکل‌گیری‌اند، با وجود اینکه ممکن است در نگاه اول در محیط وب و ابزارهای هوشمند نباشند، ولی بی‌شک در رویکرد، هدف، روش یا ابزار از آنها متأثرند. از این رو، می‌توانیم شاهد تأثیرگذاری محیط‌ها و ابزارهای جدید در کسب‌وکارهای جدید و نیز تأثیر آنها بر زندگی روزمره خود باشیم.

استارت‌آپ را معمولاً کسب‌وکاری جدید می‌دانند که کارآفرینان با ترکیب ایده‌ها و منابع تجاری آن را آغاز می‌کنند (Yun, 2017; Low and McMillan, 1998). اریک ریس<sup>۱</sup> بر این باور است که استارت‌آپ نهادی انسانی است که برای ارائه یک محصول یا خدمت جدید در شرایطی که ابهام زیادی وجود دارد به وجود می‌آید. منظور وی از ابهام، ابهام در موفقیت و آینده شرکت است. پس استارت‌آپ را می‌توان مجموعه (کمپانی، شرکت، مؤسسه و...) ای نوپا و جدید تعریف کرد که در مرحله اول عملیات خود قرار دارد و درحالی‌که تضمینی برای موفقیت آن وجود ندارد، راهکار تازه‌ای برای یک مسئله و نیاز معرفی کرده و بخشی از فعالیت‌های آن مبتنی بر فناوری، به‌ویژه فناوری‌های جدید نظیر اینترنت، است (نقل از اشتتری مهرجردی، ۱۳۹۸).

بنابراین توسعه سریع شرکت‌های نوپا در حوزه‌های مختلف به‌ویژه در حوزه تلفن‌های همراه هوشمند و نیز در حوزه کسب‌وکارهای صنایع وابسته به فرهنگ نشان می‌دهد که این حوزه تأثیر زیادی بر فرهنگ عمومی کشور در عرصه‌های مختلف دارد. از طرفی نیز وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به عنوان یکی از متولیان فرهنگ در کشور الزاماً باید نقشی راهبردی در این حوزه ایفا کند. با توجه به اهمیت

استارت‌آپ را  
معمولاً کسب‌وکاری  
جدید می‌دانند که  
کارآفرینان با ترکیب  
ایده‌ها و منابع  
تجاری آن را آغاز  
می‌کنند

فصلنامه

نمایه  
پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

حوزه‌های مرتبط با کتاب لازم است به شرکت‌های نوپای این حوزه نیز توجه ویژه‌ای شود. به همین دلیل، ضروری است پژوهشی در این حوزه ارائه شود تا اطلاعات لازم برای تصمیم‌سازی و مدیریت این حوزه در اختیار وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی قرار گیرد. در صورتی که چنین داده‌ها و ابزارهایی در اختیار این وزارتخانه قرار نگیرد، نقش متولی‌گری آن نیز در این عرصه ناملموس و غیرممکن خواهد بود. علاوه بر این، سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی، حمایت و رصد حوزه صنایع فرهنگی به کسب اطلاعات دقیق، موثق و کارآمد نیاز دارد. از این‌رو ضروری است پژوهشی در این حوزه و با این وسعت ارائه شود تا علاوه بر شناسایی وضعیت شرکت‌های نوپا، سناریوهای مرتبط با پیش‌بینی آینده این حوزه نیز تدوین شود. این داده‌ها به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی کمک می‌کند تا نقشی کاربردی و مؤثر در زمینه تصدی‌گری و مدیریت کلان این حوزه ایفا کند.

شرکت‌های نوپا توانسته‌اند تحولات زیادی را در صنایع مرتبط با کتاب در دنیا و ایران ایجاد کنند. با وجود این، به دلیل ماهیت جدیدشان با مشکلات عدیده‌ای مواجه هستند. از این‌رو، باید همواره مورد رصد قرار گرفته و مسائل آنها با دقت شناسایی و موشکافی شود و نسبت به تسهیل فعالیت آنها اقدام‌های مقتضی به عمل آید. بنابراین با توجه به اهمیت موضوع گسترش فعالیت‌های فیزیکی و مجازی، به ویژه در فعالیت‌های استارت‌آپی و نیز ضرورت اطلاع، نظارت، رصد و نیز توسعه شرکت‌های نوپا، در این پژوهش تلاش شده است اقدام به آینده‌نگری فعالیت شرکت‌های نوپای صنعت کتاب در کشور در قالب سناریونگاری برنامه‌ریزی شود. در این راستا، هدف اصلی این پژوهش، تدوین سناریوهای محتمل برای توسعه آتی شرکت‌های نوپا در صنعت کتاب از دیدگاه متخصصان است. به منظور نیل به این هدف، اهداف جزئی زیرمبنای مطالعه پیش‌رو قرار گرفتند:

۱. شناخت وضعیت موجود شرکت‌های نوپا؛

۲. شناخت اثرات مثبت و منفی این شرکت‌ها؛

۳. شناخت عوامل مؤثر بر رشد آنها؛

۴. شناخت فرصت‌های کلیدی پیش‌روی شرکت‌های نوپا؛

۵. پیش‌بینی آینده این شرکت‌ها.

## روش‌شناسی پژوهش

رویکرد پژوهش پیش‌رو کیفی است. بر این اساس، برای تدوین سناریوهای مرتبط، از روش سناریونگاری تکوینی استفاده شده است. علت بهره‌گیری از این روش، کارآمدی آن در آینده‌نگری و ترسیم آینده‌های محتمل است تا بتواند بینشی از آینده را ارائه

شرکت‌های نوپا  
توانسته‌اند تحولات  
زیادی را در صنایع  
مرتبط با کتاب در  
دنیا و ایران ایجاد  
کنند. با وجود این،  
به دلیل ماهیت  
جدیدشان با  
مشکلات عدیده‌ای  
مواجه هستند

دهد. همچنین هدف اصلی توسعه سناریوها، برانگیختن اندیشه درباره رخدادهای ممکن، پیش‌فرض‌های مرتبط با این رخدادها، فرصت‌ها و تهدیدهای ممکن و روش‌های اقدام است (قرلباش، سجادی، صرافی، کلانتری، ۱۳۹۴). بنابراین این روش می‌تواند بهترین روش برای ترسیم آینده در این پژوهش باشد.

برای تدوین سناریوها، ابتدا با متخصصان حوزه کتاب مصاحبه‌های نیمه‌باز کردیم تا بتوانیم سناریوهایی را برای آینده این عرصه تدوین کنیم. برای این منظور، متخصصان را در حوزه‌های دانشگاهی و اجرایی و سیاست‌گذاری شناسایی کردیم. اقدام صورت‌گرفته در این مورد با استفاده از روش گلوله برفی بود. به این معنی که ابتدا پنج تن از متخصصان در دانشگاه و حرفه شناسایی شدند و از آنها مصاحبه شد. سپس با معرفی افراد جدید از سوی آنها فرایند مصاحبه‌ها اجرا شد. پس از مصاحبه با صاحب‌نظران که تعدادشان نهایت به نه تن رسید، فهرستی از مؤلفه‌های اثرگذار بر فعالیت استارت‌آپ‌ها تهیه شد. بر این اساس، تعداد افراد جامعه پژوهش در این گام نیز نه تن بودند.

برای گردآوری اطلاعات تلاش کردیم ابتدا با مطالعه منابع مختلف، مؤلفه‌های اولیه مورد نیاز برای تدوین سناریوها را برای ترسیم وضعیت استارت‌آپ‌های حوزه کتاب تهیه کنیم. در نتیجه، فهرستی از پرسش‌های مصاحبه تهیه شد و پس از آزمون روایی سازه و محتوا که با تأیید سه تن از متخصصان این حوزه صورت گرفت، پنج سؤال تهیه و نهایی شد. سپس با نه متخصص دانشگاهی و حرفه‌ای مصاحبه شد. با توجه به شیوع ویروس کووید ۱۹، مصاحبه‌ها به صورت مجازی برگزار شدند. پس از آن، به تحلیل محتوای مصاحبه‌ها پرداختیم و مؤلفه‌های اثرگذار بر فعالیت‌های آتی استارت‌آپ‌ها را استخراج کردیم. برای تحلیل محتواهای مصاحبه‌ها از روش تحلیل محتوای کیفی پنهان با رویکرد استقرایی، استفاده کردیم. به دلیل کم بودن تعداد محتواها و حجم آنها کار تحلیل داده‌ها به صورت دستی صورت گرفت.

## یافته‌های پژوهش

### – وضعیت موجود شرکت‌های نوپا در صنعت کتاب

با توجه به نتایج استخراج مؤلفه‌ها در این زمینه مشخص شد که ۱۳ مورد در دو محور در حوزه وضعیت شرکت‌های نوپا در ایران وجود دارند که در جدول ۱ ارائه شده است.

فصلنامه

نمایه  
پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

جدول ۱. وضعیت موجود شرکت‌های نوپا در صنعت کتاب در ایران

کد	وضعیت موجود شرکت‌های نوپا
وجود موانع زیرساختی و پشتیبانی	وجود موانع زیاد
	وجود مشکلات اقتصادی
	ضعیف بودن صنعت نشر
	توجه کم به استارت‌آپ‌ها
	کوتاهی نهادهای اثرگذار دولتی در انجام وظایف خود
	ضعف در فناوری نشر
	ضعف در توزیع کتاب الکترونیکی
	ضعیف در شأن این صنعت نیستند.
	نامطلوب
محدود بودن فعالیت	نادیده گرفتن کل زنجیره نشر کتاب
	محدود بودن فعالیت شرکت‌های نوپا
	فعالیت محدود در حوزه کتاب الکترونیکی مطالعه کتاب
	معرفی و نقد کتاب

یافته‌های ارائه شده در جدول ۱ نشان می‌دهد که وجود موانع زیرساختی و پشتیبانی و محدود بودن فعالیت شرکت‌های نوپا دو عامل مهم در وضعیت موجود شرکت‌های نوپا در صنعت کتاب در ایران هستند.

### – نقش‌های مثبت و منفی شرکت‌های نوپا در صنعت کتاب

با توجه به نتایج استخراج مؤلفه‌ها در این زمینه مشخص شد که ۱۴ مورد نقش مثبت با چهار کد و ۵ مورد اثرگذاری منفی با دو کد حاصل شده است که در جدول ۲ ارائه شده است.

جدول ۲. نقش‌های مثبت و منفی شرکت‌های نوپا در صنعت کتاب

کد	نقش‌های منفی شرکت‌های نوپا	کد	نقش‌های مثبت شرکت‌های نوپا
ایفای نقش‌های نامناسب	نیاز به مدیریت و راهبری	تسهیل فرایند نشر کتاب	تسهیل فرایند تولید
	عدم دسترسی به هدف		تسهیل فرایند عرضه
	قرارگرفتن در مسیر اشتباه		تسهیل فرایند مصرف
	حرکت‌های شتاب‌زده		سرعت‌بخشیدن به فرایندهای کسب‌وکار
ضرر به رقبای سنتی	ضرر رساندن به رقبای سنتی		معرفی کتاب به صورت الکترونیکی
			عرضه کتاب به صورت الکترونیکی
			عرضه کتاب به صورت فیزیکی
			ارائه راهکار جدید برای حل مسائل
		کاهش هزینه	کاهش هزینه‌های تولید
			کاهش هزینه‌های دسترسی به محتوا
		دسترسی به کتاب	کاهش فاصله بین تولیدکننده و مصرف‌کننده
			دسترس پذیر کردن کتاب الکترونیکی
		توسعه صنعت نشر	اثرگذار در پیشبرد صنعت نشر
			پیشبرد صنعت نشر

نگاهی به یافته‌های ارائه شده در جدول ۲ نشان می‌دهد که مهم‌ترین نقش مثبتی که شرکت‌های نوپا در این صنعت ایفا می‌کنند اقدام‌های مؤثر آنها در تسهیل فرایند نشر کتاب است و در مقابل مهم‌ترین نقش منفی آنها ایفای نقش‌های نامناسب و ورود به حوزه‌هایی است که احتمال اثرگذاری مثبت آنها بسیار ضعیف است.

### – عوامل مؤثر بر رشد شرکت‌های نوپا در حوزه کتاب

با توجه به نتایج استخراج مؤلفه‌ها در این زمینه مشخص شد که ۳۸ مورد با پنج کد حاصل شده است که در جدول ۳ ارائه شده است.

جدول ۳. یافته‌ها در مورد عوامل مؤثر بر رشد شرکت‌های نوپا

کد	عوامل مؤثر بر رشد شرکت‌های نوپا
پشتیبانی	تسهیل در قوانین فعالیت شرکت‌های نوپا
	دسترسی ارزان و راحت به زیرساخت‌های فناوری اطلاعات و اینترنت
	سرمایه‌گذاری دولت در آموزش کسب‌وکارهای نوپا
	حمایت مالی دولت برای شکل‌گیری کسب‌وکارهای نوپا
	ارائه وام‌های کم‌بهره
	امکان استقرار کسب‌وکارها در پارک‌های علم و فناوری
	درس گرفتن از تجربه‌های پیشین
	تضمین سرمایه‌های اولیه مورد نیاز از طریق سرمایه‌گذار
	همکاری‌های دولت‌ها
ارتباط مؤثر	داشتن روابط بین‌المللی
	تعامل فعال ناشران و شرکت‌های نوپا
	ارتباط مستقیم با ناشران
	جلب اعتماد ناشران
فعالیت تخصصی	همکاری با دیگر نهادهای درگیر در صنعت نشر
	یافتن مسئله‌ای واقعی در بازار نشر
	تشکیل تیم تخصصی و میان‌رشته‌ای برای حل مسائل پیچیده
	توجه به اخلاق کسب‌وکار
	نگاه کردن به مسائل استارت‌آپ به عنوان یک کار تمام‌وقت
	عدم وابستگی مالی به دولت
	تخصصی شدن در بازار نشر
	آمادگی صنعت برای دریافت ایده‌های جدید
	توسعه کتاب‌های چندرسانه‌ای
	توسعه کتاب‌های الکترونیکی
	توسعه کتاب‌های آنلاین
	تسهیل توزیع کتاب‌های چاپی
	دسترسی به کتاب‌های آنلاین
	معرفی‌ها و نقدهای کتاب‌شناسانه
	امکان معرفی کتاب‌های مرتبط
فعالیت در حل مشکل عرضه کتاب فیزیکی	

بهره‌گیری از الگوی کسب‌وکار	فضای عمومی جامعه
	فرهنگ مطالعه
	وضعیت اقتصادی جامعه
	وضعیت اجتماعی جامعه
	داشتن الگوی کسب‌وکار زیست‌پذیر
	توجه به مسائل بازاریابی
همگامی با فناوری‌های جدید	داشتن مأموریت و اهداف مشخص
	دارا بودن تخصص در حوزه فناوری‌های اطلاعاتی

یافته‌های ارائه‌شده در جدول ۳ نشان می‌دهد که فعالیت تخصصی و پشتیبانی از شرکت‌های نوپا در مسیر شکل‌گیری و رشد آنها از جمله عوامل مؤثر و مهم در رشد شرکت‌های نوپا در حوزه کتاب هستند.

#### – فرصت‌های کلیدی پیش روی شرکت‌های نوپا در صنعت کتاب

با توجه به نتایج استخراج مؤلفه‌ها در این زمینه مشخص شد که ۱۱ مورد فرصت در دو محور پیش روی شرکت‌های نوپای حوزه کتاب قرار دارند که در جدول ۴ ارائه شده است.

جدول ۴. فرصت‌های کلیدی پیش روی شرکت‌های نوپای صنعت کتاب در ایران

کد	فرصت‌های کلیدی
توسعه فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی	اقبال مردم به استفاده از ابزارهای هوشمند
	اینترنت و وب در حال پیشرفت
	شرایط کرونایی جدید
	بهره‌گیری از فناوری
	راحت‌طلب‌شدن عموم
بازار بکر صنعت نشر	ارائه بسته‌های قیمتی مناسب
	نو و بکر بودن فضای کسب‌وکار برای شرکت‌های نوپا
	افزایش جامعه مخاطب کتاب در آینده
	رقابت کم در برخی از حوزه‌های صنعت نشر
	پوشش بخش بزرگی از فعالیت‌های نشر در یک استارت‌آپ
	بازاری بکر در ایران

یافته‌های ارائه‌شده در جدول ۴ نشان می‌دهد که توسعه سریع فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی و بازار بکر در حوزه صنعت نشر دو محور اصلی به عنوان فرصت‌های کلیدی پیش روی شرکت‌های نوپا در حوزه کتاب هستند.

### پیش‌بینی آینده شرکت‌های نوپا در صنعت کتاب در ایران

با توجه به نتایج استخراج مؤلفه‌ها در این زمینه مشخص شد که ۷ مورد در دو محور در حوزه برآورد وضعیت شرکت‌های نوپا در ایران وجود دارند که در جدول ۵ ارائه شده است.

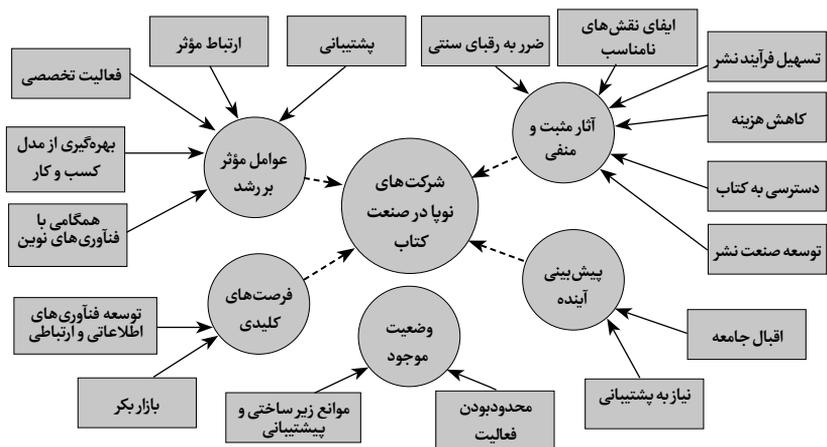
جدول ۵. پیش‌بینی آینده شرکت‌های نوپای صنعت کتاب در ایران

کد	پیش‌بینی آینده این صنعت
اقبال جامعه	اقبال جامعه به استفاده از محصولات و خدمات این صنعت
	بهره‌گیری از اوضاع اجتماعی کشور
نیاز به پشتیبانی	ظهور پارادایمی جدید برای جایگزینی با شرکت‌های نوپا
	نقشی که دولت ایفا خواهد کرد.
	نیاز به حمایت‌های قانونی
	نیاز به زیرساخت‌های فنی فعالیت در صورت مهیا بودن شرایط می‌تواند مفید باشند.

یافته‌های ارائه‌شده در جدول ۵ نشان می‌دهد که نیاز به پشتیبانی و اقبال جامعه از فعالیت شرکت‌های نوپا دو محور اصلی هستند که در آینده این صنعت اثرگذار خواهند بود.

### تحلیل نتایج و ارائه سناریوها

برای تدوین سناریوها ابتدا لازم است چارچوب مفهومی از نتایج تحلیل مصاحبه‌ها با خبرگان برای ورود به مبحث تدوین سناریوها حاصل شود. برای این منظور ابتدا چارچوب مفهومی احصاشده در شکل ۱ ارائه شده است.



شکل ۱. چارچوب مفهومی تحلیل سناریو

همان‌گونه که از شکل ۱ مشخص است ۸ محور اصلی در لایه اول در مورد استارت‌آپ‌های حوزه کتاب حضور دارند و در کل ۲۹ محور جزئی مرتبط با محورهای اصلی ذکر شده است که در این پژوهش احصا شده‌اند.

با توجه به شرایط موجود استارت‌آپ‌ها و شناسایی عوامل مرتبط با رشد و افول آنها می‌توان چند سناریو را در مورد آینده کوتاه مدت و میان مدت استارت‌آپ‌های حوزه کتاب ترسیم کرد. بنابراین در ادامه دو سناریوی محتمل و ممکن ارائه شده است.

### – سناریوی محتمل

با توجه به شرایط موجود، این سناریو مهم‌ترین و محتمل‌ترین سناریوی پیش روی استارت‌آپ‌های کتاب در ایران است. به بیان دیگر، با توجه به کوچک بودن صنعت نشر و تراکنش‌های مالی پایین در این صنعت و تمایل اندک سرمایه‌گذاران به سرمایه‌گذاری در حوزه فعالیت‌های نوآورانه این حوزه، و همچنین عواملی مانند سنتی بودن فعالیت در بخش عمده‌ای از آن و در نتیجه مقاومت در برابر ورود فناوری‌ها و تحرکات جدید در این حوزه، مهیانبودن زیرساخت‌های اساسی به‌ویژه قانون‌گذاری و پشتیبانی فکری و معنوی و مالی نهادهای حاکمیتی از چنین فعالیت‌هایی، ضعف در نوآوری و کی‌برداری از کارهای دیگران، نگاه محدود و بخشی به صنعت کتاب در استارت‌آپ‌های موجود، عدم توجه به تیم‌سازی مناسب در فعالیت استارت‌آپ‌ها، بازار بکر موجود در صنعت کتاب، جمعیت جوان جامعه و بالابودن نرخ سواد در کشور، رشد فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی و جذابیت‌ها و کارآمدی‌هایی که به کتاب در محیط جدید افزوده شده و به تدریج شاهد افزایش این جذابیت‌ها هستیم، استارت‌آپ‌های کتاب در ایران شرایط مطلوبی در آینده نخواهند داشت و همین روال موجود ادامه خواهد داشت. در نتیجه در آینده شاهد رشد ضعیف در تعداد و محدوده پوششی استارت‌آپ‌ها در حوزه کتاب خواهیم بود. بنابراین تعداد استارت‌آپ‌های فعال در این حوزه به نظر نمی‌رسد که از ۲۵۰ مورد در پنج سال آینده عبور کند. از طرفی نیز با توجه به ضعف در سرمایه‌گذاری در این زمینه، شاهد ضعیف بودن استارت‌آپ‌های این حوزه خواهیم بود و تعداد معدودی (زیر ۱۰ درصد) استارت‌آپ با دامنه اثرگذاری متوسط به بالا در این صنعت خواهیم داشت.

### – سناریوی ممکن

با توجه به شرایط موجود و افزایش فعالیت‌های نوآورانه و نیز حمایت حاکمیت و دولت از شرکت‌های نوآور و توجه به ایجاد زیرساخت‌ها، مانند قانون‌گذاری و ایجاد امکانات فعالیت چنین شرکت‌هایی، ضرورت ایجاد تحول در صنعت کتاب در کشور با توجه به تحولات در فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی، بازار بکر حوزه کتاب برای استارت‌آپ‌ها و

با توجه به ضعف در سرمایه‌گذاری در این زمینه، شاهد ضعیف بودن استارت‌آپ‌های این حوزه خواهیم بود و تعداد معدودی (زیر ۱۰ درصد) استارت‌آپ با دامنه اثرگذاری متوسط به بالا در این صنعت خواهیم داشت

فصلنامه

نمایه پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

افزایش توجه به این حوزه در استارت‌آپ‌های فعال در کشورهای توسعه‌یافته، به نظر می‌رسد بتوانیم در آینده شاهد رشد کمی و کیفی استارت‌آپ‌ها و اثرگذاری هر چه بیشتر آنها در حوزه کتاب در کشور باشیم. برای اینکه چنین اتفاقی در آینده در کشور بیفتد لازم است اقداماتی به این شرح در حوزه استارت‌آپ‌های کتاب ایجاد شود:

– پشتیبانی دولت و نهادهای حاکمیتی در کشور از شکل‌گیری، فعالیت، و رشد استارت‌آپ‌ها در حوزه کتاب. از این منظر، نهادهای حاکمیتی و دولت لازم است زیرساخت‌های قانونی ایجاد و شکل‌گیری استارت‌آپ‌های فرهنگی به‌ویژه کتاب را فراهم کنند. به نظر می‌رسد مسیر دشوار و پرپیچ‌وخم آغاز فعالیت استارت‌آپ‌ها یکی از موانع شکل‌گیری آنهاست. از طرفی نیز باید حمایت‌های لازم در فعالیت استارت‌آپ‌های حوزه کتاب شکل گیرد. یکی از مسائل مرتبط با استارت‌آپ‌ها، نقص در تیم‌های استارت‌آپی است و عمدتاً آنها مشکلاتی در حوزه محل استقرار، نیروهای پشتیبان و بازاریابی دارند و با دریافت مشاوره یا همراهی‌هایی در این راستا می‌توانند مسیر خود را با سهولت بیشتری طی کنند. علاوه بر موارد گفته‌شده، ارائه مشاوره و آگاهی در مورد مسائل و نیازهای صنعت کتاب برای حضور شرکت‌های نوآور در حوزه‌های مورد نیاز و ایجاد ارتباط بین این شرکت‌ها با بدنه صنعت کتاب، از فعالیت‌هایی است که نهادهای حاکمیتی می‌توانند در حوزه صنعت کتاب از شکل‌گیری استارت‌آپ‌ها در این حوزه حمایت کنند.

– آموزش افراد نوآور. یکی از مسائل موجود در استارت‌آپ‌های کتاب در کشور، عدم آشنایی آنها با شرکت‌داری، بهره‌گیری از فناوری‌های جدید، مسائل حوزه صنعت کتاب و مناسبات مؤثر است. از این رو، لازم است دوره‌های آموزشی به افراد و شرکت‌های نوآور در حوزه‌های ذکرشده ارائه شود تا آنها بتوانند با آگاهی لازم عمل کنند.

– آشنایی افراد نوآور با واقعیت‌های صنعت نشر. یکی دیگر از مسائل موجود در صنعت کتاب ظهور شرکت‌های نوآور از حوزه‌هایی خارج از حوزه صنعت کتاب است. از این منظر با مشکلی مواجه می‌شویم که راه‌حل‌های ارائه‌شده مناسب با مسائل موجود نیست و از طرفی، راه‌حل‌های ارائه‌شده مورد پذیرش اعضای صنعت کتاب قرار نمی‌گیرد. از این رو باید تدابیر لازم در این زمینه اندیشیده شود تا شرکت‌های نوآور با همراهی اعضای صنعت کتاب و نیز افراد نوآور وارد عرصه عمل شوند و این مسائل برطرف شود.

– هدایت و انسجام سرمایه‌گذاران در صنعت کتاب. یکی دیگر از مسائل موجود در این صنعت، کمبود سرمایه‌گذاری در حوزه کتاب است. یکی از دلایل این امر کم‌بودن بازدهی ناشی از سرمایه‌گذاری در این حوزه است. از این رو ضروری است اقدام‌های متعددی در این زمینه صورت گیرد تا ابتدا سرمایه‌های کوچک گردهم بیایند و از طرفی هم تلاش شود تا سودآوری در این حوزه برای سرمایه‌گذاران تضمین شود. به نظر می‌رسد چنین اقدامی می‌تواند اثرگذاری بالایی در حوزه استارت‌آپ‌های کتاب در کشور داشته باشد.

یکی از مسائل مرتبط با استارت‌آپ‌ها، نقص در تیم‌های استارت‌آپی است و عمدتاً آنها مشکلاتی در حوزه محل استقرار، نیروهای پشتیبان و بازاریابی دارند و با دریافت مشاوره یا همراهی‌هایی در این راستا می‌توانند مسیر خود را با سهولت بیشتری طی کنند

به طور کلی، اقدامات ذکر شده این امکان را فراهم می‌کنند تا سناریوی ممکن شکل واقعی به خود بگیرد. به همین منظور لازم است همین اقدامات رنگ واقعی به خود بگیرند.

به طور کلی، مصاحبه با خبرگان نشان داد که شرکت‌های نوپا نتوانسته‌اند کارآمدی لازم را در حوزه صنعت کتاب در کشور نشان دهند و همچنان عدم اعتماد به آنها از طرف اعضای صنعت کتاب وجود دارد. نهاد حاکمیت نیز نتوانسته نقش درست و اثرگذاری در حوزه شرکت‌های نوپای این حوزه ایفا کند. همه این موارد دست به دست هم داده‌اند تا شاهد نابسامانی و به خصوص ضعف جدی در این حوزه باشیم. لذا ضروری است اقدامات مناسبی در این زمینه هم از طرف نهادهای حاکمیتی، هم از طرف اعضای صنعت کتاب و هم از طرف شرکت‌های نوآور صورت گیرد. بر این اساس، با استفاده از سناریوی محتمل که بر اساس روال موجود و نیز سناریوی ممکن که با احتمال ایجاد تغییرات در روال فعلی به سمت مثبت تدوین شده، تلاش می‌شود تا نقش‌ها و اقدامات مورد نیاز در این راستا اجرا شود.

### منابع و مأخذ

اشتری مهرجردی، اباذر (۱۳۹۸). مطالعه اجتماعی عوامل ظهور و افول استارت‌آپها در کشور، تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.

قزلباش، سمیه؛ سجادی، زیلا؛ صرافی، مظفر؛ کلانتری، محسن (۱۳۹۴). آینده پژوهی به روش سناریونویسی تکوینی، چارچوبی برای پیوند علم و تجربه مطالعه موردی: نظام شهری استان زنجان، جغرافیا (فصلنامه علمی-پژوهشی و بین‌المللی انجمن جغرافیای ایران) ۱۳ (۴۷): ۳۰۳-۳۲۴.

Low, M.B. and MacMillan, I.C. (1988). **Entrepreneurship, past research and future challenges**. J. Manag. 14: 139-161.

Yun, S. (2017). **Research on Entrepreneurial Characteristics of Fashion Startup Brands**. Seoul National University: Seoul, Korea.

مصاحبه با خبرگان نشان داد که شرکت‌های نوپا نتوانسته‌اند کارآمدی لازم را در حوزه صنعت کتاب در کشور نشان دهند و همچنان عدم اعتماد به آنها از طرف اعضای صنعت کتاب وجود دارد

## اخبار جعلی و برساخت گفتمانی قدرت اجتماعی شرکت‌های فناوری<sup>۱</sup>

• برایان کریچ<sup>۲</sup>

• ترجمه حسین حسینی<sup>۳</sup>

### چکیده

در پژوهش‌ها و تفسیرهای «اخبار جعلی»، روندی را نظاره‌گر هستیم که زمینه رشد نقد صنعت فناوری را فراهم کرده است و درک ماهیت قدرت شرکت‌های رسانه‌های اجتماعی بر حوزه عمومی را نشان می‌دهد. در این مقاله، با استفاده از ابزارهای تحلیل گفتمان انتقادی و گفتمان‌های عامه‌پسند درباره «اخبار جعلی» نشان می‌دهیم که تفسیرهای عمومی چگونه حوزه‌ای گفتمانی می‌سازند تا قدرت صنعت فناوری فهم‌پذیر شود. به همین منظور، ابتدا موضوع اخبار جعلی را مسئله‌ای اجتماعی‌فنی تعریف کرده، سپس در مورد ماهیت زیرساختی قدرت اجتماعی شرکت‌های پلتفرمی بحث می‌کنیم. در پایان نتیجه می‌گیریم همچنان‌که این تفسیرها از تمرکز بر اخبار جعلی فراتر می‌روند و نقدهای صنایع فناوری پیچیده‌تر می‌شوند، کشمکش‌های گفتمان نخبگان، قیدوبندهای مولدی درباره قدرت فناوری را افشا می‌کند و شرایطی را به وجود می‌آورد که در آن شرایط محدودیت‌ها در مورد آن قدرت امری مشروع قلمداد می‌شود.

**واژگان کلیدی:** تحلیل گفتمان انتقادی، اخبار جعلی، دره سیلیکون، صنایع فناوری

فصلنامه

نمایه  
پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

۹۷

1. Fake news and the discursive construction of technology companies' social power. *Media, Culture & Society*, Volume: 42 issue: 6, page(s): 1-17.

۲. Brian Creech. دانشیار گروه رسانه‌ها و ارتباطات، دانشگاه تمپل

۳. عضو هیئت علمی پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات (H.hassani@gmail.com)

## مقدمه

در آوریل ۲۰۱۸، مارک زاکربرگ، بنیان‌گذار و مدیرکل فیس‌بوک، در کنگره آمریکا حاضر شد تا به این اتهام که شرکت او به معاونت در اوج‌گیری اخبار جعلی متهم شده بود پاسخ‌گو باشد. زاکربرگ به سیاستمدارانی که گرد هم آمده بودند گفت: «اکنون واضح است که ما به اندازه کافی برای جلوگیری از کاربرد این ابزارها برای ایجاد آسیب تلاش نکرده‌ایم» و ادامه داد: «این موضوع در مورد اخبار جعلی، مداخله خارجی در انتخابات و گفتار نفرت‌پراکنانه و نیز توسعه‌دهندگان (نرم‌افزار) و محرمانگی داده‌ها مصداق دارد. ما به اندازه کافی چشم‌اندازی وسیع نسبت به مسئولیت‌مان اتخاذ نکرده‌ایم و این اشتباهی بزرگ است».

این برهه که یکی از موارد نادر اذعان به خطا به شمار می‌رود، بیانگر نقطه اوج نزدیک به دو سال بحثی عمومی درباره پیامدهای به اصطلاح اخبار جعلی است که به پرسشی همگانی درباره مسئولیت‌های شرکت‌های رسانه اجتماعی برای جامعه منجر شد. این برهه بزنگاهی خطیر و قابل توجه است (مک‌چسنی، ۲۰۰۷) که در آن اصطلاح «اخبار جعلی» برای نامیدن انواع بیماری‌های اجتماعی به کار می‌رود و شرکت‌های فناوری باید به آنها پاسخ‌گو باشند. همچنان‌که واردل و درخشان<sup>۱</sup> بحث کرده‌اند، اصطلاح اخبار جعلی «شوربختانه برای توصیف پدیده پیچیده آلودگی اطلاعاتی کافی نیست» و اخیراً به «سازوکاری (تبدیل شده است) که قدرتمندان می‌توانند مطبوعات آزاد را سرکوب، محدود و تضعیف کنند و به مخاطره بیفکنند» (۲۰۱۷: ۵). گفته می‌شود در پی انتخاب دونالد ترامپ به عنوان رئیس‌جمهور آمریکا و در جریان خروج انگلیس از اتحادیه اروپا، مفسران معتقدند چیزی در حوزه عمومی دیجیتال دچار انحراف شده است.

در این تحلیل انتقادی، این موضوع را مد نظر قرار می‌دهیم که مباحثه‌های نخبگانی درباره اخبار جعلی و ظهور آن به منزله قضیه‌ای تبعی برای درک قدرت استعمال شده از سوی شرکت‌های فناوری چگونه در جامعه معاصر عمل کرده است. همان‌طور که ناتاشا لوماس (۲۰۱۸)، نویسنده وب‌سایت تک‌کراچ<sup>۲</sup>، بحث می‌کند، این اصطلاح نشان‌دهنده «بحران وجودی» صنایع فناورانه است، زیرا در کاربردهای متنوع خود، به شیوهایی که در آنها ممکن است انگیزه‌های کسب‌وکار شرکت‌های رسانه‌ای با حکمرانی دموکرات در تضاد باشند عمیقاً توجه می‌کند.

به همین منظور، در این مقاله بررسی می‌کنیم که چگونه گفتمان‌های عمومی براخبار جعلی متمرکز شده‌اند تا قدرت شرکت‌های رسانه‌های اجتماعی به منزله جایگاه منازعه بالقوه قابل درک شود. در اینجا به خود اخبار جعلی نمی‌پردازیم و مباحثه‌های آشفته درباره اخبار جعلی و تأثیرات تجربی آن را کنار می‌گذاریم و توجه خود را به بحث‌هایی

در این تحلیل  
انتقادی، این  
موضوع را مد  
نظر قرار می‌دهیم  
که مباحثه‌های  
نخبگانی درباره  
اخبار جعلی و ظهور  
آن به منزله قضیه‌ای  
تبعی برای درک  
قدرت استعمال شده  
از سوی شرکت‌های  
فناوری چگونه در  
جامعه معاصر عمل  
کرده است

فصلنامه

نمایه  
پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

۹۸

1. Wardle and Derakhshan  
2. TechCrunch

درباره اخبار جعلی و پرسش‌های پیامد آن، یعنی چه کسی مسئول کاهش انتشار آنهاست، معطوف می‌کنیم. نفوذ شرکت‌های فناوری بر زیرساخت حوزه عمومی دیجیتال از مدت‌ها پیش امری خنثی، و اگر نگوئیم کاملاً خنثی به منزله بخش بوم‌شناسی دیجیتال برساخته شده است؛ اما همان‌طور که ژیلپی (۲۰۱۰) خاطرنشان می‌کند، این بی‌طرفی ظاهری غالباً حرکتی رتوریک است که نفوذ گسترده در سیاست‌گذاری و الزامات اقتصادی را پنهان می‌کند. در همان حال که مباحثه‌ها درباره اخبار جعلی بی‌طرفی متظاهرانه این پلتفرم‌ها را به پرسش می‌کشند، آنها آشکار می‌کنند که چگونه آن قدرت به وسیله گفتمانی برساخته می‌شود که مرجعیت شرکت‌های فناوری بر زندگی عمومی را مشروعیت می‌بخشد (پاسکال، ۲۰۱۸).

این مقاله را به شکل نظری با تعیین موقعیت شرکت‌های فناوری دره سیلیکون در عملکردهای گفتمانی آغاز می‌کنیم و سپس این موضوع را بررسی می‌کنیم که اخبار جعلی چگونه به منزله یک موضوع پژوهشی ظاهر شد. در این تحلیل، مجموعه‌ای از روزنامه‌نگاری تبیینی و تحلیلی در کنار پژوهش‌های کاربردی اندیشکده‌ها و شهادت‌ها در صحن کنگره بررسی می‌شوند که در یک میدان گفتمانی انسجام پیدا می‌کنند. در آنجا قدرت صنعت فناوری به عنوان یک امر مسئله‌ساز مرکزی عمل می‌کند. تحلیلی که در ادامه ارائه می‌شود فرصت‌های حیاتی را برای ملاحظه میزان نفوذ شرکت‌های فناوری ایجاد می‌کند و نشان می‌دهد که چگونه حالت‌های گفتمان نخبگانی به آن قدرت شکلی ناملموس می‌بخشد و به این منظور اصطلاحی را به کار می‌برند که به وسیله آنها نظارت دموکراتیک، تنظیم مقررات یا حتی توسعه هنجاری در این صنعت به طور بالقوه به عنوان امری مشروع درک می‌شوند (اشمیت، ۲۰۰۸).

### تعیین جایگاه اخبار جعلی و دره سیلیکون در عملکردهای گفتمان

اصطلاح «اخبار جعلی» مانند یک دال سبکی مبهم عمل می‌کند. گرچه قدرت رتوریک آن به منزله ابژه‌ای گفتمانی، برای طیف وسیعی از پروژه‌ها تصاحب شده است، اما توجه ما را به چالش‌های ساختاری گسترده‌ای جلب می‌کند (اونگار، ۲۰۰۱). این امر در اصل به واسطه تلفیقی روی داده است که در آن پدیده‌های خاص - اطلاعات نادرست<sup>۱</sup> راهبردی، رسانه‌های حزبی افراطی، تله‌کلیکی<sup>۲</sup> کاذب، پروپاگاندایی که به حالت ویروسی منتشر می‌شود - به‌طور هم‌زمان هم دارای بار معنایی هستند و هم به نیروهای روابط اجتماعی غیرقابل وصف متصل شده‌اند (فن‌دایک، ۲۰۱۳). برای نمونه، گزارشگران و تحلیلگرانی که بر تکثیر اخبار جعلی متمرکز شده‌اند، به‌طور گسترده بر تشویش‌هایی درباره «دگرگونی بزرگ‌تر فضاهای اطلاعاتی» و نیز فروپاشی هنجارهای

1. misinformation
2. clickbait

فصلنامه

نمایه  
پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

ملی در این فضاها گواهی می‌دهند (کارلسون، ۲۰۱۸). تواناترین کاربرد اخبار جعلی، ایجاد نوعی شکاف در فضای عمومی است که در آن نوعی ایژه غیرعقلانی مجوز انتشار در فضایی را به دست می‌آورد که تا مدت‌ها تصور می‌شود هنجارهای مداخله‌گر عقلانی آن را اداره می‌کند (هابرماس، ۱۹۶۲). گرچه همان‌طور که فریزر (۱۹۸۹) می‌گوید، فضای عمومی ایدئال به منزله فضای مشارکت‌گفتمانی تا مدت‌ها بر ساختارهایی تکیه داشته است که نهادهای لیبرال سالم ارائه و تقویت کرده‌اند. بنابراین، همان‌طور که فارکاس و شو (۲۰۱۸) گفته‌اند، گفتمان‌هایی که درباره اخبار جعلی منتشر می‌شوند، توجه ما را به بی‌ثباتی‌های گسترده‌تر در ساختار جامعه دموکراتیک لیبرال جلب می‌کنند. در این مورد، توجه ما به قدرت زیرساختی‌ای جلب می‌شود که پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی به گفتمان عمومی اعمال می‌کنند. این حرکت‌ها مستلزم بازاندیشی در شرکت‌های فناوری به‌عنوان کنشگرانی درون طیفی از روابط اجتماعی، فرهنگی و نهادی است.

به واسطه طرز کار گفتمان نهادی است که قدرت شرکت‌های فناوری را می‌توان به‌عنوان ایژه‌ای که بالقوه سیاسی است درک کرد. شولته با ملاحظه شیوه‌هایی که در آنها هم سیاست‌گذاری و هم گفتمان عامه‌پسند به شکلی بازاندیشانه سیاست‌های عامه را درباره اینترنت در اواخر قرن بیستم شکل داده‌اند، به درستی خاطر نشان می‌کند که در نظرگاه‌های نخبگانی که شامل حوزه عمومی است، «گفتمان به‌منزله مدالیت» قدرت عمل می‌کند تا مرزهای واقعیت‌ها و معناهایی را بسازد و مورد منازعه قرار دهد که ما برای شکل دادن و درک معنای آنها به کار می‌بریم» (۲۰۱۳: ۹). اما حوزه عمومی معاصر که بخش عمده بحث‌های عمومی و نخبگانی درباره شرکت‌های فناوری در آن روی می‌دهد، هم به شکلی باورنکردنی تکه‌تکه است و هم مبتنی بر زیرساخت‌های فناورانه‌ای است که آن شرکت‌ها کنترل می‌کنند (فوکس، ۲۰۱۴؛ پاپاچاریسی، ۲۰۰۹). بر اساس نئولیبرالیسم که گفتمان‌های نخبگانی و عمومی محدود‌های مشروع را می‌سازند که هر دوی کنشگران دولتی و خصوصی درون آن عمل می‌کنند، آنها عمدتاً نوعی عقلانیت بازارمحور را توسعه می‌دهند که صنعت فناوری و زیرساخت‌های ارتباطی را به‌منزله یک چالش عمومی غیرسیاسی می‌کنند (براون، ۲۰۱۵).

جدی‌گرفتن گفتمان در این زمینه به معنای درک نقشی است که ایده‌ها و ترکیب‌بندی‌های آن، در تداوم عملکردهای قدرت در نهادهای گوناگون ایفا می‌کنند. اشمیت (۲۰۰۸، ۲۰۱۱) از اصطلاح «نهادگرایی گفتمانی» برای تعریف رابطه بین زبان‌ها و قدرتی که نهادها به کار می‌برند استفاده می‌کند که روشی سودمند برای درک این پرسش است که صنعت فناوری چگونه قدرت را به‌وسیله گفتمان‌ها به کار می‌برد. در اصطلاح فوکویی (۱۹۷۶، ۱۹۹۱)، این بدان معناست که عملیات گفتمانی به این

تواناترین کاربرد  
اخبار جعلی، ایجاد  
نوعی شکاف در  
فضای عمومی است  
که در آن نوعی ایژه  
غیرعقلانی مجوز  
انتشار در فضایی  
را به دست می‌آورد  
که تا مدت‌ها تصور  
می‌شود هنجارهای  
مداخله‌گر عقلانی  
آن را اداره می‌کند

فصلنامه

نمایه  
پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

۱۰۰

موضوع که چه کسی بر حوزه عمومی مرجعیت دارد، مشروعیت می‌دهد و اینکه چگونه آن مرجعیت اعمال و محدود می‌شود. همان‌طور که بورشل (۱۹۹۱) بحث کرده است، عملیات گفتمانی به کنشگران خارج از ساختارهای سنتی قدرت دولتی، همانند شرکت‌ها و سازمان‌های جامعه مدنی، ابزاری را برای تأثیرگذاری اجتماعی می‌دهد و اغلب گفتمان عامه درباره فناوری‌های دیجیتال، صنایع فناوری را به منزله مؤلفه‌هایی که از نظر ایدئولوژی خنثی هستند معرفی می‌کند (کنی و فون بورگ، ۲۰۰۰؛ اسلک، ۱۹۸۴). با وجود این، همان‌طور که باربروک و کامرسون (۱۹۹۶) در استدلال مشهور خود بیان کرده‌اند، این فقدان ظاهری ایدئولوژی نوعی آزادی‌خواهی‌گرایی فرهنگی ظریفی را که بر آزادی فردی و موفقیت تأکید می‌کند و در همان حال از ارزش اقتدار نهادی می‌کاهد پنهان می‌کند. این چشم‌اندازها، که از مدت‌ها پیش آسمان صنعت فناوری را شکل داده‌اند، به‌طور ذاتی سیاسی هستند، زیرا آنها درک نظام‌مند و مجموعه صفراز جامعه را می‌پوشانند که موضوعات بی‌اهمیت سیاست را در چهره‌ای فناورانه تحویل می‌دهد (ترنر، ۲۰۰۶).

پژوهشگران به‌تازگی خاطرنشان کرده‌اند که بیشتر گفتمان‌ها درباره دره سیلیکون و صنعت فناوری نوعی نئولیبرالیسم تکنوکراتیک را برجسته کرده‌اند که عامل انسانی را موضوع عملیات فنی قرار می‌دهد به طوری که می‌توان آن را مشاهده، کمیت‌سنجی و به پول تبدیل کرد (گرنیدی و نمورین، ۲۰۱۹؛ نادلر و مک‌گیگان، ۲۰۱۸؛ اشنلنباخ، ۲۰۱۲). درون این طرح‌واره، چیزی مات و همه‌جایی همانند یک الگوریتم مسائل قدرت، پاسخ‌گویی و اخلاق را پنهان می‌کند که به «رهاکردن تدریجی عمومیت فرهنگ (منجر می‌شود) که در زیر لایه پزرزق و برق بی‌طرفی تحریک‌شده فناوری قرار دارد» (استریفاس، ۲۰۱۵؛ ۳۹۵). به‌علاوه، همان‌طور که مارویک استدلال می‌کند، «دره سیلیکون صرفاً به‌منزله مکانی فیزیکی فهمیده نشده، بلکه به‌عنوان مجموعه‌ای از کردارها، ایدئولوژی‌ها و باورها درک می‌شود» که فرض بی‌طرفی زیرساخت صنعت فناوری قلمرو جهانی در حال گسترش قدرت شرکت‌های فناوری را مشروعیت می‌بخشد (۲۰۱۷؛ ۳۲۶).

همچنان‌که هم‌پوشانی عمیق‌تر شرکت‌های فناوری در زندگی فرهنگی و اجتماعی آشکار می‌شود، نقدهای نوظهور، ارزش‌های دموکراتیک را در تضاد مستقیم با منافع فردی اقتصادی شرکت‌های فناوری قرار می‌دهند. برای مثال، وو (۲۰۱۶)، نظر ما را به تبارشناسی طولانی‌تر توجه‌کالایی‌شده و چالش‌هایی جلب می‌کند که در برابر ایدئال‌های آزادی‌نگر و حوزه عمومی عقلانی قرار می‌دهد. آنیل (۲۰۱۶)، اویبانکس (۲۰۱۸) و نابل (۲۰۱۸) بر پتانسیل سرکوبگرانه و برگشی الگوریتم‌ها تمرکز می‌کنند، بر شیوه‌هایی متمرکز می‌شوند که ابهام کارکردی آنها سبب مغشوش شدن انتظارات

بیشتر گفتمان‌ها درباره دره سیلیکون و صنعت فناوری نوعی نئولیبرالیسم تکنوکراتیک را برجسته کرده‌اند که عامل انسانی را موضوع عملیات فنی قرار می‌دهد به طوری که می‌توان آن را مشاهده، کمیت‌سنجی و به پول تبدیل کرد

فصلنامه

نمایه پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

دموکراتیک شفافیت و پاسخ‌گویی می‌شود. آثار دیگری که بر مسائل حکمرانی تمرکز کرده‌اند، مانند آثار پاسکال (۲۰۰۷، ۲۰۱۵) و وایدیه‌ناتان (۲۰۱۱، ۲۰۱۸)، نشان می‌دهند همان‌طور که دفاتر مرکزی شرکت‌ها در درهٔ سیلیکون ورای محدودیت‌های پاسخ‌گویی دموکراتیک عمل می‌کنند، فناوری‌های آنها همچنان درون منازعه با ساختارهای هنجاری، قانونی و سیاسی‌ای قرار می‌گیرند که زندگی دموکراتیک را حفظ می‌کنند. در میانهٔ این پس‌زمینهٔ انتقادی، اصطلاح «اخبار جعلی» برخی از کنشگران گفتمانی را وادار می‌کند تا بررسی کنند قدرت فناوری چگونه ممکن است دربارهٔ مداخله‌های سیاست‌گذاری نفوذپذیر قابل محسوس شوند.

### دستورکارهای پژوهشی نوظهور دربارهٔ اخبار جعلی

پژوهش دربارهٔ اخبار جعلی - ماهیت، ویژگی اجتماعی روان‌شناختی، و تبار تاریخی آن - از سال ۲۰۱۶ رونق پیدا کرده و تقریباً به همهٔ پارادایم‌های مطالعات رسانه و ارتباطات نفوذ کرده است. به دلیل اینکه این مطالعه به دنبال فهم این است که اخبار جعلی چگونه به منزلهٔ ابژه‌ای گفتمانی عمل می‌کند، ضرورت دارد بررسی کنیم چگونه این دسته از پژوهش‌ها یک حوزهٔ دانش ایجاد می‌کنند تا این اصطلاح را بتوان به شکل گفتمانی به کار برد. مطالعاتی که بین اخبار جعلی معاصر با سایر شکل‌های فریب اتصال ایجاد می‌کنند و به شرایط سیاسی، اقتصادی و فرهنگی‌ای رجوع می‌کنند که امکان ازدیاد آن را فراهم کرده‌اند، نشان می‌دهند که اخبار جعلی به‌عنوان پدیده‌ای ارتباطی از اقتصاد رسانه و سیاست‌های تعصب‌آمیز و تندوتیز جدایی‌ناپذیرند (بنت و لیوینگستون، ۲۰۱۸؛ کاپلان و همکاران، ۲۰۱۸؛ مارویک و لویز، ۲۰۱۷؛ تانداک و همکاران، ۲۰۱۸؛ واردل و درخشان، ۲۰۱۷). همان‌طور که فیلیپس (۲۰۱۸) گفته است، ظهور اخبار جعلی توجه ما را به‌طور جدی به شیوه‌هایی جلب می‌کند که در آن هنجارها و ساختارهای رسانه‌ها را می‌توان به‌وسیلهٔ کنشگران سیاسی دستکاری کرد که اغلب به روش‌هایی ارائه می‌شود تا روزنامه‌نگاران سنتی در انتشار و تشدید گزارشی که از نظر عاطفی درگیرانه اما به‌وضوح کذب است، همدست باشند. ملاحظهٔ اخبار جعلی به‌عنوان عارضه در نظام رسانه‌های معاصر بر طیفی از کنشگران درون آن سیستم دلالت دارد: شرکت‌های رسانه‌های اجتماعی که زیرساخت اطلاعات دیجیتال را کنترل می‌کنند، روزنامه‌نگاران و سازمان‌های خبری که الزامات رسانه‌های اجتماعی را در روال‌های خبری ترکیب کرده‌اند و کنشگران سیاسی که دستورکارهای خود را برای استفاده از قابلیت‌های خاص پلتفرم‌های فناوری به پیش می‌برند (بنکلو و همکاران، ۲۰۱۸؛ جامیسون، ۲۰۱۸؛ کریس و مک‌گرگور، ۲۰۱۸).

بخش عمدهٔ پژوهش‌هایی که اخبار جعلی را نوعی مشکل اجتماعی تفسیر

اخبار جعلی  
به‌عنوان پدیده‌ای  
ارتباطی از  
اقتصاد رسانه  
و سیاست‌های  
تعصب‌آمیز و تندوتیز  
جدایی‌ناپذیرند

فصلنامه

نمایه  
پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

می‌کنند، شهروندان عقلانی و حوزه عمومی عقلانی را ایدئالی فرض می‌کنند که با فساد اطلاعات به تباهی می‌رود (مارویک، ۲۰۱۸). برای نمونه، گردآوری نظر کارشناسان در حوزه فناوری دیجیتال و جامعه از سوی مرکز پژوهشی پیوا سبب شد تا این نتیجه‌گیری کلی‌تر به دست آید:

«افرادی که تصور نمی‌کنند ابزارها سبب بهبود شوند، احساس می‌کنند انسان‌ها عمدتاً پیشرفت‌های فناورانه را بر اساس خواسته‌های خود و نه در راستای اهداف کاملاً شرافتمندانه شکل می‌دهند. و اینکه کنشگران بد با انگیزه‌های بد سبب خنثی شدن بهترین اقدامات نوآوران فناوری برای درمان مشکلات امروزی می‌شوند. همچنین افرادی که بسیار امیدوار هستند معتقدند که راهکار فناورانه را می‌توان به منظور ایجاد زوایایی بهتر به منظور هدایت ماهیت بشر به اجرا گذاشت» (اندرسون و راینی، ۲۰۱۷: ۳).

بنابراین زمانی اخبار جعلی به عنوان یک دال بیش از همیشه سودمند است که صرفاً نام پدیده‌ای نباشد که در شبکه‌های مختلف منتشر می‌شود بلکه مشکلی است که در معماری‌های آن شبکه ریشه دارد. برای نمونه، نادلرو همکاران به درستی توجه خود را به این موضوع معطوف کرده‌اند که الگوهای آگهی‌های تجاری دیجیتالی عامل برانگیزنده چه میزان از مشکلات پیامد اخبار جعلی‌اند. آنها معتقدند که «فناوری‌های هم‌پوشان که برای نظارت، هدف‌گذاری، سنجش و تصمیم‌سازی خودکار طراحی شده‌اند تا سبب شوند تبلیغات - از انواع سیاسی تا تجاری آنها - نیرومندتر و کارا تر شوند»، شامل زیرساختی هستند که هدف از ساخت آنها بهینه‌سازی گسترش اطلاعات گمراه‌کننده است (۲۰۱۸: ۱). باکیر و مک‌استیسی (۲۰۱۸) نیز خاطر نشان کرده‌اند که تشدید عاطفی داستان‌های اخبار جعلی از پویایی‌هایی تقلید می‌کنند که فناوری‌های تبلیغاتی برمی‌انگیزانند. وقتی سازمان‌های خبری کردارهای درآمدزایی را از شرکت‌های تجاری وام گرفتند تا به ثبات مالی دست پیدا کنند، سبب مشروعیت بخشی به زیرساختی تبلیغاتی فناورانه‌ای شدند که درگیری احساس محور را به ارزش‌های دیگر ترجیح می‌دهند (براون و اکلوند، ۲۰۱۹).

همان‌طور که پژوهش‌های دیگر به این موضوع توجه کرده‌اند که اقتصاد شرکت‌های فناوری چگونه به قدرت اجتماعی خود معنای ناگزیر بودن بدهند، توجه‌ها به این موضوع معطوف شده است که این قدرت را چگونه می‌توان به شکلی مسئولانه اعمال کرد؛ خواه در راستای ارزش‌های مطبوعات سنتی به وسیله عملیات فنی مانند گرداندگی محتوا یا در راستای کنشگران و نهاد‌های سنتی سیاسی (کارلسون، ۲۰۱۹؛ ژیلپی، ۲۰۱۸؛ کریس و مک‌گرگور، ۲۰۱۸؛ ناپولی و کاپلان، ۲۰۱۷). همان‌طور که پژوهش‌های گوناگون نشان داده‌اند، پاسخ‌گویی درباره این قدرت و مدیریت آن یک مسئله باز باقی مانده است.

1. Pew Research Center
2. disinformation

نادلرو همکاران  
آنها معتقدند که  
«فناوری‌های  
هم‌پوشان که  
برای نظارت،  
هدف‌گذاری،  
سنجش و  
تصمیم‌سازی  
خودکار طراحی  
شده‌اند تا سبب  
شوند تبلیغات -  
از انواع سیاسی  
تا تجاری آنها -  
نیرومندتر و کارا تر  
شوند»، شامل  
زیرساختی هستند  
که هدف از ساخت  
آنها بهینه‌سازی  
گسترش اطلاعات  
گمراه‌کننده است

فصلنامه

نمایه  
پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

۱۰۳

## تحلیل اخبار جعلی و قدرت شرکت‌های فناوری

برای ایجاد رابطه بین اخبار جعلی و تصورات از قدرت شرکت فناوری، تحلیل زیر بررسی‌ها و تفسیرهای عمومی و نیز پژوهش‌های اندیشکده‌ها درباره اخبار جعلی و رسانه‌های دیجیتال را به مدت بیش از دو سال بررسی می‌کند و استدلال می‌کند که آن چیزی را تشکیل می‌دهد که فوکوآن را «شبکه قابلیت فهم گسترده‌تر» نامیده است (۱۹۷۶: ۹۳). چنین چشم‌اندازی نشان می‌دهد که دانش، حقیقت و قدرت پیوند نزدیکی با هم دارند و اینکه با ملاحظه برهه‌های گسست و ستیزه، متوجه می‌شویم چگونه از ترکیب بندی‌های گوناگون مشروعیت‌های قدرت دفاع می‌شود و آنها به چالش کشیده می‌شوند.

این تحلیل با گستراندن شبکه‌های وسیع آغاز می‌شود و بیش از ۳۵۰ مقاله و تحلیل کامل را که در رسانه‌های حامی منافع جمعی منتشر شده‌اند، همانند نیویورک تایمز، واشینگتن پست، تایم، آتلانتیک، نیویورکر، وبسایت اسیت<sup>۱</sup>، رادیوی عمومی ملی و نیز رسانه‌هایی که صنایع فناوری را پوشش می‌دهند: وایرد<sup>۲</sup>، تک‌کرانچ<sup>۳</sup>، ری‌کد<sup>۴</sup>، بیزینس اینسایدر<sup>۵</sup>، بلومبرگ بیزینس ویک<sup>۶</sup> و ام‌آی‌تی تکنالوجی ریویو<sup>۷</sup> منتشر شده‌اند، گردآوری کرده‌ایم. این مجموعه بر مطالبی که بین سال‌های ۲۰۱۶ و ۲۰۱۸ منتشر شده‌اند متمرکز شده است؛ یعنی سال‌هایی که بحث‌ها درباره اخبار جعلی مداوم در جریان بوده است. سپس این مقاله‌ها با بازنویسی شهادت در صحن کنگره آمریکا و نیز گزارش‌های رسمی<sup>۸</sup> و طرحنامه‌های سیاست‌گذاری که اندیشکده‌های پژوهشی و گروه‌های مدافع مانند داده+جامعه<sup>۹</sup>، مؤسسه بروکینگز<sup>۱۰</sup>، بنیاد آزادی الکترونیک<sup>۱۱</sup>، مؤسسه بازارهای باز<sup>۱۲</sup> و بنیاد امریکای جدید<sup>۱۳</sup> آنها را تألیف کرده بودند، تکمیل شده است. علاوه بر این، این مجموعه بزرگ برای این مطالعه خاص به وسیله گزینش اسنادی غربال شدند که آشکارا به مسئولیت شرکت‌های فناوری در قبال اخبار جعلی و شکل‌های دیگر اطلاعات گمراه‌کننده دیجیتال اشاره

دانش، حقیقت و قدرت پیوند نزدیکی با هم دارند و اینکه با ملاحظه برهه‌های گسست و ستیزه، متوجه می‌شویم چگونه از ترکیب بندی‌های گوناگون مشروعیت‌های قدرت، دفاع می‌شود و آنها به چالش کشیده می‌شوند

1. grid of intelligibility
2. slate.com
3. Wired
- 4 TechCrunch
- 5 ReCode
6. Business Insider
7. Bloomberg Business Week
8. MIT Technology Review
9. white paper
10. Data+Society
11. The Brookings Institute
- 12 Electronic Freedom Foundation
13. The Open Markets Institute
14. The New America Foundation.

فصلنامه

نمایه  
پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

۱۰۴

کرده بودند که در نهایت ۹۸ سند برای ارائه این تحلیل باقی ماند (که عمدتاً شامل گزارش‌های پژوهشی و مقاله‌های تفسیری خبری بودند). با استفاده از ابزارهای تحلیل گفتمان انتقادی (فن دایک، ۱۹۹۳b)، در بخش‌های زیر از مثال‌های خاص مجموعه گردآوری شده برای نشان دادن فرمول‌بندی‌ها، مباحثه‌ها و تناقض‌هایی استفاده می‌شود که اخبار جعلی را به منزله مقوله‌ای گفتمانی معین می‌کنند.

آنچه در ادامه می‌آید تجزیه و تحلیلی است که فن دایک (۱۹۹۳a) آن را گفتمان نخبگان نامیده است؛ یعنی فرمول‌بندی‌ها و ایده‌هایی که در نظرگاه‌هایی جریان پیدا می‌کنند که دارای یک ساختار دروازه‌بانی آشکار هستند. در این تحلیل، گفتمان روزنامه‌نگاری به منزله حالتی از درگیری انتقادی عمل می‌کند که برای دموکراسی لیبرالی امری بنیادی است و کارکرد آن هم به پدیده‌های مهم توجه دارد و هم به اهمیت تبیین گفته شده (دنت، ۲۰۰۸). مجله‌ها و روزنامه‌هایی که برای تحلیل به آنها رجوع کرده‌ایم از ارگان‌های شکل‌دهی عقاید نخبه محسوب می‌شوند، به طوری که گزارشگران و پژوهشگران اندیشکده‌هایی که شناسایی شده‌اند غالباً در متون روزنامه‌نگاری به عنوان منبع عمل می‌کنند؛ همان طور که اخبار جعلی به منزله مشکلی که دارای انگیزه‌های اجتماعی و فنی هستند شناسایی شده‌اند و شرکت‌های فناوری در ظهور آنها نقش داشته‌اند. سپس این تصریح عام طیف گسترده‌تری از مسائل هنجاری را درباره قدرت فناوری و توانایی علوم سیاسی معاصر برای واکنش بسنده به آن پیش کشیده است. در قالب این منطق فراگیر، طیفی از عقاید ظاهر می‌شوند. برای نمونه، مباحثه درباره نقش خودتنظیم‌گری صنعت و توازن بین آزادی بیان و نظارت فناوری، اما این منطق با گذر از دل‌مشغولی فنی مشکل سیاسی تا حد زیادی چگونگی فهم پذیرش قدرت در گفتمان را شکل می‌دهد.

### اخبار جعلی به مثابه مشکل اجتماعی فنی

بسیاری از نویسندگان و مفسران برای تشخیص مشکل «اخبار جعلی» در جست‌وجوی زبانی هستند که عملکردهای فنی را به شرایط اجتماعی مرتبط کنند و غالباً اخبار جعلی را با عیب سیستمی مقایسه می‌کنند. واردل و درخشان با تصمیم‌گیری برای انتخاب عبارت «اختلال ارتباطی» برای فهم اصطلاح گسترده‌تر اخبار جعلی، از اصطلاحات «اطلاعات نادرست»، «اطلاعات گمراه‌کننده» و «کژاطلاعات» برای توصیف سطوح مختلف شدت اخبار جعلی استفاده کرده‌اند و این پدیده‌ها را به عنوان نشان آسیب‌پذیری‌ها درون سیستم ارتباطی تعیین کرده‌اند که عوامل محرک آن فناوری و روان‌شناسی انسانی است (۲۰۱۷: ۹).

1. information disorder
2. 'misinformation', 'disinformation', and 'malinformation'

واردل و درخشان  
از اصطلاحات  
«اطلاعات نادرست»،  
«اطلاعات  
گمراه‌کننده» و  
«کژاطلاعات»  
برای توصیف  
سطوح مختلف  
شدت اخبار  
جعلی استفاده  
کرده‌اند

فصلنامه

نمایه  
پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

این پیوند انسان و سیستم‌های فنی در گفتمان می‌تواند سودمند باشد؛ برای مثال، ترکیب تعاریف متخصصان فناوری از اخبار جعلی به منزله مسئله‌ای اجتماعی را که آدریان چن (۲۰۱۷) در نیویورکر ارائه داده است در نظر بگیرید: «امروزه وقتی ما درباره رابطهٔ رابطهٔ انسان‌ها با اینترنت سخن می‌گوییم، تمایل داریم تا زبان علم رایانه که ناداورانه است به کار بریم. اخبار جعلی به منزله «ویروسی» وصف شده است که در میان کاربرانی منتشر می‌شود که «در معرض» اطلاعات نادرست برخط قرار گرفته‌اند. بر اساس این اصطلاحات، «راه‌حل‌های ابتدایی عموماً همانند برنامه‌های آنتی‌ویروس بوده است: هدف آن شناسایی و قرنطینه‌کردن همهٔ چیزهای غیرواقعی در سرتاسر وب است». گرچه اظهارات چن همانند بسیاری از مفسران، اخبار جعلی و اطلاعات نادرست را با هم می‌آمیزد، اما تمرکز بر اصطلاح اخبار جعلی مهم است، زیرا این پدیده را هم بر اساس اصطلاحات مکانیکی وصف می‌کند و هم زیست‌شناختی. در این فرمول‌بندی، مشکلات طراحی سیستم به‌جودآورندهٔ آسیب‌های گفتمان مدنی است، زیرا ماشین‌ها، روان‌شناسی انسانی و جامعه‌جویی انسانی همگی به‌عنوان امور همسان فهم شده‌اند. این چارچوب‌بندی‌ها قدرت تبیینی واقعی را در اختیار ما می‌گذارند که این موضوع در گزارش کارولین جک در داده و جامعه با مثال نشان داده شده است: «سیستم‌های رایانشی می‌توانند محتوای رسانه‌ها را به شیوه‌هایی تحریک یا خودکار کنند که به انتشار وسیع‌تر بدون ملاحظهٔ دقت یا نیت منجر شود و در نتیجه، «پلتفرم‌های دیجیتال انگیزه‌هایی را نظام‌مند می‌کنند که بتوانند عامل محرک گسترش اطلاعات مسئله‌ساز شوند» (۲۰۱۷: ۳). این اظهارات اخبار جعلی، اطلاعات نادرست و همراه‌کننده، و پروپاگانداي دیجیتال را به‌عنوان پدیده‌هایی در یک سیستم اجتماعی فنی تلخیص می‌کنند؛ مشکلاتی که ممکن است به‌وسیلهٔ توجه به ساختارها و طراحی، آن هم در قالب توجه به مرجعیت کنشگران در صنعت فناوری حل شوند.

در مقابل، مفسران می‌توان به‌وسیلهٔ چارچوب‌بندی اخبار جعلی به‌عنوان پیامد پیش‌بینی‌نشدهٔ سیستم فنی استدلال کنند که مشکلات اخبار جعلی در حوزهٔ عمومی دیجیتال در واقع آشکارکنندهٔ شکست‌هاست. امیلی بل و تیلور اوون (۲۰۱۷) از مرکز تاو<sup>۱</sup> یک تشخیص قابل فهم ارائه کرده است: «پلتفرم‌ها برای رده‌بندی و هدف‌گذاری به محتوا تکیه می‌کنند. آنها نمی‌خواستند در ویرایش انسانی سرمایه‌گذاری کنند تا هم از هزینه و هم از اینکه ادراک انسانی ممکن است سوگیرانه باشد اجتناب کنند». مفسران دیگر خاطرنشان کرده‌اند که ابزارهای فنی رفتارهای اجتماعی تمرکز کرده‌اند تا سیستمی را به وجود آورند که به‌آسانی قابل بهره‌کشی

اخبار جعلی به منزلهٔ «ویروسی» وصف شده است که در میان کاربرانی منتشر می‌شود که «در معرض» اطلاعات نادرست برخط قرار گرفته‌اند

فصلنامه

نمایه  
پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

۱۰۶

باشند و در آن کنشگران بد از قدرت‌های تقویت رسانه‌های اجتماعی برای تحریف هنجارهای حوزه عمومی استفاده می‌کنند: «این گروه‌ها با بهره‌گیری از مزیت فرصتی که اینترنت برای همکاری، ارتباط و تولید همالان عرضه کرده است، آسیب‌پذیری‌ها در اکوسیستم رسانه‌های خبری برای افزایش رؤیت‌پذیری و مخاطبان پیام‌هایشان را هدف‌گذاری کرده‌اند» (مارویک و لویز، ۲۰۱۷: ۳). این اظهارها توجه لازم را به قدرت زیرساختی گسترده شرکت‌های رسانه‌های اجتماعی معطوف کرده‌اند و درعین حال موافقت خود را به این نتیجه‌گیری نسبتاً واضح اعلام کرده‌اند که آنها این قدرت را با هر معنایی از پاسخ‌گویی عمومی یا نظارت به کار نمی‌برند.

علاوه بر این، اگر قدرت شرکت‌های رسانه‌های اجتماعی را در بهترین حالت به عنوان امری ساختاری در نظر بگیریم، در این صورت روشی که این زیرساخت‌ها سبب تقویت افتناع و دستکاری روان‌شناختی می‌شوند تکنیک‌هایی هستند که برای آن قدرت امری معمول است. بوچانون (۲۰۱۷) در بلومبرگ خاطرنشان می‌کند که ابزارهای کمتی‌سازی و روان‌نگاری مشابهی که عامل رشد تبلیغات دیجیتال دقیق بوده است به شکل‌های زیان‌بارتر افتناع‌گرایش داشته‌اند که در مقابل به این نتیجه منجر شده است که «ما به شکلی ندانسته یک محیط رسانه‌های اجتماعی را مهندسی کرده‌ایم که ذاتاً مستعد اپیدمی‌های اخبار جعلی است». این منطق ابزارگرایانه در هسته این گفتمان ایجاد پیوندی اساسی بین کارکردهای فنی شبکه‌های رسانه‌های اجتماعی و پویایی‌های رفتاری روان‌شناسی اجتماعی انسان را امکان‌پذیر می‌کند و به مفسران اجازه می‌دهد به شکلی باورکردنی استدلال کنند که اخبار جعلی دقیقاً در مقیاس کلان چگونه عمل می‌کنند. دبی چاچرا (۲۰۱۷) در آتلانتیک بحث کرده است که «قابلیت‌های خاص تئوئیت‌سبب قدرتمند شدن آن شده است؛ تئوئیت‌سبب می‌تواند صداهای به حاشیه‌رانده شده را تقویت کند. همچنین می‌تواند موجب تشدید آزار نیز شود» و در اجرای این کار، تلفیقی سازنده از پویایی‌های اجتماعی و فنی که برای درک قدرت فناوری اساسی هستند ایجاد می‌کند.

وقتی قدرت شرکت فناوری از منظر پیوند روان‌شناسی انسانی و فناوری توصیف می‌شود، در این صورت، راه‌حل‌ها از منظر پیچش‌های فنی فهمیده می‌شوند. برای مثال، تارنوف و ویگل (۲۰۱۸) معتقدند، «انسان‌گرایان فناوری می‌گویند این مدل کسب‌وکار هم ناسالم و هم غیرانسانی است؛ یعنی به بهزیستی روانی ما آسیب می‌زند و ما را شرطی می‌کند تا به شیوه‌هایی رفتار کنیم که انسانیت ما را تضعیف می‌کند. راه‌حل اصلی که آنها پیشنهاد می‌کنند طراحی بهتر است». در این نمونه، طراحی بر این استدلال دلالت می‌کند که اگر رابطه بین روان‌نگاری‌ها، شبکه‌های دیجیتال و کارآمدی پلتفرم بهتر درک می‌شدند، شاید یک راه‌حل فنی براننده ظاهر می‌شد.

«ما به شکلی  
ندانسته یک محیط  
رسانه‌های اجتماعی  
را مهندسی کرده‌ایم  
که ذاتاً مستعد  
اپیدمی‌های اخبار  
جعلی است»

فصلنامه

نمایه  
پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

بر اساس این منطق، مفسران در پی مداخله‌ای هستند که پیچیدگی رسانه‌های اجتماعی و جامعه‌جویی انسان را تبیین کند:

«سیستم‌های رایانشی به‌منزله ابزار، بر یکی از قدرتمندترین جنبه‌های انسانیت تأکید می‌کنند: توانایی ما برای کنش مؤثر در جهان و شکل دادن آن طبق میلمان. اما آشکارسازی و ترکیب‌بندی آن میل‌ها و اطمینان از اینکه آنها تنزل پیدا نمی‌کنند، ملغاً نمی‌شوند، محو نمی‌شوند یا امیال دیگران را حذف نمی‌کنند، و امتیاز ویژه ما باقی می‌ماند» (بیردل، ۲۰۱۸).

اهمیت این حرکت گفتمانی را نباید دست‌کم گرفت. با پیشنهاد کردن راه‌حل‌های فنی برای مشکلات اجتماعی، فرمول‌بندی‌ها این ایده را مطرح می‌کنند که شرکت‌های فناوری نیز می‌توانند کنترل‌کنندگان پاسخ‌گو به قدرت خود باشند. این ترکیب‌بندی‌ها مبنی بر اینکه شرکت‌های فناوری بر جامعه‌جویی انسان چه میزان قدرت دارند، از تأثیر خوبی برخوردارند. تعریف «اخبار جعلی» به‌منزله مشکلی فنی اجتماعی تا حدودی سبب مبهم شدن قلمرو کلی قدرت فناوری می‌شود و آن را به اصطلاحات زیرساخت فنی معطوف می‌کند. چارچوب‌بندی‌های دیگر، افزایش اخبار جعلی را به‌منزله تغییر مسیری بنیادی نه فقط در ویژگی زیرساخت حوزه عمومی بلکه ویژگی نهادی آن را نیز تعیین می‌کنند. مقاله جان هرمن (۲۰۱۶) را در نیویورک تایمز درباره فیس‌بوک ملاحظه کنید:

«شرکت‌های رسانه‌ای سال‌ها نظاره‌گر فیس‌بوک بوده‌اند و منتظر بوده‌اند تا این شرکت راه‌حلی را برای نگرانی‌های فزاینده آنها در مورد کسب و کارشان ارائه کند. به‌رغم و یا شاید به دلیل اینکه فیس‌بوک عامل این نگرانی‌ها تلقی شده است، مشخص شده است که برخی از این نگرانی‌ها اشتباه و یا حتی پوچ بوده است. افرادی که از گردانندگان اکوسیستم رسانه‌ای مسلط روزگار ما انتظار دارند در واکنش به گیرافتادن در ترویج دروغ‌ها، به‌طور ناگهانی مرجعیت را به شرکت‌هایی برگرداند که جایگزینشان شده است، با همان شگفت‌زدگی مواجه خواهند شد».

اخبار جعلی به جای اینکه نقصانی پیش‌بینی نشده در سیستم فنی باشد، در علایم مقیاس و سلطه اقتصادی دره سیلیکون مشاهده شده است که در آن ارزش‌های عمومی در برابر ارزش‌های بازار شکست خورده‌اند.

مداخله‌های اساسی در این گفتمان پس از برخی افشاگری‌ها درباره کیمبریج آنالیتیکا در اوایل ۲۰۱۸ روی داد؛ یعنی پس از آنکه فرد افشاگر تمام جزئیات جاه‌طلبی‌های شرکت درباره تشکیل پروفایل روان‌شناختی را با استفاده از فیس‌بوک فاش کرد (روزنبرگ و همکاران، ۲۰۱۸). کیمبریج آنالیتیکا با تکیه بر داده‌هایی که

اخبار جعلی به جای اینکه نقصانی پیش‌بینی نشده در سیستم فنی باشد، در علایم مقیاس و سلطه اقتصادی دره سیلیکون مشاهده شده است که در آن ارزش‌های عمومی در برابر ارزش‌های بازار شکست خورده‌اند

فصلنامه

نمایه پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

به شکل پنهانی گردآوری شده بودند تمام قابلیت‌های رسانه‌های اجتماعی را به کنترل خود درآورد، به طوری که بسیاری از مفسران خاطرنشان کرده‌اند که روش‌های این شرکت بر حالت‌های عاطفی فریب به منظور اهداف متعصبانه استفاده می‌شود. به جای تعیین اخبار جعلی و اطلاعات گمراه‌کننده دیجیتال به عنوان نقص اجتماعی فنی، این امر نشان می‌دهد که چگونه انگیزه‌های مالی، سیاسی و ایدئولوژیک در یک الگوی کسب و کار درگیری محور آمیخته شده است که بهترین حالت آن را اتان زاگرم (۲۰۱۸) وصف کرده است:

«این یک الگوی تجاری خطرناک و از نظر اجتماعی تباه‌کننده است که کاربران اینترنت را تحت نظارت دائمی قرار می‌دهد و توجه ما را از وظایفی که می‌خواهیم به شکل برخط ارائه دهیم به مردمی معطوف می‌کند که پول پرداخت می‌کنند تا توجه ما را برابیند. این الگو بسیار وحشتناک است و صرفاً به این دلیل بقا می‌یابد که ما روش دیگری را برای حمایت قابل اعتماد از بیشتر محتوا و خدمات اینترنت نیافته‌ایم.»

این گفته، ظهور اخبار جعلی را به کالایی شدن توجه ربط می‌دهد و در این کار نه فقط نظامی اجتماعی فنی را به طور ضمنی می‌پذیرد بلکه بررژیمی ایدئولوژیک اشاره دارد که آکنده از مشکلات گسترده تر سرمایه‌داری دیجیتالی است.

در مواجهه با چنین نقدهایی، اظهارات مجریان فناوری مشابه کنش‌های صیانت از خود است که کاربرد قدرت این شرکت‌ها را مشروعیت می‌بخشد. بازگشت به این توجیحات اصطلاحاتی را آشکار می‌کند که این شرکت‌ها به وسیله آنها با حالت تدافعی خود را به منزله کارگزارانی پاسخگو جلوه می‌دهد که می‌توانند بین فشارهای بازار و تقاضاهای عمومی توازن ایجاد کنند. همان‌طور که گزارش برگن و استون (۲۰۱۷) نشان می‌دهد، مجریان خود مافوق درگیری در تأمل انتقادی قرار ندارند:

«مدیرکل گوگل سوندار پیچای) نیز با مشکل اخبار جعلی و منابع خبری کم‌اعتبار با شیوه‌ای روبه‌رو می‌شود که گوگل معمولاً اجرا نمی‌کند: از طریق اضافه کردن انسان‌های بیشتر... شرکت‌های بزرگ فناوری دیگر نمی‌توانند با ایمان به بشردوستی بنیادی شان قسر در بروند.»

در جای دیگر، رهبران دیگر فناوری نوعی اخلاق مراقبت را برانگیخته‌اند که مرکزیت فناوری‌های آنها را در زندگی عمومی مشروع می‌کند:

«زاگربرگ غالباً به این نقدها اعتنایی نکرده است - به اعتقاد او الگوریتم‌های فیس‌بوک افراد را در مقایسه با حالت‌های دیگر در معرض دیدگاه‌های دیگر قرار می‌دهد - اما او می‌گوید که پس از ملاقات با یک رهبر مذهبی در واکو که به او درباره مشورت با اعضای جماعت او که در طول زمان تعطیلی یک

کارخانه برای استراحت توقف کرده بودند سخن گفته بود، اقدام به بررسی نقش‌گزینش انسانی کرده است. او می‌گوید، «هر اجتماع بزرگی رهبران بزرگی دارد که مسئولیت بهزیستی مردم را به عهده می‌گیرند» (شافکین و فریر، ۲۰۱۷).

این برهه‌ها به شرکت‌های فناوری، مرجعیتی نه چندان قوی همانند نهادهای دولتی و جامعه مدنی می‌دهد. تیکو (۲۰۱۷) این قیاس را آشکارا توضیح داده است: «هرجا که نامزدها می‌خواهند بر شهروندان پیروز شوند تا سیاست‌ها و ایدئولوژی‌های خود را به پیش ببرند، مدیران عامل برای همواره کردن راه برای ایده‌ها و محصولاتشان به قدرت نرم نیاز دارند». این اظهارات نشان می‌دهند که همچنان که پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی قدرت زیرساختی خود را نسبت به سیستم‌های اجتماعی فنی به کار می‌برند، و همچنان که قدرت چیزی کمتر خنثی و طبیعی است، سایر راهبردهای گفتمانی ظاهر می‌شوند تا آن قدرت را هم لطیف و هم اجتناب‌ناپذیر کنند.

اجتماعی‌نمایان این مفصل‌بندی‌های مسئولانه را همراه با نیت‌های خیرخواهانه در راستای معرفی ابزارهای فنی که برای توجه به مشکل اخبار جعلی به کار می‌روند، قرار می‌دهند تا قدرتی را که شرکت‌های فناورانه به کار می‌برند، بیشتر مشروع جلوه دهند. برای نمونه، ابزارهای گزارش‌دهی اجتماعی، برنامه‌های راستی‌آزمایی و ربات‌های اجتماعی برای مواجهه با اخبار جعلی با شکل‌هایی از اطلاعات وجود دارند که از نظر اجتماعی سودمندند. گرچه اظهاراتی همانند گفته‌های زیر از خالق نیستر و سرمایه‌گذار اولیه فیس‌بوک، شون پارکر (۲۰۱۷)، هر نوع نیت مفید را با یک علامت منفی درباره تاریخ شرکتی تضعیف می‌کند:

«(رسانه‌های اجتماعی) یک حلقه بازخورد اعتبار اجتماعی‌اند. دقیقاً چنین چیزی را هکری مانند من می‌تواند پیشنهاد کند، زیرا شما در روان‌شناسی انسان از یک آسیب‌پذیری استفاده می‌کنید. ابداع‌کنندگان و خالقان - این منم، این مارک (زاکریگ) است، آن کوین سیستم‌نرم‌افزار اینستاگرام است، این همه این افراد هستند - آگاهانه این را فهمیدند و ما به هر حال آن را اجرا کردیم».

از نظر پارکر، تمرکز بر دستکاری روان‌شناسی انسان به طور بنیادین از قدرتی که شرکت‌های فناوری دارند و راه‌حلی‌هایی که امکان دارد برای اخبار جعلی عرضه نمایند، مشروعیت‌زدایی می‌کند. بنابراین، ظهور اخبار جعلی در اصل به نگرانی عمومی تبدیل شده است و توجه ما را به وجود کنشگرانی خارج از دره سیلیکون، برای درک و محدودسازی قدرت شرکت فناوری، جلب می‌کند.

ظهور اخبار جعلی در اصل به نگرانی عمومی تبدیل شده است و توجه ما را به وجود کنشگرانی خارج از دره سیلیکون، برای درک و محدودسازی قدرت شرکت فناوری، جلب می‌کند

فصلنامه

نمایه پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

## از مشکل اجتماعی - فنی تا نگرانی عمومی

اگر اخبار جعلی مانند نتیجه‌الگوهای کسب و فناوری درک شوند، در این صورت، قدرت بازاری ظاهری پلتفرم‌ها هر نوع رتوریک را که از نظر اجتماعی مسئول است، به‌عنوان چیزی که در منفعت فردی اقتصادی ریشه دارد، از نو چارچوب‌بندی می‌کند. همان‌طور که زینپ توفکچی (۲۰۱۸) در وایرد نوشته است، فیس‌بوک همانند سایر پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی نمی‌تواند از ایدئال‌هایی مانند «اجتماع» در مواجهه با افزایش اخبار جعلی حفاظت کند، زیرا عامل پیش‌ران فرهنگ سازمانی آن «به‌وسیله ترکیبی از تکانه‌های در خدمت خود است: یعنی انگیزه‌های سود، انگیزه‌های ساختاری که جزء ذاتی الگوی کسب‌وکار شرکت هستند و ایدئولوژی یک‌سویه بینان‌گذاران و برخی از مدیران اجرایی آن». همان‌طور که مفسران و پژوهشگران مشاهده کرده‌اند که همان شرایطی که به ظهور اخبار جعلی منجر شده است عامل برانگیزاننده بازارهای تبلیغاتی هستند، اخبار جعلی به مسئله‌ای تبدیل می‌شود که شرکت‌های فناوری چنان در آن دخیل‌اند که نمی‌توان انتظار حل آن را از آنها داشت (نادلرو و همکاران، ۲۰۱۸).

تشخیص امراض اجتماعی خاص سازوکارهای فنی سودمند است اما برای حساب‌کردن قدرت فرهنگی این شرکت‌ها کافی نیست. کارول کوالادر (۲۰۱۹)، روزنامه‌نگار گاردین معمای بغرنجی را که بیشتر این گفتمان را توصیف می‌کند، تشریح کرده است:

«شاید آنچه این رسوایی در عمل افشا می‌کند، موقعیتی واقعاً شرم‌آور است و مصیبت‌بارتر از آن است که آن را تصدیق کنیم. ما می‌دانیم که از فیس‌بوک برای تخریب انتخاب‌ها در همه جای جهان از جمله کشور ما استفاده شده است. اما در این برهه غریب تاریخی قرار داریم که آن را محقق کرده‌ایم و در حال حاضر قدرتی برای اقدامی نسبت به آن نداریم.»

وقتی مقیاس کامل و پیامد قدرت فناوری پدیدار می‌شود، اظهاراتی از قبیل موارد پیش‌گفته توجه ما را به فقدان نسبی قدرت در میان نهادهای حکومت و جامعه مدنی جلب می‌کند. این تشخیص‌ها سبب شیء‌واره شدن قدرت فناوری به‌عنوان رقیب سایر نهادهای حاکمیتی می‌شود و ظرفیت‌های زیرساختی آنها را به‌منزله دلایلی که آنها باید، دست‌کم، قدرت را به شکل خردمندانه‌تر اعمال کنند، تحکیم می‌کند.

مفسران دیگر خاطرنشان کرده‌اند که اقتصاد رسانه‌های اجتماعی که عامل برانگیزاننده تجاری سازی نفوذ روان‌شناختی بر افراد است، دقیقاً نوعی سیستم است که می‌تواند به شکلی فعالانه به اهداف ضددموکراتیک تمایل پیدا کرده و مداخله

اخبار جعلی به  
مسئله‌ای تبدیل  
می‌شود که  
شرکت‌های فناوری  
چنان در آن دخیل‌اند  
که نمی‌توان انتظار  
حل آن را از آنها  
داشت

فصلنامه

نمایه  
پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

قانون‌گذارانه را الزامی کند. حتی مقاله‌های رسانه‌های دوستدار فناوری مانند تک‌کراچ، دربارهٔ اینکه شرکت‌های فناوری به تنهایی مشکلات ضمنی ناشی از اخبار جعلی را بتوانند به اندازهٔ کافی مورد توجه قرار دهند تردید دارند:

اگر بنشینید و به دامنهٔ کامل اطلاعات گمراه‌کنندهٔ مخرب فکر کنید، در کنار اینکه رسانه‌های اجتماعی به پلتفرم‌های جهانی توزیع تبدیل شده‌اند، مشخص می‌شود که این مشکل به اندازهٔ خود پلتفرم‌ها بزرگ و گسترده خواهد شد. همچنین در آن نقطه به نظر می‌رسد فقط دو راه حل پایدار باشند:

الف) مقرراتی که پیش‌تر دربارهٔ آن صحبت شده است، از جمله تنظیم موتورهای دسته‌بندی‌کنندهٔ محتوای الگوریتمی دارای حقوق انحصاری (ب) تجزیهٔ شرکت‌های بزرگ به طوری که هیچ‌کدام از این پلتفرم‌ها دسترسی و قدرت دستکاری جمعی را نداشته باشند (لوماس، ۲۰۱۸: ۱۰۳-۱۰۰).

چنین اظهاراتی موضوع اخبار جعلی را از الگوی‌های ایدئولوژیکی که قدرت بازار درهٔ سیلیکون را شیء‌واره کرده‌اند جدا می‌کند. همان‌طور که هرمن (۲۰۱۷) نشان داده است، سروکله‌زدن با اخبار جعلی به معنای درگیری مستقیم با ظرفیت‌های زیرساختی پلتفرم‌هاست: «یک مسئلهٔ اجتماعی که به اندازهٔ کافی موفق بوده است... به منزلهٔ قطعه‌ای از زیرساخت تجربه می‌شود. به استثنای اینکه، به جای بازار خود را پیرامون جاده‌های شهر بکشد، فیس‌بوک بازار جدیدی را بر اساس ارتباطات، رسانه‌ها و جامعهٔ مدنی ایجاد می‌کند». گرچه برخی مفسران، طرفدار تنظیم مقررات برای رسانه‌های اجتماعی هستند، هرمن یکی از معدود افرادی است که می‌گوید شرکت‌ها دارای موقعیتی تجاری و زیرساخت شبکه هستند که با فشارهای واقعی‌ای که دولت‌ها می‌توانند اعمال کنند مقابله یا دست‌کم آنها را کمیته می‌کنند:

دولت‌ها به شکلی واقع‌گرایانه دربارهٔ مشکلی مانند فیس‌بوک چه راهکاری می‌توانند ارائه دهند؟ بسیار احتمال دارد که هر رویکردی به تنظیم‌گری فیس‌بوک بیشتر شبیه دیپلماسی به نظر برسد تا هر چیز دیگر؛ جست‌وجوی محتاطانه برای کاهش تنش با نهادی که در نهایت به ایجاد قوانین خودش نائل می‌شود، خواه دولت‌ها آن را دوست داشته باشند خواه نه.

حتی اگر قدرت رسانه‌های اجتماعی را در اصل به منزلهٔ امری زیرساختی درک کنیم، ستیزه با چنین قدرتی همچنان دشوار خواهد بود. فرهاد مانجو (۲۰۱۷) در نیویورک تایمز رویکردی را ارائه می‌کند که رسانه‌های اجتماعی را به منزلهٔ نوعی زیرساخت توصیف می‌کند اما نه در پی راه‌حل‌های دولتی است و نه سیاسی: «این پلتفرم‌ها

را به‌منزله جاده‌ها، راه‌آهن و لوله‌های آب جامعه اطلاعاتی تلقی کنید. بخشی الزاماً گریزناپذیر از زندگی برای هر کسب‌وکار یا شخص عادی». اینگرم (۲۰۱۸) یک گام به جلو می‌رود و یک مثال گویا را در کلمبیا جورنالیزم ریویو ارائه می‌کند: «گوگل، فیس‌بوک و توئیتر شبیه فروشگاه‌های بزرگ هستند که در آن مالک فروشگاه کنترل گفتار هر کسی را که وارد می‌شود در اختیار دارد. اما این فروشگاه‌ها در واقع شامل میلیاردها انسان در سرتاسر کره زمین است». هر دوی این نمونه‌ها نوعی عرف عام را ترکیب بندی می‌کنند و پیامدهای قدرت بازار این شرکت‌ها را به شیوه‌ای تشخیص می‌دهند که از نگرانی‌های فنی و ابزار درباره اخبار جعلی بسیار فراتر می‌رود اما ناگهان از استدلال برای نظارت عمومی معنادار دست می‌کشد.

### اینگرم یک مثال گویا را در کلمبیا

جورنالیزم ریویو  
ارائه می‌کند: «گوگل،  
فیس‌بوک و توئیتر  
شبیه فروشگاه‌های  
بزرگ هستند که در  
آن مالک فروشگاه  
کنترل گفتار هر کسی  
را که وارد می‌شود در  
اختیار دارد. اما این  
فروشگاه‌ها در واقع  
شامل میلیاردها  
انسان در سرتاسر  
کره زمین است»

منتقدان دیگر آشکارا اعلام کرده‌اند که به‌منظور توجه به چالش‌های نظام‌مند که نمونه آن اخبار جعلی است، تنظیم مقررات شاید الزامی باشد. همان‌طور که گریم (۲۰۱۷) مشاهده کرده است، «فیس‌بوک و گوگل به نحوی مؤثر در زندگی معاصر به یک ضرورت تبدیل شده‌اند. در واقع، ممکن است چیزی درباره شبکه اجتماعی برخط یا موتور جست‌وجو وجود داشته باشد که گرایش دارد به انحصار طبیعی تبدیل شود». در اینجا استفاده از انحصار طبیعی مهم است، زیرا سیاست‌گذاری عظیم و تاریخ قانونی را برمی‌انگیزد و دیگران را دعوت می‌کند تا به ارزیابی این موضوع بپردازند که آیا شرکت‌های فناوری از استانداردهای انحصارهای طبیعی دیگری که در اختیار داشته‌اند تبعیت کرده‌اند یا خیر. در بسیاری از موارد، همان‌طور که پاسکال (۲۰۱۸) نوشته است این پاسخ نه خواهد بود، «واقعیت هرروزه محدودیت‌های بودجه عملیاتی، گرچه، همان شرکت‌ها را به سمت آسیب‌های مالکیت غیابی هل می‌دهد». همچنین این کاستی‌ها تنظیم مقررات را توجیه می‌کند:

تنظیم مقررات به سبک سودمندی بدترین قصورهای مالکان غایب را تسکین می‌دهد و نیز بوالهوسی‌های افراد قدرتمند را... آن نوع از حدود کیفیت زیرساخت‌مانند خدمات این شرکت‌ها را تصدیق می‌کند. ما نمی‌خواهیم در جهانی زندگی کنیم که در آن یک شرکت الکتریکی می‌تواند به شکلی بی‌پایان هزینه‌ها را افزایش دهد تا از وابستگی ما به آن بهره‌مند شود. انحصارگرایان دیجیتال باید با موانعی مشابه روبه‌رو شوند.

بر اساس این اصطلاحات، قدرت بازار به‌شدت به‌منزله تهدیدی ذاتی به‌خودی‌خود درک می‌شود و به‌طور مستقیم از انگیزه‌های ضمنی بازار نام می‌برد که در بیشتر گفتمان عامه‌پسند بدهی پنداشته شده‌اند.

اخبار جعلی شاید به نوعی از قصور بازار اشاره کند اما راه گفتمانی گسترده‌تر برای

فصلنامه

نمایه  
پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

۱۱۳

این پرسش که چه کسی برای پاسخ‌گویی درباره آن قصور مرجعیت و مسئولیت دارد، باز است. همان‌طور که هردر (۲۰۱۹) بحث می‌کند، هر راه‌حلی که مسئولیت شرکت‌های فناورانه را با مرجعیت اصلی برای پاسخ تلفیق می‌کند، سبب شیء‌واره شدن «نقش آنها به منزله یک شبه‌حکومت می‌شود و تقاضا برای اداره شدن به شکلی بهتر از این به وسیله الگوهای الگوریتمی آنها و نیروی فکری جهانی ناظران محتوا و واریسی‌کنندگان واقعیت است» (پاراگراف ۲۳). گرچه، تمرکز بر این گفتمان‌های متغیر نیز باید به ما یادآور شود که تشخیص مشکلات ساختاری سبب حل و فصل آنها نمی‌شود، همچنان‌که ویکتور بیکارد (۲۰۱۷) با مثال توضیح داده است: «تقاضای مسئولیت اجتماعی بزرگ‌تراز جانب نهاد‌های رسانه‌ای بزرگ، به‌ویژه فیس‌بوک، یک کلید است... دستور کاری بلندمدت‌تر باید جاه‌طلبانه‌تر باشد. ما باید یک نظام رسانه‌ای را متصور شویم که مرهون قدرت انحصاری و تجاری شدن افراطی نباشد». چنین اظهاراتی نه تنها نظارت دموکراتیک را به‌عنوان یک ایدئال برجسته می‌کنند بلکه قدرت شرکت‌های فناورانه را مانعی بر سر راه آن ایدئال در نظر می‌گیرند و خاطرنشان می‌کنند که مسئولیت اجتماعی شرکتی و خودتنظیم‌گری صنعت، هرکدام به نوبه خود یکی از موانع نظارت دموکراتیک معنادار هستند. چنین بحث‌هایی فضای گفتمانی لازم برای بازیابی نقش منافع عمومی را می‌گشاید، با روشن کردن این موضوع که قدرتی که شرکت‌های فناوری به کار می‌برند می‌تواند به‌واسطه منازعه سیاسی مداوم به چالش کشیده شود.

### نتیجه‌گیری

همچنان‌که با پژوهش و تفسیر درباره اخبار جعلی، اطلاعات نادرست و گمراه‌کننده در سال‌های اخیر ژرف‌تر و دقیق‌تر می‌شوند، قدرت ایدئولوژیک و گفتمانی‌ای که صنایع فناوری به کار می‌برند و نیز مرجعیت زیرساختی‌ای که به آنها اعطا شده است، بیشتر آشکار می‌شود. گرچه امکان دارد در آینده صنعت فناوری در معرض طیفی از موانع فنی، قانونی، هنجاری و اخلاقی قرار گیرد، این پیامدها بدیهی نیستند. سر و کله زدن گفتمانی با قدرت شرکت‌های فناوری، جلب توجه به محدودیت‌های آن و تدوین راهبردهایی برای نوسازی عمومی، همه برای حرکت ورای چشم‌اندازی متمایز از جامعه نئولیبرال که قدرت آن ناشی از فناوری‌های ارتباطی دیجیتال است، ضرورت دارد. از نظر برخی، تغییر مسیری عمده پیش‌چشمان در حال وقوع است، همچنان‌که مفسران و سیاست‌گذاران یک پارادایم آزادی‌خواه شرکتی را که تلاش می‌کند شرکت‌های فناوری را از منازعه گسترده‌تر سیاسی و فرهنگی مصون نگه دارد تحت فشار قرار داده‌اند (بیکارد، ۲۰۱۹).

گفتمان‌هایی که قدرت فناوری را تأیید می‌کنند تا حدی مبتنی بر این فرض پیش‌نگری کرده‌اند که صنعت فناوری بسیار بزرگ با منطقی بارز که مبنای اهمیت آن است ریشه‌دارتر از آن است که بتوان آن را به چالش کشید؛ این موضوع ادعای استوارت هال (۲۰۱۶) را منعکس می‌کند که در آن هژمونی فرهنگی و سیاسی به واسطه توافق به دست نمی‌آید بلکه حاصل تسلیم در برابر اختلاف‌ها نیز است. همان‌طور که مفهوم‌سازی‌های قدرت فناوری در پژوهش‌های اندیشکده‌ها تعریف می‌شود، در ژورنالیسم و تفسیرهای عامه نیز ترکیب می‌شود و در محضر کنگره مورد مناظره و مدافعه قرار می‌گیرد و پرسش‌های دشوار با توانایی سیاست معاصر برای ترکیب‌بندی معنادار چشم‌اندازی که فراگیری ظاهری صنعت فناوری را به چالش بکشد تداوم می‌یابد. اما همان‌طور که این تحلیل نشان داد، ایده‌ها و استدلال‌هایی که از این نهادها نشئت می‌گیرند نیز روش‌هایی را تعریف می‌کنند که در آن قدرت فناوری در نهایت ممکن است در معرض سیاست حاکم قرار بگیرد. بنابراین، بحث‌های گفتمانی با قدرت صنعت بخشی الزامی از مذاکره درباره روابط بین نهادهایی است که حوزه عمومی معاصر را شامل می‌شوند: دولت، رسانه‌ها، جامعه مدنی و حتی صنعت فناوری.

در این مورد، به چالش کشیدن قدرت صنعت فناوری به معنای ترکیب‌بندی الزامات عمومی عقلانی پس از دهه‌ها کارایدئولوژیک است که صنعت فناوری را فراتر از حدود منافعه و منازعه عمومی می‌برد. پژوهشگران و منتقدان به‌طور یکسان وظیفه دارند تا تحقیق کنند شرکت‌های فناوری چگونه توانسته‌اند آنچه را پاسکال (۲۰۱۷) نوعی «حاکمیت کارکردی» بر زندگی عمومی نامیده‌اند اعمال نمایند. با توجه به حوزه‌های همگانی و نظرگاه‌ها که این قدرت در آنجا تولید می‌شود و مورد منازعه قرار می‌گیرد - عطف توجه انتقادی به روش‌های گفتمانی که صنعت فناوری و پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی را طبیعی، مشروع و حتی خوش‌خیم می‌داند - اندیشمندان و مفسران عامه به‌طور یکسان می‌توانند امکان‌ها و تناقض‌های حوزه‌ای گفتمانی را توضیح دهند و ارزیابی کنند که قدرت فناوری در معرض طیف کاملی از ساختارهای بالقوه هنجاری، اخلاقی، سیاسی و قانونی قرار دارد.

## منابع و مأخذ

- Anderson, J & Rainie, L (2017). **The Future of Truth and Misinformation Online**. Washington, DC: Pew Research Center.
- Bakir, V & McStay, A (2018). Fake news and the economy of emotions. **Digital Journalism**. 6 (2):154–175.
- Barbrook, R & Cameron, A (1996). The Californian ideology. **Science as Culture**. 6 (1): 44–72.
- Bell, E & Owen, T (2017). **The Platform Press: How Silicon Valley Reengineered Journalism**. New York: TOW Center for Digital Journalism at Columbia University.
- Benkler, Y; Faris, R & Roberts, H (2018). **Network Propaganda: Manipulation, Disinformation, and Radicalization in American Politics**. New York: Oxford University Press.
- Bennet, WL & Livingston, S (2018). The disinformation order: disruptive communication and the decline of democratic institutions. **European Journal of Communication**. 33(2): 122–139.
- Bergen, M & Stone, B (2017). Everyone is mad at Google and Sundar Pichai has to fix it. **Bloomberg Businessweek**, 19 October. Available at: <https://www.bloomberg.com/news/features/2017-10-19/everyone-s-mad-at-google-and-sundar-pichai-has-to-fix-it> (accessed 28 December 2017).
- Birdle, J (2018). Rise of the machines: has technology risen beyond our control? The Guardian. 15 June. Available at: [https://www.theguardian.com/books/2018/jun/15/rise-of-the-machines-has-technology-evolved-beyond-our-control-CMP=share\\_btn\\_tw](https://www.theguardian.com/books/2018/jun/15/rise-of-the-machines-has-technology-evolved-beyond-our-control-CMP=share_btn_tw) (accessed 25 June 2018).
- Braun, J and Eklund, J (2019). Fake news, real money: ad tech platforms, profit-driven hoaxes, and the business of journalism. **Digital Journalism**, 1: 1–2.
- Brown, W (2015). **Undoing the Demos: Neoliberalism's Stealth Revolution**. New York: ZoneBooks.
- Buchannon, M (2017). Why fake news spreads so fast on Facebook. **Bloomberg View**. 1 September. Available at: <https://www.bloomberg.com/view/articles/2017-08-31/why-fake-news-spreads-so-fast-on-facebook> (accessed 25 June 2018).
- Burchell, G (1991). Peculiar interests: civil society and governing 'the system of natural

- liberty'. In: Burchell, G, Gordon, C and Miller, P (eds). **The Foucault Effect: Studies in Governmentality**. Chicago, IL: University of Chicago Press, pp. 119–150.
- Cadwalladr, C (2019). Cambridge Analytica a year on: a lesson in 'institutional failure'. **The Guardian**, 17 March. Available at: <https://www.theguardian.com/uk-news/2019/mar/17/cambridge-analytica-year-on-lesson-in-institutional-failure-christopher-wylie> (accessed 17 March 2019).
- Caplan, R; Hanson, R & Donovan, J (2018). **Dead Reckoning: Navigating Content Moderation After Fake News**. New York: Data & Society.
- Carlson, M (2018). Fake news as an informational moral panic: the symbolic deviancy of socialmedia during the 2016 US presidential election. **Information, Communication, and Society**. Epub ahead of print 1 August 2018. DOI: 10.1080/1369118X.2018.1505934.
- Chachra, D (2017). Twitter's harassment problem is baked into its design. **The Atlantic**, 18 October. Available at: <https://www.theatlantic.com/technology/archive/2017/10/twitters-harassmentproblem-is-baked-into-its-design/542952/> (accessed 25 June 2018).
- Chafkin, M & Frier, S (2017). Mark Zuckerberg's fake news problem isn't going away. **Bloomberg Businessweek**, 21 September. Available at: <https://www.bloomberg.com/news/features/2017-09-21/mark-zuckerberg-s-political-awakening> (accessed 25 June 2018).
- Chen, A (2017). The fake news fallacy. **New Yorker**, 4 September. Available at: <https://www.newyorker.com/magazine/2017/09/04/the-fake-news-fallacy> (accessed 25 June 2018).
- Dent, C (2008). 'Journalists are confessors of the public' says one Foucaultian. **Journalism**. 9(2):200–219.
- Eubanks, V (2018). **Automating Inequality: How High-Technology Tools Profile, Police, and Punish the Poor**. New York: St. Martin's Press.
- Farkas, J & Schou, J (2018). Fake news as a floating signifier: hegemony, antagonisms, and the politics of falsehood. **Javnost: The Public**. 25(3):298–314.
- Foucault, M (1976). **The History of Sexuality**, Vol. 1 (trans. A Sheridan Smith). New York: Vintage.

- (1991). Politics and the study of discourse. In: Burchell, G; Gordon, C & Miller, P (eds). **The Foucault Effect: Studies in Governmentality**. Chicago, IL: University of Chicago Press, pp. 53–72.
- Fraser, N (1989). Rethinking the public sphere: a contribution to the critique of actually existing democracy. **Social Text**. 25 (6): 56–80.
- Fuchs, C (2014). Social media and the public sphere. **Triple C**. 12(1): 57–101.
- Gandy, O Jr & Nemorin, S (2019). Toward a political economy of nudge: smart city variations. **Information, Communication, & Society**. 22: 2112–2126.
- Gillespie, T (2010). The politics of platforms. **New Media & Society**. 12(3): 347–364.
- (2018). **Custodians of the Internet: Platforms, Content Moderation, and the Hidden Decisions That Shape Social Media**. New Haven, CT: Yale University Press.
- Grim, R (2017). Steve Bannon wants Facebook and Google regulated like utilities. **The Intercept**, 27 July. Available at: <https://theintercept.com/2017/07/27/steve-bannon-wants-facebook-and-google-regulated-like-utilities/> (accessed 25 June 2018).
- Habermas, J (1962). **The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into Bourgeois Society** (trans. T Burger). Malden, MA: Polity Press.
- Hall, S (2016). **Cultural Studies: 1983**. Durham, NC: Duke University Press.
- Herder, J (2019), The power of platforms: how biopolitical companies threaten democracy. Public Seminar, 25 January. Available at: <http://www.publicseminar.org/2019/01/the-power-of-platforms/> (accessed 26 January 2019).
- Herrman, J (2016). Fixation on fake news overshadows waning trust in real reporting. **The New York Times**, 18 November. Available at: <https://www.nytimes.com/2016/11/19/business/media/exposing-fake-news-eroding-trust-in-real-reporting.html> (accessed 25 June 2018).
- (2017). What if platforms like Facebook are too big to regulate?. **The New York Times**, 4 October. Available at: <https://www.nytimes.com/2017/10/04/magazine/what-if-platforms-like-facebook-are-too-big-to-regulate.html> (accessed 25 June 2018).
- Ingram, M (2018). This is what happens when speech gets outsourced to Twitter and Facebook. **Columbia Journalism Review**, 21 June. Available at: <https://www.cjr.org/2018/06/this-is-what-happens-when-speech-gets-outsourced-to-twitter-and-facebook.php>

- cjr.org/the\_new\_gatekeepers/facebook-twitter-publishers-blocking.php (accessed 25 June 2018).
- Jack, C (2017). **Lexicon of Lies: Terms for Problematic Information**. New York: Data & Society.
- Jamison, KH (2018). **Cyberwar: How Russian Hackers and Trolls Helped Elect a President**. New York: Oxford University Press.
- Kenney, M & Von Burg, U (2000). **Institutions and economies: creating Silicon Valley**. In: Kenney, M (ed.) *Understanding Silicon Valley: The Anatomy of an Entrepreneurial Region*. Palo Alto: Stanford University Press, pp. 218–240.
- Kreiss, D & McGregor, S (2018). Technology firms shape political communication: the work of Microsoft, Facebook, Twitter, and Google with campaigns during the 2016 election cycle. **Political Communication**. 35(2): 155–177.
- Lomas, N (2018). Fake news is an existential crisis for social media. **TechCrunch**, 18 February. Available at: <https://techcrunch.com/2018/02/18/fake-news-is-an-existential-crisis-for-social-media/> (accessed 1 July 2018).
- McChesney, R (2007). **Communication Revolution: Critical Junctures and the Future of Media**. New York: The New Press.
- Manjoo, F (2017). How 2017 became a turning point for technology giants. **The New York Times**, 13 December. Available at: <https://www.nytimes.com/2017/12/13/technology/tech-companiessocial-responsibility.html> (accessed 25 June 2018).
- Marwick, A (2017). Silicon Valley and the social media industry. In: Burgess J, Marwick A and Poell T (eds), **The Sage Handbook of Social Media**. Thousand Oaks, CA: Sage, pp. 314–329.
- Marwick, A (2018). Why do people share fake news? A sociotechnical model of media effects. **Georgetown Law Technology Review**. 2: 474–512.
- Marwick, A & Lewis, R (2017), **Media Manipulation and Disinformation Online**. New York: Data & Society.
- Nadler, A & McGuigan, L (2018). An impulse to exploit: the behavioral turn in data-driven marketing. **Critical Studies in Media Communication**. 35(2): 151–165.
- Nadler, A; Crain, M and Donovan, J (2018). **Weaponing the Digital Influence Machine: The Political Perils of Online Ad Tech**. New York: Data and Society.
- Napoli, P & Caplan, R (2017). Why media companies insist they're not media companies,

- whythey're wrong, and why it matters. *First Monday* 22(5): 0466. Available at: <https://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/7051/6124> (accessed 5 March 2019).
- Noble, S (2018). **Algorithms of Oppression: How Search Engines Reinforce Racism**. New York:New York University Press.
- O'Neil, C (2016). **Weapons of Math Destruction: How Big Data Increases Inequality and Threatens Democracy**. New York: Penguin Books.
- Papacharissi, Z (2009). The virtual sphere 2.0: the internet, the public sphere, and beyond. In: Chadwick, A and Howard, PN (eds). **The Routledge Handbook of Internet Politics**. New York:Routledge, pp. 230–245.
- Parker, S (2017). Facebook was designed to exploit human 'vulnerability'. *Axios*, 9 November. Available at: <https://www.axios.com/sean-parker-facebook-was-designed-to-exploit-human-vulnerability-1513306782-6d18fa32-5438-4e60-af71-13d126b58e41.html> (accessed 25 June 2018).
- Pasquale, F (2007). Technology, completion, and values. *Minnesota Journal of Law, Science, and Technology*. 8(2): 607–622.
- Pasquale, F (2015). **Black Box Society: The Secret Algorithms the Control Money and Information**. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- (2017). From territorial to functional sovereignty: the case of Amazon. **Law and Political Economy Blog**. 6 December. Available at: <https://lpeblog.org/2017/12/06/from-territorial-to-functional-sovereignty-the-case-of-amazon/> (accessed 5 March 2019).
- (2018). Technology platforms and the knowledge problem. **American Affairs**. 2(2):3–16.
- Phillips, W (2018). **The Oxygen of Amplification**. New York: Data and Society.
- Pickard, V (2017). The big picture: the misinformation society. **Public Books**, 28 November. Available at: <http://www.publicbooks.org/the-big-picture-misinformation-society/> (accessed 25 June 2018).
- Pickard, V (2019). **Democracy without Journalism? Confronting the Misinformation Society**. New York: Oxford University Press.
- Rosenberg, M; Confesorre, N & Cadwalldr. C (2018), How Trump consultants exploited the Facebook data of millions. **The New York Times**, 17 March. Available at:

- <https://www.nytimes.com/2018/03/17/us/politics/cambridge-analytica-trump-campaign.html> (accessed 25 June 2018).
- Schmidt, V (2008). Discursive institutionalism: the explanatory power of ideas and discourse. **Annual Review of Political Science**, 11 (2): 303–326.
- (2011). Speaking of change: why discourse is key to the dynamics of policy transformation. **Critical Policy Studies**, 5 (2): 106–126.
- Schnellenbach, J (2012). Nudges and norms: on the political economy of soft paternalism. **European Journal of Political Economy**, 28 (2): 266–277.
- Schulte, S (2013). **Cached: The Internet in Global Popular Culture**. New York: New York University Press.
- Slack, JD (1984). The information revolution as ideology. **Media, Culture & Society**, 6 (3): 247–256.
- Striphas, T (2015). Algorithmic culture. **European Journal of Cultural Studies**, 18 (4): 395–412.
- Tandoc, E; Wei Lim, Z & Ling, R (2018). Defining ‘fake news’: a typology of scholarly definitions. **Digital Journalism**, 6 (2): 137–153.
- Tarnoff, D & Weigel, M (2018). Why Silicon Valley can’t fix itself. **The Guardian**, 3 March. Available at: [https://www.theguardian.com/news/2018/may/03/why-silicon-valley-cant-fixitself-tech-humanism?CMP=share\\_btn\\_tw](https://www.theguardian.com/news/2018/may/03/why-silicon-valley-cant-fixitself-tech-humanism?CMP=share_btn_tw) (accessed 25 June 2018).
- Tiku, N (2017). Mark Zuckerberg’s makeover is a political campaign without the politics. **Buzzfeed News**, 16 April. Available at: [https://www.buzzfeed.com/nitashatiku/how-mark-zuckerbergis-writing-the-playbook-for-the-modern?utm\\_term=.evG4XP5Lj#.meDR5PKz7](https://www.buzzfeed.com/nitashatiku/how-mark-zuckerbergis-writing-the-playbook-for-the-modern?utm_term=.evG4XP5Lj#.meDR5PKz7) (accessed 25 June 2018).
- Tufecki, Z (2018). Why Zuckerberg’s 14-year apology tour hasn’t fixed Facebook. **Wired**, 6 April. Available at: <https://www.wired.com/story/why-zuckerberg-15-year-apology-tour-hasntfixed-facebook/> (accessed 25 June 2018).
- Turner F (2006) *From Counterculture to Cyberculture: Stewart Brand, the Whole Earth Network, and the Rise of Digital Utopianism*. Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Ungar, S (2001). Moral panic versus the risk society: the implications of the changing sites

- of social anxiety. **British Journal of Sociology**. 52(2):271–291.
- Vaidhyathan, S (2011). *The Googlization of Everything (And Why We Should Worry)*. Berkley, CA: University of California Press.
- Vaidhyathan, S (2018). **Antisocial Media: How Facebook Disconnects Us and Undermines Democracy**. New York: Oxford University Press.
- Van Dijck, J (2013). **The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media**. New York: Oxford University Press.
- (1993a). **Elite Discourse and Racism**. London: Sage.
- (1993b). Principles of critical discourse analysis. **Discourse and Society**. 4(2):249–283.
- Waisbord, S (2018). Truth is what happens to the news: on journalism, fake news, and post-truth. **Journalism Studies**. 19(13):1866–1878.
- Wardle, C and Derakhshan, H (2017). *Information Disorder: Toward and Interdisciplinary Framework for Research and Policy Making*. Strasbourg: Council of Europe. Available at: <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research/168076277c> (accessed 25 June 2018).
- Wu, T (2016). **The Attention Merchants: The Epic Scramble to Get inside Our Head**. New York: Vintage.
- Zuckerberg, M (2018). Hearing before the United States house of representatives committee on energy and commerce. 11 April. <https://www.documentcloud.org/documents/4434050-Mark-Zuckerberg-s-testimony.html> (accessed 12 January 2019).
- Zuckerman, E (2018). This is so much bigger than Facebook. **The Atlantic**, 23 March. Available at: <https://www.theatlantic.com/technology/archive/2018/03/data-misuse-bigger-than-facebook/556310/> (accessed 25 June 2018).

## نقش در حال تغییر کتابخانه‌ها: چطور مددکاران اجتماعی می‌توانند کمک کنند؟

• الیزابت ای. والر<sup>۱</sup>، ماری ای. پروونس<sup>۲</sup>، جان هلینگ<sup>۳</sup>، و مایکل ای. ویلیامز<sup>۴</sup>  
• مترجم: زینب صفوی<sup>۵</sup>

### چکیده

در ایالات متحده، روزانه تعداد زیادی از مردم از کتابخانه‌های عمومی بازدید می‌کنند که دارای نیازهای تأمین نشده روانی-اجتماعی شامل فقر، بی‌خانمانی، مشکلات مهاجرت، سلامتی روانی، سوء مصرف مواد مخدر و مشکلات سلامتی هستند. این در حالی است که برخی کتابخانه‌ها شروع به استخدام یا همکاری با افرادی کرده‌اند که می‌توانند به مراجعان خدمات اجتماعی ارائه دهند. در کتابخانه‌ها، کارمندی که در این زمینه آموزش ندیده‌اند یا شناختی از منابع ندارند، با بحران‌های روانی-اجتماعی مراجعان خود مواجه می‌شوند. محققان با مطالعات گوناگون جنبه‌های مختلف این مسئله را بررسی کرده‌اند. با این حال هیچ‌کدام به این مسئله پرداخته‌اند که کارکنان کتابخانه چه درکی از نقششان در زمینه نیازهای روانی-اجتماعی مراجعان، مسئولیت کتابخانه در پاسخ‌گویی به نیازهای روانی-اجتماعی، و سیاست و توصیه‌های لازم برای برنامه‌ریزی دارند؟ این مطالعه به بررسی این موضوع پرداخته و نتایج ارزیابی نیازها از یک سیستم بزرگ کتابخانه عمومی کلان‌شهری را ارائه می‌کند. در این پژوهش، توصیه‌هایی در مورد اینکه چگونه مددکاران اجتماعی می‌توانند به کتابخانه‌ها کمک کنند تا به نیازهای روانی-اجتماعی مراجعان پاسخ دهند، ارائه شده است.

**واژگان کلیدی:** کتابخانه‌های عمومی، مددکاران اجتماعی، بی‌خانمانی، فقر، نیازهای روانی-اجتماعی

فصلنامه

نمایه  
پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

۱۲۳

1. Elizabeth A. Wahler

2. Mary A. Provence

3. John Helling

4. Michael A. Williams

۵. دانشجوی دکترای علم اطلاعات و دانش‌شناسی دانشگاه الزهرا (safavi2009@gmail.com)

مددکاران اجتماعی و کتابداران از دیرباز در خدمت به مردم هدفی مشترک داشته‌اند. از یک قرن و نیم پیش، هر حرفه‌ای برای انطباق با تغییرات اقتصادی و اجتماعی تغییر کرده است. در طول عصر طلایی اواخر قرن نوزدهم، هنگامی که مراجعان بیکار یا افراد بی‌خانمان، اتاق‌های مطالعه کتابخانه را پر کردند، هر دوی این حرفه‌های در حال ظهور، بر روحیه این افراد مستمند تأثیر گذاشتند، چون گمان می‌کردند که فقر، ناشی از تنبلی و روحیه ضعیف است تا تغییرات وسیع اجتماعی و اقتصادی ناشی از صنعتی شدن و شهرنشینی (باوسمن<sup>۱</sup>، ۲۰۱۶؛ گریسون<sup>۲</sup>، ۲۰۰۳؛ مک‌کروسن<sup>۳</sup>، ۲۰۰۶). در این دوره زمانی، جین آدامز<sup>۴</sup> ارزش کتابخانه‌های عمومی را با بناکردن کتابخانه‌ای در هال هوس (دانشگاه مشترک‌المنافع ویرجینیا)<sup>۵</sup> نشان داد. زمانی که آدامز و همکارانش طرفدار اصلاحات اجتماعی برای سودبخشی به طبقات ضعیف و مهاجر بودند، کتابداران هم در نقششان تجدیدنظر کرده و درها را برای جلسات و رویدادهای عمومی باز کردند، به این صورت که برخی از کتابداران، دیدارهای دوستانه با خانواده‌ها ترتیب می‌دادند و به کارگران کارخانه‌ها کمک می‌کردند (باوسمن، ۲۰۱۶؛ بوستویک<sup>۶</sup>، ۱۹۱۹؛ گریسون، ۲۰۰۳؛ دانشگاه مشترک‌المنافع ویرجینیا، ولمن<sup>۷</sup>، ۱۹۱۵). هنگام رکود بزرگ دهه ۱۹۳۰، نه تنها کتابخانه‌ها سرگرمی رایگان عرضه می‌کردند، بلکه برنامه‌هایی نوآورانه نیز ابداع کردند که به مردم کمک می‌کرد به خدمات متصل شوند، شغل پیدا کنند و دوباره آموزش ببینند (جاگر<sup>۸</sup> و همکاران، ۲۰۱۴).

چند دهه بعد، کتابخانه‌های عمومی شروع به ایجاد هماهنگی با نیازهای در حال تغییر مراجعان خود کردند. پیروسه نهادینه‌سازی که از دهه ۱۹۶۰ شروع شد و برای چندین دهه ادامه پیدا کرد، حضور افراد بی‌خانمان یا دچار بیماری‌های روانی را در کتابخانه افزایش داد (کارت<sup>۹</sup>، ۱۹۹۲؛ توری، اسپوزیتو و گلر<sup>۱۰</sup>، ۲۰۰۹). در اولین دهه قرن بیست و یکم، رکود بزرگ، چالش‌های جدیدی شامل فقر، مناطق فقیر، نبود بهداشت، مهاجرت و فاجعه طبیعی را پیش روی کتابخانه قرار داد (جاگر و همکاران، ۲۰۱۴). به دلیل نیازهای روانی اجتماعی مراجعان، نقش‌های کتابداران دچار تغییر قابل توجهی شد. در حالی که برخی کتابداران از این تغییر استقبال نمودند، بقیه

هنگام رکود بزرگ دهه ۱۹۳۰، نه تنها کتابخانه‌ها سرگرمی رایگان عرضه می‌کردند، بلکه برنامه‌هایی نوآورانه نیز ابداع کردند که به مردم کمک می‌کرد به خدمات اجتماعی متصل شوند، شغل پیدا کنند و دوباره آموزش ببینند

1. Bausman
2. Garrison
3. McCrossen
4. Jane Addams
5. Hull House (Virginia Commonwealth University, n.d.)
6. Bostwick
7. Wellman
8. Jaeger
9. Cart
10. Torrey, Esposito, and Geller

از آن اجتناب کردند (آیرس<sup>۱</sup>، ۲۰۰۶؛ کرونین<sup>۲</sup>، ۲۰۰۲؛ هرزبرگر<sup>۳</sup>، ۲۰۰۵). طبق نظر کارت (۱۹۹۲)، در اوایل دهه ۱۹۹۰، کتابداران در حال تبدیل شدن به «روان‌درمانگران واقعی، محافظان امنیتی، والدین جانشین و وکیل مدافع» بودند. در سال ۲۰۰۸، کاتکارت<sup>۴</sup> به «مرز مبهم» میان نقش کتابدار و مددکار اجتماعی اشاره کرد و کتابداران را به عنوان «مددکاران اجتماعی واقعی» و کتابخانه‌ها را به عنوان «پناهگاه‌های واقعی» توصیف کرد. سه عامل این مرز مبهم بین حرفه‌ها را به وجود آورد: دولت الکترونیکی (مراجعاتی که نیاز به کمک برای دریافت منافع دولتی داشتند)، توسعه سیستم اطلاعات<sup>۵</sup> (با برخی کتابخانه‌ها که به عنوان مراکز تماس عمل می‌کردند)، و حضور مراجعاتی که بی‌خانمان بوده یا دچار بیماری روانی بوده‌اند (کاتکارت، ۲۰۰۸).

در سال ۲۰۰۹، کتابخانه عمومی سانفرانسیسکو، اولین کتابخانه در سطح کشور بود که یک کارمند تمام‌وقت و یک مشاور (درمانگر) ازدواج و خانواده‌داری مجوز استخدام کرد تا به افراد بی‌خانمان خدمت‌رسانی کنند

محققان افزایش مراجعات با نیازهای روانی اجتماعی در کتابخانه‌های عمومی را بررسی کرده‌اند. در یک مطالعه ملی در سال ۲۰۰۹ در بین کتابداران عمومی (n=۱۱۵، از ۳۱ ایالت)، ۶۱ درصد گزارش دادند که مراجعاتی با بیماری‌های جدی روانی منابع و زمان زیادی از کارکنان را به خود اختصاص می‌دهند (توری و همکاران، ۲۰۰۹). همین مطالعه برخی از مسائل گزارش‌شده کتابخانه‌ها شامل حمله به کارکنان از سوی مراجعات، ایجاد مزاحمت مراجعات مبتلا به بیماری‌های روانی برای دیگر مراجعات، و رفتارهایی که منجر به تماس با پلیس برای رسیدگی فوری می‌شود را نشان می‌دهد (توری و همکاران، ۲۰۰۹). بیشتر کارکنان کتابخانه‌ها، آموزشی برای ارزیابی یا مداخله در مشکلات پیچیده روانی اجتماعی ندارند (اندرسون، سیمپسون، و فیشر<sup>۶</sup>، ۲۰۱۲). بنابراین همکاری با مددکاران اجتماعی یا دیگر متخصصانی که در این زمینه تمرین و آموزش دیده‌اند می‌تواند مفید باشد.

در پاسخ به نیازهای در حال تغییر مراجعات و جوامع، کتابخانه‌ها به ایجاد روش‌هایی برای پاسخ به نیازهای مختلف روانی اجتماعی آنها شامل بیماری روانی، بی‌خانمانی، و مشکلات سلامت جسمی ادامه می‌دهند. در سال ۲۰۰۹، کتابخانه عمومی سانفرانسیسکو، اولین کتابخانه در سطح کشور بود که یک کارمند تمام‌وقت و یک مشاور (درمانگر) ازدواج و خانواده‌داری مجوز استخدام کرد تا به افراد بی‌خانمان خدمت‌رسانی کنند (فراگا<sup>۷</sup>، ۲۰۱۶؛ پروونس<sup>۸</sup>، ۲۰۱۸؛ ترینین‌بلنک<sup>۹</sup>، ۲۰۱۴). ابتکار

1. Ayers
2. Cronin
3. Hersberger
4. Cathcart
5. 211 information system
6. Anderson, Simpson, and Fisher
7. Fraga
8. Provence
9. Trainin Blank

حضور بی‌خانمان‌ها در کتابخانه عمومی دالاس<sup>۱</sup>، کتابخانه عمومی فورسیث کانتی<sup>۲</sup> در وینستون سالم<sup>۳</sup>، کارولینای شمالی، و کتابخانه کینگ<sup>۴</sup> در سن خوزه<sup>۵</sup>، کالیفرنیا، به مراجعان بی‌خانمان خدمات اجتماعی عرضه می‌کنند (کتابخانه عمومی دالاس؛ اسکینر<sup>۶</sup>، ۲۰۱۶؛ کتابخانه عمومی سن خوزه). کتابخانه عمومی مرکزی ایندیانا پولیس<sup>۷</sup> یک اتاق ذخیره موجودی دارد که کارمندان کتابخانه می‌توانند تنقلات، وسایل بهداشتی و وسایل گرم مورد نیاز را به مراجعان بی‌خانمان بدهند (پروونس، ۲۰۱۸). کتابخانه پیماکانتری<sup>۸</sup> (آریزونا)<sup>۹</sup> با بخش بهداشت محلی خود برای خدمات پرستاری بهداشت عمومی و مدیریت وضعیت به مراجعان همکاری می‌کند (کتابخانه عمومی پیما). کتابخانه رایگان فیلادلفیا و دانشگاه پنسیلوانیا با هم همکاری می‌کنند تا یک مرکز سلامت و تفریح (سرگرمی) را در مرکز سلامتی و سوادآموزی جامعه فیلادلفیای جنوبی فراهم کنند (مورگان<sup>۱۰</sup> و همکاران، ۲۰۱۶). طبق نوشته وبسایت Whole Person Librarianship (<https://wholepersonlibrarianship.com/>)، سی کتابخانه عمومی امریکا مددکاران اجتماعی تمام‌وقت یا نیمه‌وقت دارند (زتروال<sup>۱۱</sup>، ۲۰۱۹). علاوه بر آن، گزارش شده که حداقل ۴۹ کتابخانه عمومی در سطح کشور با برنامه‌های آموزشی مددکاری اجتماعی همکاری دارند. بنابراین دانشجویان مددکاری اجتماعی می‌توانند موقعیت‌های عملی را در کتابخانه تجربه کرده و به رفع نیازهای روانی اجتماعی مراجعان کمک کنند (زتروال، ۲۰۱۹).

برخلاف تعداد فزاینده کتابخانه‌هایی که در حال افزایش خدمات برای افراد بی‌خانمان یا با نیازهای روانی اجتماعی هستند، مطالعات در مورد دیدگاه کارکنان کتابخانه‌ها درباره این مراجعان هم از لحاظ کمی اندک بوده و هم تمرکز کافی نداشته‌اند. برخی مطالعات دیدگاه‌های کارکنان کتابخانه را در مورد مراجعان فقیر یا بی‌خانمان بررسی کرده‌اند (الکساندر<sup>۱۲</sup>، ۲۰۰۸؛ اندرسون و همکاران، ۲۰۱۲؛ داود<sup>۱۳</sup>،

کتابخانه عمومی  
مرکزی ایندیانا  
پولیس یک اتاق  
ذخیره موجودی  
دارد که کارمندان  
کتابخانه می‌توانند  
تنقلات، وسایل  
بهداشتی و وسایل  
گرم مورد نیاز را به  
مراجعان بی‌خانمان  
بدهند

1. Dallas Public Library
2. Forsythe County Public Library
3. Winston-Salem
4. King Library
5. San Jose
6. Skinner
7. The Indianapolis Central Public Library
8. The Pima County Library
9. Arizona
10. Morgan
11. Zettervall
12. Alexander
13. Dowd

۱۹۹۶؛ گیسکس<sup>۱</sup>، ۲۰۰۹؛ گیسلر<sup>۲</sup>، ۲۰۱۷). افراد دیگری روی دیدگاه‌های کارکنان در مورد مراجعانی با بیماری روانی یا بی‌خانمان تمرکز کرده‌اند (پرسلی<sup>۳</sup>، ۲۰۱۷؛ توری و همکاران، ۲۰۰۹). از روش‌های تحقیق مشارکتی مبتنی بر جامعه (CBPR)<sup>۴</sup> در مطالعه‌ای که روی کتابخانه‌های رایگان فیلادلفیا انجام شد، استفاده کردند تا بررسی شود که تطابق برنامه‌ریزی کتابخانه با شاخص‌های اجتماعی سلامتی چگونه بوده است (مورگان و همکاران، ۲۰۱۶). ترنو و گوریچاناز<sup>۵</sup> (۲۰۱۸) اهمیت ارتباطات شفاهی و مشارکت‌های اجتماعی را در پاسخ به نیازهای اطلاعاتی افراد فقیر شهرنشین بررسی کردند. در حالی که هر یک از این مطالعات سهم مهمی در فهمیدن دیدگاه‌های کارکنان کتابخانه‌ها در زمینه نیازهای روانی اجتماعی بخصوص دارند، اما هیچ‌کدام ارزیابی جامع نیازها از یک سیستم بزرگ کتابخانه‌ای - که طیف گسترده‌ای از نیازهای روانی اجتماعی مراجعان را بررسی کند - ارائه نمی‌دهد. پرداختن به این خلأ برای به‌دست‌آوردن تصویری بهتر از نیازهای مددجویانی که کارکنان کتابخانه به آنها توجه نشان می‌دهند و همچنین توسعه راهکارهایی برای کمک به کتابخانه‌ها در رفع نیازهای بالقوه پیچیده و متنوع مراجعان، ضروری است. این مطالعه آن خلأ در متون نوشتاری را پر می‌کند و در مورد اینکه چگونه فعالیت اجتماعی می‌تواند به کتابخانه‌های عمومی در پاسخ به نیازهای مراجعانشان کمک کند توصیه‌های ویژه‌ای ارائه دهد.

### روش:

ارزیابی اکتشافی نیازهای سیستم کتابخانه‌های ایندیانا پولیس از سوی دانشکده مددکاری اجتماعی دانشگاه ایندیانا در سال ۲۰۱۸ صورت گرفت. این یک سیستم کتابخانه‌ای بزرگ است که در منطقه کلان‌شهریک ایالت نیمه‌غربی قرار گرفته است. پس از آنکه کتابخانه به دلیل مشاهده نیازهای روانی اجتماعی در حال افزایش مراجعان، تلاش برای پاسخ به این نیازها، و درخواستش برای واحد عملی مددکاری اجتماعی، درخواست یک مددکار اجتماعی / مشارکت کتابخانه‌ای را داد، ارزیابی نیاز از سوی دانشکده مددکاری اجتماعی توصیه شد. ارزیابی نیازها به عنوان گام نخست در بررسی مشاهدات و دیدگاه‌های کارکنان کتابخانه از نیازهای روانی اجتماعی مراجعان، نقش کتابخانه در پاسخ به آن نیازها، و ایده‌های کارکنان در مورد اینکه

1. Gieskes
2. Giesler
3. Pressley
4. Community-based participatory research (CBPR)
5. Gorichanaz

چگونه این کتابخانه می‌تواند نیازهای مشتریان را بهتر برآورده سازد، توصیه شد. در نهایت، هدف این ارزیابی نیازهای اکتشافی، تأمین داده‌ها و راهنمایی برای مددکاری اجتماعی/مشارکت کتابخانه‌ای بود.

برای ارزیابی نیازها، کارکنان از همهٔ ۲۴ شعبهٔ کتابخانه دعوت به مشارکت در یک نظرسنجی آنلاین شدند که از سوی دانشکدهٔ مددکاری اجتماعی با راهنمایی مدیریت کتابخانه برگزار شد. دعوت به مشارکت تاز سوی مدیر کتابخانه‌ها به ایمیل هریک از کارکنان فرستاده شد - همراه با یک ایمیل یادآوری کننده در ۱۱ روز بعد. نظرسنجی برای ۳۴ روز باز گذاشته شد. کارکنان به صورت ناشناس پاسخ دادند و تنها پژوهشگران مددکاری اجتماعی به اطلاعات خام دسترسی داشتند تا محرمانگی درون سیستم کتابخانه حفظ شود. هیئت بررسی نهادی دانشگاه ایندیانا مراحل بررسی را ارزیابی کردند.

در این تحقیق اطلاعات دموگرافیک (جمعیتی) و همچنین اطلاعات کمی و کیفی در مورد دیدگاه کارکنان از نیازهای مراجعان و همچنین مسئولیت کتابخانه برای پاسخ به آن نیازها جمع‌آوری شده است. چون این یک مطالعهٔ اکتشافی بود سوالات در مورد نیازهای تأمین نشدهٔ مراجعان به صورت پایان باز باقی ماند تا به شرکت‌کنندگان اجازه داده شود دیدگاه‌هایشان را بیان کنند. از شرکت‌کنندگان پرسیده شد: «شما فکر می‌کنید که بزرگ‌ترین نیاز تأمین نشدهٔ مراجعان کتابخانه شما چیست (یعنی مشکل مسکن، مشکلات روانی، مشکلات سوء مصرف مواد مخدر، مشکلات مالی، نیازهای بهداشتی)؟ می‌توانید بیش از یک گزینه را انتخاب کنید.» تحلیل محتوای پاسخ‌های کیفی را دو پژوهشگر از دانشکدهٔ مددکاری اجتماعی برای تشخیص حوزهٔ اصلی نیاز بیان شدهٔ هر شرکت‌کننده برعهده گرفتند. هر دو پژوهشگر پاسخ‌ها را به طور جداگانه خواندند و حوزه‌های اصلی نیاز شرکت‌کنندگان را فهرست کردند، سپس آنها را کدگذاری، و در خصوص موارد اختلافات بحث کردند تا به دربارهٔ آنها توافق رسیدند. بعد از آن، بسامد (فراوانی)های هریک از حوزه‌های مورد نیاز را محاسبه کردند.

از شرکت‌کنندگان خواسته شد تا به یک‌سری سوالات در مورد توانایی و مسئولیت‌پذیری کتابخانه در پاسخ به نیازهای روانی اجتماعی مراجعان از ۱ تا ۵ نمره دهند. با این تفسیر که عدد ۱ نشان می‌دهد کتابخانه هیچ مسئولیتی در تأمین اطلاعات و منابع ندارد، و عدد ۵ نشان‌دهندهٔ آن است که کتابخانه مسئولیت زیادی دارد. سپس میانگین و انحراف استاندارد با استفاده از نسخهٔ ۲۵٫۰ نرم‌افزار SPSS محاسبه شدند.

فصلنامه

نمایه  
پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

۱۲۸

جدول ۱. اطلاعات جمعیت شناختی پاسخ‌دهندگان کارکنان کتابخانه

میانگین	تعداد (درصد)	طبقه‌بندی جمعیتی
		نژاد
	۱۴۰ (۷۳/۳)	سفیدپوست
	۱۸ (۹/۴)	سیاه‌پوست
	۳ (۱/۶)	لاتین
	۸ (۴/۲)	سایر
۴۶/۲۱		سن
		جنسیت
	۱۴۸ (۷۷/۵)	زن
	۳۸ (۱۹/۹)	مرد
	۱ (۰/۵)	سایر
		بالاترین سطح تحصیلات
	۲ (۱،۰)	کمتر از دبیرستان
	۱۳ (۶/۸)	دیپلم دبیرستان
	۳۱ (۱۶/۲)	مقداری تحصیلات دانشگاه
	۵۱ (۲۶/۶)	مدرک کارشناسی
	۹۲ (۴۸،۲)	مدرک کارشناسی ارشد
۱۳۷/۶۴		مدت استخدام
		عنوان شغل
	۱۷ (۸/۹)	اجرایی / دفتری
	۱۳ (۶/۸)	کتابدار / کارمند جوان
	۳۸ (۱۹/۹)	کتابدار
	۴۰ (۲۰،۹)	دستیار کتابخانه
	۱۸ (۹،۴)	مدیر / سرپرست
	۹ (۴،۷)	خدمات <sup>۱</sup>
	۲۲ (۱۱،۵)	معاونت خدمات عمومی
	۳ (۱،۶)	انتظامات
	۲۶ (۱۳،۶)	شغل ویژه

یادداشت. به دلیل وجود داده‌های مفقود شده، درصدها تا ۱۰۰ نمی‌رسند (HS = دبیرستان).

## یافته‌ها:

تقریباً دو سوم از کارکنان کتابخانه در نظرسنجی شرکت کردند ( $n=191$ ،  $63/7$  درصد). بیشتر شرکت‌کنندگان سفیدپوست ( $n=140$ ،  $73/3$  درصد) و زن بودند ( $n=148$ ،  $77/5$  درصد). جدول ۱ را برای جمعیت‌شناسی نمونه ببینید. میانگین سنی شرکت‌کنندگان  $46/21$  سال بود ( $SD=14$ ) و به طور متوسط  $10.7$  سال در کتابخانه مشغول به کار بودند. شرکت‌کنندگان عناوین شغلی متنوعی داشتند، اما بزرگ‌ترین گروه‌ها کتابداران ( $n=38$ )،  $19/9$  درصد) یا دستیاران کتابخانه بودند ( $n=40$ ،  $20/9$  درصد).  $26$  شرکت‌کننده ( $13/6$  درصد) دارای شغل‌های ویژه‌ای از قبیل «دستیار آزمایش رایانه»، «متخصص برنامه» و «راهنمای فعالیت» بودند.

از کارکنان خواسته شد تا بیشترین نیازهای تأمین‌نشده مراجع‌کنندگان خود را شناسایی کنند. فراوانی مناطق مشخص شده از پاسخ‌های کیفی آنها در جدول ۲ نشان داده شده است. بیش از نیمی از شرکت‌کنندگان، نیازهای مالی و بهداشتی روانی مراجع‌کنندگان را از مهم‌ترین نیازهای تأمین‌نشده معرفی کردند. مسکن، سوء مصرف مواد، نیازهای پزشکی یا بهداشتی و نیازهای مرتبط با اشتغال، متعاقب این دو پاسخ بودند.

در مرحله بعد، نظرات کارکنان در مورد مسئولیت کتابخانه برای تأمین نیازهای روانی اجتماعی مراجع‌کنندگان پرسیده شد. این سؤالات به ویژه در مورد مسئولیت کتابخانه در قبال دادن اطلاعات، خدمات، برنامه‌ریزی و امکان استفاده سازمان‌های دیگر از فضای کتابخانه، پرسیده شد. این پاسخ‌ها در جدول ۳ ارائه شده است. شرکت‌کنندگان عقیده داشتند که کتابخانه بیشترین مسئولیت را در فراهم کردن اطلاعات در مورد مؤسسه‌های اجتماعی مرتبط با فقر ( $M=4/18$ ،  $SD=0/89$ ) و پیشنهاد ارجاع به منابع اجتماعی ( $M=3/96$ ،  $SD=1/12$ ) دارد و باید به مؤسسه‌های مرتبط با فقر یا بی‌خانمانی اجازه دهد تا برای دسترسی به مراجعان، به کتابخانه بیایند ( $M=3/88$ ،  $SD=1/09$ ). آنها عقیده داشتند که کتابخانه کمترین مسئولیت را برای اجازه چرت‌زدن در صندلی‌های کتابخانه به افراد بی‌خانمان ( $M=2/11$ ،  $SD=1/21$ )، فراهم آوردن اقلام بهداشتی برای افراد بی‌خانمان یا فقر ( $M=2/27$ ،  $SD=1/17$ ) یا تهیه کردن غذای رایگان برای افراد بی‌خانمان یا فقر ( $M=2/30$ ،  $SD=1/23$ ) دارد.

در پایان، نظر شرکت‌کنندگان در مورد اینکه چه کسی باید خدمات غیر مرسوم را به مراجع‌کنندگان کتابخانه ارائه دهد، پرسیده شد. بیش از  $90$  درصد شرکت‌کنندگان ( $n=174$ )،  $n=91/1$  درصد) گفتند که کتابخانه باید با مؤسسه‌های اجتماعی بیرونی مشارکت کند. بیش از نیمی از آنها ( $n=104$ ،  $54/5$  درصد) گفتند که کتابخانه باید متخصص خدمات اجتماعی خود را استخدام کند تا به رفع نیازهای روانی اجتماعی مراجع‌کنندگان کمک

آنها عقیده داشتند که کتابخانه کمترین مسئولیت را برای اجازه چرت‌زدن در صندلی‌های کتابخانه به افراد بی‌خانمان، فراهم آوردن اقلام بهداشتی برای افراد بی‌خانمان یا فقر یا تهیه کردن غذای رایگان برای افراد بی‌خانمان یا فقر دارد

فصلنامه

نمایه  
پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

نقش در حال تغییر کتابخانه‌ها: چطور مددکاران اجتماعی می‌توانند کمک کنند؟

کند. تقریباً یک سوم ( $n = 57$ ,  $29/8$  درصد)، از کتابداران آموزش دیده یا سایر کارکنان کتابخانه خواهان این بودند که بتوانند به مراجعه‌کنندگان با نیازهای روانی اجتماعی خدمات ارائه دهند. پنج شرکت‌کننده ( $2/6$  درصد) پاسخ دادند که کتابخانه نباید هیچ‌گونه خدماتی برای نیازهای روانی اجتماعی مراجعه‌کنندگان ارائه دهد.

جدول ۲. بزرگ‌ترین نیازهای تأمین نشده مراجعه‌کنندگان

نیاز شناسایی شده	فراوانی / درصد
مالی	۱۰۳ (۵۳/۹)
سلامت روان	۹۶ (۵۰/۳)
مسکن	۸۴ (۴۴/۰)
سوء مصرف مواد	۶۰ (۳۱/۴)
پزشکی یا در زمینه بهداشت	۴۶ (۱,۲۴)
مربوط به اشتغال	۳۷ (۱۹/۴)
فناوری (دسترسی به فناوری یا آموزش درباره فناوری)	۱۷ (۸/۹)
در زمینه کودک	۱۷ (۸/۹)
آموزش یا در زمینه سوادآموزی	۱۶ (۸/۴)
غذا/ تغذیه	۱۴ (۷/۳)
حمل و نقل	۶ (۳/۱)
بهداشت (لوازم، محلی برای تمیز کردن و غیره)	۴ (۲/۱)
جسمی (در زمینه ناتوانی یا توانایی جسمی)	۳ (۱/۶)
مهاجرت یا مربوط به ESL	۳ (۱/۶)
پوشاک	۳ (۱/۶)
فعالیت‌های ایمن برای نوجوانان	۳ (۱/۶)
مشکلات رفتاری یا تصحیح رفتار (آداب)	۳ (۱/۶)
ارتباطات اجتماعی	۳ (۱/۶)
روابط یا مسائل بین فردی	۲ (۱/۰)
سرگرمی	۲ (۱/۰)

یادداشت. ESL = انگلیسی به عنوان زبان دوم.

فصلنامه

نمایه پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

## بحث

یافته‌های ارزیابی نیازها نشان می‌دهد که کارکنان کتابخانه با تعداد زیادی از مراجعانی کار می‌کردند که نیازهای تأمین نشده داشتند. بیشتر نیازهای معمول شامل نیازهای مالی، سلامت روان، مسکن، سوء مصرف مواد، نیازهای پزشکی یا بهداشتی، یا نیازهای اشتغال بود. بسیاری از کارکنان کتابخانه فکر می‌کردند که این مسئولیت کتابخانه است که در قالب ارائه اطلاعات در مورد مشکلات متداول یا منابع جامعه، ارجاع به آن منابع یا کمک به متقاضیان دریافت مزایا، یا ارائه کارگاه‌های آموزشی در مورد نیازهای روانی اجتماعی متداول، یا فراهم کردن فضای امن برای افرادی که ممکن است جای دیگری برای رفتن نداشته باشند، سعی در رفع آن نیازها کنند. اگرچه تعداد کمی شرکت‌کننده هم بودند که فکر نمی‌کردند این وظیفه کتابخانه باشد که مشکلات روانی اجتماعی مراجعان را پاسخ دهد، اما اکثر قریب به اتفاق عقیده داشتند که کتابخانه باید لااقل تا اندازه‌ای به تأمین این نیازها کمک کند. این یافته‌ها از نظریات قبلی که پیشنهاد می‌کنند مهارت‌های مددکاری اجتماعی در کتابخانه‌های عمومی مورد نیاز است از جمله چگونگی ارزیابی و ارائه ارجاعات، مداخله در بحران‌های سلامت روان، ارائه خدمت به مراجعان بی‌خانمان، کمک به مراجعان برای دسترسی به منافع عمومی، پشتیبانی از تغییر اجتماعی، نظارت و هماهنگ کردن تیم‌های یکسان (شبيه به هم) برای کمک به مراجعان، و ایجاد همکاری‌های جمعی (آیرس، ۲۰۰۶؛ باروز، ۲۰۱۴؛ کائکارت، ۲۰۰۸؛ ترنر و گوریچاناز، ۲۰۱۸؛ وستبروک، ۲۰۱۵) حمایت می‌کند.

برای رفع نیازهای رو به رشد روانی اجتماعی مراجعان، حوزه مددکاری اجتماعی کتابخانه به سرعت در حال گسترش است (جانیس، ۲۰۱۸). نوزده ایالت و واشینگتن دی سی حضور مددکاران اجتماعی تمام وقت در کتابخانه‌های عمومی از جمله آلاسکا، کالیفرنیا، کلرادو، فلوریدا، ایلینویز، کانزاس<sup>۵</sup>، کنتاکی، ماین<sup>۶</sup>، ماساچوست، میشیگان، مینه‌سوتا<sup>۷</sup>، نیوجرسی، نیویورک، اوکلاهما<sup>۸</sup>، اورگان<sup>۹</sup>، پنسیلوانیا، کارولینای جنوبی، تگزاس و واشینگتن را گزارش کرده‌اند (تروال، ۲۰۱۹). با این حال، هزینه کردن برای کتابخانه‌هایی که بودجه محدود دارند معمولاً ممنوع است؛ بنابراین سایر کتابخانه‌های عمومی، مددکاران اجتماعی داوطلبی را فراهم کرده‌اند که به مردم خدمت می‌کنند. مثل کتابخانه عمومی انسینیتاس<sup>۱۰</sup> در سن دیه‌گو<sup>۱۱</sup> و کتابخانه کینگ در سن خوزه، کالیفرنیا (کوپلند و سارولا<sup>۱۲</sup>، ۲۰۱۵؛ کتابخانه عمومی سن خوزه). برای نقشه به روزشده نقاطی که مددکاران اجتماعی در آنجا فعالیت می‌کنند یا سایر اقدامات خدمات اجتماعی، وبسایت: Whole Prosn Librarianship (whoepersoninrarianship.com) را ببینید.

برای رفع نیازهای رو به رشد روانی اجتماعی مراجعان، حوزه مددکاری اجتماعی کتابخانه به سرعت در حال گسترش است

1. Barrows  
2. Westbrook  
3. Janis  
4. Colorado  
5. Kansas  
6. Maine

7. Minnesota  
8. Oklahoma  
9. Oregon  
10. Encinitas Public Library  
11. San Diego  
12. Copeland and Sarvela

جدول ۳. نظرات کارکنان در مورد مسئولیت کتابخانه

M(SD)	مسئولیت کتابخانه در برابر:
<b>فراهم کردن اطلاعات در مورد:</b>	
۴/۱۸ (۰/۸۹)	مؤسسه‌های اجتماعی در زمینه فقر (بانک‌های مواد غذایی، پناهگاه‌های مسکن، ارائه‌دهندگان خدمات پزشکی کم‌هزینه و غیره)
۳/۸۰ (۰/۹۸)	مشکلات سوء مصرف مواد
۳/۷۸ (۱/۰۱)	مشکلات بهداشت روانی (افسردگی، اضطراب، و غیره)
۳/۷۶ (۱/۰۶)	مشکلات پزشکی (دیابت، بیماری قلبی و غیره)
<b>ارائه خدمات زیر:</b>	
۳/۹۶ (۱/۱۲)	ارجاع به منابع اجتماعی (مانند مواردی که در زمینه سلامت روان، سوء مصرف مواد یا مشکلات سلامتی هستند)
۳/۱۷ (۱/۱۳)	کمک به استفاده از منافع عمومی (برای مثال کوپن مواد غذایی، بیمه درمانی یا تأمین اجتماعی)
۲/۳۱ (۱/۱۵)	اقدام زمستانی برای افراد بی‌خانمان یا فقر
۲/۳۰ (۱/۲۳)	غذای رایگان برای افراد بی‌خانمان یا فقر
۲/۲۷ (۱/۱۷)	مواد بهداشتی برای افراد بی‌خانمان یا فقر
<b>ارائه برنامه‌ریزی زیر:</b>	
۳/۶۶ (۱/۰۹)	کارگاه‌های آموزشی درباره منابع جامعه
۳/۵۴ (۱/۱۰)	کارگاه‌های آموزشی درباره نحوه دستیابی به مزایای عمومی
۳/۳۶ (۱/۱۲)	کارگاه‌های آموزشی درباره بودجه‌بندی / امور مالی
۳/۱۶ (۱/۱۰)	کارگاه‌های آموزشی درباره مشکلات سلامت روان
۳/۱۴ (۱/۰۸)	کارگاه‌های آموزشی درباره مشکلات رایج پزشکی
۳/۱۴ (۱/۱۲)	کارگاه‌های آموزشی درباره سوء مصرف مواد
۲/۸۷ (۱/۲۱)	گروه‌های پشتیبانی
<b>مجاز کردن فعالیت‌های زیر:</b>	
۳/۸۸ (۱/۰۹)	مؤسسه‌هایی در زمینه فقر یا بی‌خانمانی برای دسترسی به مراجعان، به کتابخانه بیایند
۳/۷۱ (۱/۰۴)	مؤسسه‌های اجتماعی از امکانات کتابخانه برای جلسات از پیش برنامه‌ریزی شده با مراجعان خود استفاده کنند
۳/۶۵ (۱/۲۲)	افراد بی‌خانمان از کتابخانه برای فرار از شرایط آب‌وهوایی استفاده کنند
۲/۳۹ (۱/۳۱)	افراد بی‌خانمان از حمام برای شست‌وشو/ بهداشت استفاده کنند
۲/۱۱ (۱/۲۱)	چرت‌زدن (در یک صندلی) افراد بی‌خانمان

یادداشت. پاسخ‌ها در مقیاس ۱ (بدون مسئولیت) تا ۵ (با مسئولیت زیاد) رتبه‌بندی شدند.

## پیشنهادهایی برای تمرین و آموزش مددکاری اجتماعی

یافته‌های این ارزیابی نیازها، پیشنهادهای بسیاری برای تمرین مددکاری اجتماعی و ارائه راهنمایی برای روش‌هایی دارد که مددکاری اجتماعی می‌تواند از کتابخانه‌های عمومی با تأمین نیازهای روانی اجتماعی مراجعان حمایت کند؛ همان‌طور که در ادامه توضیح داده شده است.

**کارگاه‌ها و آموزش‌های مرتبط با مراجعان.** یکی از آسان‌ترین راه‌های یاری‌رساندن مددکاری اجتماعی به کتابخانه‌های عمومی، ارائه خدمات و تخصص‌های لازم به منظور تسهیل آموزش‌ها و کارگاه‌های آموزشی برای مراجعان است. کارگاه‌های آموزشی با محوریت جامعه در پی شناسایی مشکلات سلامت روانی معمول، چگونگی تشخیص اینکه آیا فردی دچار اختلال مصرف مواد مخدر است، یا چگونگی دستیابی به مزایا و منافع عمومی برای ارائه خدمات ارزان قیمت بوده و می‌توانند نیازهای مراجعان را بدون تحمیل فشار زیاد بر کارکنان کتابخانه یا انتظار از آنان برای کاری خارج از آموزش یا وظایف کاریشان تأمین کنند.

**کارگاه‌ها و آموزش‌های مرتبط با کارکنان:** به‌طور مشابه مددکاران اجتماعی می‌توانند با فراهم کردن آموزش برای کارکنان کتابخانه، به کتابخانه‌های عمومی در وظیفه‌شان یعنی ارائه خدمات مناسب به مراجعان دارای نیازهای روانی اجتماعی کمک کنند. مددکاران اجتماعی باید با کتابخانه محلی‌شان همکاری کنند تا ابتدا نیازهای آموزشی کارکنان را تأمین کرده و سپس هر زمان که ممکن بود کمک کنند تا توانایی آنان را در خدمت به مردمی که مشکلات روانی- اجتماعی دارند افزایش دهند

مردمی که مشکلات روانی اجتماعی دارند افزایش دهند. متون (ادبیات) موجود حداقل یک روش از این دست را شرح می‌دهد: وارد کردن مددکاران اجتماعی و یک تیم متخصص در کار که منجر به یک برنامه آموزشی موردی (خاص) برای کارکنان سیستم کتابخانه رایگان فیلادلفیا شد (مورگان و همکاران، ۲۰۱۸؛ مورگان و همکاران، ۲۰۱۶). کارکنانی که در آن برنامه آموزشی شرکت کردند، افزایش قابل توجهی را در میزان خودکارآمدی‌شان برای هدایت طیفی گسترده از نیازهای مراجعان از قبیل: بی‌خانمانی، سلامت روان، استفاده از مواد مخدر، مهاجرت و آسیب روحی گزارش کردند. به عنوان بخشی از ارزیابی نیازهای گزارش شده در این مقاله، از کارکنان سؤال شد که آیا به حضور در دوره‌های آموزشی با موضوعات مختلف علاقه مند هستند یا خیر؟ نکته قابل توجه اینکه دو سوم کارکنان به شرکت در آموزش‌های سلامت روان ابراز علاقه کردند. تقریباً دوسوم از آنان گزارش دادند که به شرکت در آموزش‌هایی در مورد فقر و بی‌خانمانی تمایل دارند و بیشتر از نیمی از آنان هم به شرکت در آموزش‌های مرتبط با سوء مصرف مواد مخدر یا موضوعاتی در زمینه سلامت روان ابراز علاقه کردند. علاوه بر این، کارکنان خواستار آموزش‌هایی در زمینه منابع

مددکاران اجتماعی باید با کتابخانه محلی‌شان همکاری کنند تا ابتدا نیازهای آموزشی کارکنان را تأمین کرده و سپس هر زمان که ممکن بود کمک کنند تا توانایی آنان را در خدمت به مردمی که مشکلات روانی- اجتماعی دارند افزایش دهند

فصلنامه

نمایه پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

۱۳۴

جامعه، چگونگی نزدیک شدن به مراجعانی که به نظر می‌رسد مشکلات روانی اجتماعی دارند و همچنین چگونگی دخالت مؤثر در یک بحران شدند.

**ایجاد مشارکت در جامعه:** یکی از نقش‌های کلیدی مددکاران اجتماعی، واسطه‌گری است. به منظور کمک به کتابخانه‌ها برای پاسخ به نیازهای مراجعانشان ما می‌توانیم به عنوان یک واسطه خدمت در سطح کلان عمل کنیم و با این کار به اتصال کتابخانه‌های محلی‌مان به سازمان‌های غیرانتفاعی در جامعه که می‌توانند آموزش، توسعه و دیگر خدمات را به مراجعان کتابخانه ارائه دهند کمک کنیم. ترنر و گوریچاناز (۲۰۱۸)، کارکنان کتابخانه را به درک اهمیت ارتباط شفاهی در ایجاد اعتماد میان کارکنان کتابخانه و مراجعان شهرنشین دچار فقر تشویق می‌کنند. فراتر از دامنه مصاحبه مرجع، کارکنان کتابخانه نیازهای مراجعان را بهتر درک کرده و می‌توانند مجموعه‌ای از همکاری‌های جامعه برای پاسخ به نیازهای درک شده مراجع‌کنندگان را آغاز و اداره کنند (ترنر، ۲۰۱۵؛ ترنر و گوریچاناز، ۲۰۱۸). مددکاران اجتماعی می‌توانند بخشی جدایی‌ناپذیر در کمک به کتابخانه‌ها در ساخت و حفظ مجموعه‌های همکاری خود باشند.

**واحدهای عملی:** به دلیل اینکه برنامه‌های آموزشی مددکاری اجتماعی نیازمند پیدا کردن فرصت‌های عملی برای دانشجویان به منظور تمرین مهارت‌های مددکاری اجتماعی‌شان در محیط‌های دنیای واقعی هستند، مشارکت میان کتابخانه‌ها و دانشکده‌های مددکاری اجتماعی برای موقعیت‌های عملی، مکانی طبیعی برای پیوستن دو حرفه برای پاسخ‌گویی به نیازهای مراجعان است. ۴۹ کتابخانه عمومی در ایالات متحده در ۱۳ ایالت گزارش داده‌اند که کارآموزان مددکاری اجتماعی دارند (زتروال، ۲۰۱۹). با این حال، یکی از مسائلی که در مورد این آموزش‌ها مطرح است، نبود مددکار اجتماعی ناظر بر کارکنان در بیشتر کتابخانه‌هاست. بنابراین، ناظران خارجی باید در نظر گرفته شوند که بعضی اوقات می‌توانند در طول زمان مانعی برای توسعه یا حفظ واحد عملی شوند.

**دوره‌های مشترک علم کتابداری و مددکاری اجتماعی:** به منظور آماده‌سازی کتابداران برای هدایت مؤثر نیازهای اجتماعی‌روانی مراجعانشان توصیه می‌شود که برنامه‌های مددکاری اجتماعی با برنامه‌های علم کتابداری مشترک باشند تا دوره‌های مددکاری اجتماعی را برای گرایش‌های علم کتابداری معرفی، یا اینکه دیگر دوره‌های علم کتابداری و مددکاری اجتماعی را ایجاد کنند. دوره‌های کارشناسی ارشد مشترک نیز امکان‌پذیر است و در بعضی دانشکده‌ها ظهور کرده است. مثال‌هایی از این قبیل شامل دانشگاه دومینیکن است که یک

دوره کارشناسی ارشد هم‌زمان با مددکاری اجتماعی و کتابخانه و علم اطلاعات ارائه می‌دهد. دیگر اینکه می‌توان به دانشگاه میشیگان اشاره کرد که دارای دوره کارشناسی ارشد مشترک علم اطلاعات / کارشناسی ارشد مددکاری اجتماعی است (باروز، ۲۰۱۴؛ دانشگاه دومینیکن<sup>۱</sup>، دانشگاه میشیگان<sup>۲</sup>). نیاز به دیدگاه‌های مددکاری اجتماعی حتی در یک مطالعه دانشگاهی اخیر در رشته کتابخانه و علم اطلاعات گنجانده شده است (دالی، ۲۰۱۸).

### محدودیت‌ها

یافته‌های ارائه شده در این مطالعه، تنها از ارزیابی نیازهای یک سیستم کتابخانه عمومی گرفته شده و ممکن است در دیگر سیستم‌های کتابخانه‌ای یکسان نباشد. تقریباً دوسوم از کل گروه کارکنان کتابخانه به این نظرسنجی پاسخ دادند، اما مشخص نیست آیا نظرات سایر کارمندی که پاسخ ندادند متفاوت خواهد بود یا خیر. به علاوه، این مطالعه به بررسی شناخت کارکنان کتابخانه از نیازهای درک شده مراجعان پرداخته و ممکن است با نیازهای واقعی مراجعان کتابخانه متفاوت باشد. با این حال، این یافته‌ها با دیگر منابع (متون) اخیر سازگارند که نشان می‌دهد نیازهای روانی اجتماعی مراجعان کتابخانه‌های عمومی در حال افزایش است و کتابخانه‌ها اغلب مطمئن نیستند چگونه به آن نیازها پاسخ دهند.

### پیشنهادها برای پژوهش‌های آینده

پژوهش‌های آینده باید به جست‌وجوی نیازهای مراجعان در سیستم‌های کتابخانه‌ای متعدد (چندگانه) شامل مکان‌های شهری، حومه شهر و روستا ادامه دهند. از مراجعان باید نظرسنجی شود تا پی به میزان درک آنان از نیازهای روانی اجتماعی‌شان برده شود. علاوه بر آن، پژوهش آینده باید به نتایج همکاری حال حاضر بین کتابخانه و مددکاری اجتماعی برای بررسی اینکه کدام اقدامات به بهترین وجه پاسخ‌گوی نیازهای مراجعان کتابخانه‌های عمومی است، توجه ویژه‌ای داشته باشد.

### نتیجه‌گیری

با اهداف مشترک خدمت به مردم، پیوندی طبیعی بین مددکاری اجتماعی و کار در کتابخانه‌های عمومی وجود دارد. به عبارت دیگر، یکی از شرکت‌کنندگان در نیازسنجی فعلی گفت: «کار کتابخانه، کاری اجتماعی است». با تلاشی هدفمند (برنامه‌ریزی شده) از سوی هر دو حرفه، می‌توان همکاری‌های مؤثری به منظور دادن پاسخ مناسب به نیازهای مراجعان کتابخانه‌های عمومی با نیازهای پیچیده روانی اجتماعی ایجاد کرد و ظرفیت سیستم‌های کتابخانه‌ای را برای خدمت به آنان افزایش داد.

1. Dominican University
2. University of Michigan

فصلنامه

نمایه  
پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

۱۳۶

## منابع و مأخذ

- Alexander, O. D. (2008). Public library services to underrepresented groups: Poor & unemployed, emphasizing Danville, Virginia. **Public Library Quarterly**, 27, 111133. doi:10.1080/01616840802114853.
- Anderson, K. A., Simpson, C. D., & Fisher, L. G. (2012). The ability of public library staff to help homeless people in the United States: Exploring relationships, roles and potential. **Journal of Poverty and Social Justice**, 20, 177. 190. doi:10.1332/175982712X652078.
- Ayers, S. (2006). The poor and homeless: An opportunity for libraries to serve. **The Southeastern Librarian**, 54, 6674. Retrieved from <https://digitalcommons.kennesaw.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1199&context=seln>.
- Barrows, S. (2014). Serving the needs of homeless library patrons: Legal issues, ethical concerns, and practical approaches. **SLIS Student Research Journal**, 4(2), 114. Retrieved from <http://scholarworks.sjsu.edu/slissrj/vol4/iss2/3>.
- Bausman, M. (2016). A case study of the Progressive Era librarian Edith Guerrier: The public library, social reform, "new women," and urban immigrant girls. **Library & Information History**, 32, 272292. doi:10.1080/17583489.2016.1220782.
- Bostwick, A. (1919). The future of library work. **American Library Association Bulletin**, (12), 5057. Retrieved from <http://www.gutenberg.org/files/58241/h/58241.h.htm>.
- Cart, M. (1992). Here there be sanctuary: The public library as refuge and retreat. **Public Library Quarterly**, 12 (4), 523.
- Cathcart, R. (2008). Librarian or social worker: Time to look at the blurring line?, **The Reference Librarian**, 49, 8791. doi:10.1080/02763870802103845.
- Copeland, J., & Sarvela, D. (2015, March 16). **Social workers in the library**. National Association of Social Workers California News. Retrieved from <http://naswcanews.org/socialworkers.in.the.library.encinitas/>.
- Cronin, B. (2002). The Dean's List: What a library is not. **Library Journal**, 46. Retrieved from [https://sice.indiana.edu/news/story.html?story=Library\\_Journal\\_Commentary\\_Dean\\_List\\_What\\_Library\\_Is\\_Not](https://sice.indiana.edu/news/story.html?story=Library_Journal_Commentary_Dean_List_What_Library_Is_Not).
- Dali, K. (2018). Integrating social work perspectives into LIS education: Blended professionals as change agents. In J. Percell, L. C. Sarin, P. T. Jaeger, & J. C. Bertot

- (Series Eds.), **Advances in Librarianship Series: Vol. 44B. Reenvisioning the MLS, Part B: Perspectives on the future of library and information science education** (pp. 83121.). doi:10.1108/5006528302018000044.B007.
- Dallas Public Library. (n.d.). **Homeless engagement initiative**. Retrieved from <https://dallaslibrary2.org/homeless/>.
- Dominican University. (n.d.). **MLIS and master of social work dual degree**. Retrieved from <https://www.dom.edu/academics/majorsprograms/mlis.and.master.social.work.dual.degree>.
- Dowd, F. S. (1996). Homeless children in public libraries: A national survey of large systems. **Journal of Youth Services in Libraries**, 9, 155-166.
- Fraga, J. (2016). **Humanizing homelessness at the San Francisco public library**. Retrieved from <https://www.citylab.com/life/2016/03/humanizing-homelessness-at-the-san-francisco-public-library/475740>.
- Garrison, D. (2003). **Apostles of culture: The public librarian and American society**, 18762)1920.nd ed.). Madison: University of Wisconsin Press.
- Gieskes, L. (2009). Why librarians matter to poor people. **Public Library Quarterly**, 28, 4957. doi:10.1080/01616840802675416.
- Giesler, M. A. (2017). A place to call home? A qualitative exploration of public librarians' response to homelessness. **Journal of Access Services**, 14, 188214. doi:10.1080/15367967.2017.1395704.
- Hersberger, J. (2005). The homeless and information needs and services. **Reference & User Services Quarterly**, 44, 199-202.
- Jaeger, P. T., Gorham, U., Greene Taylor, N., Kettlich, K., Sarin, L. C., & Peterson, K. J. (2014). Library research and what libraries actually do now: Education, inclusion, social services, public spaces, digital literacy, social justice, human rights, and other community needs. **Library Quarterly**, 84, 491-493.
- Janis, J. (2018, June 11). Public library social work: An emerging field. In **Featured article**. National Association of Social Workers: Illinois Chapter. Retrieved from <http://naswil.org/news/chapter.news/featured/publiclibrary.social.work.an.emerging.field/>
- McCrosen, A. (2006). "One cathedral more" or "mere lounging places for bummers?" The cultural politics of leisure and the public library in Gilded Age America. **Libraries**

**& Culture**, 41,169188.

Morgan, A. U., D'Alonzo, B. A., Dupuis, R., Whiteman, E. D., Kallem, S., McClintock, A., . . . Cannuscio, C. C. (2018). Public library staff as community health partners: Training program design and evaluation. **Health Promotion Practice**, 19, 361368. doi:10.1177/1524839917735304.

Morgan, A. U., Dupuis, R., D'Alonzo, B., Johnson, A., Graves, A., Brooks, K., . . . Cannuscio, C. C. (2016). Beyond books: Public libraries as partners for population health. **Health Affairs**, 35, 20302036. doi:10.1377/hlthaff.2016.0724.

Pima County Public Library. (n.d.). **Library nurse**. Retrieved from <https://www.library.pima.gov/public.health.nurse/>

Pressley, T. (2017). Public libraries, serious mental illness, and homelessness: A survey of public librarians. **Public Library Quarterly**, 36, 6176. doi:10.1080/01616846.2017.1275772.

Provence, M. A. (2018). From nuisances to neighbors: Inclusion of patrons experiencing homelessness through library & social work partnerships. **Advances in Social Work**, 18(4), 10531067. doi:10.18060/22321.

San Jose Public Library. (n.d.). **Social worker services**. Retrieved from <https://www.sjpl.org/Socialwork>.

Skinner, E. J. (2016, July). **People experiencing homelessness: How libraries can be community collaborators and catalysts for change**. Paper presented at the International Federation of Library Associations and Institutions World Library Information Congress, Columbus OH. Retrieved from <http://library.ifla.org/1497/1/147.skinner.en.pdf>.

Torrey, E., Esposito, R., & Geller, J. (2009). Problems associated with mentally ill individuals in public libraries. **Public Libraries**, 48(2), 4551.

Trainin Blank, B. (2014). Public libraries add social workers and social programs. **The New Social Worker: The Social Work Career Magazine**. Retrieved from <http://www.socialworker.com/feature.articles/practice/public.libraries.addsocial.workers.and.social.programs/>.

Turner, D. (2015). Reconsidering library collections: Community services as documents. **Proceedings from the Document Academy**, 2(1), Article 17. Retrieved from <https://ideaexchange.uakron.edu/docam/vol2/iss1/17>.

- Turner, D., & Gorichanaz, T. (2018). Collaborative connections: Designing library services for the urban poor. **Library Quarterly: Information, Community, Policy**, 88, 237255. doi:10.1377/hlthaff.2016.0724.
- University of Michigan. (n.d.). **Section 2.13.05: Dual Degree Program in Social Work and Information Science (MSW/MSI)**. Retrieved from <https://ssw.umich.edu/msw.studentguide/section/2.13.05>.
- Virginia Commonwealth University. (n.d.). **Hullhouse**. VCU Libraries Social Welfare History Project. Retrieved from <https://socialwelfare.library.vcu.edu/settlement-houses/hullhouse/>.
- Wellman, H. C. (1915). President's address. **The Library Journal**, 40, 467471. Retrieved from <https://archive.org/details/libraryjournal40ameruoft/page/466>.
- Westbrook, L. (2015). "I'm not a social worker": An information service model for working with patrons in crisis. **The Library Quarterly**, 85(1), 625. doi:10.1086/679023.
- Zettervall, S. (2019). **[Interactive Map]**. Whole Person Librarianship. Available from <https://wholepersonlibrarianship.com/>

## توانمندسازی کسب‌وکارهای فرهنگی فضای مجازی چالش‌ها و مسائل توانمندسازی کسب و کارهای فرهنگی در فضای مجازی

حاضران:

● دکتر رسول جلیلی

(عضو هیئت علمی دانشگاه صنعتی شریف و  
عضو حقیقی شورای عالی فضای مجازی)



● دکتر کمیل خجسته

(مدیرعامل مؤسسه تبیان)



● دکتر حمید ضیایی‌پرو

(دکتری تخصصی علوم ارتباطات)



● دکتر حسین حسینی (دبیر علمی نشست)

(استادیار مطالعات فضای مجازی،  
پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات)



### چکیده

هدف از برگزاری این نشست که در قالب سلسله نشست‌های گفتگو پیرامون فرهنگ و فضای مجازی در پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات صورت گرفته است، بحث درباره چالش‌ها و مشکلات موجود بر سر راه توسعه کسب‌وکارهای فرهنگی در فضای مجازی در ایران بوده است. کسب‌وکارهای فرهنگی به‌ویژه در جامعه ایران که دغدغه حفاظت و صیانت از اخلاق و ارزش‌های فرهنگی ایرانی دارند اهمیت ویژه‌ای دارند. با این همه، این کسب‌وکارها به دلیل آنکه ضمن پیگیری سوبیه فرهنگی ملزم هستند تا به درآمدزایی بپردازند با مشکلات خاص خود روبرو هستند. از طرف دیگر، الزامات فضای مجازی و مواجهه فزاینده فرهنگ ایرانی-اسلامی با هجوم ارزش‌های فرهنگی در قالب توسعه فزاینده زیرساخت‌های پلتفرمی سبب شده است موضوع تولید محتوای متناسب بیش از پیش اهمیت پیدا کند. از این جهت، موانع و مشکلاتی که بر سر راه توسعه کسب‌وکارهای فرهنگی که در پی ایجاد تغییر رفتار و ارتقاء بینش و تغییر رفتار کاربران فضای مجازی هستند الزامی است. این نشست با حضور دکتر رسول جلیلی عضو هیئت علمی دانشگاه صنعتی شریف و عضو حقیقی شورای عالی فضای مجازی، دکتر کمیل خجسته مدیرعامل مؤسسه فرهنگی تبیان و به دبیری دکتر حسین حسینی عضو هیئت علمی پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات صورت گرفته است.

فصلنامه

نمایه  
پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

۱۴۱

واژه‌های کلیدی: کسب‌وکارهای فرهنگی، فضای مجازی، محصولات فرهنگی، صنایع فرهنگی

**دکتر حسنی:** دومین نشست از سلسله نشست‌های گفت‌وگو درباره فرهنگ و فضای مجازی با عنوان «سازوکارهای توانمندسازی صاحبان کسب‌وکارهای فرهنگی در فضای مجازی» را با حضور دکتر رسول جلیلی، عضو شورای عالی فضای مجازی، و دکتر کمیل خجسته، مدیرعامل مؤسسه تبیان و دکتر حمید ضیایی‌پور، برگزار می‌کنیم. موضوع گفت‌وگو، طرح مسئله راهکارهایی است که می‌توانیم پیشنهاد دهیم تا از امکانات فضای مجازی در توسعه کسب‌وکارهای مجازی استفاده کنیم.

**دکتر جلیلی:** بحث تولید و مصرف محصولات فرهنگی یا محتوای فرهنگی در فضای فعلی ما بسیار مهم است. ما در دورانی زندگی می‌کنیم که درصد خیلی خوبی از جامعه امکان دسترسی به پهن‌بند و گوشی یا رایانه هوشمند را دارند. براین اساس، مصرف آنها بسیار بالا رفته است. چنانچه نتوانیم برای این افزایش مصرف، محتوای خوب و قابل‌پذیرشی تولید و عرضه کنیم، این مصرف خود را به اقیانوس محتوای موجود بین‌المللی می‌رساند. البته کسانی در عرصه کسب‌وکار هستند که واسطه این کارند. عمده محتواها به بحث‌های فرهنگی بازمی‌گردد؛ یعنی محتواها تأثیرات فرهنگی دارند و برخی با دلالتی و واسطه‌گری سعی دارند این محتوای موجود بین‌المللی را به مصرف ما برسانند. حال اگر نتوانیم این نیاز را در داخل کشور و در چارچوب هنجارها و قوانین و مقرراتمان برآورده کنیم، در سطح جامعه به خصوص در سطح ملی و اجتماعی آن خواهیم باخت. برای جلوگیری از آن باید همه ظرفیت‌های خود را به کار گیریم و با توجه به محدودیت‌هایی که دولت و حاکمیت در این عرصه با آن مواجه است به سراغ بخش خصوصی برویم. این کار زمانی اثربخش است که بخش خصوصی انگیزه‌مند باشد. انگیزه‌مند کردن بخش خصوصی هم باید به نحوی باشد که سرمایه به سمتش حرکت کند. سرمایه‌ای باید به عرصه وارد شود که بتواند بازخورد داشته باشد و برگشت سرمایه رخ دهد. سرمایه را تا حدی باید مصرف کرد و به امید روزی بود که برگردد و زایش داشته باشد. اگر این اتفاق نیفتد؛ یعنی اگر کسب‌وکار فرهنگی و اقتصادی نباشد، بعد از مدتی سرمایه‌گذار یا صاحب کسب‌وکار خسته و ناامید می‌شود و به سراغ کار دیگری می‌رود. سرمایه‌گذار اگر انگیزه‌مند باشد، حتماً فعالیت دیگری را شروع می‌کند و اگر انگیزه‌مند نباشد، در خانه می‌نشیند و پولش را در بورس سرمایه‌گذاری می‌کند یا در بانک می‌گذارد و سودش را می‌گیرد یا در بازی‌های دیگری وارد می‌کند که متأسفانه نقدینگی موجود در آنها جریان پیدا می‌کند. به همین دلیل، اول باید بپذیریم که از بخش خصوصی کمک بگیریم و این بخش بتواند به این فرایند به عنوان فرایندی اقتصادی بنگرد. اگرچه هستند کسانی که به این فرایند، اقتصادی توجه می‌کنند اما مقبول ما نیستند؛ یعنی هر محتوایی هم از جانب ما

پذیرفته نیست. محتوای ناهنجار یا بد در هر صورت بد است و مهم نیست که آن را یک ایرانی در داخل ایران یا خارج از ایران تولید کند یا برعکس، یک خارجی در داخل ایران یا خارج از ایران تولید کند. اینها مهم نیست. مهم کیفیت محتوا و پیامی است که به مصرف‌کننده می‌دهد. بر این اساس، باید تنظیم‌گری داشته باشیم و وظیفه اصلی دولت و حاکمیت تنظیم‌گری مناسب است. مهم آن است که بتوانیم کندروی و تندروی را در تنظیم‌گری کنترل کنیم و شرایط مصرف‌کننده و تولیدکننده را درک و آن را تسهیل کنیم. در این تسهیل‌گری نباید قواعد حاکم بر محتوای مصرف‌کننده یا تولیدکننده داخلی را سخت‌تر از قواعد حاکم بر محتوای مصرف‌کننده یا تولیدکننده خارجی وضع کنیم؛ یعنی چون به مصرف‌کننده یا تولیدکننده داخلی دسترسی داریم، می‌توانیم کنترل بیشتری بر محتوای آثار فرهنگی او داشته باشیم. بنابراین، باید از قبل استانداردها را به آنها اطلاع دهیم و هرازچندگاهی که اتفاقی رخ می‌دهد با تساهل و تسامح و البته با رعایت هنجارها به آنها تذکر دهیم و اگر این تذکر بعد از چند مرحله مؤثر نباشد، سخت‌گیری بیشتری بعداً جرائم لازم را بر او اعمال می‌کنیم. مسئله دیگر مسئولیت صاحب محتوا دربارهٔ سکو یا پلتفرم یا زیرساختی است که محتوا آن را عرضه می‌کند. ما قائل به این هستیم که هم صاحب محتوا مسئول است و هم زیرساخت آن. هریک از اینها درصدی از مسئولیت را برعهده دارند و هر دوی آنها باید به استانداردها و مقرراتی که ابلاغ می‌شود توجه کنند. برخی عزیزان در سطح کارشناسی معتقدند که سکو هیچ مسئولیتی ندارد ولی خیر، چنین نیست. همهٔ کشورها قائل به این هستند که سکو مسئولیت دارد ولی نه مسئولیت اصلی؛ یعنی اگر محتوایی توسط صاحب محتوایی عرضه شد، به خصوص محتوای آنلاین که فرصتی برای ارزیابی آن وجود ندارد، نباید سکو را تحلیل کرد بلکه باید به سکو تذکر داد که کنترل کند تا تکرار نشود ولی مسئولیت اصلی با محتواست به خصوص اگر عمدی در کار باشد و مقصر باشد.

**دکتر خجسته:** وقتی از کسب‌وکارهای فرهنگی فضای مجازی و سازوکار توانمندسازی سخن می‌گوییم یا به عبارت دقیق‌تر، اگر بخواهیم در مورد صنایع فرهنگی صحبت کنیم، باید در نظر داشته باشیم که این موضوع با موضوعات دیگر و نیز الگوهای دیگر کسب‌وکار فرق دارد چون اولویت اول حوزه فرهنگی به معنای تولید ارزش و ایجاد یک قاعده، هنجار و تغییر در یک رفتار است؛ یعنی ارائه شکل‌گیری فرایند فرهنگی برای یک رسالت. مهم آن است که اولویت اول، مسئله درآمد و تجارت نباشد که این کار را سخت‌تر می‌کند. واقعیت این است پیش از آنکه از چگونگی درآمد کسب‌وکار فرهنگی بپرسیم باید تغییر رفتار و انتظاری که این فعالیت در حوزه عمل، شناخت و

دکتر جلیلی؛  
اگر نتوانیم برای  
مصرف بسیار  
بالا، محتوای  
خوب، فاخر و  
مورد قبولی تولید  
و عرضه کنیم، اگر  
ما نتوانیم این نیاز  
را در داخل کشور  
و در چارچوب  
هنجارها و قوانین  
و مقرراتمان تهیه  
و عرضه کنیم  
لاجرم یک باخت  
اتفاق می‌افتد.

فصلنامه

نمایه  
پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

روان مخاطب ایجاد می‌کند را بررسی می‌کنیم. بنابراین، غلبه نگاه فرهنگی به معنای ایجاد تغییر یا تبدیل یک رفتار یا تثبیت آن اولویت اول است. کسب‌وکارهای فرهنگی پیچیدگی زیادی دارند. در سایر کسب‌وکارها، اگر بخواهیم نموداری ارائه دهیم تا شاخص موفقیت آنها را ارزیابی کنیم، نهایتاً وضعیت تجارت و کارکنان آن را بررسی خواهیم کرد. این نموداری دو بعدی است. ولی وقتی در مورد کسب‌وکار فرهنگی صحبت می‌کنیم شاخص سومی هم وجود دارد: آیا توانسته‌ای رفتاری را شکل یا تغییر دهی؟ اینجاست که پیچیدگی کسب‌وکار در فضای مجازی بیشتر می‌شود و اهمیت آن از حیث غامض بودن خود را نشان می‌دهد. لذا وقتی مقوله توانمندسازی را به کار اضافه می‌کنیم در مورد پیشینه موضوع صحبت می‌کنیم که نخست، کسب‌وکار فرهنگی است. دوم، در فضای مجازی است که اقتضائاتی دارد، و سوم می‌خواهیم درباره توانمندسازی آن صحبت کنیم. به نظر من، با توجه به این مسئله باید وارد موضوع و بحث شویم.

دکتر خجسته:  
در یک کسب  
و کار فرهنگی  
اولویت اول به  
جای کسب  
درآمد، ایجاد یک  
تغییر یا تبدیل یک  
رفتار یا تثبیت یک  
رفتار است.

**دکتر حسنی:** موضوع را از همین جایی که دکتر خجسته مطرح کردند، ادامه می‌دهیم که فضای مجازی چه امکانات و پتانسیل‌ها و مخاطراتی برای کسب‌وکارهای فرهنگی ایرانی ایجاد کرده که شاید از نظر ارزشی و با کسب‌وکارهای فرهنگی که در نقاط مختلف دنیا دنبال می‌شوند، تفاوت‌هایی دارد. می‌خواستم بدانم که نظر شما چیست و چه عواملی در مقابل کسب‌وکارهای فرهنگی ایران در فضای مجازی وجود دارد.

**دکتر جلیلی:** سؤال این است که فضای مجازی چه امکانی یا تهدیداتی در اختیار صاحبان کسب‌وکارهای فرهنگی ایرانی قرار داده است؟ اول اینکه با یک نگاه کلی، فضای مجازی امکانی که در اختیار دیگر کسب‌وکارها گذاشته، در اختیار کسب‌وکارهای فرهنگی هم قرار داده است. به عبارت دیگر، فرقی میان کسب‌وکارهای فرهنگی و غیرفرهنگی وجود ندارد. یعنی اگر به کسب‌وکارهای فرهنگی به عنوان تولید و عرضه نگاه کنیم، یک بخش آن تولید است و بخش دیگر عرضه؛ برای مثال، کسی کتاب را تألیف می‌کند و دیگری آن را چاپ می‌کند و سپس ما آن را می‌خریم. اکنون بیشترین تشابهی که بین فضای مجازی و فضای واقعی یا فضای فیزیکی در قالب کتاب یا فیلم یا دیگر مصداق‌های کالای فرهنگی می‌توانیم بیان کنیم، بحث عرضه است. در این بحث، به طور کلی فرقی بین اینکه کتاب عرضه می‌کنیم یا یخچال، وجود ندارد چون یک عرضه است و به جای فضای واقعی در فضای مجازی عرضه شده است. این یک نکته است. نکته بعدی اینکه تفاوت فاحشی بین کالای فرهنگی و کالای غیرفرهنگی

فصلنامه

نمایه  
پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

۱۴۴

یا دیگر کالاها وجود دارد و آن هم این است که کالای فرهنگی نوعاً فیزیکی ندارد به همین دلیل استفاده از آن برای کسانی که حق صاحب اثر را نمی‌پردازند، ممکن‌تر است. اصطلاحاً بحثی که با عنوان کپی‌رایت و حق تألیف مطرح می‌شود، مسئله مهمی است. بریک کتاب فیزیکی یا فیلمی که در سینما عرضه و اکران می‌شود، حق و حقوقی حاکم است. احتمال اینکه صاحب اثر به برگشت سرمایه‌اش نرسد خیلی کم است. ممکن است کم و زیاد باشد و به کتاب یا فیلمی بیشتر یا کمتر توجه شده باشد، اما اواخر سال ۱۳۹۷ شاهد بودیم که فیلم‌هایی که برای اولین بار در فضای مجازی به واسطه کرونا اکران می‌شدند همان روز اول در معرض نقض کپی‌رایت بودند؛ یعنی دزدیده شدن زحمت یا دزدیده شدن حق صاحب اثر و اینکه کسی دیگر سرمایه‌گذاری نکند و فیلمی نسازد و دیگر کتابی نوشته نشود. چون کسی که کتاب می‌نویسد انتظار دارد بخشی از هزینه‌های تولید کتاب خود را به دست آورد. درست است که ما برای تولیدکنندگان و مؤلفان و آثار داخلی در سطح ملی قانون کپی‌رایت داریم و این حق را برای آنان قائل ایم اما اکنون به دلایل متعدد در سطح بین‌المللی از این حق برخوردار نیستیم، با وجود این، برخی‌ها موافق شرایط موجود یعنی عدم احترام به قواعد کپی‌رایت بین‌المللی هستند و برخی هم مخالف‌اند. اگر حق کپی‌رایت رعایت نشود تولیدکننده هیچ انگیزه‌ای برای ادامه فعالیت خود ندارد و حتماً بعد از مدتی ورشکست می‌شود. بستر فضای مجازی برای ورشکست کردن موقعیت بسیار خوبی را فراهم کرده است چون وقتی کسی برای بار اول کتابی را می‌بیند می‌تواند به اشکال مختلف آن را کپی کند و در کانال‌ها و گروه‌های دیگر به اشتراک بگذارد. به این ترتیب، در یک فرایند بسیار سریع کسانی که به این اثر علاقه‌مند هستند از آن استفاده می‌کنند. حال اگر احاد جامعه حق الناس را رعایت کنند و به این اثر از این نظر نگاه کنند، خوب است ولی این خیلی سخت است که در اقشار مختلف از کودک و نوجوان گرفته تا پیر و جوان و زن و مرد و شهری و روستایی، وقتی محتوایی را در کانال یا گروه می‌بینند به این فکر کنند که آیا صاحب محتوا راضی است یا خیر. این رفتار فرهنگ‌سازی می‌خواهد و به این زودی رخ نمی‌دهد. باید قانون بر این عرصه حاکم باشد تا بتوانیم توانمندسازی را اجرایی ببینیم و عملاً با کسی که کپی غیرقانونی برمی‌دارد و توزیع می‌کند، برخورد قانونی شود.

نکنه دیگر درباره آثار فضای مجازی در عرضه کسب‌وکارهای فرهنگی و کالای فرهنگی، اتفاقی است که در دهه ۹۰ میلادی رخ داد و سال گذشته بنا به دلایلی کلاً متوقف شد و آن هم بحث سرویس‌های ارزش افزوده‌ای بود که در پنج شش سال گذشته مطرح شدند و فرصتی را به دست دادند که عده‌ای آثاری را هر چند کوچک، متنی یا چندرسانه‌ای باشد عرضه کنند و اپراتورهای تلفن همراه بتوانند آن را به

دست مصرف‌کننده برسانند و پول آن را هم جمع کنند و با نسبتی بین صاحب اثر و جمع‌گرو خود اپراتور بتوانند چرخه‌ای اقتصادی برای محتوا فراهم کنند. به دلیل نبود تجربه در این عرصه مشکلاتی به وجود آمد. مثلاً بحثی که به عنوان دیجیتال مارکتینگ مطرح شد و عده‌ای تخلف کردند و بحث‌های سیاسی بر این قضیه حاکم شد که منجر به توقف آن شد. این اتفاق خوبی نبود. بهتر بود از این فضا برای ایجاد بستری جدید در عرضه کالاها و کسب‌وکارهای فرهنگی جدید استفاده می‌کردیم تا خلأ نبود محتوا برای مصرف‌کننده را جبران کنیم که متأسفانه به صفر رسید. البته قول داده شد که در شکل دیگری جبران می‌شود؛ اینکه بانک مرکزی امکان مبادله پول را به واسطه مبادله کالای فرهنگی فراهم کند که هر وقت میسر شود خود بستر خوبی است. یعنی فضای مجازی این امکان را برای ما فراهم می‌کند که بتوانیم در قالب شبکه‌های اجتماعی محتوای خود را عرضه کنیم و هر کسی درگاه بانکی خود را داشته باشد هر چند خیلی ریزدانه باشد. این ریزدانی بسیار مهم است. یعنی هر مؤلفی می‌تواند کتاب خود را در مغازه خود عرضه کند و بلافاصله بتواند پولش را بگیرد و درگاه دریافت پول داشته باشد. این خیلی کمک می‌کند. امیدواریم امکانات نظام بانکی خیلی خوبی که الان در کشور وجود دارد و همین‌طور شبکه ملی اطلاعات بتوانند عرضه کالا و دریافت پول آن را اعلام کنند؛ حتی بازخورد اینکه مصرف‌کننده به هر دلیلی راضی است یا ناراضی. سیستم‌هایی که به عنوان سیستم‌های توصیه‌گر در فضای مجازی مطرح هستند اما قبلاً در فضای واقعی نمی‌توانستند نتیجه‌بخش باشند، اکنون به کمک ما آمده‌اند تا به عنوان یک ناشناس نظرات میلیون‌ها یا هزاران تن را مشاهده کنیم و براساس آن تصمیم بگیریم که وقت خود را صرف این کالای فرهنگی کنیم یا خیر، یا پولی بابت آن پردازیم یا خیر.

دکتر جلیلی:  
یک تفاوت  
فاحش بین  
کالای فرهنگی و  
کالای غیر فرهنگی  
وجود دارد و آن  
هم این است که  
کالای فرهنگی  
نوعاً فیزیک ندارد  
و چون فیزیک  
ندارد استفاده از  
آن برای کسانی  
که حق صاحب  
اثر را نمی‌پردازند  
ممکن‌تر است.

**دکتر حسنی:** دکتر جلیلی به امکانات و قابلیت‌هایی که فضای مجازی در اختیار کسب‌وکارهای فرهنگی قرار داده است پرداختند. تا جایی که متوجه شدم ایشان معتقدند، چندان تفاوتی میان کسب‌وکارهای فرهنگی و غیر فرهنگی وجود ندارد و بیشتر بحث در مورد نحوه توزیع است. همین سؤال را هم از دکتر خجسته دارم که فضای مجازی چه فرصت‌ها و مخاطراتی را برای کسب‌وکارهای فرهنگی ایجاد کرده است؟

**دکتر خجسته:** تا اینجا فضای مجازی به معنای عام امکانات را فراهم کرده است و ما نیز از زاویه حکمرانی به موضوع نگاه می‌کنیم و سلسله‌نشست هم ذیل همین موضوع تعریف شده است. اجازه بدهید کمی از دید حکمرانی نگاه کنم و مطلب را

به نوع دیگری عرض کنم. به نظرم، فضای مجازی بستری نابرابر و ناعادلانه برای کسی است که بخواهد فعالیت فرهنگی ارائه دهد و عرض می‌کنم چرا این فضا امکان دیگری فراهم نکرده است. ببینید اگر بخواهیم دسته‌بندی کنیم ...

**دکتر حسنی:** نظام حکمرانی از منظر جهانی مد نظر شماست یا نظام دولتی ایران که حاکم است؟

**دکتر خجسته:** خیر، در حوزه کلی فضای مجازی امکان و فرصتی را فراهم کرده است و افراد می‌توانند بهترین بهره را از آن ببرند اما داریم در مورد جمهوری اسلامی ایران صحبت می‌کنیم. اصطلاحی است که می‌گویند: «کاننت ایز کینگ» که برای فرهنگ ما گول‌زننده است چون تولیدکنندگان محتوا هر کاری که می‌کنند، آتش و هیزم لایه‌های دیگر را تقویت می‌کنند. پس نکته اول این است که اصلاً کسب‌وکار فرهنگی این است که صاحب کار لایه دیگری است. آن لایه را توضیح خواهم داد. عملاً افرادی که دغدغه فرهنگ دارند در اینجا امکان حرکتشان بسیار کم است و در چارچوب دیگری باید بازی کنند. ما دو تیپ کار فرهنگی داریم. هدف اصلی برخی فعالیت‌ها اثر فرهنگی است؛ مثل آموزش یا تولید فیلم که امروز می‌گوییم بر بستر وی. او. دی هاست. کتاب، موسیقی و کارهای صوتی نوعی کار مستقل فرهنگی‌اند. رسانه و تبلیغات نیز فعالیتی است که این حوزه فرهنگی را پوشش می‌دهد. همچنین بازی و سرگرمی انواع تولیدات فرهنگی ما در فضای مجازی هستند. به علاوه، سلبریتی‌ها تولیدکنندگان ویژه محسوب می‌شوند. فکر می‌کنم در فضای مجازی هشت دسته تولیدکننده داریم که هدف اول آنها آثار فرهنگی است و با رسالت فرهنگی وارد می‌شوند. اما کنار اینها تولیدکنندگان دیگری هم هستند که کار فرهنگی پنهان دارند و حتی اثر فرهنگی کار آنها بیشتر است. چرا؟ چون از زاویه سرویس‌دهی تولید فرهنگ می‌کنند. مثلاً اسنپ که در زمینه خدمات شهری و حوزه حمل‌ونقل با جذب اعضا، شبکه قدرتمندی پیدا کرده است و به این دلیل که سرویس‌های ویژه‌ای می‌دهد، تأثیر فرهنگی زیادی دارد و امکان تقویت نوعی هنجار فرهنگی را فراهم کرده است. اینکه موضوع زنان در ورزشگاه یا حجاب آنها در تاکسی داغ می‌شود، نشان می‌دهد اسنپ جدا از سرویس‌هایی که ارائه می‌دهد یا مواردی که در عریضم اشاره خواهم کرد، تولیدکننده محتواست و اثر فرهنگی مستقیم می‌گذارد. در قسمت اول که کسب‌وکارهای مستقیم با اهداف فرهنگی مستقیم وجود دارد، مهم این است که تولیدکنندگان محتوا بازیگران کارگردانان دیگری به نام پلتفرم‌ها هستند که هر چقدر بگوییم حاکمیت وجود دارد، آنها هستند که استانداردهای

دکتر خجسته: از دید حکمرانی، فضای مجازی بستری نابرابر و ناعادلانه برای کسی است که بخواهد فعالیت فرهنگی انجام دهد.

فصلنامه

نمایه پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

۱۴۲

چارچوب‌سازی می‌کنند. در سپهر مجازی، حاکمیت ما قدرت زیادی ندارد و روبه‌روز استقلال پلتفرم‌ها بیشتر می‌شود؛ مثلاً در کشور پلتفرم اینستاگرام هست ولی وزیر ارتباطات، که مسئول و متولی صیانت از ارتباطات در کشور است، در آن پلتفرم نمی‌تواند عکس حاج قاسم را منتشر کند چون تنظیم‌کننده قوانین و مقررات پلتفرم اجازه نمی‌دهد هر محتوایی تولید شود. عرض من این است که ما هشت دسته تولیدکننده داریم که به صورت مستقیم فعالیت فرهنگی می‌کنند. بازیگران دیگری هم هستند که در چارچوب آنها عمل می‌کنند و هر قدر پلتفرمی قدرت بیشتری داشته باشد چارچوب‌گذاری فرهنگی آن نیز بیشتر می‌شود. این خیلی مهم است. اینستاگرام شاید سه سال پیش نمی‌توانست این کار را بکند ولی امروز چارچوب‌های قدرتمندی دارد که نمی‌توانید عکس سپاه و حاج قاسم را در آن به اشتراک بگذارید. در اینجا پلتفرم سلطه و حاکمیت دارد. پلتفرم‌ها به مرور چارچوب‌ها و هنجارهای خود را حاکم می‌کنند و از قدرت کسب‌وکارهای فرهنگی می‌کاهند. دوم اینکه، چون این قالب و ضلع سوم نمودار در بیزینس پلن‌ها دیده می‌شود پس استقلال فرهنگی نداریم. تولیدکنندگان فرهنگی از دل پلتفرم‌ها یا لایه‌های زیرساخت‌های ارتباطی به معنای فنی و مهندسی بیرون آمده‌اند. یعنی چه؟ می‌بینیم که نماوا بیشتر تولید ترافیک می‌کند تا تولید رفتار. به همین دلیل، مسئولیت اجتماعی و فرهنگی در قبال فیلم‌ها نداریم و چون مسئله اصلی در آنجا تجارت و تعداد اعضای آن است، ضربه‌های سنگینی از تولیدات ویدئویی می‌خوریم. همین عوامل باعث می‌شوند که وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و همچنین صدا و سیما با وی. او. دی‌ها درگیر باشند. به عبارت دیگر، تولید محتوا خدمتی است که شاتل بر پارس آنلاین غلبه کند. این زیرساخت بر آن زیرساخت غلبه کند. نکته دیگر اینکه، در الگوی تسهیل درآمد و حیات یک کسب‌وکار جنگی نابرابر وجود دارد. اسناد بالادستی مهندسی زده است و همه سرمایه‌ها به سمت حوزه‌های فنی سرازیر است و نماد آن شبکه ملی اطلاعات است. شبکه ملی اطلاعات کاملاً در خدمت حوزه مهندسی است. ما کسب‌وکارهای مهمی را ایجاد می‌کنیم و برای استقلال آنها می‌کوشیم ولی می‌بینیم که همه پشتیبانی‌های منابع در لایه‌های زیرساختی ارتباطی مصرف می‌شود و همه اینها را در همان چهار لایه اطلاعاتی، ارتباطاتی، نرم‌افزاری و ارتباطات سرویس نگاه می‌کنیم. البته نمی‌خواهم در اینجا آسیب‌شناسی کنم و نسخه آخر شبکه ملی اطلاعات را هم ندیده‌ام. بحث‌هایی تاکنون مطرح شده است و مصاحبه‌های مطبوعاتی را دیده‌ام اما اصل سند را ندیده‌ام. ممکن است تغییراتی در آن ایجاد شده باشد. پس عرض دوم من این است که چون فضا مهندسی زده است، کسب‌وکارهای فرهنگی قدرت پاگرفتن ندارند و منابع محدود کشور به سمت تأمین منابع زیرساختی و ارتباطاتی

می‌روند. سوم اینکه چون در فضای مجازی سلطه با مهندسان است تسهیل درآمد رخ نمی‌دهد. اشکال و نکته‌ای در سرویس هست؛ شما چرا اصل صنعت را خراب کرده‌اید. پس کسب‌وکار فرهنگی چگونه زنده بماند؟ کسب‌وکار فرهنگی باید بتواند تولیدات خود را بفروشد. چون تنظیم‌گر به کارش درست عمل نکرده و اشراف بر آن نداشته، کل صورت مسئله را پاک کردند و راحت‌ترین کار صورت گرفت. صفر و یک شد که کلاً پاک شود. می‌خواهم بگویم به جای اینکه مشکل را حل کنید، سند را از بین برده‌اید. نمونه دیگر در تقسیم درآمدهاست. چون باید به بالاسرها سرویس بدهند، پلتفرم‌اند. دقت کنید که پرداخت‌ها در چه مدت زمانی پرداخت می‌شود. اپراتورهایی مثل همراه اول یا ایرانسل که هر ماه از مردم پول نقد دریافت می‌کنند، اگر ۷۲ ساعت در پرداخت تأخیر شود، ارتباطات مردم را قطع می‌کنند. اگر اشتباه نکنم از دی ماه همراه اول و ایرانسل پرداختی نداشته‌اند؛ یعنی به دلیل تأمین محتوا که برای اپراتور تولید ترافیک می‌کند و بسته اینترنتی می‌فروشد و از متن پول نقد دریافت می‌کند در آن تولیدکننده محتوا با فاصله‌ای چندماهه پول را دریافت می‌کند. عددهای میلیون دلاری و یورویی اپراتورها کجا، درآمدهای ریالی کسب‌وکارها و درگیری‌های مالی آنها کجا. اصلاً امکان حیات پیدا نمی‌کنند. ۳۰ درصد از فروش محتوا به اپراتور تعلق می‌گیرد و ۶۰ درصد هم به تولیدکننده محتوا می‌رسد؛ یعنی تولیدکننده محتوا ضعیف‌ترین عضو فضای مجازی است که باید تولید کند تا زنده بماند و عموماً این اتفاق نمی‌افتد و تولیدکنندگان به مهندسان و زیرساخت‌ها متصل می‌شوند و از تولیدگران رفتار و هنجار و فرهنگ به تولیدکنندگان ترافیک تبدیل می‌شوند. این اشکالی است که حکمرانی فضای مجازی بر کسب‌وکارهای این فضا ایجاد می‌کند.

**دکتر حسینی:** از دکتر حمید ضیایی پرور دعوت می‌کنیم که صحبت کنند.

**دکتر ضیایی پرور:** بر اساس تجربه‌هایی که در این سال‌ها در مرکز رسانه‌های دیجیتال به دست آوردم و عمدتاً با کسب‌وکارهای فرهنگی در فضای مجازی سروکار داشتم، چند مورد را به صورت طرح بحث مطرح می‌کنم که به‌عنوان مشکل کسب‌وکارها از سوی صاحبان مشاغل بیان می‌شود. مشکلاتی که ممکن است خیلی جدی نباشند ولی کسب‌وکارها با آنها درگیرند. نخست، مسئله مالیات و بیمه است که فعالان کسب‌وکارها عمدتاً از وضعیت بیمه‌ای و مالیاتی و نیز نوع مناسباتی که با آنها می‌شود، گله‌مندند چون کسب‌وکارهای فرهنگی دیگر در فضای واقعی از مالیات معاف‌اند ولی در فضای مجازی همچنان این چالش‌ها وجود دارد یا حتی

فصلنامه

نمایه  
پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

۱۴۹

با شهرداری‌ها برای مکان فعالیت این کسب‌وکارها با مشکلاتی مواجه‌اند. دوم، بحث قوانین پیچیده و متراکمی است که در دستگاه‌های مختلف با آن مواجه‌اند. در کشور نزدیک به هیجده مرکز در حوزه مسائل فرهنگی مقررات‌گذاری می‌کنند و این کسب‌وکارها باید با همه آنها هماهنگی داشته باشند. سوم، بحث حمایت یارانه‌ای از کسب‌وکارهای فرهنگی است که الگوی سنتی آن را وزارت ارشاد خوب می‌داند چون سال‌هاست که این یارانه‌ها را میان مطبوعات تقسیم کرده است. ولی در فضای مجازی چنین اجازه‌ای نداریم که از کسب‌وکارهای فرهنگی یا از کسانی که تولیدات فرهنگی می‌کنند، حمایت کنیم و نیازمند اصلاحیه در شورای عالی فعالیت مجازی هستیم. چهارم، بحث آموزش نیروی انسانی است. دانشگاه‌ها و به‌طور کلی نظام آموزش کلاسیک ما در کشور، چه در دانشگاه‌ها و چه در آموزش و پرورش، متناسب با نیازها و مقتضیات فضای مجازی نیستند. به عبارت دیگر، اینها به آموزش‌های جدید نیاز دارند تا هم وضعیت دنیا را بدانند و هم با شیوه‌های جدید کسب‌وکار فرهنگی در فضای مجازی بیشتر آشنا شوند. پنجم، بحث فقدان سازوکار کسب درآمد از تولیدات محتوایی در فضای مجازی است که بیشترین درآمدها را اپراتورها و تا حدی مرکز داده‌ها دارند ولی کسی که در فضای مجازی تولید محتوایی می‌کند باید سهم عادلانه‌ای از آن داشته باشد. فعلاً این کسب‌وکارها از ترافیک، سهم اندکی دارند که البته می‌خواهم این بحث بیشتر باز شود. موضوع کپی‌رایت هم، بسیار جدی است چون در فضای دیجیتال ایران کسی که تولید محتوا می‌کند، صاحب اثر خود نیست؛ یعنی همه می‌توانند استفاده کنند جز خودش.

دکتر ضیایی پرور:  
مالیات و بیمه،  
قوانین پیچیده،  
حمایت یارانه‌ای،  
آموزش نیروی  
انسانی، فقدان  
سازوکار کسب  
درآمد و کپی‌رایت  
مهم‌ترین مسائل  
کسب‌وکارهای  
فرهنگی در فضای  
مجازی ایران  
است.

**دکتر حسنی:** دکتر جلیلی با توجه به مسئولیتی که شما در شورای عالی فضای مجازی دارید اگر ممکن است توضیح بدهید که شورای عالی فضای مجازی چه اقداماتی در این زمینه برای تسهیل این معضلات کرده است.

**دکتر جلیلی:** در بحث نگاه مهندسی یا علوم انسانی، خیلی روی این موضوع بحث نداریم که مهندس قلمداد می‌شویم یا نه، اصل قضیه آن است که دکتر خجسته به درستی بیان کردند. من نمی‌گویم مهندسی، می‌گویم نگاه صرف اقتصادی به چیزی که قرار است انسان آن را بسازد که هدایتگر باشد و تعالی‌گری و متعالی‌سازی را دنبال کند و این کار سختی است. در ادامه چند نکته عرض می‌کنم که این بحث را پوشش دهد. اول در مورد آن بحثی که دکتر خجسته با عنوان ره‌اشدگی فضای مجازی کشور طرح مسئله کردند. فضای مجازی دنیا ره‌اشده نیست؛ یعنی کسانی که در ساخت فضای مجازی و الگوی آن نقش داشتند و مفاهیم فرهنگی خود را در قالب

فصلنامه

نمایه  
پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

نرم افزار، خدمت، سکو و آیکون به خورد دنیا دادند و به صورت میلیاردری جمعیت و دنبال کننده و دوستدار جمع کردند، حال در اتاق ها و کاخ ها و دانشگاه های در بسته نشسته اند و تصمیم می گیرند که چه الگویی ارائه دهند تا ۱۰ درصد حکمرانی آنها اعمال شود و هیچ فعلی خارج از تصور آنها از حکمرانی شان صورت نگیرد. متأسفانه تصمیم گیران اصلی اجرایی ما هنوز درکی از این حکمرانی دیگران بر فضای مجازی ما ندارند. بخش کوچکی از این حکمرانی مالی، بخشی دیگر خدمت، بخش کوچکی از آن حکمرانی مهندسی - به تعبیر عزیزان - ولی بخش اصلی آن حکمرانی نرم است. حکمرانی تغییر سبک زندگی است که ظرف ده سال گذشته در شهر و روستای ما و در مدرسه و دانشگاه ما اتفاق افتاده است. متأسفانه تا کنون در این زمینه شورای عالی فضای مجازی تصمیمی اتخاذ نکرده است. در شورای عالی انقلاب فرهنگی اندکی وضع بهتر است ولی نگاه به رکن تصمیم گیر و قانون گذار در این حوزه، نگاهی از سر واکنی است. فرض کنید سکوهای ما و مخاطبان و مشترکان ما یک درصد مخاطبان دنیا باشند. تعداد ساعاتی که با گوشی و لپ تاپ سپری می کنیم ممکن است بیشتر یا کمتر باشد. به نظر می رسد ما کمی فعال تر هستیم؛ یعنی بیشتر وقت تلف می کنیم و به جای اینکه کتاب بخوانیم، پیام های تکراری کانال های متعدد را می خوانیم. یا به جای اینکه عرضه اقتصادی داشته باشیم، با فضای مجازی سرگرم هستیم. ولی بحث این است که از منظرهای مختلف، حکمرانی صاحبان سکو یا پلتفرم دارد رخ می دهد؛ یعنی حاکمیتی که این پنج شرکت اپل، آمازون، گوگل، ماکروسافت و فیس بوک دارند، کمتر از حاکمیت خیلی از کشورهای دنیا یا اتحادیه های آنها نیست. اروپا نگران این موضوع است که بخشی از آن اقتصادی است و بخشی نگرانی قانون گذاری و بخشی نگرانی امنیتی است. برای کشورهایی که فرهنگ برایشان مهم است، مهم ترین نگرانی فرهنگی است؛ یعنی فیس بوک، گوگل و اینستاگرام قصد دارند سبک زندگی بسازد. این یعنی حکمرانی صاحب سکو از منظر فرهنگی و در حوزه فرهنگی و سبک زندگی. این دارد اتفاق می افتد. ابتدا وارد نمی شود. اینستاگرام ابتدا به دنبال توسعه مشتریان خود بود، اما اکنون روش خود را تغییر داده است. ما به عنوان کسانی که نگران حکمرانی صاحبان سکو فضای مجازی بر فضای فرهنگی کشورمان هستیم، باید پیوست فرهنگی برای هر فعل و انفعالی که منجر به افزایش تعداد قابل توجهی مشترک می شود داشته باشیم. ممکن است پیام رسان باشد. ممکن است داروخانه آنلاین باشد. ممکن است آزمایشگاه ملی باشد. بلافاصله که تعداد مشترکان سکو از حدی فراتر رفت، مثلاً از صد هزار بالا رفت و به میلیون رسید، باید قواعد و مقررات دیگری بر آن حاکم کنیم. حتماً فیس بوک و اپل مقررات دولت خود یعنی امریکا را به دیده منت می پذیرند؛ یعنی اگر نامه ای یا تلفنی دریافت کنند

به آن عمل می‌کنند ولی ما باید مأمور کلانتری را به جایی بفرستیم تا قانون اعمال شود. باز هم با تساهل و تسامح با آنها رفتار می‌کنیم. باید صاحبان سکوها و محتوا قانون را بپذیرند. علاوه بر اینکه مجوز را می‌گیرند به روح مجوز هم قائل باشند و به آن احترام بگذارند؛ اگرچه پیش از آن باید وزارت ارشاد و صدا و سیما دوران فضای مجازی خودشان را از نظر درک صاحب محتوا، نیاز مخاطب، حجم مخاطب و درک حکمرانی در این عصر و در این فضا، با این شرایط منطبق کنند. نوعی پویایی و نگاهی نو به این پارامترها لازم است. باید در کنار هم جمع شوند تا هر کسی کار خود را به خوبی ارائه دهد. نباید اشغال شده فضای بین الملل باشیم. برای جلوگیری از این امر و برای اینکه سکوی ما به اسم استقلال سرکشی نکند (چون استقلال سکو ذیل استقلال کشور است)، یعنی اگر جمهوری اسلامی استقلال خود را در فضای مجازی از دست بدهد و به تصمیم صاحب فیس بوک و اینستاگرام و گوگل وابسته باشد و به جای اینکه مرا به تبیان هدایت کند به شبکه من و تو و بی.بی.سی هدایت کند، این یعنی حکمرانی فرهنگی. این یعنی حکمرانی بر مغز من و اگر این را درک نکنیم و از سطوح عالی و کارشناسی و سطوح مدیران و وزرا به آن بی‌اعتنا باشیم، ده سال دیگر جمهوری اسلامی را در فضای مجازی نخواهیم داشت و آنجاست که با سرکشی مواجه می‌شویم؛ زمانی که عده‌ای از بچه‌های ما به طرفداری از صاحب آن سکو مقابل ما می‌ایستند. خیلی پدیده نگران‌کننده‌ای است. باید به کسانی گفته شود که گوششان را به روی این حرف‌ها بسته‌اند.

حال چه باید کنیم؟ اول، باید میان داخل و خارج، اولویت با داخل باشد؛ یعنی هر میزان تساهل را بپذیریم اما در داخل. تولیدکننده داخلی و عرضه‌کننده داخلی مهم‌اند؛ یعنی معتقد باشیم اگر جنس بد هم ارائه می‌کنید، داخلی باشد تا در مقابل جنس به ظاهر خوب خارجی. باید گرفتن مجوزها آسان شود. محصولات داخلی باید اولویت باشد. باید مسئله مالیات و بیمه را حل کنیم. من علاوه بر دانشگاه و شورای عالی فضای مجازی در دو دهه گذشته بررسی کرده‌ام و می‌فهمم وقتی مأمور بیمه جریمه می‌نویسد صاحب کسب و کار، چه کسب و کار محتوایی و چه کسب و کار نرم‌افزاری، بیچاره می‌شود و نمی‌داند چه کند. اگر تعطیل کند نمی‌تواند جریمه را بپردازد و می‌خواهد سالم هم زندگی کند. خیلی سخت می‌گذرد. مأموران بیمه، مالیات و شهرداری درکی از کسب و کار ندارند. اگر این مسائل را حل نکنند همه کسب و کارها می‌میرند؛ نه تنها کسب و کارهای فرهنگی بلکه اکثر کسب و کارها. کسب و کارهای فرهنگی که در معرض نقض کپی‌رایت هم هستند، سخت‌تر و زودتر می‌میرند. واقعاً باید حواسمان به اینها باشد. باید حمایت یارانه‌ای در فضای مجازی در مقابل فضای واقعی اتفاق بیفتد ولی این موضوع یا مصوبه هیئت دولت

فصلنامه

نمایه  
پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

را می‌خواهد یا مصوبه مجلس را و معمولاً شورای عالی فضای مجازی در عرصه‌هایی که به پول و حق ملت و تکلیف به دولت مرتبط باشد، ورود نمی‌کند. دوستانمان در مرکز رسانه‌های دیجیتال باید حتماً این موضوع پیگیری کنند تا نمایندگان مجلس روی این حوزه کار کنند. اکنون در مجلس افرادی فعالیت دارند که روی این حوزه‌ها حساس هستند و فراكسیون درست کردند و می‌خواهند کمیسیون تشکیل دهند. به نظر من، باید این مسئله را حل کنند. در تقسیم درآمد اتفاق خوبی دارد رخ می‌دهد. درست است که دکتر خجسته به ۱۰،۶۰ و ۳۰ درصد اعتراض کردند ولی ای کاش در آینده این ۱۰،۶۰ و ۳۰ درصد در همه اپراتورها اتفاق بیفتد. یعنی شما به هر میزان که نقش دارید تلاش کنید این کار رخ دهد. ۶۰ درصد را بیشتر کنید. در جاهایی شاهد بوده‌ام که ۶۰ تا ۸۰ هم رسانده‌اند ولی برخی از اپراتورها این ۶۰ درصد را کمتر از ۳۰ درصد کرده‌اند. اگر تثبیت کنیم که سهم تولیدکننده بر اساس زحمت و فاخر بودن محتوا و بر اساس معیارهای دیگر بالای ۵۰ درصد باشد و در این زنجیره ارزشی که از تولید به مصرف ایجاد می‌شود را ۵۰ درصد در نظر بگیریم، برد کرده‌ایم. الان باید از ۵۰ درصد به بالا حفاظت کنیم. دوستان ما در مرکز رسانه‌های دیجیتال و وزارت ارشاد از این مسئله حمایت کنند. اگر این اتفاق بیفتد می‌توانیم محتوای داخلی را افزایش دهیم. ۷۰ درصد مصرف ما خارجی است و تنها ۳۰ درصد آن داخلی است و این خیلی بد است. توصیه، فرمان و تأکید همه ارکان نظام این است که عکس آن اتفاق بیفتد. برای اینکه این نسبت تغییر کند باید کسب‌وکار تولید محتوای داخلی را تسهیل کنیم که عمدتاً به محتوای فرهنگی برمی‌گردد؛ یعنی پهنای باندی که یک انیمیشن، کتاب، موسیقی و یا بازی ایجاد می‌کند خیلی بیشتر از آنی است که تراکنش بانکی ایجاد می‌کند. خود آموزش مهم است. ما نگران هستیم که آموزش ما در اختیار خارج‌نشینان در فضای مجازی قرار بگیرد؛ یعنی اگر شبکه من و تو یک مدرسه سراسری با شعبه مجازی ایجاد کند و نمایندگی هم در تهران بگیرد و کیفیت کارش هم خوب باشد و آزمایشگاه‌های مجازی شیکی راه بیندازد و ترافیک خود را مجانی کند ما می‌خواهیم چه کنیم؟ اینها تلنگرهایی است که در حوزه تولید محتوای مجوزگیر داخلی داریم. باید متحد شویم که بین خارج و داخل اولویت با داخل باشد. هر چند که ملاحظاتی داشته باشد.

دوم، اینکه ممکن است یک تاجر تولید محصولی را آغاز کند اما به منظور بالا بردن پهنای باند بخواهد هر چه شد را تولید کند. اینجاست که پیامی از متنی غیرمستقیم به نقل از رهبر انقلاب شنیده‌ام که تعقیبات نمازتان را فدای تولید محتوای فاخر در فضای مجازی کنید. این یعنی کسی که دغدغه دارد تولید محتوا کند. کسی دغدغه ضدخدایی دارد ممکن است محتوا تولید کند و خدا باوران هم ممکن است

تولید محتوا کنند. پس به دنبال این هستیم که دغدغه‌مندان خداپاوری که به دلیل تکلیف تولید محتوا می‌کنند را حمایت کنیم. کسی که می‌خواهد تکلیف انجام دهد باید چرخه اقتصادی اش بچرخد. باید بتواند پول پهنای باند و برق و میزبانی سرور را بدهد. همه اینها هست. پس باید آن را اقتصادی کنیم حتی اگر این کار سود نداشته باشد ولی خودگردان باشد. وقتی خواستیم این کار را اجرایی کنیم ابتدا باید جمع‌سپاری کنیم. تعداد تولیدکننده‌ها را در سطح کشور زیاد کنیم. اجازه بدهیم که دکان‌های کوچک راه‌اندازی شوند. مجوزها را برای یک تا پنج نفر ملغا کنیم. برنامه‌ریزی کنیم که همه تولید کنند ولی مقررات وضع کنیم و تنظیم‌گری و پالایش کنیم. افراد متعهد شوند که مقررات وزارت ارشاد و سازمان تبلیغات و مرکز ملی را رعایت کنند و اگر کسی پنج بار خطا کرد به او بگوییم که دیگر نمی‌تواند کار تولیدی کند و باید به کار دیگری بپردازد. مثلاً اگر آپارات فیلم هم جنس‌بازی در داخل تهران را در دسترس عموم قرار دهد، اینکه متوجه شوند و تذکر دهند، اهمیت بالایی دارد ولی نباید آپارات را تعطیل کنیم چون ممکن است آپارات پس از مقطعی سیستم خود را با این تذکرات تنظیم کند.

دکتر جلیلی:  
ما به عنوان  
افرادی که نگران  
حکمرانی فضای  
فرهنگی کشور  
توسط صاحبان  
سکوها جهانی  
در فضای مجازی  
هستیم، باید برای  
هر فعل و انفعالی  
که منجر به تعداد  
قابل توجهی  
مشترک می‌شود  
پیوست فرهنگی  
داشته باشیم.

دکتر حسنی: ابتدا از رهاشدگی فضای مجازی ایران صحبت کردید که کمی ناامیدکننده بود و امیدواریم مسئولانی که متولی امر هستند به این سخن که اهمیت فضای مجازی به اندازه اهمیت انقلاب اسلامی است واقف باشند و هم‌وغم بیشتری را برای تنظیم فضای مجازی داشته باشند. درخواست می‌کنم که دکتر خجسته اگر بحث و نظری دارند بفرمایند. من سؤالی از ایشان دارم. با توجه به توسعه پلتفرمی شدن و نقشی که پلتفرم‌های پنج‌گانه در دنیای امروز ایفا می‌کنند و قانون‌گذاران شیوه رفتاری کاربران در سطح جهان، ما در داخل جامعه ایران چقدر می‌توانیم پلتفرم‌های بومی و آلترناتیو داشته باشیم تا بسیاری از این دغدغه‌ها را نداشته باشیم؟

دکتر خجسته: اگر بخواهم جمع‌بندی کنم باید پنج نتیجه بگیرم. اول اینکه، کسب‌وکارهای فرهنگی به این معنا مستقل نیستند بلکه امتداد زیرساخت‌ها و پلتفرم‌ها هستند. مثلاً دیجی‌کالا توانسته اتصال و ارتباطی بین تولیدکننده، عرضه‌کننده و مشتری ایجاد و یک سرویس خلق کند. دیجی‌استایل در جشنواره فیلم فجر پارسال یکی از صفحه‌های مهم بررسی فیلم‌های سینمایی دیجی‌کات بود. اسنپ را می‌بینیم که اسنپ رادیو و اسنپ پادکست را ارائه می‌دهد. ضمن اینکه از سرویسی که کاربران بالایی دارد استفاده می‌کند. پس کسب‌وکار فرهنگی

فصلنامه

نمایه  
پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

۱۵۴

مستقل نداریم و اینکه امتداد زیرساخت است نشان می‌دهد که اهمیت با بالابردن ترافیک است نه ایجاد رفتار. دوم، درآمدهای کسب‌وکارهای فرهنگی چون از طریق اپراتورها و پلتفرم‌ها صورت می‌گیرد عمدتاً اپراتورها و پلتفرم‌ها نقد دریافت می‌کنند و با تأخیری طولانی مدت آن پول را برمی‌گردانند. این مسئله کسب‌وکار را دچار اشکال می‌کند چون باید تلاش کند تا حقیقت را از اپراتور بگیرد و بتواند جواب تولیدکننده را بدهد. این خود داستانی است. سوم، رقیب قدرتمندمان - منظوم رقابت درون ساختار حاکمیت نیست - قصد تهاجم فرهنگی دارد. در همین حوزه آموزش، مدرسه مجازی ای داریم که یو. اس. ای به آن کمک می‌کند تا به معلمان آموزش بدهد که دانش‌آموز را خارج از ساختار آموزش و پرورش آموزش دهند. این مسئله در زمان کرونا توسعه جدی پیدا کرده است. واقعاً ما رقیبی قدرتمند داریم. در ایران گرفتن بیشتر به شوخی شبیه است. چرا؟ من از یکی از مدیران کافه بازار در نمایشگاهی پرسیدم که چطور آپ‌ها را تنظیم می‌کنید و چطور آن را حذف یا بررسی می‌کنید. ایشان به من گفت ما بررسی می‌کنیم که گوگل نظرش چیست. برای من جالب بود که یکی از پلتفرم‌های ما با یک شرکت فناوری بزرگ مناسباتی دارد و تولید دانش می‌کند. پرسیدم چگونه این ارتباط را برقرار می‌کنید؟ گفت ما حدس می‌زنیم که گوگل چه می‌خواهد و چه نمی‌خواهد. اندروید بر آن پلتفرم سلطه دارد پس گوگل باید تو را تأیید کند. در اینجا حاکمیت نداریم. الان در جمهوری اسلامی ایران شرکت‌های سرمایه‌گذاری ای هستند که کاملاً خارجی‌اند. بارها در مورد آنها صحبت شده است. بسیاری از شرکت‌هایی که به شوخی به آنها استارت‌آپ می‌گوییم با سرمایه‌گذاری خارجی حرکت می‌کنند. در داخل، منابع محدود سرمایه‌گذاری در حوزه‌های فنی استفاده می‌شوند اما سرمایه‌گذار خارجی سرویس‌ها و خدمات جدی را وارد و عرضه می‌کند. ما از زاویه حکمرانی به موضوع نگاه می‌کنیم. پس عرضم این است که در اینجا حکمرانی وجود ندارد. کسی برای گرفتن هجده مجوز باید بدود و فرد دیگری به شکل دیگری عمل می‌کند و گردش درآمدها با هم متفاوت است. رقابت برای افراد نابرابر است. او به یورو و دلار و با تولید سرویس کار می‌کند و تلاش می‌کند تغییر رفتار ایجاد کند. مسئله اول کسب‌وکارهای فرهنگی تغییر سبک زندگی است پس معلوم است که نمی‌تواند خوب عمل کند و تأثیرگذار باشد. چرا؟ چون لایه‌های دیگر را از دست داده‌ایم. پس نکته چهارم اینکه، رقیب از پشتوانه مالی برخوردار است. من حوزه آموزش را مثال زدیم. حوزه‌های ویدئویی هم درگیر شده‌اند. پنجم اینکه، اسناد بالادستی این سپهر مجازی اسناد مهندسی است. در شبکه ملی اطلاعات، واژه ملی بین شبکه و اطلاعات قرار گرفته است و این یعنی نگاه مهندسی غلبه دارد. عصر جدید و نفت جدید که باید ملی باشد داده و دیتاست. پس اسناد بالادستی

چون نگاه مهندسی دارد اجازه نمی‌دهد کسب‌وکارهای راهبردی شکل بگیرند. نکته بعدی هم این است که چون الگوی عمده کسب درآمد داده و دیتا و ترافیک است بنابراین، کسب‌وکار فرهنگی از طریق زیرساخت خلق می‌شود که تولید ترافیک کند نه حل‌کننده مسئله باشد. به همین دلیل، آن اشکال در سند هم پیش می‌آید و نگاه مهندسی درکی ندارد که این چه اثری دارد. این پنج مورد جمع‌بندی بنده خدمت بزرگواران است. در مورد سؤالی که شد باید گفت ما در جنگ بزرگی قرار داریم. بخشی از حاکمیت باید مقوله استقلال را به رسمیت بشناسد در حالی که این‌گونه نیست و به دنبال هضم این مسئله در جامعه جهانی است که در سیاست خارجی و سیاست اقتصادی و حتی در لایه ارتباطات و فناوری هم هست. چنین دیدگاهی اجازه نمی‌دهد پلتفرم‌های داخلی و بومی شکل بگیرند یا ما خود را بازسازی کنیم. داستان پلتفرم متعلق به امروز نیست بلکه مربوط به سال ۱۳۹۲ است؛ یعنی زمانی که تلفن‌های هوشمند به شکل رسمی وارد ایران شدند. از سال ۹۲ به بعد، مدیوم و ژانر و قالب‌ها نیز تغییر کردند و حضور شبکه‌های اجتماعی جدی شد. بعد از آن، پلتفرم‌های خارجی به ایران آمدند. از سال‌های ۱۳۹۲ تا ۱۳۹۴، سازمان تبلیغات اسلامی و صدا و سیما و دولت و هر جایی که باید درگیر آن می‌شد و درک می‌کرد که فضای مجازی اتفاق جدیدی را رقم زده است و به زودی پیام‌رسان مسئله جدی ما خواهد شد، بی‌توجهی نشان دادند. زمانی که در دولت طرح شد که پلتفرم خارجی وارد کشور شود، آنها تلگرام را آوردند و آن داستان‌ها پیش آمد. در اینجا هم به حکمرانی و استقلال اهمیتی ندادیم و تلگرام هر کاری خواست کرد. الان در بدترین حالت پیام‌رسان هستیم. خود مدیران هم نمی‌دانند دارد چه رخ می‌دهد. همین الان کسی در مورد سرعت بالا و تسهیل خدمات شکایتی ندارد. اما حال که دارد فایوجی می‌آید خیلی خوش‌بینانه می‌گوییم که نگاه مهندسی می‌گوید دارم سرعت را بالا می‌برم اما علوم انسانی می‌گوید تو داری اتصال را برقرار می‌کنی. آیا روی آن اتصال کار کرده‌ای؟ نقشه فایوجی شما معلوم است؟ اگر امروز پیام‌رسان دغدغه ماست در نظر بگیرید که با فایوجی همه چیز اینترنتی شود چه می‌شود. وقتی شما مقوله استقلال و حکمرانی را برای آن طراحی نکرده باشید کلان استقلال و حاکمیت را از دست داده‌اید. من اراده‌ای از حکمرانان نمی‌بینم که فکری برای پلتفرم‌ها کرده باشند. نکته دیگر اینکه ما طراحان و تیم‌های فنی خوبی داریم ولی این باید با مقوله نگاه حکمرانی ترکیب شود. الان هم پلتفرم‌های خوب و قابل عرضه داریم. ممکن است اشکالاتی داشته باشد ولی دارند کار می‌کنند و پلتفرم‌های مفصلی هستند. فکر می‌کنم مسئله این است که امکان، توان و نیروی انسانی پلتفرم‌ها و حتی فایوجی را داریم و این اراده باید در حاکمیت به وجود بیاید. بخشید.

فصلنامه

نمایه  
پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

۱۵۶

**دکتر حسنی:** دکتر جلیلی لطفاً بحث پایانی خود را بفرمایید.

**دکتر جلیلی:** نکته‌ای که در پایان صحبت دکتر خجسته بود، ارتباطات همراه نسل پنجم یا فایوجی بود. مهندس اگر دغدغه‌مند باشد حتماً مؤثرتر از یک الهیات خوانده است. یعنی مهم این است که کسی فرهنگ را غالب می‌داند یا پهنای باند را غالب می‌داند حال می‌خواهد مهندس باشد یا نباشد. بنده معتقدم توجهی که به تازگی به شبکه ملی اطلاعات شده است مرهون عنایت و لطف و دغدغه جدی حضرت آقا است که ۱۲ آذر ۱۳۹۸ رسماً نامه‌ای نوشتند که باید بیش از پیش به این عرصه بپردازیم و این نامه باعث شد که بحث معماری و سند ملی اطلاعات وارد شورای فضای مجازی شود که حداقل تصویری داشته باشیم. این تصویر به زعم دکتر خجسته تصویری مهندسی است. این نکته درست است و ناگزیر باید باشد ولی نباید نگاه بیت و پهنای باند بر کل این معماری و شبکه ملی حاکم باشد. واقعاً هم این گونه است که نگاه مهندسی بر کل فضا غالب نیست. یک معماری شش لایه دارد که عبارت‌اند از: اطلاعات، ارتباطات، ساخت‌های نرم‌افزاری، خدمات نرم‌افزاری و خدمات و محتوا که خدمات و محتوا را باید بخش خصوصی و بخشی غیر از وزارت ارتباطات برعهده بگیرد. کار معمارانه‌ای که اجرایی شده است از نظر همگرایی ادبیاتی خوب است؛ یعنی می‌فهمیم که درباره چه و که صحبت می‌کنیم. آقای وزیر اطلاعات! وقتی که به این معماری نگاه می‌کنیم، وقتی جلسه‌های ویدئوکنفرانسی ما نمی‌توانند کیفیت خوبی داشته باشند، چرا شعار هر ایرانی یک تلویزیون را می‌دهی؟ چرا کار خود را رها می‌کنی و در کار دیگران دخالت می‌کنی؟ چرا کسی بخش خود را خوب اداره نمی‌کند؟ چند سال پیش، یکی از شرکت‌های صدا و سیما پهنای باند در تهران می‌فروخت. این اشکال دارد. متأسفانه بخشی از اینها فداکردن حاکمیت جمهوری اسلامی در فضای مجازی فعلی به واسطه برخی ملاحظات جناحی و سیاسی است. بخشی از این کارها در نهایت حال‌گیری است که می‌خواهیم حال کسی را بگیریم. اگر بخواهیم این بحث را به آنچه صحبت شد وصل کنیم بحث فایوجی و ارتباطات نسل پنجم است. ما برای ارتباطات نسل چهارمی که دست‌آحاد جامعه داده‌ایم محتوا نداریم، خدمت نداریم، سرگرمی نداریم و بازی نداریم. دانشگاه‌های ما از سیستمی که از آن استفاده می‌کنند ناراضی هستند. اسکای‌روم افتخار ماست ولی این برای فضای آموزشی اول مهر کفایت نمی‌کند. حجم دیتاستر (مرکز داده) و سیستم ابری و سرور و انبارشی که برای این لازم داریم خیلی بیشتر از این است که در تابستان استفاده می‌کنیم. مدارس یاد گرفته‌اند سرویس‌های خود را بهتر عرضه کنند. برای اینکه حکمرانی جمهوری اسلامی در محتوای فضای مجازی از دست ندهیم، باید

پهنای باند خدمات و سکوه‌های آموزشی را در اول مهر مجانی کنیم. امیدوارم اپراتورها و فراهم‌کنندگان غیرسیار و سیمی یا فیکس در این شرایط کرونایی این ترافیک را مجانی کنند. این کار زیانی به آنها نمی‌رساند بلکه تنها نفعی برای آنها ندارد. اگر به آستانه ضرر رسیدند باید منابع فعلی در خدمت آنها باشند تا بتوانیم حاکمیت خود را حفظ کنیم. ما از سرویس دهنده‌های خارجی سرویس مجانی می‌گیریم؛ یعنی آنها دارند برای اعمال حاکمیت خود هزینه‌هایی را به ما ایرانی‌های تحریم شده می‌پردازند. باید توجه داشته باشیم که با عملی مشابه و مقابله به مثل توطئه آنها را خنثی کنیم. اگر برای نسل چهارم تلفن همراه آمادگی محتوا نداشته باشیم، برای نسل پنجم قطعاً نداریم. من کاملاً موافقم که از نظر نبودن فناوری تلفن همراه جزو ده کشور اول دنیا باشیم. باید برنامه‌ریزی کنیم؛ ابتدا پیوست محتوایی و بعد پیوست فنی داشته باشیم؛ یعنی اگر فایوجی را می‌خواهیم باید زودتر از آن به پیوست محتوایی دست یابیم و آن را اجرا کنیم. پیوست محتوایی ایجابی است نه سلبی. بنابراین باید محتوا تولید کنیم؛ مانند محتواهای آموزشی، پزشکی، خدماتی، سرگرمی و بازی. آقای دکتر خجسته! برای آمادگی در برابر آمدن نسل پنجم تلفن همراه تبیان را روی تولید محتوا بیندازید و کار را جمع کنید. برای این کار به یک نهضت نیاز داریم. باید یک نهضت تولید محتوا برای نسل پنجم تلفن همراه داشته باشیم و کاملاً ایجابی و توسعه‌گرایانه با نسل پنجم برخورد کنیم.

**دکتر جلیلی:**  
**باید یک نهضت**  
**تولید محتوا**  
**برای نسل پنجم**  
**تلفن همراه**  
**داشته باشیم**  
**و کاملاً ایجابی**  
**و توسعه‌گرایانه**  
**با نسل پنجم**  
**برخورد کنیم.**

## کرونا و ذهنیت جمعی در ایران

حاضران:

### دکتر مصطفی مهرآیین

(استادیار گروه علم و جامعه، مرکز تحقیقات سیاست علمی کشور)



### دکتر محمدرضا سرگلزایی

(روانپزشک و مدرس)



### دکتر فاطمه علمدار (دبیر علمی نشست)

(دکتری جامعه‌شناسی و پژوهشگر حوزه روان‌شناسی اجتماعی)



### چکیده

نشست کرونا و ذهنیت جمعی در ایران با هدف تحلیل پدیده کرونا از منظر روان‌شناسی اجتماعی برگزار شد. در این نشست، دکتر مصطفی مهرآیین، جامعه‌شناس و مؤسس مؤسسه رخداد تازه و عضو هیئت علمی مؤسسه تحقیقات سیاست علمی کشور، روایت‌های توضیح‌دهنده خطرات را در قالب سه روایت بیان کرده است که عبارتند از:

۱- روایت‌هایی که منشأ خطر را ماوراءالطبیعه و راه حل آن را عبادت و راضی‌کردن خداوند می‌دانند؛

۲- روایت‌هایی که منشأ خطر را از طبیعت می‌دانند و راه حل آن را در علم می‌جویند؛

۳- روایت‌هایی که نقش جامعه را در رفع خطرات و جلوگیری از تبدیل شدن آنها به فاجعه

برجسته می‌کنند.

از نظر دکتر مهرآیین، بهترین مواجهه با خطرات، اتخاذ رویکردی است که از ترکیب هر سه دیدگاه باشد. دکتر محمدرضا سرگلزایی نیز در مورد دلایل مقاومت انسان‌ها در برابر ایجاد تغییرات مفید برای مدیریت بهینه خطرات و مشکلات صحبت کرد. سرگلزایی با اقامه ادله در مورد قابلیت انعطاف‌پذیری مغز انسان که انتخاب‌های کنشی او را متنوع و خلاقانه می‌کند، توضیح داد که انسان‌ها بر اساس روایت‌هایی که از مسئله دارند، کنش‌های خود را سامان می‌دهند و روایت‌ها می‌توانند مولد یا مخرب باشند. درحالی‌که روایت‌های مولد، همکاری جمعی را در راستای بهبود وضعیت مشترک تشویق می‌کنند، روایت‌های مخرب از شکل‌گرفتن همکاری‌های این‌چنینی جلوگیری می‌کنند و منجر به مقاومت افراد برای مشارکت در ایجاد تغییرات مفید به‌منظور مدیریت بهینه وضعیت‌های نامطلوب می‌شوند.

**کلیدواژه‌ها:** کرونا، کووید ۹۱، ذهنیت جمعی

فصلنامه

نمایه  
پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

**دکتر علمدار:** در حال حاضر ماه‌هاست که جامعه جهانی و جامعه ما درگیر پاندمی کرونا شده و این پاندمی تأثیرات جدی بر سبک زندگی ما گذاشته است. این تأثیرات جدی و ابهامی که در خصوص زمان پایان این وضعیت وجود دارد و همچنین، ناگهانی و پیش‌بینی‌نشده بودن این حجم از تغییرات باعث شده که فهم پدیده کرونا تبدیل به یک مسئله جدی در حوزه‌های مختلف شود و اندیشمندان در دامنه گسترده‌ای از حوزه‌های علمی و نظری در مورد آن سخن گفته و بحث و تبادل نظر کنند. پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات هم در همین راستا تصمیم گرفته است که مجموعه نشست‌هایی را با اندیشمندان حوزه‌های مختلف برای بررسی تأثیرات پاندمی کرونا بر زندگی نظری و عملی ما ایرانیان برگزار کند. امروز اولین نشست از این سلسله نشست‌ها با موضوع کرونا و ذهنیت جمعی برگزار می‌شود. در این نشست قرار است تأثیرات پاندمی کرونا را از منظر روانشناسی اجتماعی بررسی کنیم. به همین مناسبت، در خدمت دکتر مهرآیین، جامعه‌شناس و عضو هیئت علمی مرکز تحقیقات سیاست علمی کشور و همچنین دکتر سرگلزایی، روانپزشک و مدرس هستیم. دکتر مهرآیین قرار است در مورد روایت‌هایی که حول پدیده کرونا شکل گرفته صحبت نموده و این روایت‌ها را تحلیل کنند. در ادامه سخنان ایشان را می‌شنویم.

**دکتر مهرآیین:** موضوع صحبت من تحلیل روایت پاندمی کرونا است. در برخورد با پدیده‌های اجتماعی، از نظر نسبتی که بین پدیده و زبان و نیز پدیده و دنیای روایت برقرار می‌کنیم، دو رویکرد نظری وجود دارد. اول، رویکرد کلاسیک‌های جامعه‌شناسی مانند دورکیم، مارکس و وبر است که معتقدند دنیای زبان چیزی جز دنیای اجتماع نیست و زبان تنها ابزاری است که از طریق آن دنیای اجتماع وارد دنیای زبان می‌شود و مردم می‌توانند از این طریق با هم گفتگو کنند. جمله مشهور دورکیم که «شهر خدایان بازتاب شهر انسان است»، به خوبی این مسئله را نشان می‌دهد. از این دیدگاه، خدایان چیزی جز بازتاب جامعه نیستند. مارکس هم ایدئولوژی یا فرهنگ را چیزی جز شرایط تولید جامعه نمی‌دانست. وبر هم دنیای نظام‌های معنا را تابعی از واقعیت‌های اجتماعی‌ای می‌دانست که در جامعه وجود دارد و بین آنچه در دنیای زبان وجود دارد و آنچه در دنیای واقع است، نوعی قرابت‌گزینی ایجاد کرد. رویکرد دوم که پس از چرخش زبان‌شناختی در علوم انسانی و شکل‌گیری بحث‌های نظریه‌های گفتمان و نظریه‌های روایت مطرح شد، بر آن است که دنیای زبان، دنیای روایت یا دنیای قصه‌ها، بازنمایی جامعه نیست. اگرچه دنیای زبان به شکلی با جامعه مرتبط است و قصه‌ها، روایت‌ها و گفتمان‌ها در اجتماع ریشه دارند و افقی اجتماعی دارند که وارد این دنیاها می‌شود و این دنیاها

زبانی در همان افق‌های اجتماعی تولید می‌شوند، اما دنیا‌های روایی بازتاب جامعه نیستند. دنیا‌های روایی، دنیای گفتمان‌ها و قصه‌ها یا دنیای زبانی است که از یک منطق درونی پیروی می‌کند و آن منطق درونی زبان است که به معنای پدیده‌ها شکل می‌دهد. اگرچه واژه‌ها به واقعیت‌های بیرون از خود اشاره می‌کنند؛ اما معنای واژه‌ها برآمده از واقعیت‌های بیرونی نیست؛ بلکه حاصل نسبت‌های زبانی است که واژه‌های زبانی در درون ساختارهای زبانی و نظام‌های معنایی با هم پیدا می‌کنند. بنابراین رویکرد، همواره می‌توانیم بگوییم دنیا‌های زبانی، زبان واقعیت‌ها را مبتنی بر قواعد اجرایی در درون خود می‌سازند یا بنا بر اصطلاح مشهور، آن را برساخت می‌کنند و به پدیده‌ها نوعی پویایی و سیالیت در دنیای زبان داده می‌شود. زبان، دنیای اکنونیت پدیده‌ها است؛ یعنی در هر بستری که کنش متقابل نمادینی بین انسان‌ها به وجود آید، به خلق آن پدیده در وضعیت اکنون می‌پردازند. به عبارت دیگر، پدیده‌ها از پیش داده شده نیستند. چون از دیدگاه کسانی مثل دورکیم، مارکس و وبر جامعه امری از پیش داده شده و از پیش موجود است. اما از نگاه متفکران نظریه‌های گفتمان، جامعه امری از پیش داده شده نیست؛ بلکه مدام دارد تولید می‌شود. پدیده‌های اجتماعی در اینجا و اکنون مکانی و زمانی تولید می‌شوند.

در این نگاه، پدیده‌های طبیعی مانند سیل و زلزله و کرونا یک امر از پیش موجود و از قبل داده شده اجتماعی نیستند؛ بلکه این پدیده‌ها ساخته می‌شوند. درست است که آنها عینی هستند؛ اما زمانی عینیت پدیده ساخته می‌شود که از درون دنیای زبان به صلابت معنایی دست یابد، در غیراین صورت، آن عینیت بیرونی که در نگاه کلاسیک‌ها و به خصوص پوزیتیویست‌ها وجود دارد در مورد پدیده‌های اجتماعی صادق نیست. پدیده‌های اجتماعی دائم در حال خلق شدن هستند.

جامعه‌شناسی به نام کرگ و نکاف، کتاب فرهنگ‌های فاجعه یا فرهنگ‌های خطر را مبتنی بر رویکرد زبانی در خلق واقعیت‌های اجتماعی نوشته که منبع مطالعاتی بسیار خوبی در این حوزه است. او جامعه و خطر طبیعی را در فیلیپین بررسی کرده و می‌گوید فضاهای گفتمانی مختلفی در مورد خطر وجود دارد. از این منظر، خطر امری گفتمانی است که دائم در دنیا‌های زبانی در حال خلق شدن است. و نکاف با مطالعه تاریخی نشان می‌دهد که در گذشته، زمانی که غرب با دنیا‌های دیگر، به خصوص آفریقا یا آمریکا آشنا شد، احساس کرد با خطری جدی روبه‌رو شده و آن بیماری مالاریا یا بیماری‌هایی بود که از طریق حشرات و جانداران دیگر به انسان منتقل می‌شد. و نکاف می‌گوید اولین تصویری که از خطر ایجاد شد این بود که خطر از جنس حشرات و حیوانات است و باید راه‌حلی برای این پدیده پیدا کرد و مبتنی بر این تعریف از خطر، راه‌حل هم در علم پزشکی تعریف شد و این ایده شکل گرفت که

برای ادامه فعالیت‌های استعماری در این کشورها باید علم پزشکی را توسعه داد. با گذر زمان، غربی‌ها متوجه شدند که با وجود پیشرفت علم پزشکی و کنترل بیماری‌ها در این جوامع، مردم علاقه چندانی به آنچه در دنیای غرب می‌گذرد نشان نمی‌دهند و گویی دوست ندارند توسعه پیدا کنند و به این نتیجه رسیدند که مشکل اصلی در جوامع توسعه‌نیافته، عدم توسعه است. با این تعریف، راه حل در گسترش علوم انسانی، دموکراسی و مباحث فرهنگی در درون این کشورها تعریف شد و این ایده شکل گرفت که اگر این کشورها بتوانند به لحاظ فرهنگی و اجتماعی رشد کنند، جوامع غربی می‌توانند به اهداف مدنظرشان در این مناطق برسند. با این حال، مطلوب غربی‌ها در کشورهای توسعه‌نیافته یا در حال توسعه، برآورده نشد و به این نتیجه رسیدند که آنچه باعث می‌شود فرایندهای توسعه در این جوامع ناقص بماند، خطرات طبیعی مانند سیل و زلزله است و راه حل آن نیز در دانش مهندسی نهفته است. در رویکرد ونکاف، فاجعه یک امر زبانی است. روایت‌ها از فاجعه در دنیای زبان ممکن می‌شود. در دنیای زبان است که روایت‌های جوامع از خطرات، چه مالاریا باشد و چه توسعه‌نیافتگی که امری کاملاً اجتماعی است و چه زلزله، بر ساخت می‌شود.

خطرات در دنیای زبانی چگونه بر ساخت می‌شوند؟ در جامعه ما سه رویکرد مذهبی، یک رویکرد مهندسی و حداقل چهار رویکرد علوم اجتماعی یا جامعه‌شناختی درباره مسئله خطر به وجود آمده است. این رویکردها، قصه‌های متفاوتی از مسئله خطر هستند که به ما نشان می‌دهند فهم مردم از خطر یا فهم جوامع از آن چگونه شکل می‌گیرد و چگونه خطر خودش را در دنیای زبانی جوامع اجرا می‌کند.

یکی از رویکردها این است که تصور می‌کنیم خطر، عمل خداوند است. گری استرم در کتاب آیا خداوند می‌تواند مداخله کند می‌گوید مذهب چگونه بلایای طبیعی را توضیح می‌دهد. به بیان او، مهم‌ترین پرسشی که انسان‌ها به هنگام وقوع حوادث با آن روبه‌رو می‌شوند، این است که خداوند کجاست؟ اگر خداوند قدرتمند است، چرا مداخله نمی‌کند؟ اگر خداوند خیر است، چرا امر شر را ممکن می‌کند؟ در اینجا سه روایت در مورد نقش خداوند در بلایای طبیعی وجود دارد. اولین دیدگاه این است که بلا، پاسخی به گناه است و از این طریق خداوند به ما می‌گوید که شما مورد عنایت و لطف خداوند نیستید. در جامعه ما یکی از مهم‌ترین تفکراتی که به خصوص از سوی افراد مذهبی و روحانیت در مورد پدیده کرونا گسترش پیدا کرد، این بود که کرونا هم مانند اتفاقات قبلی، از جمله زلزله و رانش زمین و سقوط هواپیما و تصادفات جاده‌ای و حتی مرگ‌هایی که خیلی زودرس هستند، به گناهکاری ما بازمی‌گردد. دومین دیدگاه این است که خطرات طبیعی، عمل خداوند و نشانه وقوع آخرالزمان

هستند. در همه روایت‌های آخرالزمانی که در فرهنگ‌های مختلف وجود دارد، نشانه‌هایی از طبیعت به سمت انسان‌ها خواهد آمد و از طریق این نشانه‌ها خداوند اعلام می‌کند که آخرالزمان نزدیک است. براساس سومین نگاه، خطر طبیعی، عمل خداوند است و فرصتی برای بازگشت به او. در واقع، خداوند با بلایا به ما هشدار می‌دهد که از گناهانمان توبه کنیم و به عبادتگاه‌ها و مناسک مذهبی برگردیم. در این نگاه، بلا تسکین‌دهنده قلوب انسان‌ها است و قلب‌های مؤمنان را به هم نزدیک می‌کند. خطر طبیعی باعث می‌شود که اجتماع مذهبی خود را بازتولید کند و این یکی از مهم‌ترین پیامدها و دستاوردهای آن است.

هر سه مورد این روایت‌ها یک ایده را منتقل می‌کنند و آن اینکه خداوند از ما راضی نیست؛ به همین دلیل وضعیت مطلوب نیست و باید تغییر ایجاد کنید. اولین نقدی که می‌توان به این رویکرد وارد کرد، این است که فقط از جنس تفسیر است و هیچ رودررویی مستقیمی با خطر را ممکن نمی‌کند. افراد به عبادت و ستایش خداوند دعوت می‌شوند؛ ولی با خود خطر روبه‌رو نمی‌شوند. نکته دومی که وجود دارد این است که این نگاه می‌گوید هیچ اتفاق جدیدی در جهان نیفتاده و این خطرات همواره بوده‌اند. خدایان هر وقت بخواهند می‌توانند در جهان ما مداخله کنند و این قصه همیشگی است. در این نگاه، جهان امری ایستا است که فقط در کنترل خدایان است و انسان‌ها و طبیعت و رابطه متقابل انسان و طبیعت و زندگی اجتماعی هیچ نقشی در وقوع این پدیده‌ها و پیامدهای آنها ندارند. علاوه بر این، این رویکرد ما را گرفتار تقلیل‌گرایی می‌کند. وقتی بلایا کار خداوند و نیروهای فراطبیعی باشد، پس دلیلی ندارد جامعه، دولت‌ها یا متخصصان سرزنش شوند. چرا که این مسائل از عالم بالا بر انسان‌ها حادث شده و انسان‌ها باید آن را بپذیرند و با آن کنار بیایند.

در کنار این روایت از خطرات طبیعی که خطر را به امور فراطبیعی متصل می‌کند، رویکرد دیگری وجود دارد که خطر را امری طبیعی و اتفاقی که در طبیعت رخ داده، می‌داند. آغاز این ماجرا به زلزله لیسبون و گفتگوی روسو و ولتر بازمی‌گردد. سؤال این است که تا کجا این مسئله را باید به خداوند نسبت داد و از کجا به بعد می‌توان آن را امری دنیوی و سکولار دید؟ مفاهیم طبیعت، شانس، تصادف، امکان، احتمال، زمان، علم و فناوری در این پارادایم مطرح می‌شوند و ما را به این سمت و سو می‌برند که بودن در یک وضعیت خاص طبیعی است و یک اتفاق خاص طبیعی می‌تواند خطراتی را بر ما عارض کند و اصولاً خطری معنی بودن در زمان و مکان نادرست که به صورت غیرقابل انتظار و بدون آگاهی و آمادگی ما مشکلاتی برایمان ایجاد می‌کند. یکباره نیرویی در طبیعت آزاد می‌شود و زلزله خلق می‌شود. یکباره ویروسی به نام کووید-۱۹ از طریق خفاش و حیوانات دیگر به انسان منتقل می‌شود. وقتی خطرات را

مسئله طبیعت تعریف کنید، راه حل آن را نیز باید در علم و فناوری جست. در این نگاه، علوم پوزیتیو، علوم مهندسی و علوم پایه که بیشتر هم رویکرد پوزیتیویست بر آنها حاکم است، مهم می شود و علوم انسانی اهمیت خود را از دست می دهد. در این روایت، عقلانیت مردم هم محدود و بسته تعریف می شود. مردم، نادان هستند و اطلاعات کافی ندارند و باید از طریق متخصصان این دانش ها یا کسانی که در این علوم فعالیت می کنند، راهنمایی و مدیریت شوند. علاوه بر این، وقتی خطرا امری طبیعی که از طبیعت و نیروهای آن ناشی شده، بدانیم، لازم نیست چندان به اشتباهات، اختلال ها و نابسامانی هایی که در جامعه وجود دارند، توجه کنیم و حتی می توان جامعه را تبرئه کرد. اگر طبیعت مقصر است، پس این ناهماهنگی هایی که در سیستم اجرایی و اجتماعی وجود دارد، چندان ربطی به افزایش این نوع خطرات در جامعه نمی تواند داشته باشد.

در دهه های ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰ رویکرد سومی شکل گرفت که خطر را نه عمل خداوند و نه عمل طبیعت، بلکه عمل جامعه تعریف می کرد. البته آغاز این رویکرد سوم به سال ۱۹۲۰ بازمی گردد که در جریان پروژه ای تحقیقاتی در یکی از دانشگاه های آمریکا این سؤال مطرح شد که اگر شوروی به جهان غرب و به طور خاص به آمریکا حمله اتمی بکند چه اتفاقی خواهد افتاد؟ در حمله اتمی، مردم بی نظم می شوند و جامعه فرومی پاشد؛ یا اینکه مردم انسان دوست می شوند و به هم کمک می کنند و سعی می کنند که جامعه خود را نگه دارند؟ در این تحقیق تصمیم گرفتند که یک پدیده همسان با بمب اتم را بازسازی کنند و بنابراین به مطالعه پدیده زلزله پرداختند. آنها دریافتند که در ۷۲ ساعت نخست وقوع فجایع، چون مردم در کمک کردن به یکدیگر پاسخی نمی بینند و نیرویی نیست که مداخله کند، جامعه به خودش کمک خواهد کرد. نوعی انسان دوستی در جامعه به وجود می آید و این ایده شکل می گیرد که خطر، امری اجتماعی است و جوامع می توانند مواجهه شان را با آن ساماندهی کنند. البته خطرات طبیعی از نگاه جامعه شناختی اصولاً پدیده های اجتماعی غیر اجتماعی هستند که در جامعه محقق می شوند و بر جامعه تأثیر می گذارند؛ ولی آغازشان اجتماعی نیست و علم اجتماع نمی تواند با آنها درگیر شود. چون فقط تا وقتی که هستند، در مباحث اجتماعی نقش دارند و وقتی تمام می شوند در مباحث اجتماعی هم فراموش می شوند. با این حال، تبدیل خطر به فاجعه، امری اجتماعی است؛ یعنی خودمان خطرات را به فاجعه تبدیل می کنیم. در اینجا نیز سه روایت را می توان شناسایی کرد. اول، رویکرد دورکیمی که مشکل اصلی را اختلال نهادی می داند و معتقد است اگر نهادهای جامعه به خوبی عمل کنند می توانیم خطرات طبیعی را کنترل کنیم و مانع تبدیل شدن خطر به فاجعه شویم. دوم، رویکرد مارکسی، رویکرد

فمینیستی و رویکرد مطالعات نژادی است که معتقدند مسئله خود خطر نیست؛ بلکه نسبت بین نابرابری‌ها و خطر است. در این نگاه، پیامدهای خطر برای بخش‌های متفاوت جامعه یکسان نیست و به همین دلیل باید به زنان، کودکان، فقرا، معلولان، سیاه‌پوستان و گروه‌هایی که تحقیر می‌شوند، بیشتر توجه کرد؛ چراکه پیامدهای خطر برای آنها عمیق‌تر و جدی‌تر خواهد بود. سومین روایت، رویکرد وبری است که خطر را برساختی معنایی می‌داند و معتقد است رویکردهای فرهنگی و معنایی می‌توانند خطر را به صورت فاجعه تصویر کنند. اگر رویکرد فرهنگی، خطر را نتیجه عمل خداوند تعریف کند، مردم دست روی دست خواهند گذاشت و اگر خطر را عمل طبیعت تعریف کند، مردم دست به دامان پزشکان و مهندسان می‌شوند. ولی اگر نظام‌هایی معنایی در جامعه وجود داشته باشد که تبدیل خطر به فاجعه را نتیجه اراده و کنشگری انسان‌ها بدانند، جامعه می‌پذیرد که با کنش‌های خود، خطر را به فاجعه تبدیل کرده است.

تا به حال، شش روایت در مورد خطر مطرح شد. از نظر من، رویکردی ترکیبی می‌تواند مسئله خطر را برای ما قابل فهم و مدیریت کند. در این نگاه، جامعه در عین حال که به خداوند توکل می‌کند، معتقد است که مسئله فقط راه حل الهی یا آسمانی ندارد. در عین اینکه دانش پزشکی، دانش مهندسی و فناوری و نوآوری‌های فناورانه را در ایجاد مانع برای تبدیل خطر به فاجعه مهم می‌داند، نهادهای خود را نیز به گونه‌ای تنظیم می‌کند که بتوانند مداخله فعال داشته باشند. نهادهای اجتماعی کمک‌رسان می‌توانند به اقشار ضعیف جامعه کمک کنند تا کمتر آسیب ببینند. به عبارت دیگر، نظام معنایی حاکم بر جامعه می‌تواند به جای تقدیرگرایی الهی، یا تقدیرگرایی علمی، گزینه سومی داشته باشد؛ به این معنا که در عین پذیرفتن کمک‌های خداوند و علم و فناوری، از نقش جامعه در جلوگیری از تبدیل شدن خطر به فاجعه غافل نباشد.

**دکتر علمدار:** شما بر نقش نظام معنایی جامعه در برجسته‌سازی شیوه‌ای که مردمان با پدیده‌های این‌چنینی می‌توانند مواجهه شوند تأکید کردید. در اینجا، تحلیل آن فرایندی که طی می‌شود و باعث می‌شود. یک جامعه نوعی، به قول شما روایت تقدیرگرایی الهی را بپذیرد، یا روایت تقدیرگرایی علمی، یا راه سومی که مطرح فرمودید، بسیار مهم می‌شود و به نظرم باید در حوزه جامعه‌شناسی تاریخی و فرهنگی در مورد این فرایندها جستجو کرد. دکتر سرگلزایی، قرار است از منظر روانپزشکی به ریشه‌های روانی مقاومت انسان‌ها و عدم انعطاف ایشان در برابر وضعیت‌های جدید زندگی صحبت کنند.

**دکتر سرگلزایی:** مسئله‌ای که قصد دارم در این نشست به آن بپردازم، توضیح منطقی است که باعث می‌شود در برابر ماسک زدن یا لغو مهمانی‌ها مقاومت کنیم. به عبارت دیگر، می‌خواهم توضیح دهم که چرا بشر در برابر راه‌حل‌های ساده‌ای که به او کمک می‌کند تا در مقابل وضعیت پیش‌آمده چیدمان و آرایش جدیدی بگیرد و لاقط پیامدهای آن را محدود کند، به جای استفاده از توانایی قدرتمند انعطافش، واکنش مقاومت را برمی‌گزیند؟

توضیحاتم را با مغز شروع می‌کنم. می‌دانید که در مغز ما به‌طور متوسط، صد میلیارد نورون وجود دارد و هرکدام از آنها با هزار تا ده‌هزار نورون دیگر تعامل دارند. در نتیجه، ما بیش از صد تریلیون سیناپس داریم. بنابراین به‌رغم اینکه با بالا رفتن سن، تعداد نورون‌ها و سیناپس‌های سیستم عصبی افزایش نمی‌یابد، این سیستم منجمد و متحجر نیست؛ چون ده‌ها راه وجود دارد برای اینکه یک پیام منتقل شود و مورد پردازش قرار گیرد. بنابراین، یک درون‌داد می‌تواند به بی‌نهایت برون‌داد تبدیل شود و این انعطاف‌پذیری نورونی از ویژگی‌های موجودات، حیوانات و انسان‌های باهوش است. آنها می‌توانند در برابر اتفاقات محیطی به‌جای دو نوع واکنش ستیز یا گریز ده‌ها واکنش دیگر مانند مذاکره، چانه‌زنی، فریب، سکوت، عقب‌نشینی و مانند اینها را ابداع کنند. همین مسئله باعث می‌شود که انسان‌ها غیرقابل پیش‌بینی باشند، به این معنا که دقت پیش‌بینی‌ها درباره رفتار آنها در مقابل دقت پیش‌بینی‌هایی که در مورد رفتار گربه یا موش یا حتی رفتار نزدیک‌ترین عموزاده زبستی‌شان یعنی شامپانزه‌ها وجود دارد، کمتر است. پستاندارانی که از نظر تکاملی ابتدایی‌ترند، بخش بزرگ‌تری از مغزشان را مناطق حسی و حرکتی تشکیل می‌دهد و هرچه یک پستاندار تکامل یافته‌تر باشد، سطح بزرگ‌تری از مغزش به پردازش اطلاعات اختصاص یافته است. به همین دلیل، جانوران ساده‌تر مانند گربه از نظر حرکتی بسیار توانمندتر و تیزحس‌تر از ما هستند؛ ولی چون در مغزشان مناطق تداعی‌گر کمتری دارند، واکنش‌هایشان در مقایسه با ما محدودتر است. علاوه بر این، سه منطقه در مغز ما به شکل جهش یافته‌ای بزرگ‌تر از مغز سایر حیوانات نزدیک به ما است. یکی منطقه پشت پیشانی، دیگری منطقه پورتکس گورنیکه و سپس پورتکس بوکاست. این قسمت‌ها باعث می‌شود که زبان نحوی داشته باشیم. زبان نحوی یعنی زبانی که واحد آن واژه نیست، بلکه جمله است. بنابراین، در آن صرف و نحو، فعل و فاعل و مفعول و صرف فعلی و زمان و قید شکل می‌گیرد. زبان نحوی، زبانی است که ساخت‌های زبانی بزرگ‌زایا و مسری در آن وجود دارد که به آنها حکایت یا روایت می‌گوییم. این ساخت‌های بزرگ زبانی هم می‌توانند پیام‌های بسیار عظیمی را در یک جمله منتقل کنند. برای مثال، جمله «شرم نمی‌کنی!» پیام‌های زیادی دارد و

هم اینکه امکان خلق تفسیرهای مختلف براساس کانتکس یا نظام نشانه‌شناسی را فراهم می‌کند. همچنین، این ساخت‌ها مسری هستند؛ یعنی پیام و تفسیرهایش به راحتی منتشر می‌شوند.

این حکایت با این ویژگی‌ها باعث شکل‌گیری مهم‌ترین دستاوردهای جامعه بشری، یعنی تاریخ و فلسفه و علم شده است. ما نه در زمان، بلکه در تاریخ حضور داریم. تمام تجربه‌های نیاکانی‌مان را به یکدیگر انتقال می‌دهیم. فلسفه پرسش‌های بزرگ در مورد امور انتزاعی جهان مثل بودن یا نبودن را پاسخ می‌دهد و علم به ما می‌گوید سلول چیست و چه ویژگی‌هایی دارد، ویروس چیست و چه ویژگی‌هایی دارد، چگونه ویروس روی سلول تأثیر می‌گذارد و چطور تأثیر نمی‌گذارد؛ همه اینها حکایت دارد. از طرف دیگر، مهم‌ترین فجایع انسانی یعنی فریب، دروغ و خرافه هم تحت تأثیر حکایت‌گری شکل می‌گیرد. جیمز آکسون در کتاب روان‌شناسی زبان در فصل زبان حیوانات، می‌گوید تعداد دروغ‌هایی که شامپانزه‌ها می‌توانند به هم بگویند بسیار محدود است. انسان‌ها با نیت خیر به هم دروغ می‌گویند و خاصیت مسری زبان باعث می‌شود که بسیاری از چیزهایی که صحت و سقم آنها را نمی‌دانیم، چون کوبنده و نافذ هستند، منتشر کنیم و همه باور می‌کنیم که پنج هزار سال پیش فلان اتفاق رخ داده و آن را برای فرزندانمان هم تعریف می‌کنیم.

بنابراین، زبان نحوی باعث شده است که ما حکایت‌گر باشیم. یکی از حکایت‌گرهای مهم جهان که همه ما آن را می‌شناسیم، مذهب است. مذهب روایتی درباره جهان، انسان و قواعد زندگی دارد. قدرت مذهب ناشی از قدرت روایت‌گری جذاب و تأثیرگذار و نافذ آن است و ما انتقال‌دهنده آن هستیم. چه چیزی باعث می‌شود ده میلیون یا یک میلیارد نفر در شبی خاص یک کانال تلویزیونی را نگاه کنند یا شمعی را روشن کنند؟ فقط یک روایت نافذ می‌تواند مولد باشد؛ مثلاً باعث شود مردمی دست به دست هم دهند تا اقتصاد رشد کند و سلامت بیشتر شود.

روایت‌های مولد روایت‌هایی هستند که باعث همکاری گروه‌های بزرگ برای ایجاد تغییرات هدفمند می‌شوند. تغییرات هدفمند تغییراتی است که برای گروه‌های بزرگ مانند محیط زیست و انسان‌ها مفیدند. برای مثال، در مواجهه با کرونا روایت‌های مولد می‌توانند کاری کنند که هشت میلیارد نفری که تحت تأثیر این پدیده هستند، دست به دست هم دهند تا تغییر هدفمندی برای نجات جان میلیون‌ها تن ایجاد شود. در مقابل، روایت‌های مخرب روایت‌هایی هستند که مانع همکاری مؤثر گروه‌های بزرگ در راستای رسیدن به نفع جمعی می‌شوند. روایت‌های مولد کمک می‌کنند تا واقع‌بینانه و براساس آنچه مستدل و مستند است، خلاقیت

به خرج دهیم و راه‌هایی برای کاهش فقر ناشی از کرونا، کمک به کادر پزشکی و پرستاری و مانند اینها بیابیم. در حالی که روایت‌های مخرب تعصب، تحجر، رخوت و خشونت را افزایش می‌دهند.

**دکتر علمدار:** فهم این‌که در کدام بسترهای تاریخی فرهنگی، روایت‌های مولد، قدرت پیدا می‌کنند و در کدام بسترها روایت‌های مخرب و در هم تنیدگی این دو دسته روایت‌ها، موضوع قابل تأملی است که امیدوارم بتوانیم در جلساتی دیگر و با حضور دیگر اندیشمندان در موردشان بیشتر بحث و تبادل نظر کنیم.

## زیست فرهنگ در جهان شبکه‌ای آینده: سناریوهایی برای فرهنگ مکتوب و کتابخانه‌های عمومی

حاضران:

### ● دکتر محمدمهدی ذوالفقارزاده

(عضو هیئت علمی دانشکده مدیریت و سرپرست  
گروه بین‌رشته‌ای فناوری دانشگاه تهران)



### ● دکتر امیر هوشنگ حیدری

(عضو هیئت علمی و سرپرست گروه آینده‌پژوهی  
مرکز سیاست علمی کشور و نایب رئیس انجمن  
آینده‌نگری ایران)



### ● سیدمجید مطهری نژاد

(عضو هیئت علمی دانشکده فرهنگ و ارتباطات  
دانشگاه امام صادق (ع)، پژوهشگر حوزه  
فرهنگی و مذهبی)



### ● دکتر داود حاصلی (دبیر علمی نشست)

(استادیار گروه آموزشی علم اطلاعات و دانش‌شناسی  
دانشگاه خوارزمی)



### چکیده:

جهان آینده را جهان شبکه‌ای تمام‌عیار دانسته‌اند که مجموعه‌ای به هم پیوسته از ویژگی‌های فرهنگی، درهم‌تنیده و چندوجهی است. در این جهان شبکه‌ای، تعامل تغییریابنده قدرت و سیاست و فناوری و ابزار نوین با بدن لذت‌جو و جان و روان متأثر از فرهنگ و فکر باعث پیدایش مقوله زیست فرهنگ و تأمل بیشتر در ابعاد متفاوت فرهنگ شده است. در این میان، به‌ویژه در عصر بحران و آمیختگی شبکه‌ها، نهادها و ارکان شبکه فرهنگ مکتوب؛ یعنی پدیدآورندگان، ناشران، عرضه‌کنندگان، کتابخانه‌ها و خوانندگان به دنبال سناریوهایی مطلوب برای آینده خود در این شرایط هستند. این نشست با حضور سه مدرس دانشگاه و آینده‌پژوه برگزار شده است و سه مبحث را پیگیری می‌کند: نخست، حرکت از زیست سیاست و زیست قدرت (سازوکار کنترل زیست بدن یا تن شهروندان با فناوری توسط قدرت و سیاست) به سمت زیست فرهنگ (اعمال اقتدار فناورانه بر زیست روان مردم)، توصیف و تبیین چستی فضای زیست فرهنگ، مؤلفه‌ها و کارکردهای آن و همچنین آثار اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی دوران زیست فرهنگ؛ دوم، بررسی ماهیت و کارکردهای آینده‌پژوهی، رخدادهای و عدم قطعیت‌هایی که آینده فرهنگ مکتوب کتابخانه‌های عمومی را تحت تأثیر قرار می‌دهند و تشریح سناریوهای مطلوب و مرجح کتابخانه‌های عمومی؛ و سوم، تشریح مصادیق زیست فرهنگ، تغییرات مهم جهانی و رویه‌هایی که این تغییرات در حوزه فرهنگ مکتوب و کتابخانه عمومی ایجاد می‌کند و رویکرد کتابخانه‌های عمومی در فضای جهانی شدن.

**کلیدواژه‌ها:** فرهنگ، زیست فرهنگ، کتابخانه‌های عمومی، آینده‌نگاری

فصلنامه

نمایه  
پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

**دکتر حاصلی:** جهان آینده را جهان شبکه‌ای تمام‌عیار دانسته‌اند که مجموعه‌ای به هم پیوسته از ویژگی‌های فرهنگی، در هم تنیده و چند وجهی است. در این جهان شبکه‌ای، تعامل تغییر یابنده قدرت و سیاست و فناوری و ابزار نوین با بدن لذت جو و جان و روان متأثر از فرهنگ و فکرت باعث پیدایش مقوله زیست فرهنگ و تأمل بیشتر در ابعاد متفاوت فرهنگ شده است. در این میان، بویژه در عصر بحران و آمیختگی شبکه‌ها، نهادها و ارکان شبکه فرهنگ مکتوب؛ یعنی پدیدآورندگان، ناشران، عرضه‌کنندگان، کتابخانه‌ها و خوانندگان به دنبال سناریوهایی مطلوب برای آینده خود در این شرایط هستند. در سلسله نشست‌هایی به جنبه‌های گوناگون این موضوع خواهیم پرداخت و اینک در حلقه نخست، سازوکارهای ارتباط بین سیاست و تکنولوژی و روان را در فرهنگ مکتوب ایران امروز و فردا بررسی می‌کنیم. در این نشست که به صورت مشترک توسط نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور و پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات برگزار می‌شود در خدمت سه پژوهشگر حوزه آینده‌پژوهی و زیست فرهنگ هستیم: دکتر محمد مهدی ذوالفقارزاده، عضو هیأت علمی دانشکده مدیریت دانشگاه تهران، سیدمجید مطهری نژاد، عضو هیأت علمی دانشکده فرهنگ و ارتباطات دانشگاه امام صادق (ع) و امیر هوشنگ حیدری، سرپرست گروه آینده‌اندیشی مرکز تحقیقات سیاست علمی کشور.

دکتر مطهری نژاد، پژوهشگر حوزه زیست فرهنگ و آینده‌پژوهی فرهنگی و مذهبی، ملزومات و ویژگی‌های گذار از زیست سیاست و زیست قدرت به سمت زیست فرهنگ را بیان می‌کنند و چیرستی فضای زیست فرهنگ، مؤلفه‌ها و کارکردهای آن را برای ما توصیف و تبیین می‌کنند و همچنین به آثار اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی دوران زیست فرهنگ می‌پردازند.

**دکتر مطهری نژاد:** با منظری که فوکو از جهان زیست قدرت مطرح کرد و بعد به دوران زیست سیاست رسید ما با فضایی مواجه بودیم که از دوران امپراتوری‌های قدیم و الگوهایی که مبتنی بر قدرت حکام در جوامع مختلف انسانی موضوعیت داشت که فوکو آن را دوران زیست قدرت نامیده بود وارد دوران زیست سیاست در زمان مدرنیته شدیم. به عبارت دیگر، دوران مدرنیته مسیر قدرت را به نحو دیگری سامان داد. اگر در دوران زیست قدرت پادشاهان فرمانروایی یک سویه خود را از بالا به پایین داشتند و همواره در این فضا مبتنی بر یک نگرش فردگرایانه و علائق خاص خود دستورات خود را کاملاً عیان بر جامعه دیکته می‌کردند، در دوران زیست سیاست با ایجاد نهادهای مختلف سیاسی و اجتماعی انگاره قدرت به گونه‌ای در قالب

در فضای شبکه‌ای، ساختارهای بازی هستند که می‌توانند بدون هیچ‌گونه محدودیتی گسترش پیدا کنند و نکات شاخص جدیدی را درون خود پذیرا باشند.

فصلنامه

نمایه پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

۱۷۰

دموکراسی و تعامل با جامعه ایجاد شد. در دوران مدرنیته به‌مرور با وضعیتی مواجه می‌شویم که در وضعیت جدید در دوران زیست‌سیاست نهادهای سیاستی جدیدی شکل می‌گیرد. مالیات، آموزش و پرورش، دادگاه‌ها، دولت‌ها و موضوعاتی از این جنس ایجاد می‌شوند. مفاهیم مختلف قدرت از طریق این نهادهای سیاستی و الگوهای سیاستی به فضای جامعه ارائه می‌شود. ما هنوز در چنین فضا و پارادایمی زندگی می‌کنیم و لایه‌های مختلف زندگی ما مبتنی بر انگاره‌هایی است که سامان می‌گیرد و در تمامی جوامع اسناد و نهادهای مختلف حکمرانی بر این اساس موضوعیت یافت؛ اما به‌مرور با گذار از دوران مختلف نظریه‌های توسعه، نزدیک شدن به فضای جهانی شدن، شکل‌گیری فضای گسترده فناوری‌های اطلاعاتی و ورود به عصر اطلاعات آرام‌آرام مفهوم جامعه شبکه‌ای به مفهومی جدی‌تر تبدیل شد و نگاه جهانی، عصر اطلاعات و موضوعاتی که در این فضا موضوعیت دارند اهمیت ویژه‌ای یافت. در فضای شبکه‌ای، شبکه‌ها ساختارهای بازی هستند که می‌توانند بدون هیچ‌گونه محدودیتی گسترش پیدا کنند و نکات شاخص جدیدی را درون خود پذیرا باشند. این بحثی است که کاستلز<sup>۱</sup> مطرح می‌کند. شخصیت‌های مختلف در این حوزه ورود پیدا کرده‌اند. چه مانوئل کاستلز و چه جان وان دایک<sup>۲</sup> در این حوزه توضیحات و تعاریف خوبی در این زمینه ارائه کرده‌اند. این جهان شبکه‌ای محصول جهانی شدن ارتباطات و اطلاعات است. اگر بخواهیم با نگرشی دقیق‌تر بگوییم ادامه راهی است که غرب در مسیر مدرنیته پیموده است. شخصیتی مانند گیدنز<sup>۳</sup> با عنوان مدرنیته تشدید یافته را از آن یاد می‌کند. وان دایک در بحث جامعه شبکه‌ای سعی می‌کند آن جامعه را به نحو دقیق‌تری توصیف کند و اینکه در جامعه شبکه‌ای با وضعیت جدیدی مواجه هستیم و مفاهیم جامعه اطلاعاتی و جامعه توده‌ای را که قبل از جامعه اطلاعاتی همه فضا را پر کرده بود تبیین می‌کند. در جامعه شبکه‌ای با نوع جدیدی از جامعه مواجه هستیم که در آن روابط اجتماعی با فناوری واسطه‌ای سازمان‌دهی می‌شود و یک شبکه ارتباطی را به جای شبکه‌های مبتنی بر ارتباطات چهره به چهره شکل می‌دهد. در چنین فضایی است که جوهر فرایندهای اجتماعی تغییر می‌کند و آشکال سازمانی جدید در فضای اجتماعی ما سامان پیدا می‌کند.

مبتنی بر این فضا در دوران زیست‌سیاست اگر با مؤلفه‌هایی مواجه بودیم که نهادهای سیاستی و حکمرانی فضا و مسیر حرکت جامعه و ارتباطات جامعه را ساماندهی می‌کرد؛ اما در دوران جدید آرام‌آرام در فضای اطلاعات و عصر اطلاعات حضور پیدا می‌کنیم و فراتر از جامعه شبکه‌ای به سمت جهان شبکه‌ای حرکت

در جامعه شبکه‌ای  
با نوع جدیدی  
از جامعه مواجه  
هستیم که در آن  
روابط اجتماعی با  
فناوری واسطه‌ای  
سازمان‌دهی  
می‌شود و یک  
شبکه ارتباطی را  
به جای شبکه‌های  
مبتنی بر ارتباطات  
چهره به چهره  
شکل می‌دهد.

فصلنامه

نمایه  
پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

۱۷۱

1. Manuel Castells
2. Jan van Dijk
3. Anthony Giddens

می‌کنیم و به قرن بیست و یکم پرتاب می‌شویم و به‌خصوص با مطالعه فضایی که کرونا ایجاد کرده به نظر دکتر سید مجید مطهری نژاد، عضو هیئت علمی دانشکده فرهنگ و ارتباطات دانشگاه امام صادق (ع)، پژوهشگر حوزه فرهنگی و مذهبی، مشخص می‌شود که دوران پساکرونا نوعی پرتاب‌شدگی حداکثری به فضای مجازی و جهان شبکه‌ای را فراهم کرده است در این فضا با مؤلفه‌ها و مشخصه‌های دیگری مواجه هستیم. می‌توان جهان جدید حاصل از این دوران را به‌گونه‌ای تحت عنوان زیست‌فرهنگ نام برد. به عبارت دیگر، زیست‌سیاست و زیست‌فرهنگ هر دو سازوکارها و فنون اداره فرد و جمعیت را توسط شبکه قدرت شرح می‌دهد. از این حیث باهم نزدیک هستند و هر دو سعی می‌کنند مسیر تسلط بر فضای اجتماعی را دنبال کنند اما گونه‌های تسلط آنها بر فضای اجتماعی متفاوت است. افراد در هر دو فضای زیست‌سیاست و زیست‌فرهنگ به دنبال نگاه استیلا بر انگاره‌های فردی و اجتماعی از طریق شبکه قدرت هستند.

در هر دو فضا مقاومت‌های گروه‌های مختلف دیده می‌شود اما جنس مقاومت‌ها فرق می‌کند. در فضای زیست‌سیاست با توجه به انگاره‌هایی که در این فضا جاری است نوع مقاومت‌ها از طریق مجاری قانونی و موضوعات دیگری مثل انقلاب و شورش و انتقادات قابل بحث و بررسی است. این جنس مقاومت در فضاهای مختلف دیده می‌شود. به‌خصوص طبقه روشنفکران در فضای زیست‌سیاست نگاهی جدی را در جامعه دنبال می‌کنند و شأنیت و جایگاه بلندی را در فضای اجتماعی دارند؛ اما در فضای زیست‌فرهنگ الگوی مقاومت اجتماعی متفاوت است. نهادهای سیاستی از جایگاه حداکثری، جدی و بلندی که در راهبری جامعه داشتند افول می‌کنند؛ البته حضور دارند و تلاششان را می‌کنند، اسناد و برنامه‌های مختلف سیاستی را شکل می‌دهند اما وقتی جامعه به سمت جامعه شبکه‌ای رفته و در فضای عصر اطلاعات قرار گرفته و گروه‌های مختلف اجتماعی با یکدیگر هویت‌های جدیدی را شکل می‌دهند که فراتر است از مرزها و ساختارهای سیاسی، الگوها، قوانین حاکم بر فضای اجتماعی و سنت‌ها و رسوم فضای جدیدی را در این جهان فناورانه و جهانی که انباشته از فناوری‌های لازم است. چنین فضایی، هویت‌های جدید، مقاومت‌های جدیدی را نیز به دنبال دارد. به عبارت دیگر، اگر زیست‌سیاست ناظر بر نحوه اداره سنجیده فرد و جمعیت در قرون نوزدهم و بیستم بود سعی زیست‌فرهنگ بر این است که این اداره را به گونه دیگری سامان دهد و خود افراد را با تأکید تأثیر جدی بر حوزه‌های مختلف ادراکی، روانی و فرهنگی آنها در این اداره جدید همراه کند. اگر زیست‌سیاست نحوه استیلا قدرت مدرن را شرح می‌داد سعی زیست‌فرهنگ بر این است که تمام اشکال قدرت را به کار گیرد.

اگر زیست‌سیاست  
نحوه استیلا  
قدرت مدرن را  
شرح می‌داد سعی  
زیست‌فرهنگ بر  
این است که تمام  
اشکال قدرت را به  
کار گیرد.

فصلنامه

نمایه  
پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

اگر در زیست‌سیاست، قدرت مدرن حضور حداکثری دارد که مبتنی است بر نظریهٔ تکامل با نظریه‌های توسعه و رویکرد تکامل‌گرایی به نظریه‌های نوگرایی، چه نظریه‌های نسل اول نوگرایی و چه نظریه‌های نسل بعدی نوگرایی، عناصر فرهنگی و اجتماعی را وارد خود می‌کند اما در هر صورت همهٔ بیکرهٔ فضای دوران زیست‌سیاست را مبتنی بر استیلای قدرت مدرن و الگوی قدرت مدرن مطالعه می‌کنیم. حکمرانی مدرن حکمرانی اصلی در جامعه است؛ اما در مواجهه با جهان شبکه‌ای و فضای زیست‌فرهنگ در چنین فضایی دیگر آن الگوی قدرت مدرن تنها الگوی حکمرانی در فضای اجتماعی نیست. این الگو هم وجود دارد اما گروه‌های مختلف قدرت می‌توانند با الگوهای مختلف در این فضا حضور پیدا کنند. نمونهٔ بسیار واضحی که در سال‌های اخیر شاهد آن بودیم الگوی داعش است که هیچ نسبتی با الگوی قدرت مدرن ندارد اما بیشترین فضا را از طریق همین فضای مجازی و فضا سازی در جهان شبکه‌ای به دست می‌آورد که می‌تواند فلسفهٔ خود را توضیح دهد و افراد را جذب کند. تفاوت زیست‌سیاست با فضای زیست‌فرهنگ این است که در آنجا اغلب نگاه به فضاهای آموزش و یادگیری مبتنی بر یادگیری علم، مهارت‌ها، قوانین و قواعد و چارچوب‌های مشخص اجتماعی است، اما در فضای زیست‌فرهنگ به لایهٔ دیگری وارد می‌شویم که آن چارچوب‌ها چندان اهمیت ندارد چون با یک زیست‌فناورانه مواجه هستیم. حتی ادراک افراد ادراک فناوری می‌شود و این افراد مبتنی بر آن فضای جهان شبکه‌ای، جهان مجازی، جهان رسانه‌ای، شبکه‌های اجتماعی و شبکه‌های رسانه‌ای که شکل می‌گیرند فهم و درک خود را ارتقا می‌دهند و در چنین فضایی بیش از اینکه با فناوری پیش‌بینی که در دوران زیست‌فرهنگ با آن مواجه بودیم روبه‌رو شویم با فناوری‌هایی مواجه هستیم که بر روان و ادراک افراد تأثیرگذار است؛ یعنی روان اجتماعی تغییر می‌کند و افراد با وضعیت جدیدی مواجه می‌شوند. در چنین فضایی اگر در دوران زیست‌سیاست هر فرد سعی می‌کرد مسیر را از طریق محدود کردن و نگاه سنجیده برای شکل دادن قوانین و قواعد مختلف جلو ببرد، در فضای زیست‌فرهنگ با فضاهای جدی به‌گونه‌ای مقررات‌زدایی می‌شود و اینکه آن چارچوب‌ها را کنار می‌گذارد و چارچوب‌های جدید را توسط گروه‌های مختلف سامان دادن به دست می‌آورد. هرکسی مبتنی بر ذائقه و علائق خود می‌تواند انشعابی را ایجاد کند و در چنین فضایی که این انشعاب‌ها شکل می‌گیرد از سویی با منطق لذت‌مندی حداکثری مواجه هستیم و اینکه هرکسی می‌تواند ذائقه و علائق خود را در این فضا بسط دهد و هرگونه که خواست در چنین فضایی هویت خود را می‌سازد و از سوی دیگر در چنین وضعیتی از گروه‌ها و هویت‌های مختلفی که از چنین جهانی سربرآوردند و شکل گرفتند با شرایط کاملاً متکثر، پیچیده و فزاینده روبه‌رو می‌شویم.

در مواجهه با  
جهان شبکه‌ای  
و فضای  
زیست‌فرهنگ در  
چنین فضایی دیگر  
آن الگوی قدرت  
مدرن تنها الگوی  
حکمرانی در  
فضای اجتماعی  
نیست.

فصلنامه

نمایه  
پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

در چنین فضایی که با این خصلت فزاینده‌ی حداکثری و تشدید یابنده مواجه هستیم با یک وضعیت تعلیق و گمشدگی جوامع مختلف روبه‌رو می‌شویم. نوعی گمشدگی در این هویت‌های نوین و متکثر هست که در فضای شبکه‌ای وجود دارد. در چنین فضایی بین مسائل ما تفاوت‌های جدی به وجود می‌آید. اگر در فضای زیست‌سیاست اعمال قدرت را به صورت مداخله‌جویانه با اعمال قوانین داریم و به‌گونه‌ای پرهزینه است و باعث شکل‌گیری انتقادات، آشوب‌ها، انقلاب‌ها و شورش‌ها می‌شود در فضای زیست‌فرهنگ با فضایی مواجه هستیم که مداخله‌جویی مستقیم کمتر و کم‌هزینه است و متظاهر به خیر عمومی است و یک خصلت فزاینده‌ی آزادی حداکثری وجود دارد؛ اما در چنین فضایی است که لایه‌لایه انشعاب‌های مختلف شکل می‌گیرد و واقعاً ممکن است به آن تعلیق فضای فکری و اندیشه‌ای و فرهنگی جوامع از فضای تاریخی و سنت‌های جوامع منجر شود.

به عبارت دیگر، در دوران گذشته اگر همه مؤلفه‌ها مبتنی بر شکل‌گیری نهادهای مختلف فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی، آموزشی و سیاسی بود و با جامعه نهادها مواجه بودیم در فضای زیست‌فرهنگ با یک الگوی روان‌پایه مواجه هستیم و در چنین فضایی ذهنیت و اندیشه افراد است که دائم در معرض این تکرارهای نوساخته قرار می‌گیرد. در این فضای جدیدی که با آن مواجه هستیم لذت حداکثری موضوعیت پیدا می‌کند. آن نگاه تعمیقی که پیش از این در عرصه فرهنگ، مطالعات تاریخی، مطالعات تمدنی و مطالعات علمی با آن مواجه بودیم و به روایت‌های کلان علمی تأثیرگذار در جامعه می‌رسیدیم از بین می‌رود و در این موقعیت جدید در فضایی قرار می‌گیریم که همه اینها به روایت‌های خرد و متکثر می‌انجامد. در چنین فضایی دیگر موضوعاتی مانند فلسفه، دین و روشنفکری آن شأنیت و جایگاه پیش‌بینی خود را از دست می‌دهند.

درست است که در این فضا اصحاب قدرت گویا مکر جدیدی می‌کنند و در این فضا به جای اینکه با الگوهای سیاستی و قوانین و قواعد مسیر قدرت خود را هموار کنند به‌گونه‌ای جامعه را از طریق تأثیر بر فضای روان انسان‌ها و روان اجتماعی راهبری می‌کنند و همه گروه‌های مرجع مثل گروه‌های علمی، روشنفکری، فلاسفه و گروه‌های دینی به صورت حداکثری به حاشیه می‌روند اما اتفاقی در این فضا شکل می‌گیرد. با توجه به بازبودن این فضای شبکه‌ای این گروه‌های مرجع در دوران زیست‌سیاست در فضای جدید می‌توانند خودشان در فضای شبکه‌ای حضور پیدا کنند و در این فضای شبکه‌ای آرام‌آرام بتوانند بنیان‌های جدید هویتی خود را پایه‌گذاری کنند و به نحو جدیدی متناسب با این زیست‌جدید الگوهای جدید مقاومتی خود را در مواجهه با رویکردی که اصحاب قدرت برای تسلط حداکثری بر جوامع انسانی از

در فضای  
زیست‌فرهنگ با  
فضایی مواجه  
هستیم که  
مداخله‌جویی  
مستقیم کمتر و  
کم‌هزینه است و  
متظاهر به خیر  
عمومی است  
و یک خصلت  
فزاینده‌ی آزادی  
حداکثری وجود  
دارد

فصلنامه

نمایه  
پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

۱۷۴

طریق تسخیر روان جوامع انسانی دارند به کار بگیرند؛ یعنی ما در چنین فضایی با مقاومت‌های جدید مواجه هستیم و الگوهای جدیدی که در این فضا شکل می‌گیرد و باید بتوانیم آنها را به نحو جدیدتری دنبال کنیم. نباید در همه مسیرهای مطلوبی که در حوزه‌های مختلف فرهنگی، اجتماعی، تاریخی و تمدنی ما وجود داشته است در فضای جدیدی که برآمده از جامعه و جهان شبکه‌ای و زیست‌فرهنگ حاکم بر آن است آسیب حداکثری می‌بینیم.

امروزه در فضای جدیدی به نام فضای زیست‌فرهنگ قرار گرفتیم با وجود هویت‌سازی‌های جدید که در آن شاهد هستیم آن فضاهای عمیق علمی، فرهنگی و معرفتی مورد خدشه واقع می‌شود. به عبارت دیگر، با تعلیق فکر و اندیشه به صورت عمیق مواجه هستیم و در فضایی زندگی می‌کنیم که خصلت فزاینده‌ی آن همواره ما را دچار آسیب‌های مختلفی خواهد کرد و جامعه را به سمت وسوی یک موقعیت جدید می‌برد که این جامعه همواره دنبال لذت‌مندی حداکثری و ادراک‌های نوینی است که در این فضای زیست‌فناوری سامان گرفته است. کسانی هستند که در نگاه دینی، نگاه فرهنگی و نگاه تمدنی اصرار دارند در این فضای جدید انگاره‌های مطلوبی را ایجاد کنند و در فضای مطالعات عمیق اجتماعی، فرهنگی، تمدنی و تاریخی بازخوانی کنند و موقعیت خود را در این فضای جدید بازتعریف کنند و مسیر جدیدی را برای مواجهه با حضور حداکثری اصحاب قدرت در فضای فرهنگ و اندیشه جوامع انسانی فراهم کنند.

**دکتر حاصلی:** دکتر ذوالفقارزاده، عضو هیئت علمی دانشکده مدیریت و سرپرست گروه بین‌رشته‌ای فناوری دانشگاه تهران و همچنین مجری علمی طرح آینده‌نگاری کتابخانه‌های عمومی، مبحث آینده‌پژوهی در حوزه فرهنگ مکتوب و به‌ویژه کتابخانه‌های عمومی را مطرح می‌کنند و ماهیت و کارکردهای آینده‌پژوهی را برای ما تشریح می‌نمایند.

**دکتر ذوالفقارزاده:** تصور عمومی از آینده‌پژوهی اغلب این است که کسی بیاید و آینده را ترسیم کند و بگوید دقیقاً چه اتفاق‌هایی در آینده رخ می‌دهد. به خصوص وقتی در سطح مدیریتی در یک سازمان یا در سطح فردی پروژه آینده‌نگاری را تنظیم می‌کنیم چنین انتظاراتی در اذهان عمومی و مدیران ما وجود دارد و انتظار داریم آینده‌پژوهی برای ما مشخص کند که دقیقاً در آینده چه رخ خواهد داد؛ اما در آینده‌پژوهی روی چنین تصویری خط بطلانی کشیده شده و چنین انتظار و کارکردی لزوماً از یک دانش یا چند دانش بر نمی‌آید. آن قدر شرایط محیطی پیچیده و پرتلاطم است که به این

امروزه در  
فضای جدیدی  
به نام فضای  
زیست‌فرهنگ قرار  
گرفتیم با وجود  
هویت‌سازی‌های  
جدید که در آن  
شاهد هستیم آن  
فضاهای عمیق  
علمی، فرهنگی  
و معرفتی مورد  
خدشه واقع  
می‌شود.

فصلنامه

نمایه  
پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

سادگی‌ها نمی‌توانیم در خصوص آینده یک مقوله یا یک موضوع سخن بگوییم یا آن را ترسیم کنیم. در ادبیات آینده‌پژوهی از آن با عنوان پیشگویی یاد می‌شود و ما در آینده‌پژوهی لزوماً به آن نمی‌پردازیم؛ بنابراین، آینده‌پژوهی پیشگویی نیست. در آینده‌پژوهی به ترسیم یک آینده مشخص قطعی حداقل در دانش مرسوم در ادبیات این رشته نمی‌پردازیم. پس چه می‌کنیم؟ آینده‌پژوهی معادلی دارد که در ادبیات غرب هم از آن تحت عنوان فیوچرز استادیس<sup>۱</sup> یاد می‌شود. روی آن S فیوچر بسیار تأکید می‌شود و همه ماجرا در همین S نهفته است؛ یعنی ما به یک آینده نمی‌پردازیم. ما مطالعات و پژوهش‌هایی داریم که تمرکز آن بر آینده‌هاست. این آینده‌ها ممکن است آن بدیل‌ها و گزینه‌های پیش روی ما به لحاظ امکان‌پذیری، احتمال وقوع و مطلوبیت و ترجیح باشد. در آینده با این سه حوزه و حوزه باورپذیری مواجه هستیم. آینده‌های ممکن که دایره‌ای وسیع را شامل می‌شود. اینجاست که فضای تخیل در آینده‌های ممکن بسیار مهم است و نقش ایفا می‌کند. ایده‌ای در آینده‌پژوهی مطرح است تحت عنوان ساینس فیکشن<sup>۲</sup> و ممکن است در حوزه‌های دیگر علمی محلی از اعراب نداشته باشد ولی در آینده‌پژوهی بر آن تأکید می‌شود. به دلیل پیچیدگی و عدم قطعیت‌های بالایی که در آینده‌پژوهی وجود دارد گریزی نیست از فکرکردن وسیع، نامحدود و گسترده و اندیشیدن به تمام آینده‌های ممکن. آینده‌های محتمل آنهایی است که در فضای آینده‌های ممکن احتمال وقوع بیشتری دارند. آینده‌های باورپذیر که باورپذیری آنها برای ما بیشتر است. سپس، آینده‌های مرجح و مطلوبی که از تلفیق این آینده‌ها به دست می‌آید. این تعریف به مخروط آینده‌پژوهی معروف و مشهور است که انواع و اقسام این آینده‌ها محل بحث و محل مطالعه قرار می‌گیرد. پس اولین نکته این است که پژوهشگر تصورش را از آینده‌پژوهی دقیق کند و این را مد نظر قرار دهد که با چند آینده مواجه است. برخی از ابزارها و روش‌شناسی‌هایی که روی این مبنا بنا شده‌اند ممکن است رویکردی اکتشافی‌تر داشته باشند. برخی از آنها ممکن است رویکرد هنجاری‌تر داشته باشند. مثلاً وقتی فردی نقشه راه ترسیم می‌کند که براساس آن سازمان یا جامعه یا محیط را پیش می‌برد در لایه‌ها و زمان‌های مختلف از امروز تا پنج یا ده سال آینده می‌گوید که چه تغییراتی را باید پشت سر بگذارد. در ابزار رود مپ<sup>۳</sup> یک رویکرد است. ممکن است رویکردهای اکتشافی‌تر باشد مثل سناریویی که برخی اوقات به هنجاری هم کشیده می‌شود ولی هر چه هست در تمام اینها با یک آینده واضح و مشخص و از پیش تعیین شده مواجه نیستیم. ما باید یک رویکرد اکتشافی بسیار

در آینده‌پژوهی  
مطالعات و  
پژوهش‌هایی  
داریم که تمرکز آن  
بر آینده‌هاست.  
این آینده‌ها ممکن  
است آن بدیل‌ها  
و گزینه‌های پیش  
روی ما به لحاظ  
امکان‌پذیری،  
احتمال وقوع و  
مطلوبیت و ترجیح  
باشد.

فصلنامه

نمایه  
پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

۱۷۶

1. future studies
2. science fiction
3. road map

فعال را در پیش بگیریم تا رویکرد هنجاری و چشم‌اندازنگاری مان هم به سرانجام مناسبی برسد. اگر شخصی این رویکرد اکتشافی را خوب در پیش نگیرد چشم‌اندازش توهم، خیال و خواب و رؤیایی بیش نیست. اگر چشم‌اندازش از دل این اکتشافات و از دل ترسیم دقیق محیط پیرامون و روندهایی که در محیط پیرامون وجود دارد و امکان‌پذیری‌هایی که خود آن شخص دارد عبور کند امید دارد که چشم‌اندازنگاری و چشم‌اندازپردازی هم از فضای تخیل و رؤیا فاصله بگیرد. ضمن اینکه آرمانی و متعالی است به واقعیت‌ها هم وصل است و می‌تواند ظرفیت‌ها را شناسایی کند و بالفعل کند. در دانش آینده‌پژوهی یا معادل‌های دیگری که از آن یاد می‌شود، تمرکز پژوهشگران بر این است که بتوانند آینده‌های مختلف اعم از ممکن، محتمل، باورپذیر و مرجح را ترسیم کنند و نباید لزوماً دنبال یک آینده واحد باشند.

کتابداری سابق اندکی ساده‌تر بود. ای. ال. ای انجمن فعالی است در حوزه کتابخانه و کتابداری و مرکزی را از سال ۲۰۱۴ تحت عنوان «مرکزی برای آینده کتابخانه‌ها» راه‌اندازی کرده است. کار جالبی انجام داده‌اند افراد متخصصی را جمع کرده‌اند و از آنها خواسته‌اند در خصوص روندهای محیطی مؤثر بر آینده کتابخانه‌ها تحقیق و تفحص کنند. این کار مفیدی است که تعدادی مرکز‌رصد در پژوهشگاه‌ها و مراکز اندیشه‌ای و تفکری راه‌اندازی شود. امروزه در ایران هم اکثر سازمان‌ها از آن بهره‌مند هستند از جمله وزارت ارشاد. «مرکزی برای آینده کتابخانه‌ها» خیلی ساختار عریض و طویلی ندارد اما توانسته شبکه خوبی از پژوهشگران و متخصصان این حوزه را دور هم جمع کند و از آنها بخواهد در حوزه آینده کتابخانه‌ها بیندیشند و اینها را در قالب مشخصی که بسیار ساده است تحت عنوان ترندهایی که می‌تواند بر آینده کتابخانه‌ها تأثیرگذار باشد مستخرج کنند و ارائه دهند.

به‌هرحال این امکان وجود دارد و نیاز است که چنین نهادهایی در مراکز پژوهشی به‌خصوص در عرصه پیچیده و مهم فرهنگ راه‌اندازی شود. در سال ۲۰۱۴ این کار را شروع کردند و تا آن زمان دوازده روند را شناسایی کرده بودند. در مقطعی این دوازده، سیزده حدود ۲۵-۲۰ مورد شده بود. این تعداد به ۴۲ هم رسیده است که حکایت از پویایی این مرکز دارد. برخی از آنها روندهای جهانی هستند و برخی دیگر ممکن است مختص به محیط امریکا باشند. قالب آن بسیار ساده است. ضمن اینکه از دسته‌بندی‌های مرسوم در آینده‌پژوهی استفاده کرده‌اند... مثلاً تحلیل استیپ<sup>۱</sup> یا پستل<sup>۲</sup> که نشان می‌دهند برخی از روندها سیاسی، برخی اقتصادی،

#### 1. StEEP analysis

۲. PESTEL analysis: در گذشته با عنوان تجزیه و تحلیل PEST شناخته می‌شد. چارچوب یا ابزاری است که برای تجزیه و تحلیل و نظارت بر عوامل کلان محیطی استفاده می‌شود که ممکن است تأثیر عمیقی بر عملکرد یک سازمان داشته باشد.

#### در دانش

#### آینده‌پژوهی

#### یا معادل‌های

#### دیگری که از آن

#### یاد می‌شود تمرکز

#### پژوهشگران بر این

#### است که بتوانند

#### آینده‌های مختلف

#### اعم از ممکن،

#### محتمل، باورپذیر

#### و مرجح را ترسیم

#### کنند و نباید لزوماً

#### دنبال یک آینده

#### واحد باشند.

فصلنامه

نمایه  
پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

برخی فناورانه، برخی زیست‌محیطی، برخی جمعیت‌شناختی و برخی دیگر اجتماعی و فرهنگی هستند. این روندها در همین قالب دسته‌بندی شده‌اند. مثلاً در روندهای جمعیت‌شناختی که در آینده کتابخانه‌ها مطرح است به پدیده‌ای مانند بزرگ‌سالی نوپدید اشاره شده است. به این معنا که سن ازدواج افراد بالا رفته است و زمان طولانی‌تری که برای استقلال، کار و زندگی صرف می‌شود و سال‌های بیشتر با خانواده و در خانه‌های پدر و مادرشان زندگی می‌کنند که در نتیجه یک سبک زندگی و اشتغال متفاوت و اوقات فراغت متفاوتی رقم می‌خورد. از این‌رو این نسل و این تغییر جمعیت‌شناختی نیاز دارد که کتابخانه‌های عمومی خدمات ویژه و مختص این تغییر نسل و این تغییر سبک زندگی را در فضای رسانه‌ای و فضای تعاملات اجتماعی در کتابخانه‌ها طراحی کنند. مثلاً چیزی به نام بومی‌های عصر دیجیتال داریم. همه افراد با توجه به سن و سالشان بومی عصر دیجیتال نیستند برخی مهاجر هستند. در گذشته فضای دیجیتال به این صورت نبود امروزه همه کودکان به خوبی به کار با موبایل و دستگاه‌های فناوری‌های دیجیتال وارد هستند. خردسالان خودش به راحتی بازی دانلود می‌کند و مشغول بازی می‌شوند پس با نسلی دیگری در فضای عصر دیجیتال مواجه هستیم که به آن بومی عصر دیجیتال گفته می‌شود. معلوم نیست اینها وارد کتابخانه می‌شوند لزوماً علاقه به آن داشته باشند و مشخص نیست که علاقه آنها لزوماً به همان شکل و شمایل کتاب فیزیکی باشد یا نباشد پس باید برای این نسل خدماتی ویژه و نو طراحی شود.

در روندهای اجتماعی، موضوع‌هایی مانند گمنامی یا بی‌نامی یا تمایل به اقدام‌های همکاری جوانانه به این فضای توزیع قدرت دامن زده‌اند. بحث گروه و هواداران و بحث کار مشترک یا زندگی مشترک که امروزه در فضای استارت‌آپی و فضای کاری مشترک دیده می‌شود. در کارخانه‌های نوآوری و مراکز نوآوری نیز تا حدی مد شده است و مشاهده می‌شود که همان ترند اتفاق می‌افتد و تکرار می‌شود. در فضای روندهای آموزشی می‌توان به بسیاری از این موضوع‌ها از جمله دیجیتال بیج<sup>۱</sup> اشاره کرد. روند یادگیری در حال تغییر است و به مرور یادگیری وارونه حاکم می‌شود. اینکه لزوماً در کلاس همه چیز تدریس نمی‌شود. به خصوص فضا و شرایط آموزش مجازی که در زمان بیماری همه‌گیر کرونا شکل گرفته این یادگیری وارونه خارج از کلاس ایجاد شده است. کلاس فقط محل بحث و رفع اشکال است که استاد باید بسیاری چیزها را ضبط کند و از قبل آماده کند. بحث‌های گیمیفیکیشن<sup>۲</sup> و بحث‌های تفکر طراحی مطرح است. اینکه متصدیان ناچارند برای ارتقای خدماتشان در فضای کتابخانه‌ها

روند یادگیری در حال تغییر است و به مرور یادگیری وارونه حاکم می‌شود.

فصلنامه

نمایه پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

۱۷۸

۱. Digital badge: بیج‌ها یا نشانه‌های دیجیتالی که به افراد اعطا می‌شود.

۲. Gamification: استفاده از ابزارها و سازوکارهای بازی و اصول طراحی تجربه با هدف درگیرکردن دیجیتالی افراد و برانگیختن آنها در راستای دستیابی به اهدافشان.

خود را در سطح مخاطب قرار دهند نه اینکه در اتاق بسته و از بالا به پایین خدماتی را طراحی کنند و انتظار داشته باشند که او هم از این خدمات استقبال کند. تفکر طراحی یعنی تفکری همدلانه در طراحی خدمات و حتی فضا و معماری کتابخانه‌ها. اینها همه در آن فضا قابل رصد هستند. در فضای فناوری بحث داده‌ها و فناوری‌های جدید بیگ‌دیتا<sup>۱</sup> (آبر داده) و هوش مصنوعی و اینترنت اشیا و ربات‌ها و این دست موضوع‌ها وجود دارد. یک ترند هم در این فضا جالب است.

در فضای آینده‌پژوهی، چه همسو با یک جریان غالب و چه خلاف جریان‌ها، همه ترندها در یک نگاه وسیع اولیه مطرح می‌شوند؛ یعنی تصور آن محدود و محصور نیست. یک ترند جالب ترند آنپلایت<sup>۲</sup> (خلوت ذهن) است. در همین محیط تکنولوژی‌زده‌ای که بشر معاصر محصور بسیاری از فضاهای فناورانه است یک جایی هم لازم دارد که از اینها فراغت پیدا کند و در فضایی خلوت‌گونه‌ای بیندیشد و فکر کند و فارغ از همه ابزارهای فناورانه باشد. آن دوشاخه را بکشد و به اندکی آرامش و طمأنینه برسد که ممکن است با قرارگرفتن در فضای مطالعه کتاب این ماجرا رخ دهد. از این رو این ترند مهمی است که می‌تواند تأثیرگذار باشد. کتابخانه‌ها باید فضاهای که مکانی آرام و ساکتی را برای رهایی و فرار از دنیای دیجیتال فراهم کنند. بلاک چین<sup>۳</sup> و بسیاری از مسائل دیگر که در این فضا مطرح است. ویرچوال ریالیتی<sup>۴</sup> یا واقعیت مجازی و از این دست موضوعات در فضای روندهای اقتصادی و حوزه سیاسی نیز وجود دارند.

دکتر ذوالفقارزاده در یک طرح پژوهشی با رویکرد مشارکتی و اقدام‌پژوهی مشارکتی سعی کرده‌اند با کمک کتابداران و کارکنان و مدیران ستادی نهاد کتابخانه‌های عمومی و ذهنیت‌های آنها فضای سناریونگاری را پیش ببرند. آینده‌پژوهی به دلیل تغییر و روند پرشتابی که در تغییرات محیطی وجود دارد پدید آمد و نیاز به آن احساس شد و هدفش هم همین تحقق تغییر و به استقبال تغییرات رفتن است. این استقبال می‌تواند به تغییرات مطلوب منجر شود؛ یعنی پژوهشگر می‌تواند تا این سطح تغییر را پیش ببرد. پس هدف و کارکرد اصلی آینده‌پژوهی همین است؛ اما تغییر زمانی ایجاد می‌شود که محقق به سمت تغییر و تحول پیش می‌رود کارهایی که انجام می‌دهد به این صورت است که به سراغ اسناد و برنامه‌های بالادستی و سندنویسی و این دست موضوع‌ها می‌رود. این خوب است اما تنها جهت را مشخص می‌کند. به عبارت دیگر، سازمان دهی می‌کند و برای آن دستگاه درست می‌کند. بحث

1. Big data
2. unplait
3. Blockchain
4. Virtual Reality

آینده‌پژوهی به دلیل تغییر و روند پرشتابی که در تغییرات محیطی وجود دارد پدید آمد و نیاز به آن احساس شد و هدفش هم همین تحقق تغییر و به استقبال تغییرات رفتن است.

فصلنامه

نمایه پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

رسمیت، تمرکز و پیچیدگی را در سازمان دهی دنبال می‌کند که نهاد یا مجموعه‌ای در دستگاه مسئول تحول و تغییر شود. این هم خوب است اما لزوماً تغییر آفرین نیست. سندهای زیادی نوشته شده‌اند که به تغییر منجر نشده است. دستگاه‌های زیادی ساخته شده‌اند که به تغییر منجر نشده است. امکانات و فراهم کردن شرایط مالی ممکن است به تغییر منجر شود ولی لزوماً محقق نشده است. مدیر تحول خواه سر کار آورده می‌شود و گفته می‌شود این فرد بیاید حتماً تغییر رخ خواهد داد ولی باز هم مشخص است یک فرد به تنهایی از پس تغییر بر نمی‌آید. پژوهشگر بخش‌های طرحی و برنامه‌ای و پژوهشی را به صورت متمرکز فعال می‌کند ولی اینها می‌توانند طراح و پیشگام باشند ولی ممکن است همه اینها اتفاق بیفتد و تغییری رخ ندهد. تغییر در گرو ذهنیت‌هاست. باید در درجه اول ذهنیت‌ها تغییر کنند تا تغییر رخ بدهد. تغییر ذهنیت‌هاست که می‌تواند مفید باشد. البته ذهنیتی که به تغییر وجود دارد هم جزء آن است. به همین دلیل، در آینده پژوهی تمرکز روی رویکردهای مشارکتی است. نمی‌توان این تغییر و تحول را از بیرون به درون سازمان‌ها دمید. رسالت یک آینده پژوه تسهیل‌گری این فضاست که درون یک سازمان و یک مجموعه قرار بگیرد و اذهان آن مجموعه را به سمت مناسبی هدایت کند و با مشارکت فعال خود آنها را تغییر دهد و با نوعی توانمندسازی که در این فرایندها رخ می‌دهد به سمت تغییر ذهنیت‌هایشان و آمادگی فعال و آمادگی برای مواجهه فعال با تغییرات پیش بروند. این کارکردی است که انتظار آن می‌رود؛ بنابراین سعی شده در این طرح تا حد امکان این کار انجام شود. در فضای سناریونگاری یک رویکرد شبکه جهانی کسب و کار وجود دارد که می‌گوید بعد از اینکه این روند پژوهی انجام شد و عدم قطعیت‌های کلیدی استخراج شد عدم قطعیت‌های کلیدی تر و تأثیرگذارتر را انتخاب کن و تقاطع بده و چهار سناریو را از تقاطع این دو عدم قطعیت استخراج کن. در این طرح مسیری را در اذهان کتابداران و کارکنان و مدیران ستادی نهاد کتابخانه‌های عمومی پیش رفته‌اند و مسیری را نیز خودشان پیشنهاد دادند که این دو عدم قطعیت دو عدم قطعیت کلیدی تأثیرگذار بر آینده‌های کتابخانه‌های عمومی باشد و در مجموع چهار سناریو از تقاطع این عدم قطعیت استخراج شد.

اولین موضوع به نگرش یا رویکرد متولیان نهاد کتابخانه‌های عمومی در کشور بر می‌گردد به این معنا که منظور از عدم قطعیت این است که طیف دو سر دارد و این دو سر طیف اگر اتفاق بیفتند به شدت موضوع و مقوله مورد بررسی را متحول می‌کنند. عدم قطعیت اول رویکرد متولیان کتابخانه‌های عمومی کشور است که خود این کتابخانه‌ها می‌توانند دو سر طیف باشند. یا خودشان را مرجع و مالک خدمت می‌دانند و می‌گویند ما مرجع و مالک این خدمت هستیم. فردی وارد کتابخانه شود

و فضای خدمات مشخص از پیش تعیین شده‌ای را که برای او وجود دارد و عمدتاً حول محور کتاب تعریف شده است به او ارائه شود. نهاد کتابخانه عمومی به تبع همان جهان شبکه‌ای آینده و ترندهای موجود در آن خود را لزوماً مالک و مرجع یک خدمت از پیش تعیین شده یا خدمات محدود نمی‌داند. خود را تسهیل‌گر و تنظیم‌گر مشارکت‌هایی می‌داند که آنها بتوانند خدمات را ارائه دهند؛ یعنی هرکسی که فکر می‌کند در کتابخانه می‌تواند خدمتی را ارائه دهد می‌تواند در کتابخانه حضور پیدا کند و خدمت خود را ارائه دهد. این همان چیزی است که اصطلاحاً به آن رویکرد پلتفرمی گفته می‌شود. رویکرد پلتفرمی امروز به شدت تحت تأثیر فضای فناوری قرار گرفته است و درست است که فناوری و روندهایی که در این عرصه هست رویکرد پلتفرمی را دامن زده است و به آن سرعت داده و آن را تسهیل کرده است اما رویکرد پلتفرمی قبل و مقدم بر اینکه بخواهد تحت تأثیر فناوری باشد تحت تأثیر ذهنیت هاست. در همین عدم قطعیتی که صورت‌بندی آن را در پاراگراف‌های قبل مطالعه کردید چندان فناوری زده عمل نشده است. متولیان کتابخانه‌های عمومی باید ذهنیتشان را از اینکه لزوماً تصمیم بگیرند که مالک و مرجع خدمات باشند یا مالک پلتفرم باشند مشخص کنی. پلتفرم فضایی است که هرکسی که بتواند خدمت خود را در کتابخانه عمومی ارائه دهد به آن وارد می‌شود. ممکن است زوجی بگویند در این کتابخانه مردم مشکل تغذیه دارند می‌توانیم در گوشه‌ای این تغذیه را فراهم کنیم؛ یعنی این خدمت ممکن است لزوماً یک خدمت معطوف به اطلاعات هم نباشد. البته چه بهتر که معطوف به فضای اطلاعات و افزایش آگاهی و دانش باشد که کتابخانه‌ها به دلیل آن به وجود آمده‌اند. از یک سو در این عدم قطعیت با ذهنیت مرجع و مالکیت مواجه هستیم و از یک سو مالک پلتفرم و تسهیل‌گر خدمات متنوع هستیم. در اینجا خدمات از پیش تعیین شده نیستند و ممکن است در یک فضای ایمن‌جیت و یک فضای ناگهان ظهوری خدمات جدیدی خلق شود چون با شبکه‌ای از افراد مواجه هستند که هر یک می‌توانند صاحب یک خدمت جدید باشند و به شما که صاحب پلتفرم هستید مراجعه کنند.

عدم قطعیت بعدی به نگرش آحاد جامعه برمی‌گردد که کتابخانه را چه چیزی تلقی می‌کنند. آیا کتابخانه مکانی برای دانستن صرف است یا کانونی است برای حل مسئله. اینکه در کتابخانه فقط دانش و آگاهی‌شان بالا رود. حال این دانش و آگاهی هم می‌تواند از طریق مطالعه کتاب باشد و هم از طریق مباحثه و گفت‌وگو. یا می‌تواند رویکرد فعالانه به خود بگیرد و در فضای توانستن و کانونی برای حل مسئله باشد. درست است که مراجعه‌کننده نمی‌توانید در فضای توانستن و کانون حل مسئله قرار گیرد بدون اینکه از دانش و آگاهی بهره‌مند شود اما این را به آن فضای شبکه‌ای

نهاد کتابخانه عمومی به تبع همان جهان شبکه‌ای آینده و ترندهای موجود در آن خود را لزوماً مالک و مرجع یک خدمت از پیش تعیین شده یا خدمات محدود نمی‌داند. خود را تسهیل‌گر و تنظیم‌گر مشارکت‌هایی می‌داند که آنها بتوانند خدمات را ارائه دهند.

فصلنامه

نمایه پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

افزوده می‌کند؛ یعنی هر قدر هم آگاه باشد لزوماً نمی‌تواند از پس حل مسئله برآید. در کنار دیگران قرار گرفتن و با یک شبکه‌سازی بین افراد است که می‌توان کتابخانه را محلی برای توانستن و کانونی برای حل مسئله تبدیل کرد؛ یعنی ممکن است افراد جامعه دور هم جمع شوند و بگویند می‌خواهیم مشکل تکدی‌گری محله را حل کنیم. می‌توانیم محل این حل مسئله را کتابخانه عمومی محله قرار دهیم. افراد دور هم جمع می‌شوند و کانونی برای حل مسئله ایجاد می‌کنند و به چالش‌های فردی، اجتماعی، محلی و منطقه‌ای خودشان می‌اندیشند و به اقدام و طرح می‌رسند و احتمالاً آن را در فضاهای دیگر دنبال می‌کنند. در عدم قطعیت دوم باز هم رویکرد شبکه‌ای و جهان شبکه‌ای آینده در آن بسیار تأثیرگذار است. این یکی از آن ترندهای فضاهای اشتراکی هم هست. امروز یکی از ظرفیت‌های بالای کتابخانه‌های عمومی شبکه گسترده‌ای است که در سراسر کشور دارد. از این نظر کم‌نظیر است. مثلاً مساجد هم همین طور هستند. از طرف دیگر، فضاهای کار اشتراکی است. معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری کارخانه‌های نوآوری تأسیس می‌کند. کارخانه‌های فرسوده را می‌گیرد و به فضاهای کار اشتراکی تبدیل می‌کند. آیا نمی‌شود بخشی از کتابخانه‌های عمومی مصداق یا مکانی برای این ماجرا باشد؟ آیا نمی‌توان فضاهای استارت‌آپی و فضاهای برگزاری رویدادها را در کتابخانه‌های عمومی قرار داد و از این ظرفیت استفاده کرد؟

بر اساس تقاطع این دو عدم قطعیت به چهار سناریو رسیدند. نام سناریوی اول را رستوران گذاشته‌اند که کتابخانه محلی برای دانستن صرف است. نهاد کتابخانه عمومی هم مرجع و مالک یک خدمت مشخص است که در آنجا فقط کتاب مطالعه می‌شود.

سناریوی دوم کتابخانه محلی برای دانستن است اما رویکرد پلتفرمی حاکم است. تسهیل‌گر و مشارکت در خدمات است. اسم سناریو را گذاشته‌اند نمایشگاه که: و اندر آن آیینه صد گونه تماشا می‌کرد<sup>۱</sup>. انبوهی از خدمات در این سناریو دیده می‌شود. سناریوی سوم جامعه به سمت اینکه از ظرفیت کتابخانه برای توانستن استفاده کند حرکت کرده است اما نهاد همچنان در فضای مرجع و مالک خدمت است که نامش را باغ بی‌برگی گذاشته‌اند: باغ بی‌برگی که می‌گویند زیبا نیست. سناریوی چهارم که چه بسا سناریویی مطلوب و آرمانی باشد سناریوی باغستان است که برگرفته از دیباچه گلستان سعدی است<sup>۲</sup> که کانونی برای حل مسئله است و نگرش عامه و نگرش متولیان هم این است که ما صاحب پلتفرم هستیم و نه صاحب خدمت.

در کنار دیگران  
قرار گرفتن و با یک  
شبکه‌سازی بین  
افراد است که  
می‌توان کتابخانه  
را محلی برای  
توانستن و کانونی  
برای حل مسئله  
تبدیل کرد.

فصلنامه

نمایه  
پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

۱. دیدمش خرم و خندان قدح باده به دست / و اندر آن آیینه صدگونه تماشا می‌کرد (حافظ)  
۲. چون برسیدم بوی گلم چنان مست کرد که دامنم از دست برفت.

فصل دوم این طرح دیده‌بانی خارجی است؛ یعنی تمام روندها و عدم قطعیت‌های محیطی که در آثار علمی دیگران بوده یا خود دکتر ذوالفقار زاده استخراج کرده‌اند. این ترندها و عدم قطعیت‌ها مطالعه شده است. دکتر ذوالفقار زاده هم به چهار سناریو پرداختند که از تلاقی دو عدم قطعیتی که خودشان انتخاب کردند ایجاد شده بود. چهار سناریوی دیگر هم تولید شده است که آنها سناریوهایی است که حاصل ذهنیت جمع منتخبی، حدود صد نفر، در قالب پنج کارگاه بوده است. این صد نفر از جمله منتخب کتابداران، کارکنان و مدیران نهاد بوده است. در مجموع، چهار سناریو در آنجا تولید شد و چهار سناریو هم خودمان تولید کردیم که آن دو عدم قطعیتی را که دکتر ذوالفقار زاده روی آن دست گذاشتند بسیاری از ترندهای جهانی را پوشش می‌دهد. در آن پروژه نشان داده شد که چطور نگرش از توانستن و دانستن و پلتفرمی و مرجع خدمت سایر ترندها و عدم قطعیت‌ها را شامل می‌شود.

**دکتر حاصلی:** دکتر امیر هوشنگ حیدری، عضو هیئت علمی و سرپرست گروه آینده‌پژوهی مرکز سیاست علمی کشور و نایب‌رئیس انجمن آینده‌نگری ایران، مصادیق زیست‌فرهنگ، تغییرات مهم جهانی و رویه‌هایی که این تغییرات در حوزه فرهنگ مکتوب و کتابخانه عمومی ایجاد می‌کند، را برای ما تشریح می‌کنند.

**دکتر حیدری:** امروزه حکومت بر انسان بیش از بایوپالیتیک<sup>۱</sup> یا بایوپالیسی<sup>۲</sup> و احاطه فناوری‌ها بر انسان حائز اهمیت است. امروزه، بحث زیست‌فرهنگ یا بایوکالچر<sup>۳</sup> و فناوری‌های روان‌شناختی و علم علوم‌شناختی بسیار حائز اهمیت است. با چنین رویکردی که نگاه انتزاعی و استعلایی به میحث انسان و جامعه دارد و به بحث فرهنگ می‌پردازد می‌توان به حوزه‌هایی ورود کرد که حوزه‌های حائز اهمیتی هستند. امروزه، از کتابخانه‌ها تحت عنوان حافظه‌های جمعی یاد می‌شود و اینکه کتابخانه‌ها محل‌هایی هستند که خردی جمعی از مطالعات و تحقیقات انجام شده از گذشته تا حال در آنها وجود دارد. این نگاه که نگاه خردمحورانه‌ای به بحث کتابخانه‌ها و به خصوص کتابخانه‌های عمومی است بسیار حائز اهمیت است. این نگاه مبین این است که کتابخانه‌ها نه تنها در بحث اطلاع‌رسانی و آموزش دخالت و تصرف دارند مهم‌تر از آن کارکردهای جدید آنهاست. کارکردهایی که امروز بسیار حائز اهمیت هستند و تحت عنوان سیاست‌گذاری اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی

1. Biopolitic
2. Biopolicy
3. Bioculture

فصلنامه

نمایه  
پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

مطرح می‌شوند. با در نظر گرفتن این کارکردها مشخص می‌شود که کتابخانه‌ها در این شبکه در هم تنیده تعاملات و این دنیای پیچیده‌ای که با پیوسته گلوبالیزیشن<sup>۱</sup> همراه است چه مقدار حائز اهمیت هستند در فضایی که از بحث کل‌گرایی یا نگاه یکپارچه و بحث و پیچیدگی<sup>۲</sup> صحبت می‌شود کتابخانه‌ها با این رویکرد که می‌توانند در سیاست‌گذاری‌های اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی نقش ایفا کنند مهم هستند. در نتیجه، باید نگاه خاصی به مقوله کتاب، کتابخانه و کتاب‌خوانی وجود داشته باشد که این مقوله‌ای است که با نگاه آینده‌پژوهی می‌توان آن را بسط و تسری دارد و نگاهی نوین و جدیدی را به این حوزه افزود و یک هم‌افزایی یا یک افزایش نگرش علمی را به حوزه کتابداری و کتاب‌خوانی اضافه کرد.

پل ارتباط واحد بین این حوزه و حوزه آینده‌پژوهی بحث تغییرات است. تغییرات و عدم قطعیت‌ها هستند که در هر دو حوزه کتابداری و آینده‌پژوهی و حوزه کتابخانه‌های عمومی مشترک هستند. تغییرات از گذشته تا به امروز، همان طور که همگان بر آن باور دارند دستخوش تحول شده است. تغییرات در گذشته هم وجود داشته است. هیچ‌کس نمی‌تواند بگوید تغییرات در گذشته وجود نداشته است اما در دنیای پیچیده ما تغییرات در این فضای عدم قطعیت از ویژگی‌های چهارگانه‌ای برخوردار است که قبلاً وجود نداشته است. این ویژگی‌های چهارگانه مبین نوع نوین تغییرات در جهان امروز بشر است. در مقایسه با گذشته تغییرات از سرعت بالاتری برخوردار هستند؛ یعنی تغییرات به سرعت حادث می‌شوند و مجالی برای درک آنها و مجالی برای سازگارشدن با آنها وجود ندارد. دوم اینکه تغییرات بسیار گسترده هستند؛ یعنی از یک گستردگی مختص به خود برخوردار است که در گذشته این طور نبوده است. در گذشته بسیاری از تغییرات محلی و لوکال<sup>۳</sup> بودند ولی امروزه تغییرات یک‌باره و به صورت جهانی رخ می‌دهند. پس این تغییرات با تغییرات سنتی متفاوت هستند. سوم اینکه تغییرات از تنوع بسیار زیادی برخوردار هستند. تغییرات از یک نوع و یک گونه نیستند. بسیار متنوع هستند. نمی‌توان از یک شاخه تغییرات خاص تبعیت کرد. باید تنوع تغییرات را در نظر بگیریم. چهارمین پارامتر که مهم است بحث شدت تغییرات است. تغییرات با شدت زیادی اتفاق می‌افتند و ممکن است اگر افراد آنها را نشناسند و برای مقابله و تعامل با آنها آماده نباشند دچار لطماتی شوند که هر چه تغییرات بیشتر باشد میزان این لطمات بالاتر است.

بنابراین، با توجه به این چهار پارامتر می‌توان گفت که نوع تغییرات بیشتر شده است

در فضایی که از بحث کل‌گرایی یا نگاه یکپارچه و بحث و پیچیدگی صحبت می‌شود کتابخانه‌ها با این رویکرد که می‌توانند در سیاست‌گذاری‌های اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی نقش ایفا کنند مهم هستند

فصلنامه

نمایه پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

۱۸۴

1. Globalization
2. Complexity
3. Local

و شدت و حدت و حجم و تنوع در جهان امروز بسیار متنوع‌تر و متفاوت‌تر از تغییرات سنتی هستند. دیگر اینکه دنیای عدم قطعیت‌هاست. به قول گوته آنچه در دنیا قطعیت دارد حکومت عدم قطعیت‌هاست. به عبارت دیگر، بسیار حائز اهمیت است که به این موضوع توجه شود که هیچ چیزی را نمی‌توان برای آینده حتمی و قطعی در نظر گرفت. این عدم قطعیت‌ها باعث می‌شود که برنامه‌ریزی و تصمیم‌سازی بسیار سخت شود و اگر فردی با این دو پارامتر یعنی تغییرات و عدم قطعیت‌ها در حوزه آینده‌پژوهی و حوزه کتابداری و اطلاع‌رسانی را به خوبی ادبته‌نشود و عدم قطعیت‌ها را در این دنیای پیچیده درک نکند یقیناً در آینده و در ساخت آینده سهم و نقشی نخواهد داشت بلکه فقط در سناریوها و آینده‌هایی که دیگران متصور می‌شوند و تدوین می‌کنند شراکت خواهد داشت. به هیچ وجه آیتم ساخت آینده که دانش و مهارت آینده‌پژوهی به منظور حصول آن در دنیا تسری پیدا می‌کند و ارائه می‌شود محقق نخواهد شد.

بنابراین، برای اینکه بتوان در حوزه‌ای که در دنیای شبکه‌ای هست سناریوهایی برای آینده کتابخانه‌های عمومی داشت اولین و بهترین کار این است که بتوان به خوبی عدم قطعیت‌های حوزه کتابداری را شناخت و روندهایی که در این حوزه هستند را احصاء کرد و پیشران‌هایی را که می‌توانند در ساخت آینده‌های متنوع و متفاوت و بدیع در حوزه کتابداری و اطلاع‌رسانی‌ها حائز اهمیت باشد را به خوبی شناخت و در تقابل با آنها در آینده دچار غافلگیری راهبردی و غافلگیری اجتماعی نشویم. برای سازگاری با تغییرات ژرف و عدم قطعیت‌های بسیار ملموس جهان امروزی در آینده باید به خوبی روندها را شناخت و از نشانک‌هایی که از رخداد و رخ‌نمون آینده‌های متفاوت خبر می‌دهند درک درستی داشت و بتوان از آنها آینده‌های متفاوت را تصور کرد.

اینکه کتابخانه‌ها و بسط اطلاع‌رسانی در حوزه کتابخانه‌های عمومی در فضای فیزیکی است یا فضای مجازی؟ آیا همچنان در دنیای آینده به این فضای فیزیکی نیاز داریم تا افراد به کتابخانه مراجعه کنند و در محدوده‌ای بنشینند و مطالعه کنند و آیا همچنان به کارت عضویت نیاز داریم یا اینکه کتابخانه‌ها مجازی خواهند شد؟ و پرسش‌هایی از این دست عدم قطعیت‌هایی در حوزه کتاب و کتابداری است که مشخص نیست این حوزه در آینده به کدام سمت خواهد رفت. با هریک از اینها می‌توان کراست داد و سناریوهای متفاوتی را برای آینده تصور کرد. برای فردی که هر یک از اینها را در نظر می‌گیرد و سناریوهای متفاوتی را تصور می‌کند مهم این است که چقدر در ساخت آن سناریو در آینده سهمیم و دخیل باشیم. چطور با آن پیشینه بسیار

►  
برای اینکه بتوان  
در حوزه‌ای  
که در دنیای  
شبکه‌ای هست  
سناریوهایی  
برای آینده  
کتابخانه‌های  
عمومی داشت  
اولین و بهترین  
کار این است که  
بتوان به خوبی  
عدم قطعیت‌های  
حوزه کتابداری را  
شناخت

فصلنامه

نمایه  
پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

۱۸۵

1. Adapté

2. Crust

متعالی در حوزه کتاب و کتابداری و با آن فرهنگ و سنت غنی مان نتوانستیم در این حوزه چندان نقش آفرینی کنیم و آیا در آینده روند این قضیه باز هم ما را به سمتی می برد که ضعف بیشتری را شاهد باشیم؟ یا اینکه اگر بتوانیم سناریوهای مناسبی را در آینده این حوزه متصور شویم می توانیم نقش آفرینی مان را ارتقا بخشیم و از آینده در این حوزه ها طرح خواهی کنیم. از نظر دکتر حیدری برای آینده این حوزه چند مورد سناریو را می توان متصور شد که در یک فضای تعاملی و مبتنی بر خرد جمعی بتوان با یک رویکرد اکتشافی آینده هایی را برای خودمان متصور شد که مناسب تر است و مهم تر از همه اینها دانستن اینکه چگونه باید از آینده مطالبه گری کرد و اینکه چطور باید در ساخت این آینده ها سهیم بود و مشارکت داشت. بحث زیست فرهنگ یکی از مباحث بسیار مهم است؛ و در ساخت آینده های متفاوت هم بسیار سهیم است. اینکه زیست فرهنگ باعث می شود که افزایش و تنوع تولیدات فرهنگی به صورت آنلاین و مجازی زیاد یا کم شود. به عبارت دیگر، سناریویی که می تواند مبتنی بر این قضیه باشد همین است که آیا سناریویی که می تواند زیست فرهنگ ایجاد کند مبتنی بر افزایش و تولیدات فرهنگی آنلاین و مجازی است یا برخلاف آن است؟ اینجا سه اصل کیفیت، هزینه و سرعت را پوشش می دهد. اینکه کدام یک کیفیت بالاتری دارند، هزینه تمام شده تولیدات فرهنگی و هنری دخیل خواهد بود و مهم تر از همه سرعت است؛ یعنی آیا محصول مورد نظر در زمان مناسب تولید و عرضه خواهد شد یا خیر؟ اگر عرضه این محصول در بازه زمانی خارج از نیاز جامعه باشد از توانمندی و میزان استفاده اش به میزان بسیار زیادی خواهد کاست.

سناریوی دوم اینکه آیا دچار تغییرات و دگردیسی فرهنگی خواهیم شد؟ اینکه باید چشم انداز مناسبی داشته باشیم و با شناخت آینده به استقبال تحولات و تغییرات برویم یا خیر؟ اگر قبول کنیم که یک پوست اندازی فرهنگی در آینده خواهیم داشت باید برای آینده این حوزه ها که مورد وفاقمان است چشم انداز داشته باشیم و با تدوین سناریوهای مطلوب و مورد وفاق برای آینده به استقبال آنها برویم. همچنین، سناریوهای احتمالی که در خصوص ارائه بسته های فرهنگی می شود. در دوران همه گیری کرونایی متوجه شدیم که می توان کنسرت و تئاتر را هم به صورت آنلاین داشت. آیا به این سمت می رویم که کنسرت و تئاتر و آموزش های هنری و کتب آنلاین داشته باشیم؟ اگر قرار باشد به این سمت برویم و اگر قرار باشد این پارامترهای ساخت آینده بدیل در این حوزه باشند چه کرده ایم که در این آینده سهیم باشیم؟ در چه راستایی گام برداشته ایم؟ آیا زیرساخت های آن به وجود آمده است؟ آیا ساختارهای یادگیرنده ای که لازم است در بستر سناریوهای آینده حوزه زیست فرهنگ در جامعه به وجود بیاید مهیا شده است؟ آیا ما از این دوران کرونایی

اگر بتوانیم  
سناریوهای  
مناسبی را در آینده  
این حوزه متصور  
شویم می توانیم  
نقش آفرینی مان  
را ارتقا بخشیم  
و از آینده در  
این حوزه ها  
طرح خواهی کنیم.

فصلنامه

نمایه  
پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

۱۸۶

بهره‌ای می‌گیریم از این حیث که بتوانیم ساختارهای یادگیرنده را ارتقا دهیم یا اینکه در این مقطع مدیریت بحران می‌کنیم و پس از پایان همه‌گیری آن را فراموش می‌کنیم و باز اتفاق جدید و باز تجربه جدید و فراموشی و دوباره اتفاق، مدیریت بحران و فراموشی رخ خواهد داد.

ساختارهای یادگیرنده ما و حافظه‌های سازمانی ما در این چرخه کجاست؟ پس اینها مهم هستند و به ما بارقه‌هایی را نشان می‌دهد که به آینده آگاه باشید و سهم خواهی کنید و در راستای سهم خواهی گام بردارید. این نوع اخیر که بحث بسته‌های فرهنگی بود باعث می‌شود که هم آثار بسیار متنوع در اختیار افراد قرار بگیرد و هم ذائقه و استعداد‌های افرادی که از توان اجتماعی کمی برخوردار بوده‌اند بیشتر شکوفا شود. این آیتم‌هاست که ما را به این سمت می‌برد که لزوماً برای ساخت آینده‌ها از روندها و پیشران‌هایی استفاده کنیم که در حالت عادی از آنها غافل می‌شویم. اگر بخواهیم کتابخانه‌ها را بررسی کنیم ابتدا کتابخانه‌های شخصی را داشتیم. بعد از اینکه آئین وقف رایج شد به این سمت رفتیم که کتابخانه‌های شخصی را وقف کنیم و اوقافی شود. به مرور زمان، محل نگهداری کتابخانه‌های وقفی در مساجد و مکان‌های متبرکه شد و مردم به آنجا می‌رفتند و مطالعه می‌کردند و خرد جمعی ایجاد می‌شد. سپس، دولت‌ها که شکل گرفتند این قضیه نهادینه شد و شهرداری‌ها متولی آن شدند. یقیناً در ادامه این روند در آینده کتابخانه‌های مجازی را خواهیم داشت. اینکه زیرساخت‌هایی باید مهیا شود که برای این حوزه و برای موضوع اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی اقداماتی شود. زیرساخت‌هایی را فراهم کنیم که اگر این زیرساخت‌ها فراهم نشود در آینده و در سناریوهایی که مبتنی بر روندهای گذشته شکل گرفته است سهم نخواهیم بود و فقط پا در جای پای بزرگانی می‌گذاریم که در این حیطة پیشرو هستند. اگر بخواهیم به این سمت برویم که کتابخانه‌های سنتی حذف شوند. به دلیل استقبال مردم به آرامی کتابخانه‌ها به سمت فضای دیجیتال می‌رود. کتابخانه و کتابخانه‌داری هزینه‌های بسیار زیادی دارد که این هزینه‌ها را دولت‌ها مهیا می‌کنند و دولت‌ها هم از زیر بار این مسئولیت خارج می‌شوند و باید به سمت کتابخانه‌های مجازی برویم. یکی از موارد دیگر فضای فیزیکی است که دارند. بایگانی و آرشیو کتابخانه‌ها فضای زیادی را می‌گیرد که مسئولان و دولت بیشتر دوست دارند این فضاها را به کارهای دیگری اختصاص دهند. این سه آیتم باعث می‌شود که باید به سمت کتابخانه‌های مجازی برویم و دیگر نمی‌توانیم کتاب‌سراهای محلی داشته باشیم و در هر جایی کتابخانه داشته باشیم. از طرفی، با وجود ایجاد دنیای شبکه‌ای برای اینکه بتوانیم از این دنیای شبکه‌ای و زیرساخت‌های آن استفاده کنیم لزوماً باید از کتابخانه‌های مجازی و

شبکه‌ای استفاده کنیم.

پس آنچه مهم است حساس بودن به این موضوع که دنیا به اجبار به سمتی می‌رود که شاید از نظر ما زیاد خوشایند نباشد ولی واقعیت‌ها چیز دیگری می‌گویند. ما باید واقعیت‌ها را بشناسیم و باید مبتنی بر واقعیت‌ها تصمیم بگیریم و باید برای اینکه بتوانیم در ساخت آینده در حوزه‌های متفاوت و از جمله بحث امروز ما نقش داشته باشیم از طریق ساخت آینده‌های بدیل موفقیت کسب کنیم. برای اینکه بتوانیم آینده‌های بدیل بسازیم باید سهم‌خواهی کنیم. برای اینکه بتوانیم سهم‌خواهی کنیم باید از آینده‌ها به خوبی آگاه باشیم، توانمندی خود را درک کنیم، روندها را به خوبی بشناسیم، پیشران‌ها و عدم قطعیت‌های این حوزه را بشناسیم و متناسب با آن برای خود آینده‌هایی متصور شویم و متناسب با آن آینده‌ها از همین الان فعالیت داشته باشیم و گرنه به ناچار در آینده‌های استفاده‌شده دیگران سهم خواهیم بود و آینده‌ای نخواهیم داشت که خودمان در ساخت آن نقش داشته باشیم.

## خرده‌فرهنگ معنای سبک<sup>۱</sup>

• رضا تسلیمی طهرانی<sup>۲</sup>

### چکیده

هبدیج در کتاب خرده‌فرهنگ معنای سبک پس از بیان مباحث نظری در مورد مفاهیم فرهنگ، ایدئولوژی و هژمونی به مطالعه انضمامی خرده‌فرهنگ‌های جوانان سفیدپوست، سیاه‌پوستان و کارگران و بررسی سبک‌های متمایز آنها می‌پردازد. از نظر هبدیج، چنین سبک‌هایی را باید به‌عنوان اشکال و شیوه‌هایی از «مقاومت» در برابر جریان‌های اصلی جامعه در نظر گرفت. در ارزیابی این کتاب، به نظر می‌رسد نویسنده موفق شده است به هدف خویش که همانا بررسی مفهومی و انضمامی خرده‌فرهنگ‌هاست، نائل شود. با این‌همه، می‌توان مباحث مطرح‌شده در این کتاب را بر اساس رویکردهای گوناگون و از جمله رویکرد انتقادی نقد کرد. بر این اساس، سبک‌های مختلف خرده‌فرهنگ‌ها و شیوه‌های گوناگون مصرف کالا به وسیله آنها تحت تأثیر هژمونی اعمال شده به وسیله جریان فرهنگی حاکم و «صنعت فرهنگ» قرار دارد و این امر در نظر گرفتن این سبک‌ها و شیوه‌ها را به‌عنوان اشکالی از مقاومت دشوار می‌سازد.

واژگان کلیدی: خرده‌فرهنگ، سبک، مصرف، مقاومت، فرودستان

فصلنامه

نمایه  
پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

۱۸۹

1. Subculture: the meaning of style

۲. جامعه‌شناس و عضو هیئت علمی پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات (rtaslimitt@gmail.com)



■ هبديج، ديك (۱۳۹۸). خرده فرهنگ معنای سبک. ترجمه علی صباغی، پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، قیمت: ۲۰۰۰۰ تومان.

هدف اصلی از تألیف و انتشار کتاب خرده فرهنگ معنای سبک، مطالعه و بررسی تحلیلی و تجربی مفهوم خرده فرهنگ و سبک های متمایز خرده فرهنگ ها با توجه به مصداق های انضمامی مهم ترین و مشهورترین آنها در جامعه بریتانیا است.

کتاب خرده فرهنگ معنای سبک<sup>۱</sup> را دیک هبديج<sup>۲</sup> تألیف و علی صباغی آن را ترجمه کرده است. ترجمه این کتاب برای نخستین بار در پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات در ۱۹۹ صفحه در تابستان ۱۳۹۸ و در شمارگان ۱۰۰۰ نسخه منتشر شده است که در مجموع از ترجمه ای روان و مناسب برخوردار است.

این کتاب به طور کلی به بررسی مفاهیم فرهنگ، خرده فرهنگ، سبک زندگی، مقاومت و... می پردازد و به این منظور به نمونه های عینی خرده فرهنگ های مختلف شکل گرفته در جامعه بریتانیا استناد می کند و آنها را مورد مطالعه قرار می دهد.

دیک هبديج، متولد ۱۹۵۱ در بریتانیا، جامعه شناس، نظریه پرداز رسانه و از نخستین فارغ التحصیلان مکتب مطالعات فرهنگی بیرمنگام است. او در دانشگاه کالیفرنیا در سانتا باربارا تدریس می کند. آثارش عمدتاً در حوزه مطالعات فرهنگی و در مورد خرده فرهنگ ها، مقاومت در برابر جریان های اصلی جامعه و رسانه هاست. این اثر نخستین کتاب تألیف شده اوست که اولین بار در سال ۱۹۷۹ به رشته تحریر درآمد. دومین کتاب او در سال ۱۹۸۷ با عنوان فرهنگ، هویت و موسیقی کارائیب<sup>۳</sup> و سومین کتابش در سال ۱۹۸۸ با عنوان پنهان شدن در نور؛ در مورد تصاویر و چیزها<sup>۴</sup> منتشر شدند. همچنین مقالات فراوانی از او انتشار یافته که در آنها به مقولاتی مانند هنر، طراحی، رسانه، پست مدرنیسم، سوررئالیسم، خرده فرهنگ ها و سبک های ویژه پرداخته شده است.

هدف اصلی از تألیف و انتشار کتاب خرده فرهنگ معنای سبک، مطالعه و بررسی تحلیلی و تجربی مفهوم خرده فرهنگ و سبک های متمایز خرده فرهنگ ها با توجه به مصداق های انضمامی مهم ترین و مشهورترین آنها در جامعه بریتانیا است. بنابراین، سبک زندگی خرده فرهنگ های جوانان طبقه کارگر و سیاه پوستان در قالب پوشش،

فصلنامه

نمایه پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

۱۹۰

1. Subculture: the meaning of style
2. Dick Hebdige
3. Culture, Identity and Caribbean Music
4. Hiding in the Light: On images and Things

آرایش و موسیقی بررسی و در این راه از نظرهای مختلف حوزه مطالعات فرهنگی و جامعه‌شناسی استفاده شده است.

کتاب پیش‌رو را می‌توان از مهم‌ترین آثار موجود در حوزه مطالعات فرهنگی، خرده فرهنگ‌ها و سبک زندگی دانست که به وسیله یکی از شناخته‌شده‌ترین نظریه‌پردازان مکتب مطالعات فرهنگی بیرمنگام تألیف شده است. جامعه مخاطبان این اثر را همه علاقه‌مندان، دانشجویان و پژوهشگران حوزه‌های علوم اجتماعی، جامعه‌شناسی و مطالعات فرهنگی تشکیل می‌دهند و مطالعه این کتاب می‌تواند برای پژوهشگران و دانشجویان حوزه پژوهش هنر و از جمله موسیقی نیز جذاب و مفید باشد. کتاب خرده فرهنگ معنای سبک علاوه بر قسمت‌های مقدمه و نتیجه‌گیری در ۲ بخش و ۹ فصل تألیف شده است. فصل اول کتاب به بیان مقدمات نظری در مورد مفاهیم فرهنگ، ایدئولوژی و هژمونی می‌پردازد. بخش اول کتاب که خود از سه فصل تشکیل شده به مطالعه موردی چند خرده فرهنگ اختصاص دارد و از جمله سبک‌های متمایز خرده فرهنگ‌های هیپیسترز، بیتز، تدی بویز، راک، پانک و رگی را به دقت مطالعه و بررسی می‌کند. بخش دوم کتاب با عنوان «یک خوانش» به تفسیر و تحلیل سبک‌ها و خرده فرهنگ‌های مورد مطالعه می‌پردازد و مباحث مختلفی مانند کارکرد خرده فرهنگ، خاص‌بودگی، منابع سبک، فرم کالایی، فرم ایدئولوژیک، سبک به مثابه بیان آگاهانه، سبک به مثابه سرهم‌بندی، سبک انقلابی، سبک به مثابه همسانی و سبک به عنوان عمل دلالت را با استفاده از دیدگاه‌های نظریه‌پردازان مشهوری مانند گرامشی، بارت و ژنه شرح و بسط می‌دهد.

فصل نخست کتاب با بررسی تعاریف گوناگون فرهنگ در دیدگاه نظریه‌پردازانی مانند ویلیامز، آرنولد، تی. اس. الیوت، هوگارت و بارت آغاز می‌شود. سپس مفاهیم ایدئولوژی و هژمونی با رجوع به نظرهای مارکس، آلتوسر، استوارت هال و گرامشی بررسی شده‌اند تا زمینه‌های رجوع به مفاهیم خرده فرهنگ‌های جوانان و مقاومت فراهم شود. از نظر هبیدیچ، ایدئولوژی‌های حاکم، نظم اجتماعی و اجماع‌های شکل‌گرفته ثابت و تضمین شده نیستند و خرده فرهنگ‌های مختلف در برابر آنها مقاومت می‌کنند (هبیدیچ، ۱۳۹۸: ۲۷). هبیدیچ با ارجاع به لوفور، معتقد است که همواره اعتراض‌ها و تناقض‌هایی وجود دارد که مانع برقراری مدار بین نشانه و ابژه و تولید و بازتولید می‌شود. اعتراض‌ها و تناقض‌هایی که دقیقاً در خرده فرهنگ مجال عرضه و بیان می‌یابد. با این حال، خرده فرهنگ‌ها به طور مستقیم به چالش کشیدن سلطه را بازنمایی نمی‌کنند و این امر به طور غیرمستقیم و در هیئت سبک بیان می‌شود. اعتراض‌ها در سطح نشانه‌ها صورت می‌گیرد و تناقض‌ها در آنها نمایش داده می‌شود. سبک در خرده فرهنگ، آپستن معناست. تحولات آن «مقابل طبیعت»

از نظر هبیدیچ، ایدئولوژی‌های حاکم، نظم اجتماعی و اجماع‌های شکل‌گرفته ثابت و تضمین شده نیستند و خرده فرهنگ‌های مختلف در برابر آنها مقاومت می‌کنند

فصلنامه

نمایش پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

قرار می‌گیرد و قطع‌کننده فرایند «عادی‌سازی» است. آنها ژست‌ها و حرکاتی در جهت کلام هستند که «اکثریت خاموش» را آزاده می‌کنند، اصل وحدت و یکپارچگی را به چالش می‌کشند و با مغلطهٔ اجماع در تضادند (همان: ۲۸).

در فصل‌های دوم، سوم و چهارم نمونه‌هایی از خرده‌فرهنگ‌های جوانان سفیدپوست، سیاه‌پوستان و کارگران ذکر شده و سبک‌های مختلف پوشش، آرایش، خوراک و موسیقی خرده‌فرهنگ‌های راک، رگی، پانک، هیپی، هیپسترز، بیتز، تدی بویزو ... بررسی شده است. تأکید بر نمونه‌های انضمامی گوناگون و شرح جزئیات سبک‌های این خرده‌فرهنگ‌ها از آن رو اهمیت دارد که آنها به‌عنوان اشکال و شیوه‌هایی از مقاومت در برابر جریان‌های اصلی جامعه در نظر گرفته می‌شوند.

در اینجا به‌ویژه به خرده‌فرهنگ پانک توجه شده که به عقیدهٔ هبديج هیچ خرده‌فرهنگی به اندازهٔ آن عزمی جدی را برای دورایستادن از چشم‌انداز به اصطلاح بدیهی فرم‌های هنجار جامعه نداشته است (همان: ۲۹). پانک‌ها نه تنها به‌طور مستقیم به افزایش بیکاری، تغییر استانداردهای اخلاقی، بازگشت فقر، افسردگی و غیره پاسخ دادند، بلکه با ایجاد یک زبان به بیان نمایش‌گونهٔ آنچه «زوال بریتانیا» عنوان گرفته بود، پرداختند. آنها در فضای غم‌انگیز و آخرالزمانی اوایل دههٔ ۱۹۷۰ - بیکاری گسترده، خشونت شوم اعتراض‌های ناتینگ هیل کارناوال، اختلافات گرانویک و زدو خورد لویشام و لیدی وود - خود را به‌عنوان فاسد و به‌عنوان علامت فروپاشی نشان دادند (همان: ۱۱۴).

خرده‌فرهنگ‌ها غالباً به‌عنوان تهدیدی در برابر جریان اصلی فرهنگ جامعه در نظر گرفته می‌شوند و تلاش می‌گردد با استفاده از راهبردهای مختلف با این تهدید مقابله شود. بنا بر توضیح بارت (۱۹۷۲) در این راستا دو راهبرد اساسی تکامل یافته است: دیگری را می‌توان بی‌اهمیت، طبیعی و اهلی جلوه داد و تفاوت را به‌سادگی نادیده گرفت یا اینکه دیگری را می‌توان بسان غریبه‌ای بی‌اهمیت، یک شیء محض، یک صحنه یا یک دلچسب انگاشت (همان: ۱۲۵). این راهبردها در مورد اغلب خرده‌فرهنگ‌ها به کار گرفته می‌شود.

هر خرده‌فرهنگ از سبکی خاص برخوردار است و این سبک‌ها را می‌توان به شیوه‌های مختلف مشخص کرد. سبک را می‌توان به مثابهٔ بیان آگاهانه در نظر گرفت. در اینجا نحوهٔ پوشش (برای مثال، تی شرت پاره‌پارهٔ پانک) حاوی کدهایی است که به‌طور آگاهانه انتخاب شده‌اند و بدون شک معنادارند. سبک می‌تواند به مثابهٔ سرهم‌بندی نگرسته شود. در اینجا چیزهای موجود و دم‌دستی و ظاهراً ناسازگار در کنار هم قرار می‌گیرند. سبک می‌تواند انقلابی باشد و وضعیتی هرج‌ومرج‌طلبانه را نشان دهد. برای نمونه، بیانیه‌های طبقات کارگزار از کلمات ریکیک، خطاهای تایپی،

خرده‌فرهنگ‌ها  
غالباً به‌عنوان  
تهدیدی در برابر  
جریان اصلی  
فرهنگ جامعه  
در نظر گرفته  
می‌شوند و تلاش  
می‌گردد با استفاده  
از راهبردهای  
مختلف با این  
تهدید مقابله  
شود.

فصلنامه

نمایه  
پژوهشدوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

۱۹۲

اشتباهات دستوری، غلط‌های املائی و صفحه‌بندی به هم‌ریخته مملو بودند و در تصحیح نهایی هم اصلاح نمی‌شدند. سبک می‌تواند به مثابه همسانی در نظر گرفته شود. در اینجا سبک در عین حال که بر هرج و مرج دلالت می‌کند خود کاملاً منظم است. اشیای نمادین، لباس، ظاهر، زبان، مراسم، سبک‌های تعامل و موسیقی با تعامل، وضعیت و تجربه گروه وحدت دارند (همان: ۱۴۸). در نهایت سبک نوعی عمل دلالت است و نشانه‌های بسیاری را در بر می‌گیرد. با وجود تفاوت‌های فردی، اعضای یک خرده فرهنگ باید زبان مشترک داشته باشند و مسائل واقعی را درست و در زمان مناسب بیان کنند (همان: ۱۵۹).

به طوری که ذکر شد در این کتاب به خرده فرهنگ به عنوان شکلی از مقاومت توجه شده است. در عین حال، برخلاف نویسندگان تحت تأثیر مارکوزه، خرده فرهنگ به عنوان منبع حقیقت در نظر گرفته نشده و امکانات انقلابی در آن دیده نشده است. به نحوی که هدیج توضیح می‌دهد او به دنبال به رسمیت شناختن حق طبقه فرودست (جوانان، سیاه‌پوستان، طبقه کارگر) است تا چیزی را که از آنها ساخته شده است تفسیر کند، موقعیت فرودستی را که هرگز انتخاب آنها نبوده بیاراید، تزیین کند، هجو کند، هرجا که ممکن است آن را به رسمیت بشناسد و از آن فراتر رود (همان: ۱۷۹).

با این همه، او از شکاف موجود بین خواننده و متن و زندگی روزمره و اسطوره‌شناسی آگاه است و بسیار بعید می‌داند که اعضای هر کدام از خرده فرهنگ‌های مورد مطالعه بتوانند تصویر خویش را در این کتاب مشاهده کنند یا حتی از هرگونه تلاش به منظور درک آنها استقبال کنند. در اینجا فرودستان، جامعه‌شناسان را تهدیدی می‌بینند که با هدف آگاه‌ساختن، سبک‌ها و فرم‌های آنها را نابود می‌کنند. در این دیدگاه، خوانش‌های دلسوزانه از فرهنگ‌های فرودست می‌تواند درست به اندازه برجسب‌های خصمانه دادگاه‌ها و مطبوعات، که علیه اعضای یک خرده فرهنگ به کار گرفته می‌شود، با بی‌تفاوتی و تحقیر آنها مواجه شود (همان: ۱۸۰).

این کتاب را می‌توان از مهم‌ترین آثار کلاسیک در حوزه مطالعات فرهنگی دانست که در ردیف آثار برجسته متفکرانی مانند هوگارت، ویلیامز، هال، جفرسون، فیسک و... قرار دارد، در آن به مهم‌ترین مفاهیم این حوزه از جمله «خرده فرهنگ» و «مقاومت» پرداخته شده و سبک‌های متمایز خرده فرهنگ‌های گوناگون مورد مطالعه قرار گرفته است. از این جهت به نظر می‌رسد کتاب در راستای دستیابی به اهداف خود که همانا بررسی مفهومی و انضمامی خرده فرهنگ‌هاست موفق بوده است. همچنین به نظر می‌رسد کتاب از جامعیت و مانعیت کافی برخوردار است.

این کتاب از جهت پرداختن به خرده فرهنگ‌های فرودستان و ادعای مقاومت آنها در برابر فرهنگ جریان اصلی از طریق سبک‌های گوناگون از اهمیت بسیاری

هدیج به دنبال  
به رسمیت شناختن  
حق طبقه  
فرودست (جوانان،  
سیاه‌پوستان،  
طبقه کارگر) است تا  
چیزی را که از آنها  
ساخته شده است  
تفسیر کند، موقعیت  
فرودستی را که هرگز  
انتخاب آنها نبوده  
بیاراید، تزیین کند،  
هجو کند، هرجا که  
ممکن است آن را به  
رسمیت بشناسد و  
از آن فراتر رود.

فصلنامه

نمایه  
پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

برخوردار است. از نظر هبیدیج خرده فرهنگ‌ها، فرهنگ‌های بارز مصرف‌اند و از طریق شیوه‌های متمایز مصرف کالاهاست که هویت خود را نشان می‌دهند و خود را از ساختارهای عرفی و پذیرفته شده متمایز می‌کنند. در دهه‌های اخیر، مباحث بسیاری در مورد مفهوم «مقاومت» مطرح شده و متفکران مختلف بر اساس رویکردهای متفاوت به نقد آن پرداخته‌اند. از جمله این نقدها می‌توان به مباحثی اشاره کرد که بر اساس رویکردهای انتقادی و با توجه به مفهوم «صنعت فرهنگ» مطرح شده‌اند. بر این اساس، هر چند خرده فرهنگ‌ها از سبک‌ها و شیوه‌های مختلف مصرف کالاها استفاده می‌کنند تا خود را از جریان اصلی فرهنگ جامعه متمایز نشان دهند اما در هر حال تحت تأثیر ایدئولوژی حاکم و هژمونی اعمال شده به وسیله جریان فرهنگی حاکم قرار دارند و از این رو به مصرف کالاهایی می‌پردازند که در فرایند «صنعت فرهنگ» تولید شده‌اند. در نتیجه، سبک‌های گوناگون خرده فرهنگ‌ها و شیوه‌های مصرف آنها را نمی‌توان با عنوان مقاومت مشخص کرد و از مقاومت خرده فرهنگ‌ها به وسیله چنین ابزارهایی سخن گفت. به بیان دیگر، از دیدگاه نظریه انتقادی، برخلاف آنچه متفکران جریان مطالعات فرهنگی بیان می‌کنند، کنشگران خرده فرهنگ‌ها نه چندان آگاه و فعال بلکه بیشتر ناآگاه و منفعل هستند. این شاید مهم‌ترین و بنیادی‌ترین نقدی باشد که بتوان در مورد کتاب خرده فرهنگ معنای سبک هبیدیج بیان کرد. هر چند مباحث طرح شده در این مورد پیچیده‌تر و مناقشه‌آمیزتر از آن‌اند که بتوان در اینجا در مورد آنها به تفصیل سخن گفت.

از نظر هبیدیج  
خرده فرهنگ‌ها،  
فرهنگ‌های بارز  
مصرف‌اند و از  
طریق شیوه‌های  
متمایز مصرف  
کالاهاست که  
هویت خود را  
نشان می‌دهند  
و خود را از  
ساختارهای عرفی  
و پذیرفته شده  
متمایز می‌کنند.

## در جست‌وجوی اعتماد اجتماعی در ایران

• اسماعیل غلامی پور<sup>۱</sup>

### چکیده

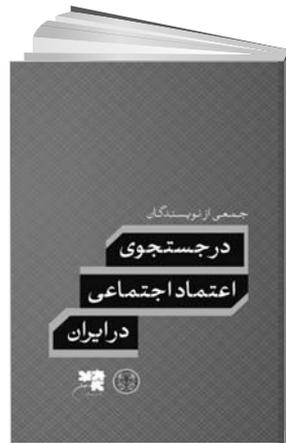
کتاب در جست‌وجوی اعتماد اجتماعی در ایران، شامل شش گفتار یا مقاله از هفت محقق است که انتشارات کتاب پارسه با همکاری مؤسسه رحمان در ۱۳۹۹ش در ۱۹۷ صفحه منتشر کرده است. مؤسسه رحمان در سال‌های ۱۳۹۴ و ۱۳۹۶ش، سلسله‌نشست‌هایی در مورد اعتماد اجتماعی برگزار کرد که این کتاب، نتیجه مباحث آن است. این کتاب چون مجموعه گفتار یا مقالاتی است که در آن درباره یک موضوع (اعتماد) بحث شده است، هر مقاله می‌تواند شبیه فصلی از آن باشد: مقالاتی با یک موضوع مشترک، با پرسش یا پرسش‌های مشابه و پاسخ‌هایی با رویکرد مشخص و تا حد زیادی در یک چشم‌انداز نظری. به این ترتیب، مقاله‌ها چنان در کنار هم چفت‌وبست شده‌اند که می‌توانند فصل‌های یک کتاب را تشکیل دهند. اما کتاب در جست‌وجوی اعتماد اجتماعی در ایران، مجموعه مقاله‌هایی جداگانه با موضوع اعتماد است که به روش‌ها و رویکردهای مختلف طرح شده و پاسخ‌های متنوع یافته است. بنابراین ما نمی‌توانیم مقالات را در یک چشم‌انداز نظری بررسی کنیم و مجبوریم که رویکرد هر مقاله را به‌طور ویژه مشخص کنیم؛ هرچند برخی مقالات رویکرد نظری مشخصی ندارند. یکی از دلایل این امر، شکل‌نگرفتن سنت‌های نظری و برنامه‌های پژوهشی در ایران است. در ادامه سعی می‌شود که این گفتارهای مختلف به‌طور مختصر بررسی شده تا شناختی کلی از کتاب حاصل شود.

فصلنامه

نمایه  
پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

۱۹۵



■ جمعی از نویسندگان (۱۳۹۹). **در جستجوی اعتماد اجتماعی در ایران**. انتشارات کتاب پارسه، قیمت: ۴۰۰۰۰ تومان.

روندهایی در نهاد دانشگاه به وجود آمده است که میزان اعتماد را کاهش داده است؛ روندهایی چون تولید انبوه مدرک که معادل آن دانش مناسب تولید نمی‌شود، باعث تورم مدرک و فارغ‌التحصیل و پایین آمدن ارزش آن و در نتیجه پایین آمدن اعتبار دانشگاه شده است.

در گفتار اول با عنوان «آینده سرمایه اجتماعی دانشگاهیان»، ناصرالدین علی تقویان درباره مفهوم سرمایه اجتماعی و نسبت آن با دانش و دانشگاه بحث می‌کند. او روند کاهش اعتماد اجتماعی به دانشگاه و دانشگاهیان را به طور مناسب طرح کرده است. ابتدا توضیح می‌دهد که بر اساس پیمایش سال ۱۳۸۴ش، میزان اعتماد و سرمایه اجتماعی به طور کلی کاهش یافته، اما میزان اعتماد اجتماعی دانشگاهیان بیشتر از سایر نهادهاست؛ یعنی اعتماد مردم به استادان دانشگاه، بیشتر از اعتماد آنها به سایر اصناف و گروه‌هاست. اما میزان اعتماد به دانشگاهیان نیز در پیمایش سال ۱۳۹۴ش کاهش یافته است. از نظر تقویان، روندهایی در نهاد دانشگاه به وجود آمده است که میزان اعتماد را کاهش داده است؛ روندهایی چون تولید انبوه مدرک که معادل دانش مناسب تولید نمی‌شود، باعث تورم مدرک و فارغ‌التحصیل و پایین آمدن ارزش آن و در نتیجه پایین آمدن اعتبار دانشگاه شده است. بنابراین پدیده‌ای به نام «بحران در دانشگاه یا بحران در نهاد دانش» به وجود آمده است. تولید انبوه دانشگاه، مقاله، پایان نامه و ... بدون آنکه دانش واقعی و راستین باشند و بسیاری از آنها که در میدان انقلاب تولید می‌شوند، باعث بحران در نظام تولید دانش شده‌اند. علاوه بر حوزه پژوهش و نظام تولید دانش، حوزه آموزش نیز به شدت با بحران روبه‌روست و شواهد زیادی نشان می‌دهد که دانشگاه، نیروی انسانی با کیفیت و با دانش تولید نمی‌کند. رابطه مخدوش استاد و دانشجو، عدم تناسب شغل‌ها با رشته‌های دانشگاهی افراد و ... همه و همه گواه ضعف و کاستی‌های نظام آموزشی دانشگاه است که در نهایت سرمایه اجتماعی دانشگاه را به ضعف کشانده است. پدیده‌های دیگری چون ضعف نظام تربیتی، ضعف اخلاق پژوهش در دانشجویان و در استادان، کمیت‌گرایی در مقاله و ارتقای دانشگاهی و مدرک‌گرایی، تورم دانش دروغین، نابرابری دانش، ناپایداری، ناکارآمدی نیروی کار، تورم بیکاران تحصیل کرده، جامعه توده‌ای پرتوقع و ... نهاد دانشگاه را با بحران و

فصلنامه

نمایه پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

مسئله جدی اعتماد دچار ساخته است و بنا به همه دلایل، میزان سرمایه اجتماعی دانشگاهیان در میان مردم کاسته شده است. تقویان در انتهای گفتار آسیب‌شناسی خود آورده است که یکی از عوامل مشکلات دانشگاه و نظام تولید دانش «سیستم معیوب گزینش استاد» در دانشگاه است. سیستم و مقرراتی که تظاهر، دروغ و ریاکاری را می‌پذیرد و حقیقت را بر نمی‌تابد. استادی که از ابتدا در سیستم و فرایندهای گزینش، مجبور به دروغ است، در فرایند تولید دانش نیز تعهدی به حقیقت و علم راستین نخواهد داشت و در نهایت دانشجو نیز رابطه‌ای سالم و علمی با استاد برقرار نکرده و در نتیجه تولید دانش راستین، هدف کسی نخواهد بود. در نهایت تقویان می‌گوید که آینده سرمایه اجتماعی دانشگاه در خطر است و با کاهش مواجه خواهد بود. در پایان بحث، پرسش و پاسخ و ارائه دیدگاه‌ها از سوی حاضران در جلسه صورت می‌گیرد که روشن‌گر است و مسائلی از دانشگاه در ایران را بررسی می‌کند؛ از جمله سیطره ایدئولوژی بر دانشگاه، رابطه‌های قدرت و نظام سیاسی با دانشگاه، مسائل ساختار بیرون از دانشگاه و وابستگی دانشگاه به ساختارهای بیرونی و امثال آن که در نهایت به ضعف و زوال نهاد دانشگاه منجر شده است. یکی از نتایج کلی بحث و گفت‌وگو این بوده است که کاهش مسائل و بحران‌های دانشگاه، وابسته به تغییر مناسبات قدرت در نظام سیاسی و کاهش سیطره ایدئولوژی و نهاد سیاست بر نهاد دانشگاه است.

یکی از مشکلات  
دانشگاه و نظام  
تولید دانش  
«سیستم معیوب  
گزینش استاد» در  
دانشگاه است.

در گفتار دوم کتاب با عنوان «تحول ساختار رسانه و مسئله اعتماد اجتماعی»، هادی خانیکی از منظر رسانه‌ای و با روش تحلیل ثانویه پیمایش‌های ملی ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان (موج اول، ۱۳۷۹؛ موج دوم، ۱۳۸۲ و موج سوم، ۱۳۹۴) به مسئله اعتماد می‌نگرد. ابتدا او مطرح می‌کند که با توجه به پیمایش‌های سنجش سرمایه اجتماعی، وضعیت سرمایه اجتماعی به طور کلی و اعتماد اجتماعی به طور خاص، مناسب نیست. از نظر خانیکی، از محتوای شعر، می‌توان وضعیت اجتماعی کنونی را نگاه کرد چنان‌که در مورد اعتماد و سرمایه اجتماعی، می‌توان از شعر شفيعی کدکنی برداشتی از وضعیت امروز جامعه متمیزه شده امروز را ادراک کرد: عمری پی آرایش خورشید شدیم / آمد ظلمات عصر و نومید شدیم / دشوارترین شکنجه این بود که ما / یک‌یک به درون خویش تبعید شدیم. به تعبیر خانیکی، شعر کدکنی تصویر جامعه‌ای است که دچار فردیت شده و قدرت شناخت و اعتماد به دیگری را از دست داده است. با این مقدمه، خانیکی برای توصیف جامعه ایران، چهار تصویر از رابطه رسانه و اعتماد اجتماعی را تشریح می‌کند؛ او در بیان و توصیف این رابطه‌ها، از پیمایش‌های مختلف از سال ۱۳۵۳ تا ۱۳۹۴ش داده‌ها و تحلیل مفصلی ارائه می‌کند؛ اگرچه خواندن داده‌های آماری زیاد در متنی که جدول و نموداری ندارد اندکی مشکل است. چهار تصویری که خانیکی ارائه می‌کند عبارت است از: تصویر یکم، بررسی تاریخی نقش رسانه‌ها در بنیادهای جامعه و از جمله جمع‌گرایی و فردگرایی؛

فصلنامه

نمایه  
پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

تصویر دوم در باب رابطه مصرف رسانه، اعتماد و مشارکت اجتماعی. تصویر سوم در باب سرمایه اجتماعی که از نظر او مهم‌ترین مسئله اجتماعی در معرض تهدید بودن مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی یعنی اعتماد اجتماعی و مشارکت مدنی است. تصویر چهارم در باب مصرف فرهنگی ایرانیان است که از موج اول پیمایش مصرف فرهنگی با عنوان «رفتارهای فرهنگی ایرانیان- شهری: ۱۳۸۱» استفاده می‌کند و مصرف رسانه‌ای مردم در ایام فراغت و غیر فراغت را بررسی می‌کند. در کل، به نظر می‌رسد که اگرچه خانیکی اطلاعات خوبی در مورد هر چهار تصویر ارائه می‌کند، اما تحلیل قانع‌کننده‌ای از ارتباط رسانه و اعتماد اجتماعی بیان نمی‌کند.

در گفتار سوم با عنوان «افول اعتماد اجتماعی، علت‌ها، پیامدها و راهکارها»، علی دینی ترکمانی سعی دارد تا از مسئله اعتماد اجتماعی و این پرسش که چرا اعتماد افول پیدا کرده و چه پیامدها و چه راهکارهایی دارد، تحلیل و تبیین ساختاری و نهادی ارائه کند. به همین دلیل نیز راهکار اصلی را اصلاحات نهادی و ساختاری می‌داند که به تأمین حقوق اساسی مردم می‌انجامد. از نظر او، علت اصلی افول اعتماد اجتماعی که اعتماد به نهادهای رسمی و غیررسمی را نیز در بر می‌گیرد، مشکلات عمده ساختاری و نواقص نهادی است که اعتماد عمومی و نهادی را کاهش داده است؛ برای مثال، مردم، نه به این دلیل که منافع کوتاه‌مدت را به منافع بلندمدت ترجیح می‌دهند، بلکه به این دلیل که به عملکرد دولت و نهادهای حاکمیتی در مورد نحوه هزینه‌کرد منابع مالی اعتماد ندارند، از گرفتن یارانه انصراف نداده‌اند. دینی ترکمانی، اعتماد اجتماعی را با اقتباس از مارشال به سه نوع حق (حقوق مدنی، شهروندی و سیاسی) پیوند می‌زند و معتقد است که این حقوق وقتی از سوی نهادهای قدرت زیر پا گذاشته می‌شوند، اعتماد اجتماعی زوال می‌یابد و اگر این حقوق رعایت شوند، اعتماد گسترش می‌یابد. در همین گفتار، حسین راغفر نیز مهم‌ترین عامل کاهش اعتماد اجتماعی را «نابرابری اجتماعی گسترده» در نتیجه سیاست‌های اقتصادی نابرابرکننده و رانتی می‌داند. از نظر او، مردم احساس می‌کنند که در وضع موجود فقط برخی گروه‌ها برنده‌اند و اکثر گروه‌ها و اقشار اجتماعی بازنده‌اند و به همین دلیل اعتمادشان به نظام تصمیم‌گیری عمومی کاهش یافته است. راغفر با مثال‌هایی بیان می‌کند که چگونه سیاست‌های اقتصادی نامناسب و رانتی و نارسایی نهادی و نبود نهادهای نظارتی قوی، مستقل و پاسخ‌گو، باعث ایجاد فسادهای زیادی شده که اعتماد اجتماعی را زایل کرده است؛ از نظر او، تخصیص منابع و منافع عمومی به افراد و گروه‌های صاحب قدرت یا نزدیک به حلقه‌های قدرت اقتصادی و سیاسی در قالب سیاست‌هایی چون خصوصی‌سازی، آزادسازی اقتصادی، برنامه‌های توسعه و امثال آن، از عوامل اصلی ایجاد نابرابری و فساد و در نتیجه کاهش اعتماد عمومی بوده است. از نظر راغفر، سیاست‌های اقتصادی به بازاری شدن همه چیز دامن زده است، البته او با

علت اصلی افول اعتماد اجتماعی که اعتماد به نهادهای رسمی و غیررسمی را نیز در بر می‌گیرد، مشکلات عمده ساختاری و نواقص نهادی است که اعتماد عمومی و نهادی را کاهش داده است.

فصلنامه

نمایه پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

بازار مسئله ندارد اما با بازاری و کالاشدن و قابل خرید و فروش کردن همه چیز (آموزش، بهداشت و درمان، مدرک تحصیلی و...) مشکل دارد که از نظر او باعث فساد و نابرابری شدید و کاهش اعتماد عمومی شده است. راغفر و دینی ترکانی هردو، با رویکردی انتقادی به ساختارها، نهادها و سیاست‌های منبعث از آنها به مسئله افول اعتماد اجتماعی در ایران نگریده‌اند که رویکردی مناسب و روشنگر است.

نعمت‌الله فاضلی در گفتار چهارم با عنوان «اعتماد به‌عنوان مسئله فرهنگی معاصر ایران»، تلاش دارد تا در چارچوب تاریخ معاصر ایران، موضوع یا پدیده اعتماد اجتماعی را به‌عنوان مسئله یا امر مسئله‌دار مطرح کند. اینکه چگونه شد که اعتماد، امری مسئله‌مند شده و نه امری عادی و از پیش موجود. از نظر فاضلی، اعتماد بیش از آنکه مسئله‌ای سیاسی، روشنفکرانه یا پروژه‌ای فکری باشد، مسئله‌ای فرهنگی است و موضوعی است که ما در زندگی روزمره و در تجربه‌های هرروزه با آن درگیر هستیم و آن را از امری عادی در عهد پیشامعاصر به امری چالش‌برانگیز در وضعیت امروزی بدل کرده‌ایم. از نظر او، اعتماد یعنی ارزیابی شهروندان و عاملان از موقعیت‌ها، سازمان‌ها، نهادها و افراد دیگر و به‌طور کلی از مجموعه مناسبات خودشان با بیرون، از آن زمانی به‌صورت مسئله تبدیل می‌شود که ما با فرایندهای جهان مدرن و از همه مهم‌تر با گسترش فردیت در حیطه ارزش‌ها سروکار پیدا می‌کنیم. به‌عبارت دیگر، در دنیای مدرن و گسترش فردگرایی است که مسئله اعتماد، یعنی کیفیت ارزیابی افراد از مناسبات خودشان برای اینکه بتوانند ارتباط برقرار کنند، مشارکت کنند و بتوانند شکل‌های متفاوتی از با هم کار کردن و با هم زیستن را تجربه کنند، به‌طور جدی مطرح می‌شود. در این موقعیت مدرن است که اعتماد ضرورت می‌یابد تا بتوانیم کار و فعالیت کنیم و در نوعی موقعیت جمعی، با یکدیگر قرار بگیریم و زندگی کنیم. بر اساس این استدلال، مسئله اعتماد در دنیای مدرن به وجود آمده است و در دنیای پیشامدرن، اعتماد به‌عنوان مسئله مطرح نشده است چراکه ساختارهای بیرون از فرد، مسئولیت ارزیابی را برعهده داشته‌اند اما در دنیای مدرن با ضعف ساختارها و نهادهای سنتی و گسترش اهمیت فرد، ارزیابی و اعتماد تا حد زیادی، امری فردی می‌شود: «به همین دلیل در دنیای مدرن است که فرد در هر لحظه ناگزیر است از خود بپرسد که آیا من این دیگری را که می‌خواهم با او وارد معامله شوم، ازدواج کنم، همکاری کنم و شریک شوم، یا هم‌کلاس و هم‌اتاق و هم‌محله و همسایه و ... شوم، می‌شناسم یا نمی‌شناسم؟ آیا می‌توانم او را ببندیم یا نمی‌توانم؟ تا چه حد می‌توانم با او باشم و تا چه حد می‌توانم به او اطمینان کنم؟» (ص ۱۲۲).

از نظر فاضلی، این احساس عدم امنیت وجودی، در دنیای مدرن مطرح است درحالی‌که در دنیای پیشامدرن، این ارزیابی مداوم و روزانه افراد از موقعیت‌های مختلف، ضرورتی نداشته است چرا که ضمانت‌های اجتماعی، هویت‌های جمعی،

در دنیای مدرن و گسترش فردگرایی است که مسئله اعتماد، یعنی کیفیت ارزیابی افراد از مناسبات خودشان برای اینکه بتوانند ارتباط برقرار کنند، مشارکت کنند و بتوانند شکل‌های متفاوتی از با هم کار کردن و با هم زیستن را تجربه کنند، به‌طور جدی مطرح می‌شود

فصلنامه

نمایه پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

سنت‌ها و ...، امنیت فرد را تأمین می‌کرد. البته می‌دانیم که این نوع تحلیل تا حد زیادی نوستالژیک از دنیای پیشامعاصر، نوعی برساخت تیپ ایدئال است و می‌دانیم که در دنیای پیشامعاصر نیز نااطمینانی و ارزیابی فرد از موقعیت‌ها و احساس عدم امنیت وجودی البته به‌گونه‌ای متفاوت، وجود داشته و در مقابل در دنیای مدرن نیز بسیاری از سنت‌ها، ساختارها و قواعد (سنتی و مدرن)، به افراد احساس امنیت می‌دهند. آنتونی گیدنز، پیتر برگرو بسیاری از متفکران نوسازی و مدرنیته که فاضلی نیز برای استدلال خود به آنها اشاره می‌کند، نوعی تیپ ایدئال از دنیای منسجم و هنجارمند پیشامدرن (یا سنتی) می‌سازند و در مقابل دنیای مدرن را با تعابیری چون «ذهن بی‌خانمان»، «سیالیت» و امثال آن شناسایی می‌کنند. بنابراین این مفاهیم، تیپ‌های ایدئال اند نه آنکه کاملاً با واقعیت همخوان باشند اگرچه به‌طور کلی، تیپ ایدئال نیز چنین ادعایی ندارد و فقط سعی دارد بگوید که جهان مدرن با این مفاهیم و جهان پیشامدرن با مفاهیمی دیگر قابل درک است.

این موضوعی است که فاضلی می‌بایست به طرح آن می‌پرداخت اما او تماماً در قالب دوگانه سنت مدرنیته به تحلیل خود ادامه می‌دهد و البته که این امر نیز خالی از خلل نخواهد بود. مثلاً آنجا که فاضلی مطرح می‌کند که بالابودن اعتماد درون‌گروهی در ایران، نشانه‌ای از اعتماد انتسابی پیشامدرن است که ما به قبیله، قوم و کلان داشته‌ایم درحالی‌که دنیای مدرن بر اساس اعتماد اکتسابی یا برون‌گروهی تعیین می‌شود و نه انتسابی یا درون‌گروهی؛ این سخن در اصل درست است و هرچه اعتماد برون‌گروهی بالا باشد، روابط پل‌زننده در جامعه تقویت می‌شوند و جامعه مدنی قوت می‌گیرد. اما نکته اینجاست که در جوامع مدرن غربی و غیرغربی نیز، اعتماد درون‌گروهی بالاست و این تناقضی با امر مدرن ندارد. حتی در این کشورها، اعتماد برون‌گروهی اگرچه در سطحی مناسب است اما با میزان اعتماد درون‌گروهی و خانوادگی فاصله دارد. نکته اساسی در مورد ایران، نه قوت زیاد اعتماد درون‌گروهی که ضعف شدید اعتماد برون‌گروهی و مدنی است و این مسئله‌ای ساختاری نهادی است و نه فرهنگی. این امر به این دلیل نیست که فرهنگ ما هنوز قبیله‌ای و پیشامدرن است، بلکه به دلیل عوامل ساختاری تاریخی. سیاسی است که موجب ضعف اعتماد برون‌گروهی در جامعه شده است. تحلیل ساختاری و سیاسی کاهش اعتماد اجتماعی و زوال هنجارهای اخلاقی در جامعه را آکسی توکویل در کتاب انقلاب فرانسه و رژیم پیشین به شکل درخشانی مطرح کرده است.

با توجه به اینکه فاضلی مسئله اعتماد در ایران را فرهنگی می‌داند، راهکار او برای تقویت فضای اعتماد در جامعه نیز افزایش سواد فرهنگی و اجتماعی مردم است. او می‌گوید: «بی‌اعتمادی، برآمده از کم‌توانی شهروندان در تجزیه و تحلیل‌ها و فهم فرصت‌ها و موقعیت‌هایی است که در آن قرار گرفته‌اند و راه کاهش بی‌اعتمادی و گسترش اعتماد

فاضلی مسئله  
اعتماد در ایران  
را فرهنگی  
می‌داند، راهکار  
او برای تقویت  
فضای اعتماد در  
جامعه نیز افزایش  
سواد فرهنگی و  
اجتماعی مردم  
است.

فصلنامه

نمایه  
پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

نیز این است که سواد اجتماعی و فرهنگی، انتقادی و استدلالی را افزایش دهیم و شهروندان را فعال‌تر کنیم» (ص ۱۲۸). اما این پرسش بی‌پاسخ می‌ماند که در صورتی که ساختارهای سیاسی و حقوقی افزایش مشارکت و فعالیت مدنی واقعی و فعال وجود نداشته باشد، ظهور و بروز این امر چگونه امکان‌پذیر است. همچنین، اگر سازوکارهای ایدئولوژیک، مسیرهای افزایش سواد فرهنگی را مسدود و انحراف آگاهی ایجاد می‌کنند، چه باید کرد. تقلیل مسئله اعتماد در ایران به امری فرهنگی - اگر نگوییم گمراه‌کننده است - پرسش‌های بی‌شماری را بی‌پاسخ می‌گذارد.

گفتار پنجم با عنوان «فرهنگ اعتماد در عصر مشروطه»، عنوان پایان‌نامه امیرمعین نیکزاد لاریجانی بوده است که در سلسله نشست‌های مؤسسه رحمان ارائه شده و مورد بحث و گفت‌وگو قرار گرفته است. هدف او این بوده است که برای فهم شرایط کنونی، گذشته را از منظر اعتماد مورد بحث قرار دهد و این گذشته از زمان فتوای تحریم تنباکو تا سال‌های جنبش مشروطیت و برخی رخداد‌های آن دوران (دوره‌ای ۱۵ ساله) را شامل می‌شود. از نظر او در جنبش تحریم تنباکو، بی‌اعتمادی که در گذشته وجود داشت یکبار به اعتماد اتحاد عمومی نیروهای اجتماعی مختلف (روحانیت، مردم و بازار) تبدیل می‌شود. نیکزاد لاریجانی سعی دارد فراز جنبش‌های اجتماعی در این دوران (مشروطه) را با مفهوم اعتماد و فرود و شکست آنها را با مفهوم بی‌اعتمادی اجتماعی توضیح دهد. اینکه این پژوهش به لحاظ روش‌شناختی و معرفت‌شناختی تا چه حد موفق به تحلیل تاریخی مسئله شده، قابل بحث است.

در گفتار ششم با عنوان «گفتگوی اجتماعی»، مهدی حسین‌آبادی از اهمیت گفت‌وگوی اجتماعی در حل مناقشات و تعارضات اجتماعی و افزایش اعتماد سخن می‌گوید. از نظر او تعارضات اجتماعی چه در روابط کارگر و کارفرما چه در مشکلات یک محله و غیره، همگی با گفت‌وگو قابل حل و فصل است. بیان می‌شود که گفت‌وگوی اجتماعی، مستلزم چانه‌زنی جمعی، احترام به آزادی انجمن‌ها و ایجاد دیدگاهی مشترک با وجود اختلافات است که این گفتمان در ایران هنوز گسترش نیافته و نهادینه نشده است. در حالی که در بسیاری از کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه، گفتمان «گفت‌وگوی اجتماعی» وجود دارد و مسائل اجتماعی از این طریق حل و فصل می‌شود.

در نقد و بررسی مباحث آقای حسن‌آبادی می‌توان گفت که البته که گفت‌وگوی اجتماعی برای کاهش تنازعات اجتماعی ضروری است اما پیش‌زمینه‌های نهادی و ساختاری لازم دارد که در صورت نبود آنها، گفت‌وگو معنا و کارکرد گفته شده را نخواهد داشت. در ساختار و نظمی نهادی که سوژه‌های اجتماعی نتوانند در فضای آزاد و منصفانه گفت‌وگو کنند، در ساختاری که گروه‌ها و اقشاری بر گروه‌ها و اقشاری دیگر مسلط باشند، در ساختاری که توزیع منافع و منابع، به نفع گروه‌ها و به ضرر گروه‌هایی

دیگر باشد، گفت‌وگو چندان راه به جایی نمی‌برد و افراد و گروه‌هایی که از وضع موجود نفع می‌برند، حاضر به گفت‌وگو برای تغییر و اصلاح وضعیت نخواهند بود و اگر گفت‌وگو کنند، نوعی گفت‌وگوی ظاهری خواهد بود که تغییر و اصلاحی را موجب نخواهد شد. بنابراین ما زمانی می‌توانیم از گفت‌وگو برای حل مسائل اجتماعی سخن بگوییم که ساختارها و نهادهای دموکراتیک و جامعه مدنی توانمند وجود داشته باشد. اینکه حسین‌آبادی در بحث خود، به مباحث ساختاری نمی‌پردازد و بیشتر به فرهنگ گفت‌وگو و زمینه‌های عمومی و رویه‌های تکنیکی آن می‌پردازد، می‌تواند نشانگر این باشد که او گفت‌وگو را بیشتر امری مهارتی-فرهنگی در نظر می‌گیرد.

ما زمانی می‌توانیم  
از گفت‌وگو برای

حل مسائل

اجتماعی

سخن بگوییم

که ساختارها

و نهادهای

دموکراتیک و

جامعه مدنی

توانمند وجود

داشته باشد.

### جمع بندی

کتاب در جستجوی اعتماد اجتماعی در ایران، شامل شش گفتار یا مقاله از هفت پژوهشگر است که به مسئله اعتماد در ایران از ابعاد، روش‌ها و رویکردهای متفاوت پرداخته‌اند و پاسخ‌های متنوع به این مسئله داده‌اند. همه مقاله‌ها به دلیل شکل نگرفتن سنت‌های نظری و برنامه‌های پژوهشی در ایران رویکرد نظری مشخصی ندارند، بنابراین هر مقاله به‌طور ویژه بررسی شده است. مقاله‌هایی که به مسئله اعتماد از منظر ساختاری و نهادی توجه دارند (مقاله‌های اول و سوم)، پرسش‌ها و پاسخ‌های اساسی‌تری مطرح کرده‌اند و مقاله‌هایی که از منظر فرهنگی و رسانه‌ای به مسئله نگاه کرده‌اند (مقاله‌های دوم، چهارم و ششم)، طرح مسئله را تا سطوح ساختاری پیش نبرده‌اند و در مقاله چهارم نوعی تقلیل‌گرایی از مسئله اعتماد را شاهد هستیم. در مقاله پنجم نیز سعی شده است فراز جنبش‌های اجتماعی در دوران مشروطه را با مفهوم اعتماد و فرود و شکست آنها را با مفهوم بی‌اعتمادی اجتماعی توضیح دهد. در مجموع، این کتاب مباحث مهمی را طرح می‌کند که می‌تواند برای علاقه‌مندان جالب توجه باشد.

## بیانیه آموزش رسانه‌ای

- دیوید باکینگهام<sup>۱</sup>
- حمید کشاورز<sup>۲</sup>

### چکیده

با ظهور محیط‌های نوین و تاثیرگذار رسانه‌ای مانند تلویزیون، اینترنت، فیلم‌های تجاری، محیط‌های بازی آنلاین و به تازگی رسانه‌های اجتماعی، مباحث آسیب‌شناختی درباره کاربرد رسانه‌ها در بین گروه‌های مختلف اجتماعی بویژه کودکان، نوجوانان و جوانان مطرح شده است. هرچند پژوهشگرانی از رشته‌های گوناگون در این زمینه به فعالیت مشغولند اما برخی از آنها بیش از چند دهه پیش به ضرورت آموزش رسانه‌ای توجه ویژه نشان داده‌اند. یکی از این پژوهشگران صاحب‌نظر و پیشرو، دیوید باکینگهام است که دارای آثار مفید و تاثیرگذاری در حوزه آموزش رسانه، فرهنگ معاصر و مدلسازی راهکارهای سواد رسانه‌ای است. به باور وی، آموزش رسانه‌ای مقوله‌ای چندوجهی و پیچیده است که باید به فوریت به آن پرداخت نه تنها به خاطر ضرورت آن بلکه به خاطر نو به نشدن سریع فناوری‌ها و تاثیرپذیری فراوان گروه‌های گوناگون بویژه کودکان و دانش‌آموزان. از این رو، وی بار سنگین چنین مسوولیتی را بیشتر بر دوش آموزشگران رسانه‌ای تلقی می‌کند. باکینگهام در در جدیدترین اثر خود با عنوان بیانیه آموزش رسانه‌ای که توسط ناشر معتبر پالیتی پرس به چاپ رسیده است، به مصادیق نوین آموزش رسانه‌ای در محیط‌های آنلاین کنونی می‌پردازد که نشان از اهمیت موضوع و لزوم داشتن یک برنامه عملی و راهبردی دارد. این کتاب بر آن است تا نشان دهد آموزش رسانه‌ای نه یک روش ابزارگرایانه است برای یادگیری رسانه‌ها و یا راهی برای یافتن راه حل مشکلات اجتماعی بلکه شیوه‌ای است برای توسعه درک انتقادی در افراد. جستار حاضر کوشیده است این کتاب را از زاویه‌های گوناگون به نظاره بنشینند و از اهمیت مطالعه آن برای پژوهشگران، برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران حوزه فرهنگ و رسانه سخن بگویند.

**کلیدواژه‌ها:** آموزش رسانه‌ای، فرهنگ معاصر، سواد رسانه‌ای، یادگیری انتقادی، تفکر انتقادی، کتاب «بیانیه آموزش رسانه‌ای».

فصلنامه

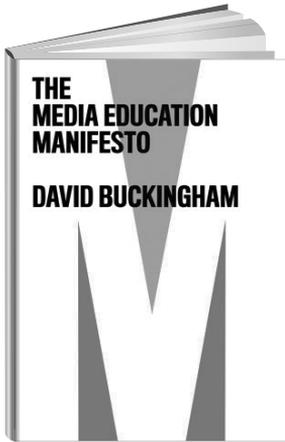
نمایه  
پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

۲۰۳

1. David Buckingham. The Media Education Manifesto, Polity Press: Cambridge, 2019; vii + 128 pp. £9.99. ISBN: 9781509535880

۲. عضو هیئت علمی دانشگاه شهید بهشتی (ha.keshavarz@sbu.ac.ir)



■ David Buckingham. The Media Education Manifesto, Polity Press: Cambridge, 2019; vii + 128 pp. £9.99. ISBN: 9781509535880

جان کالکین،  
اذعان داشت  
سواد رسانه‌ای بر  
تأثیرات رسانه‌های  
جمعی تأکید  
دارد که این  
تأثیر و هشدار  
درباره آن از بحث  
جذابیت‌های  
رسانه‌ای مهم‌تر  
است

یکی از مهارت‌های مهم در ارزیابی اطلاعات در رسانه‌های مختلف، سواد رسانه‌ای است که سال‌ها از سوی پژوهشگران مطرح شده است. مارشال مک‌لوهان<sup>۱</sup> برای اولین بار در سال ۱۹۶۵ در کتاب درک رسانه: گسترش ابعاد وجود انسان<sup>۲</sup> - که به فارسی با عنوان برای درک رسانه‌ها (انتشارات صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران) ترجمه و چاپ شده است - اصطلاح سواد رسانه‌ای را به کار برد. وی تعریفی دقیق از آن ارائه نکرد اما معتقد بود زمانی که دهکده جهانی تحقق یابد لازم است انسان‌ها به سواد جدیدی با عنوان سواد رسانه‌ای دست یابند. اما جان کالکین<sup>۳</sup>، به عنوان یکی از همکاران مک‌لوهان، مفهوم سواد رسانه‌ای را به همگان معرفی کرد (کمرر<sup>۴</sup>، ۲۰۱۳). وی اذعان داشت سواد رسانه‌ای بر تأثیرات رسانه‌های جمعی تأکید دارد که این تأثیر و هشدار درباره آن از بحث جذابیت‌های رسانه‌ای مهم‌تر است. تاکنون از سواد رسانه‌ای تعاریف مختلفی ارائه شده است. هرچند مفهوم، ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های بیشتر این تعاریف، نقاط مشترکی دارند اما تفاوت‌هایی نیز در این میان دیده می‌شود. بن‌مایه این تفاوت‌ها به نظام سیاست‌های فرهنگی و ارتباطی معطوف است. در نیم‌قرن گذشته، سواد رسانه‌ای شامل توانایی تجزیه و تحلیل ماهرانه محتوای گوناگون اعم از روزنامه‌ها، محصولات سینمایی، برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی و حتی اطلاعات و تعاملات رایانه‌ای در محیط‌های شبکه‌ای بوده است.

یکی از ابعاد مهم در کاربست و نهادینه‌سازی سواد رسانه‌ای، شیوه‌ها و ابزارهای آموزش آن به‌ویژه در مراکز آموزشی مانند مدرسه‌ها و دانشگاه‌هاست. در سال‌های اخیر، با گسترش فناوری‌های اطلاعاتی مانند رسانه‌های اجتماعی، آموزش سواد رسانه‌ای، چه در سطح سیاست‌گذاری و چه در سطح اجرا، با چالش‌های جدی روبه‌رو شده است. در

1. Marshal McLuhan
2. Understanding media: the extensions of man
3. John Culkin
4. Kemmerer

فصلنامه

نمایه  
پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

این راستا، تلاش‌های بسیاری از سوی کشورها، سازمان‌ها و پژوهشگران صورت گرفته است. یکی از جدیدترین این تلاش‌ها، کتابی است که دیوید باکینگهام در سال ۲۰۱۹ با عنوان بیانیه آموزش رسانه‌ای نوشت.

این کتاب، یک دورنمای کلی از شرایط آموزش سواد رسانه‌ای است که عموم جامعه را به اقدام در این راستا فرامی‌خواند. باکینگهام، استاد مشهور دانشگاه لافبوروا در انگلستان، از اوایل دهه ۱۹۹۰ به موضوع سواد رسانه‌ای پرداخته و پژوهش‌هایی درباره کاربرد رسانه توسط کودکان، فرهنگ تلویزیون، مشارکت مدنی، مصرف‌گرایی و یادگیری ارائه داده است. وی سی کتاب تألیف یا ویرایش شده در رزومه خود دارد و بیش از ۲۲۰ مقاله و فصل کتاب منتشر کرده است. او در جدیدترین کتاب خود، که با رویکرد ترویجی برای مخاطبان گسترده‌تر نگاشته است، کوشیده است خوانندگان را درباره اهمیت و فوریت آموزش رسانه‌ای در جامعه متقاعد کند.

این کتاب درصدد ارائه برنامه‌ای عملی<sup>۱</sup> است تا به روشی عملیاتی و جزئی نشان دهد آموزش رسانه‌ای نه یک روش ابزاری برای یادگیری رسانه‌ها و نه راهی برای یافتن راه حل مشکلات اجتماعی بلکه راهی برای توسعه درک انتقادی در افراد است. تمرکز اصلی باکینگهام بر آموزش رسانه‌ای در مدرسه‌ها و در درجه اول آموزش کودکان در انگلستان است. وی خاطر نشان کرده است که آموزش رسانه‌ای از همان ابتدا باید جزء برنامه درسی مدرسه‌ها باشد. این کتاب از تجربیات غنی نویسنده در چند دهه گذشته بهره گرفته است و منابع بسیاری را با جزئیات بیشتر ارائه می‌دهد. باکینگهام اظهار می‌کند که آموزش رسانه‌ای نیاز به رویکردی منسجم و جامع در برابر اقدامات سیاست‌مردان و سیاست‌گذاران دارد و ادعا می‌کند که این کتاب «یک بیانیه است نه یک متن آکادمیک» (ص ۱۱۹). با این همه، کتاب به عنوان خلاصه‌ای از بحث‌های عمومی اخیر و بحث‌های دانشگاهی، استدلال‌هایی را برای متخصصان رسانه و به ویژه سیاست‌گذاران آموزش ارائه می‌دهد که قادرند محتوای برنامه‌های درسی در آموزش مقدماتی و عالی را تعیین کنند.

باکینگهام سواد رسانه‌ای را اصطلاحی انعطاف‌پذیر وصف کرده و تأکید دارد که هیچ تعریفی از سواد رسانه‌ای و در نتیجه درک درستی از محتوای آن وجود ندارد. به باور وی، اصطلاحات سواد دیجیتال، سواد اطلاعاتی و سواد رسانه‌ای<sup>۲</sup> اغلب به جای یکدیگر به کار می‌روند و بدیهی است که فقدان یک مفهوم روشن مانع توسعه این حوزه شده است. بخش اول کتاب در نه فصل با عنوان تغییر محیط رسانه‌ای<sup>۳</sup>، دورنمایی

1. Loughborough University
2. Action plan
3. digital literacy, information literacy, media literacy
4. Changing media environment

این کتاب درصدد ارائه برنامه‌ای عملی است تا به روشی عملیاتی و جزئی نشان دهد آموزش رسانه‌ای نه یک روش ابزاری برای یادگیری رسانه‌ها و نه راهی برای یافتن راه حل مشکلات اجتماعی بلکه راهی برای توسعه درک انتقادی در افراد است

فصلنامه

نمایه پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

۲۰۵

کلی از جهان در حال تغییری است که در آن یکی از زمینه‌ها یعنی رسانه به پدیده‌ای تبدیل شده است که همه ما را درگیر خود کرده است. امروزه درک رسانه شامل مواردی است که هم تولید محتوا توسط افراد و هم چگونگی استفاده از رسانه‌ها برای برقراری ارتباط با یکدیگر را نشان می‌دهد. آن‌گونه که وی می‌گوید، مانند هوایی که تنفس می‌کنیم رسانه‌ها همه جا هستند (ص ۸). اگرچه این همه جابودن به دلیل نوآوری‌های فنی جدید است، اما باکینگهام در مورد فناوری بیش از حد هشدار می‌دهد، زیرا این پلتفرم‌های جدید فقط شرکت‌های فناوری نیستند بلکه شرکت‌های رسانه‌ای را نیز شامل می‌شوند. همچنین، این شرکت‌ها ابزارهای ارتباطی ضروری را برای زندگی مدرن فراهم می‌کنند. به گفته او، سرویس‌هایی مانند فیسبوک، توییترو اینستاگرام تنها وسیله‌ای برای تحویل محتوا نیستند، بلکه یک گونه فرهنگی هستند که به محتوا و رابطه ما با آن شکل می‌دهند (ص ۱۴).

باکینگهام با ارائه تصویری کلی و همچنین چشم‌اندازهای فردی از سواد رسانه‌ای، بر این گمان است که دستگاه‌هایی که ما استفاده می‌کنیم ابزارهای قدرتمندی برای نظارت هستند و اطلاعات زیادی را درباره ما جمع‌آوری می‌کنند. کتاب کوتاه او به مقدمه، نه فصل و نتیجه‌گیری تقسیم شده است. فصل اول خلاصه تغییرات اصلی در محیط رسانه است. فصل دوم به موضوع گسترده‌تری در مورد نقش رسانه در زندگی جوانان، یعنی اینکه آیا رسانه در زندگی جوانان، یا برای کودکان مفید است یا نه، می‌پردازد. فصل سوم محدودیت‌های سواد رسانه‌ای را بررسی می‌کند. فصل چهارم تصویر بزرگ‌تر (ص ۴۰) را نشان داده و بر خطرات و مزایای رسانه متمرکز است. فصل پنجم اهمیت تفکر انتقادی و معنای واقعی آن را در عمل توضیح می‌دهد. در فصل ششم در مورد آموزش مهارت‌های تفکر انتقادی بحث شده است. فصل هفتم به مفهوم‌سازی رسانه‌های اجتماعی اختصاص یافته است. در فصل هشتم یک رویکرد منسجم برای آموزش رسانه‌ای در عمل<sup>۲</sup> ارائه شده است (ص ۹۱). فصل نهم با توضیح جزئیات نحوه رویکرد پیشنهادی با دقت بیشتری به انگلستان می‌نگرد و اینکه چگونه نظریه او عملی است. در نتیجه‌گیری، او استدلال می‌کند که اینترنت باید به عنوان ابزاری عمومی مانند آب و هوای پاک پنداشته شود و به همین دلیل باید دقیق‌تر بررسی شود.

در فصل فراتر از سود و ریسک<sup>۳</sup>، باکینگهام اشاره می‌کند که سرزنش رسانه‌ها پاسخی مکرر به مشکلات اجتماعی تازه شناسایی شده است. اخبار جعلی<sup>۴</sup>، شکل‌های دیگر

باکینگهام با ارائه تصویری کلی و همچنین چشم‌اندازهای فردی از سواد رسانه‌ای، بر این گمان است که دستگاه‌هایی که ما استفاده می‌کنیم ابزارهای قدرتمندی برای نظارت هستند و اطلاعات زیادی را درباره ما جمع‌آوری می‌کنند

1. the bigger picture
2. media education in practice
3. Beyond benefit and risk
4. Fake news

اطلاعات نادرست، اوباشی مجازی<sup>۱</sup>، سخنان نفرت‌انگیز<sup>۲</sup>، تبلیغات و رادیکال‌سازی آنلاین، همگی بخشی از گستره وسیع‌تری از مشکلات اجتماعی هستند و راه حل آنها از دیدگاه باکینگهام آموزش است. باکینگهام در فصل‌های سوم و چهارم، بحث‌هایی درباره مهارت‌های انتقادی شهروندان مطرح می‌کند. وی پیشنهاد می‌کند که یک دموکراسی موفق به کاربران رسانه‌ای آگاه، شهروندان فعال شرکت‌کننده در جامعه مدنی، افراد ماهر و کارگران خلاق نیاز دارد. از این‌رو، وی سواد رسانه‌ای را یک مهارت پایه و اساسی در زندگی می‌داند که نمی‌توان بدون آن عمل کرد. باکینگهام با ادامه این روند، اظهار می‌دارد که خطرات و مزایای استفاده از رسانه به هم پیوسته است: «خستگی ناپذیرترین کاربران<sup>۳</sup> (که به احتمال زیاد از مزایای آن بهره‌مند می‌شوند)، اغلب همان‌هایی هستند که بیشتر در معرض خطر قرار دارند» (ص ۲۵).

فصل پنجم با عنوان انتقادپذیری، از اهمیت توسعه تفکر انتقادی در روند آموزشی حمایت می‌کند. به باور نویسنده، یادگیری تنها دسترسی به اطلاعات نیست بلکه باید اطلاعات را درک، تفسیر و به کار برد تا به دانش بدل شود. تفکر انتقادی ما را چند قدم فراتر از این روش برده و به شیوه بررسی، تلفیق و ارزیابی اطلاعات بستگی دارد (ص ۵۵). باکینگهام چهار مفهوم مهم را در مورد جنبه‌های اساسی همه رسانه‌ها شرح می‌دهد: ۱. زبان رسانه‌ای، ۲. بازنمایی، ۳. تولید و ۴. مخاطب.

فصل ششم و هفتم به شیوه‌های آموزشی یا تدریس<sup>۴</sup> اختصاص دارد. باکینگهام در نظر دارد که نشان دهد چگونه آموزش رسانه‌ای می‌تواند در عمل به‌ویژه در مورد رسانه‌های اجتماعی نقش‌آفرینی کند. او سه بُعد آموزش رسانه‌ای را شناسایی کرده و رابطه پویایی بین خواندن (تجزیه و تحلیل متنی)، نوشتن (تولید خلاقانه) و تحلیل‌های بافتی<sup>۵</sup> (تلفیق دو بعد قبلی در یک زمینه اجتماعی گسترده‌تر) را نشان می‌دهد. بررسی دقیق متنی یکی از ابعاد اصلی آموزش رسانه است و صرف‌نظر از اینکه با یک سکانس پیچیده فیلم، صفحه اول روزنامه یا یک پست کوتاه در سایتی پیام‌رسان روبه‌رو باشیم، باید همچنان ادامه داشته باشد (ص ۶۹). باکینگهام توصیه‌های عملی بسیاری را ارائه می‌دهد و پیشنهاد می‌کند از تجربه و دانش دانش‌آموزان آغاز شود، اما او آنها را هم به چالش می‌کشد که فراتر از آن حرکت کنند و بر لزوم ارزیابی انتقادی تأکید می‌کند.

فصل هشتم با عنوان آموزش رسانه‌ای در عمل<sup>۶</sup> بر چگونگی اعمال این رویکرد در سه

1. trolling
2. hate speech
3. assiduous users
4. pedagogy
5. contextual analysis
6. Media education in practice

جنبه از رسانه‌های اجتماعی با استفاده از چهار مفهوم قبلی متمرکز است: اخبار جعلی یا شایعات و تبلیغات آنلاین؛ آزار و اذیت اینترنتی<sup>۱</sup> و نفرت‌پراکنی و خودنمایی آنلاین<sup>۲</sup>. باکینگهام همچنین بر این باور است که فقط به ریسک و ایمنی نباید توجه داشت. فصل نهم مروری بر تحولات سواد رسانه‌ای در انگلستان و اقدام برای تحقق آن است. مخالفت با باکینگهام در نتیجه‌گیری این کتاب دشوار است زیرا بر این باور است که «آموزش رسانه‌ای در مورد کاربرد هدفمند و انتقادی از وسایل ارتباطی است و باید ما را قادر سازد تا نه تنها عملکرد رسانه‌ها را درک کنیم یا با جهان به شدت واسطه‌ای<sup>۳</sup> کنار بیاییم بلکه بتوانیم اوضاع متفاوت را تصویرسازی کنیم» (ص ۱۱۵).

باکینگهام با جمع‌بندی استدلال‌های توضیح داده شده در بالا، پیشنهاد‌های جالبی ارائه می‌دهد:

– نقطه شروع آموزش رسانه‌ای موفق در جامعه، در نظر گرفتن اینترنت به عنوان ابزار عمومی<sup>۴</sup> است؛

– شرکت‌هایی مانند گوگل و فیسبوک، صرف نظر از اینکه در آنها چه کسی و چگونه محتوا را ایجاد می‌کند، باید به عنوان یک شرکت رسانه‌ای دیده شوند؛

– هم شرکت‌ها و هم دولت‌ها باید کنترل بسیار بیشتری بر جمع‌آوری اطلاعات شخصی ما داشته باشند و نحوه استفاده از آنها را محدود کنند.

آن‌گونه که در کتاب آمده است، دولت محافظه‌کار در انگلستان در سال ۲۰۱۶، طرح عقلانی‌سازی<sup>۵</sup> دروس دبیرستان را در دستور کار قرار داد و مطالعات رسانه‌ای با تهدید حذف از برنامه درسی مواجه شد. باکینگهام نه تنها به شدت از مطالعات رسانه‌ای دفاع می‌کند بلکه توضیح می‌دهد که سواد رسانه‌ای در مورد چیست. از نظر او سواد رسانه‌ای تنها دانستن چگونگی استفاده از ابزارهای خاص به منظور دسترسی یا ایجاد پیام‌های رسانه‌ای نیست بلکه باید درک عمیق انتقادی از «نحوه کار این رسانه‌ها، نحوه ارتباط آنها، نحوه نمایش آنها از جهان و نحوه تولید و استفاده آنها» را نیز داشت (ص ۳). در حالی که باکینگهام اعتقادی به توانمندسازی ظرفیت رسانه‌های دیجیتال<sup>۶</sup> ندارد، اما به شدت از نیاز جوانان به یادگیری درباره سرمایه‌داری دیجیتال<sup>۷</sup> حمایت می‌کند (ص ۳). بیانیه وی در خدمت دو هدف اصلی است: «متقاعد کردن خواننده در اهمیت و ضرورت

آموزش رسانه‌ای  
در مورد کاربرد  
هدفمند و  
انتقادی از وسایل  
ارتباطی است  
و باید ما را قادر  
سازد تا نه تنها  
عملکرد رسانه‌ها  
را درک کنیم یا با  
جهان به شدت  
واسطه‌ای کنار  
بیاییم بلکه  
توانیم اوضاع  
متفاوت را  
تصویرسازی کنیم

1. cyberbullying
2. self-representation
3. intensively mediated world
4. public utility
5. rationalisation<sup>۲</sup>
6. empowering potential of digital media
7. digital capitalism

اقدام عملی» و تهیه برنامه عملی<sup>۱</sup> (ص ۴). در حالی که تعداد کمی با ضرورت قانون‌گذاری دقیق تربیاری شرکت‌هایی مانند فیسبوک و گوگل مخالف هستند، اما درخواست باکینگهام برای قانون‌گذاری دقیق اینترنت به طور کلی صریحاً توسط همه تأیید نمی‌شود. با وجود این، نه تنها بیانیه‌ها و تلاشی مضاعف برای بحث در مورد آموزش رسانه‌ای است بلکه پیشنهاد راهبردهای خاصی برای اجرای آن در عمل محسوب می‌شود.

این کتاب به روشی در دسترس نوشته شده و خواندن آن برای هر فرد در مواجهه با رسانه و آموزش - از دانشمندان و پزشکان گرفته تا دانش‌آموزان و والدین - توصیه شده است. بخش اول این کتاب محدودیت‌های برخی از چشم‌اندازهای قبلی آموزش رسانه را معرفی می‌کند و بر خطرات یا مزایای ذاتی رسانه متمرکز است. باکینگهام اظهار می‌کند که این روش دیدگاهی تعیین‌کننده از نقش فناوری در جامعه است و به ما امکان می‌دهد رابطه پیچیده بین رسانه و جامعه و بین کاربران و تولیدکنندگان را به طور انتقادی درک کنیم. به باور وی، این روش درصدد است بینش جهانی را که در داخل و خارج از رسانه است، از هم جدا کند. وی سپس پیشنهاد می‌دهد تا تمرکز را از رسانه (به عنوان یک اسم) به واسطه‌گری یا میانجیگری<sup>۲</sup> (به عنوان یک روند در حال اجرا) تغییر دهیم. این دیدگاه دید وسیع‌تری از عوامل پیچیده و ظریف تعیین‌کننده ارتباط رسانه و جامعه را به وجود می‌آورد. یکی از جنبه‌هایی که از این بخش قابل توجه است، توضیح باکینگهام در مورد رابطه پیچیده آموزش رسانه و سیاست است. نویسنده توضیح می‌دهد که چگونه از یک سو سواد رسانه‌ای جایگزینی برای مقررات دولتی تلقی شده است که منجر به واگذاری مسئولیت به جای دولت به افراد شده است و از سوی دیگر، برخی از کارشناسان و سیاست‌گذاران بر مقررات قوی رسانه‌ای تأکید کرده‌اند، بدون اینکه سواد رسانه‌ای را راهی برای توانمندسازی شهروندان بدانند. او اظهار می‌کند که هر دو چشم‌انداز باید دست به دست هم دهند و ارتقای سواد رسانه‌ای به مردم این امکان را می‌دهد تا «درجه‌ای از قدرت و کنترل را اعمال کنند که در غیر این صورت ممکن است از ما سلب شود» (ص ۳۹).

از نظر باکینگهام، سواد رسانه‌ای هم شامل دید فردی از رسانه و هم دیدگاه جمعی از پیامدهای آن در جامعه است. پس از بحث در مورد چرایی رویکرد انتقادی به سواد رسانه‌ای، بخش دوم کتاب به برنامه عملی باکینگهام می‌پردازد. باکینگهام تفکر انتقادی درباره رسانه را به عنوان فرایندی انعکاسی و یک گفت‌وگو در نظر می‌گیرد؛ یعنی جایی که دانش‌آموزان باید دائم در مورد «پیش‌فرض‌ها، تفسیرها و نتیجه‌گیری‌های خودشان» به پرسشگری بپردازند (ص ۵۵). او برای تفکر انتقادی در مورد رسانه‌ها که

سواد رسانه‌ای هم  
شامل دید فردی  
از رسانه و هم  
دیدگاه جمعی از  
پیامدهای آن در  
جامعه است

فصلنامه

نمایه  
پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

۲۰۹

1. plan of action
2. mediation

فقط شامل رسانه‌های دیجیتال نیست، چهار مفهوم را به عنوان ابزار تجزیه و تحلیل در آموزش رسانه پیشنهاد می‌کند: زبان رسانه (شامل نحوه استفاده از زبان در هر رسانه و نحوه استفاده از آن برای انتقال معنا)، بازنمایی (صحبت در مورد آنچه بازنمایی می‌شود، نحوه بازنمایی آن و اینکه چه کسی بازنمایی می‌شود)، تولید (صحبت در مورد چگونگی ایجاد و توزیع رسانه، چه کسی در آن دخیل است و چگونه آنها سود می‌برند) و مخاطبان (چگونگی دستیابی به مخاطبان، نحوه دسترسی به رسانه‌ها و افرادی که از رسانه استفاده می‌کنند).

سپس وی سه بعد از چگونگی برخورداری از آموزش رسانه‌ای به شکل تدریس را ارائه می‌دهد: خواندن (تحلیل متنی)، نوشتن (تولید خلاقانه) و تحلیل بافتی (درک زمینه اجتماعی گسترده‌تر). به باور او، این چارچوب به معنای یک گزارش یکپارچه از قدرت رسانه<sup>۱</sup> نیست (ص ۶۳)، بلکه مجموعه‌ای از سؤالات راهنماست که به عنوان ابزاری حیاتی برای ارتقای آموزش انتقادی رسانه‌ای عمل می‌کنند. به طور کلی، کتاب باکینگهام درصد است به خوانندگان نشان دهد که چقدر ارتقای سواد رسانه‌ای انتقادی حیاتی و مهم است و برنامه عملیاتی را در مورد چگونگی برخورد با این دیدگاه آموزش رسانه‌ای ترسیم می‌کند.

مثال‌های وی در مورد کاربرد چارچوب که شامل بحث در مورد رسانه‌های اجتماعی، اطلاعات نادرست و اخبار جعلی است نشان می‌دهد که رسانه‌ها پدیده‌ای هستند که بر همه ما تأثیر می‌گذارند و پاسخ به چالش‌های ناشی از آن باید هم دیدگاه جهانی و اقدامات محلی، هم اقدام فردی و مسئولیت نهادی و هم فناوری سنتی و دیجیتال را دربرگیرد. آن‌گونه که نویسنده توضیح می‌دهد، رسانه بیشتر از اینکه علت مسائل پیشرفته باشد، یک نشانه است و باید به همین ترتیب با آن رفتار شود. این کتاب فراخوانی برای سواد رسانه‌ای است و اینکه چرا ما باید به زودی آن را عملی کنیم. وی بر این باور است که «اگر می‌خواهیم یک محیط رسانه‌ای غنی، متنوع و سالم داشته باشیم، به مخاطبان منتقد و فهمیده نیاز داریم» (ص ۱۱۵).

باکینگهام با تلفیق مطالعات موردی قانع‌کننده و به روز مانند اخبار جعلی و تبلیغات برخط (آنلاین)، آزار و اذیت اینترنتی یا سخنان نفرت‌انگیز نشان می‌دهد که چگونه رویکرد آموزشی جدید او می‌تواند تفکر انتقادی را از طریق تمرکز مستقیم بر گفتمان رسانه پرورش دهد. برای باکینگهام، کل بنیاد سواد رسانه‌ای بر توانایی فرد در شناخت و درک چهار مفهوم حیاتی است که رسانه‌ها را تعریف می‌کند: زبان، نمایندگی، تولید و مخاطب. از نظر او، وقتی می‌توان افراد را با سواد رسانه‌ای در نظر گرفت که درک کامل این مفاهیم را از طریق این الگوی جدید برای آموزش رسانه ایجاد کرده باشند (ص ۶۹). الگوی جدید

برای باکینگهام،  
کل بنیاد سواد  
رسانه‌ای بر  
توانایی فرد در  
شناخت و درک  
چهار مفهوم  
حیاتی است که  
رسانه‌ها را تعریف  
می‌کند: زبان،  
نمایندگی، تولید و  
مخاطب.

فصلنامه

نمایه  
پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

۲۱۰

باکینگهام کارهای تکراری در آموزش رسانه را به چالش می‌کشد. یکی از این چالش‌ها این تصور اشتباه است که همه جوانان را در نتیجه قرارگرفتن روزانه در رسانه‌های شبکه‌ای و ارائه کارهای رسانه‌ای بومی‌های دیجیتال<sup>۱</sup> بدانیم. چارچوب انتقادی وی از تجربیات و دانش قبلی دانش‌آموزان در مورد رسانه‌ها استقبال می‌کند ولی بسیاری از مفروضات آنها را به چالش کشیده و راه‌های جدیدی برای مشارکت انتقادی پیشنهاد می‌کند. باکینگهام با استفاده از رسانه‌های اجتماعی به عنوان اولین نمونه خود، بیان می‌کند که «رابطه دیالکتیک بین نظریه و عمل - یا نقد و خلاقیت - جنبه‌ای اساسی و ضروری در تدریس آموزش رسانه است» (ص ۷۴).

باکینگهام با اشاره به موارد متعدد در تلاش است نشان دهد که چگونه می‌توان چهار مفهوم مهم خود را در عمل ادغام کرد تا دانش‌آموزان را به تفکر عمیق‌تری در مورد رسانه‌های اجتماعی معاصر ترغیب کند و اینکه این رویارویی‌ها برای آنها به عنوان خالق محتوای رسانه‌های اجتماعی چه معنایی دارد. هنگامی که باکینگهام این الگورا پیاده‌سازی می‌کند، نشان می‌دهد که چگونه این اصول مدرن و منسجم نه تنها خواندن و تجزیه و تحلیل را افزایش می‌دهند، بلکه فرصت‌هایی را برای دانش‌آموزان فراهم می‌کنند تا ارتباطات خود را به طرز انتقادی از راه‌هایی که از قبل در دسترس آنها نبوده، طراحی و تولید کنند.

تمرکز این کتاب بر انگلستان مانع کاربرد آن در سایر کشورها نیست و رویکرد آموزش محور آن برای اجرا در کلاس‌های مطالعات رسانه قابل استفاده است. این کتاب در نهایت مدعی است که آموزش رسانه باید حق اساسی برای هر جوان و دانش‌آموز در مدرسه باشد. کارهایی که باکینگهام پیشنهاد می‌کند می‌تواند موجب ارتقای کلاس‌های مطالعات رسانه در سراسر جهان شود. او در این کتاب ۱۱۸ صفحه‌ای مختصر استدلال می‌کند که آموزش رسانه‌ای در فرهنگ دیجیتال فعلی ما و برای آینده مدنی و اجتماعی مهم است. او می‌نویسد: «اگر واقعاً می‌خواهیم که شهروندان از سواد رسانه‌ای برخوردار باشند به برنامه‌های جامع، منظم و پایدار آموزش رسانه‌ای به عنوان یک حق اولیه برای همه جوانان نیاز داریم» (ص ۳). باکینگهام بیانیه خود را در مورد مشکل فعلی سرمایه‌داری دیجیتال و تأثیر شرکت‌های بزرگ رسانه‌ای بیان می‌کند و آموزش رسانه‌ای را به عنوان پیش‌نیاز اساسی برای شهروندی معاصر و به عنوان یک حق اساسی در سیستم آموزش و پرورش مطرح می‌کند (ص ۱۶).

با توجه به این زمینه، باکینگهام مجدد به برخی از بحث‌های اصلی خود می‌پردازد که مدتی است عرصه آموزش رسانه‌ها را درگیر کرده است. او این تفکر که سواد رسانه‌ای نوعی راه حل برای مشکلات جامعه است را به چالش می‌کشد و سخنان خود را در انتقاد

## 1. digital natives

رابطه دیالکتیک  
بین نظریه و عمل -  
یا نقد و خلاقیت -  
جنبه‌ای اساسی و  
ضروری در تدریس  
آموزش رسانه  
است

فصلنامه

نمایه  
پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

از سیاست‌گذاران به‌منزلهٔ مسئول عدم پذیرش آموزش رسانه‌ای انگلیس به عنوان اولویت در سیستم آموزش ملی را پس نمی‌گیرد. باکینگهام استدلال می‌کند که سیاست‌گذاران تمایل ندارند یا نمی‌خواهند اصلاحات جدی را برای آموزش رسانه‌ها اعمال کنند. از نظر او، بخشی از مشکل انعطاف‌پذیری سواد رسانه‌ای به عنوان یک فضای عملی است. او تلاش قابل ملاحظه‌ای را برای اهمیت حیات درک انتقادی برای سواد رسانه‌ای اختصاص داده است. باکینگهام می‌نویسد: «تفکر انتقادی، شامل زیرسؤال بردن فرض‌های ساده و در نظر گرفتن روش‌های جایگزین برای بررسی مسئله است» (ص ۵۵). این یک فرایند انعکاسی<sup>۱</sup> است که مستلزم ایجاد شک و تردید درست<sup>۲</sup> در مقایسه با متن‌ها، مؤسسه‌ها، روش‌ها و اثرات رسانه‌ای است (ص ۵۷). باکینگهام با استفاده از چارچوب خود، مفاهیم اصلی به‌کاربرده شده در تدریس آموزش رسانه را دوباره به نمایش می‌گذارد و معتقد است ما باید نه تنها نحوهٔ برخوردمان با متن‌های رسانه را در نظر بگیریم بلکه باید فرایند واسطه‌گری و شیوه‌های اجتماعی واسطه‌گری را در نظر بگیریم. باکینگهام اظهار می‌دارد که آموزش رسانه هرگز با پیشرفت فناوری رسانه همراه نخواهد بود. سرعت پیشرفت بسیار زیاد است و فشارهای سیاسی برای پیشبرد پیشرفت فناوری فضای کمی برای درنگ دربارهٔ چگونگی تعامل انتقادی ما در این محیط‌های ابررسانه‌ای<sup>۳</sup> باقی می‌گذارد. باکینگهام با اشاره به یک تناقض اساسی که همهٔ مدرسه‌های ابتدایی و متوسطهٔ رسمی از آن استقبال می‌کنند، این نکته را بازگو می‌کند: «از یک سو، دولت‌ها مصمم به مقاومت در برابر ورود رسانه‌ها در برنامهٔ درسی هستند و از سوی دیگر، مشتاقانه از فشار تجاری برای ادغام فناوری در آموزش و پرورش در همهٔ سطوح حمایت می‌کنند» (ص ۱۰۷). این تناقض‌ها با استفاده از روش‌های هوشمندانهٔ بازاریابی در مدرسه‌ها ارائه می‌شود. باید به باور روی اذعان داشت که «تفکر انتقادی باید به یک اقدام انتقادی منجر شود» (ص ۵۶).

## منبع:

Kemmerer, D. (2013). Media Literacy, Communication Research Trends, vol, 32, no. 1, pp. 4-23.

تفکر انتقادی، شامل زیرسؤال بردن فرض‌های ساده و در نظر گرفتن روش‌های جایگزین برای بررسی مسئله است. این یک فرایند انعکاسی است که مستلزم ایجاد شک و تردید درست در مقایسه با متن‌ها، مؤسسه‌ها، روش‌ها و اثرات رسانه‌ای است

فصلنامه

نمایه پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

۲۲

1. reflexive process
2. healthy skepticism
3. hypermedia

## شمارش به عنوان روشی کیفی

• فریبرز درودی<sup>۱</sup>

### چکیده

یکی از مسائل مهم در روش‌شناسی پژوهش، بحث قابلیت اطمینان است که در روش‌شناسی به تحلیل مسئله پژوهش می‌پردازد. این سنجش نوعی فرایند است که به شیوه‌های مختلف قابلیت اجرا دارد. بررسی آماری از زمره روش‌های قابل اعتماد و مورد پذیرش در میان پژوهشگران حوزه علوم اجتماعی است. این روش در بررسی داده‌های پژوهشی سبب تحلیل دقیق‌تری می‌شود است و می‌تواند در مطالعه به یاری محقق آمده تا نتایج بهتری از پژوهش خویش به دست آورد ارائه دهد. روش مطالعه کیفی که با عمق بیشتری به پدیده‌ها می‌پردازد، معمولاً از شیوه‌های گفتمان و تحلیل مباحث استفاده می‌کند، و کمتر به روش‌های آماری توجه دارد. ولی باید توجه کرد که سنجش‌های کمی می‌تواند قابلیت اطمینان پژوهش و درستی داده‌ها را بیشتر حفظ کند. بنابراین، لذا یافته‌های پژوهشی در مطالعات کیفی نیاز به ارزیابی دقیق‌تری نیاز دارند. روش‌های کمی این مزیت را دارند تا روایی و قابلیت درستی یافته‌های پژوهش‌های کیفی را بهتر تضمین کنند. از همین رو، فنون شمارش آماری می‌تواند باعث تقویت پژوهش‌های حوزه علوم اجتماعی و مطالعات فرهنگی شود. این پژوهش کتاب با این چنین رویکردی به ارائه و توضیح پیرامون کاربرد روش‌های کمی و مبتنی بر شمارش آماری در روش‌های کیفی می‌پردازد و تلاش می‌کند تا به مؤلفه‌های مهم و اثرگذار آن توجه کرده و نکات اصلی در این زمینه را معرفی و تحلیل کند.

**کلیدواژه‌ها:** روش‌های پژوهش کیفی، روش‌های پژوهش کمی، قابلیت اطمینان، روش‌های شمارش آماری

فصلنامه

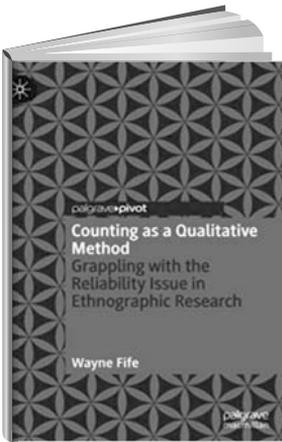
نمایه  
پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

۲۱۳

۱. عضو هیئت علمی پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایرانداک) (doroudi@irandoc.ac.ir)

Faculty member of Iranian Research Institute for Information Science and Technology (IranDoc)



■ Fife, Wayne (2020). Counting as a Qualitative Method: Grappling with the Reliability Issue in Ethnographic Research, New York: Palgrave Pivot. ISBN-10 : 3030348024, ISBN-13 : 978-3030348021, 149 pages.

برای محاسبه  
قابلیت اطمینان  
یافته‌های  
پژوهشی،  
روایی داده‌های  
آماري بررسی و  
پارامترهای آن بر  
اساس داده‌های  
موجود ارزیابی  
می‌شود

#### مقدمه

قابلیت اطمینان<sup>۱</sup> نوعی بررسی است که بر مبنای وقوع مشکل در فرایند پژوهش شکل گرفته است. برای سنجش فرایند قابلیت اطمینان روش‌های متفاوتی وجود دارد. شناخته شده‌ترین روش‌های موجود شیوه‌های مبتنی بر اطلاعات و سنجش آماری است که به بررسی داده‌ها و تحلیل عمیق آن می‌پردازد. برای اندازه‌گیری و سنجش دقیق قابلیت اطمینان ضرورت دارد تا سنجش کمی محور توجه و تمرکز پژوهش باشد. این روش از نظر میزان دقت و اعتبار قابل قبول و تأیید شده است. بنابراین برای محاسبه قابلیت اطمینان یافته‌های پژوهشی، روایی داده‌های آماری بررسی و پارامترهای آن بر اساس داده‌های موجود ارزیابی می‌شود. در روش کیفی معمولاً عمق بررسی و مطالعه بیشتر مدنظر است و ابعاد آن به شیوه‌های مختلفی چون تحلیل گفتمان<sup>۲</sup> یا تأویل متن<sup>۳</sup> تفسیر و ارزیابی می‌شود. در مطالعات فرهنگی و اجتماعی از جمله پژوهش‌های قوم‌نگاری<sup>۴</sup> که روش‌های کیفی کاربرد قابل توجهی دارد، سنجش کمی دقت مطالعه را افزایش می‌دهد. بنابراین، کاربرد روش‌های کمی چون فنون شمارش برای تقویت بنیان تحقیق اهمیت زیادی دارد. از همین رو، این پژوهش حائز اهمیت است و در آن به بررسی این موضوع پرداخته شده است.

#### معرفی نویسنده

وین فایف<sup>۵</sup>، استاد مردم‌شناسی<sup>۶</sup> در دانشگاه مموریال فاندلند<sup>۷</sup> کانادا است. فعالیت‌های پژوهشی و تدریس او با نوعی دیدگاه انتقادی همراه است که از طریق اقتصاد

1. Reliability
2. Discourse analysis
3. Hermeneutics
4. Ethnographic
5. Wayne Fife
6. Anthropology
7. Memorial University of Newfoundland

فصلنامه

نمایه  
پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

سیاسی<sup>۱</sup>، بوم‌شناسی سیاسی<sup>۲</sup>، پسا‌ساختارگرایی<sup>۳</sup>، پدیدارشناسی<sup>۴</sup> و سایر نظریه‌های شکل‌گیری‌های اجتماعی و نمادین قابل درک است. رویکردهای اجتماعی و فرهنگی انسان‌شناسی از دغدغه‌های او در مطالعات تخصصی بوده و جهت‌گیری پژوهشی‌اش به سمت ابعاد مختلف علوم اجتماعی انتقادی است. پژوهش‌های او از موضوع‌های متنوعی برخوردار است؛ از جمله قدرت<sup>۵</sup>، نظام‌های دانش<sup>۶</sup>، مقولهٔ تخیل<sup>۷</sup>، بیگانگی<sup>۸</sup> و نابرابری اجتماعی<sup>۹</sup>. علاقهٔ او به موضوع خلاقیت انسان در زمینهٔ مردم‌شناسی سبب تولید آثار علمی متعددی از جانب فایف در زمینهٔ زندگی اجتماعی در روستاها و شهرها شده است. کتاب پیش‌رو یکی از آثار مهم او در زمینهٔ روش‌شناسی پژوهش در عرصهٔ مسائل فرهنگی و مردم‌شناسی است (فایف، ۲۰۲۰).

### معرفی کتاب

این کتاب در هشت فصل تدوین شده است که در آنها مشکلات حاصل از قابلیت اطمینان در پژوهش و ابعاد مختلف آن، ساختار قابلیت اطمینان در پژوهش‌ها و جوانب آن، موضوع ساختن فرآیند برای فرایند شمارش و کاربردهای آن، فرایند ساخت و اجرای این برنامه و ارتباط آن با داده‌های علمی، موفقیت‌ها و ناکامی‌های برنامه‌های شمارش در پژوهش و ابعاد و جوانب آن بررسی و همچنین نتایج کاربرد شمارش در حوزهٔ مطالعات کیفی مطرح و ساختار آن در زمینهٔ متون پژوهشی و تدوین گزارش علمی به تصویر کشیده شده است. موضوع کاربرد فن شمارش در مورد آرشيوها و اطلاعات آنها نیز مرتبط با داده‌های علمی بیان شده است که نشان‌دهندهٔ نوعی نگرش علمی مرتبط با فنون شمارش و ساختار آماری در تدوین متون تحقیقاتی است. علاوه بر اینها، کاستی‌ها و موارد نادیده گرفته شده در فنون شمارش یکی از موضوع‌های مهم این کتاب است. در پایان نیز بحث کاربرد فنون شمارش در پژوهش‌های کیفی مطرح شده است.

### تحلیل و بررسی اثر

موضوع کتاب دربارهٔ مفهوم شمارش در نقش روشی کیفی است که از این منظر توجه به فنون شمارش و کاربردهای آن سبب تهیهٔ متنی مناسب برای تقویت بنیهٔ

1. political economy
2. Political ecology
3. Poststructuralism
4. Phenomenology
5. Power
6. Knowledge regimes
7. Imagination
8. Alienation
9. Social inequality

پژوهشی در زمینه تحقیقات مردم‌نگاری شده است. همان‌طور که می‌دانیم مبحث قابلیت اطمینان در پژوهش یکی از مسائل مهم در تدوین متنی منقح و قابل اعتماد از منظر سنجش آماری و تقویت درستی تحقیق است. همان‌طور که می‌دانیم مفهوم قابلیت اطمینان درصد کامیابی و موفقیت در فرایند پژوهش است تا نارسایی در فرایند علمی کاهش یابد و اطمینان بیشتری درباره داده‌های به دست آمده حاصل شود. پشتیبانی از درستی اجرای طرح پژوهش یکی از اهداف سنجش قابلیت اطمینان با تقویت داده‌های کسب شده در یافته‌های پژوهش است. این مقوله با سنجش مناسب تحلیل‌ها و آزمون‌های آماری همراه است تا از دستکاری‌های ناروا و آوردن داده‌های غیرواقعی در پژوهش جلوگیری کند.

نکته مهم در انتخاب موضوع کتاب آن است که معمولاً قابلیت اعتماد در روش‌های کمی کاربرد وسیعی دارد و بخشی از پژوهش‌های حوزه علوم اجتماعی به روش کمی است؛ ولی برای سنجش درستی اطلاعات از روش‌های کیفی به شیوه‌های مختلف استفاده می‌کنند. بنابراین، روش‌های پژوهش کیفی در علوم اجتماعی و حوزه‌های وابسته به آن با روش‌های دیگر متفاوت است. برای نمونه، روش نظریه مبنایی<sup>۱</sup> معمولاً بر اساس منطق استقرایی<sup>۲</sup>، یعنی از جزء به کل صورت می‌گیرد و از بررسی پدیده‌ای حاصل می‌شود که نشان دهنده آن پدیده است و ضرورت دارد تا با کشف آن به شیوه گردآوری منظم اطلاعات و نیز تحلیل داده‌های مرتبط و برآمده از آن پدیده اثبات شود؛ یا روش مردم‌نگاری یا قوم‌نگاری<sup>۳</sup> که با انسان‌شناسی همبستگی زیادی دارد و به توصیف عمیق موقعیت‌های فرهنگی توجه کرده و با مشاهده، توصیف و ارزیابی کیفی به تفسیر پدیده‌های موجود می‌پردازد. بنابراین، توجه به کاربرد فنون شمارش و آمارگیری در روش‌های کیفی موضوعی است که می‌توان این کتاب را به عنوان اثری متفاوت مطرح کرد. بر این اساس، یکی از اهداف اصلی کتاب کشف ابعاد و جوانب موضوع شمارش و آمار به عنوان ابزار پژوهشی است که در بسیاری از موارد برای پروژه‌های کیفی نادیده گرفته می‌شود. با استفاده از روش پژوهش ابداعی که نویسنده در سال ۱۹۸۶ به نام برنامه‌های شمارش مطرح ساخت، این اثر دستورالعمل‌هایی را درباره شیوه استفاده از فرایند شمارش، نه تنها برای افزایش نتایج کار میدانی، بلکه به عنوان شکلی از تحلیل برای یادداشت‌های میدانی موجود، نتایج مصاحبه، و گزارش علمی ارائه می‌دهد (آمازون، ۲۰۲۰).

همچنین باید توجه کرد که بخش مهمی از منابع اطلاعاتی موجود در عرصه‌های علمی شامل خاطرات روزانه یا مقاله‌ها، اسناد آرشیوها، متون تاریخی، اسناد دولتی و

مفهوم قابلیت اطمینان درصد کامیابی و موفقیت در فرایند پژوهش است تا نارسایی در فرایند علمی کاهش یابد و اطمینان بیشتری درباره داده‌های به دست آمده حاصل شود

فصلنامه

نمایه پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

۲۱۶

1. Grounded theory
2. Induction
3. Ethnography

دیگر مدارک به یاری پژوهشگران آمده و بخشی از این متون پژوهشی درباره آمار و اطلاعات محاسباتی است. بنابراین، فایف با بهره‌گیری از سه دهه تجربه مطالعات مردم‌شناسی در کانادا و جزایر اقیانوس آرام، مباحث خود را درباره فنون شمارش با ارائه برنامه‌ها و نیز نمونه‌های گسترده‌ای از کارهای میدانی قبلی و تجربه‌های پژوهشی مطرح می‌کند. تلاش او بیشتر بر این متمرکز است که از فرایند و فنون شمارش به عنوان روشی کیفی در مطالعات قوم‌نگاری استفاده کند. بنابراین فایف پرسشی بنیادی در متن مطرح می‌کند و آن اینکه «چگونه یک پژوهشگر کیفی می‌تواند نتایج خود را قابل اعتماد بداند؟»

### فایف تلاش

می‌کند تا از فنون  
شمارش در مورد  
روش‌های پژوهش  
کیفی بهره‌گیرد و  
ساختار آن را تبیین  
کند

بر اساس چنین سؤالی او تلاش می‌کند تا از فنون شمارش در مورد روش‌های پژوهش کیفی بهره‌گیرد و ساختار آن را تبیین کند. از این منظر، نمونه‌های کاربردی متعددی بیان می‌شود تا به صورت عملیاتی کاربرد فنون شمارش را در پژوهش‌های کیفی نشان دهد. همین مسئله باعث شده تا خواننده درک بهتری از شناخت این فن در روش‌های کیفی قوم‌نگاری داشته باشد. فونگ<sup>۱</sup> (۲۰۲۰) بیان می‌کند که این کتاب به سبب آموزش شیوه استفاده از فنون شمارش در زمینه پژوهش و تحلیل داده‌های تحقیقی در انسان‌شناسی فرهنگی اجتماعی، برای دانشجویان ارزشمند است. ارائه نمونه‌ها و مثال‌های واضح و شرح آنها که برآمده از پژوهش‌های فایف است سبب شده تا توضیح کتاب درباره شمارش به عنوان روشی پژوهشی به شیوه مناسبی روشن، مشخص و جذاب باشد.

آوردن چکیده در ابتدای هر فصل به خواننده کمک می‌کند پیش از مطالعه از کلیت بحث آگاهی لازم را به دست آورد. همچنین، مطالب کتاب با متنی سلیس و روان نوشته شده و فایف در جای جای کتاب به ارائه تجربه‌های خود درباره مباحث مطرح شده می‌پردازد. اینکه می‌گوید «احساس من این است...» یا «دریافت من چنین است...» برای برقراری ارتباط بهتر با خواننده است. کتاب در زمینه کاربرد موضوع فنون شمارش و قابلیت اطمینان در پژوهش‌های کیفی یکی از مراجع مهم در زمینه مطالعات فرهنگی و اجتماعی محسوب می‌شود که بر مطالب آماری به شیوه‌ای مناسب تمرکز کرده است. اگرچه برخی مباحث به توضیح و تشریح بیشتری نیاز دارند، مانند مبحث فرانما و طرح‌واره شمارش که می‌توانست بیشتر در قالب دیداری و ساختارده‌ای مناسب مطرح شود.

البته این تنها نظری است که برای درک بهتر مفهوم به‌ویژه برای افرادی که کمتر با این فنون آشنایی دارند مطرح می‌شود، ولی کسانی که با ساختار فنون شمارش آشنایی دارند بهتر می‌توانند مفهوم آن را درک کنند. همچنین، در خصوص اهمیت شمارش در پژوهش‌های کیفی نیز توجه به ساختارهای پژوهش کیفی می‌توانست بیشتر مورد عنایت قرار گیرد.

فصلنامه

نمایه  
پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

۲۱۷

### نتیجه‌گیری

این کتاب برای طرح موضوع شمارش و فنون آماری در پژوهش‌های کیفی دارای ساختاری مناسب است و با رویکرد فرهنگی و به شیوه خاص حوزه مردم‌شناسی و قوم‌نگاری به یکی از آثار مهم برای آشنایی با روش‌شناسی پژوهش در عرصه مطالعات کیفی مبتنی بر فنون کمی تبدیل شده است و با طرح مسائل نظری سبب آشنایی بیشتر دانشجویان با فنون شمارش و مبحث قابلیت اعتماد شده و سپس به کاربردهای عملیاتی می‌پردازد. نمونه‌ها و مثال‌های متعدد نیز برای درک بهتر و شناخت فنون شمارش و روش‌های آماری مرتبط با آن نقش بسزایی دارد. کتاب برای استفاده دانشجویان تحصیلات تکمیلی حوزه علوم اجتماعی و فرهنگی متنی ارزشمند و آموزنده است.

### منابع

Fife, Wayne (2020). [C.V.]. Research and Teaching Interests, available:

<https://www.mun.ca/anthro/people/faculty/Fife.php> [accessed: 4, june, 2021]

Fong, Vanessa (2020). Review about: Counting as a Qualitative Method: Grappling with the Reliability Issue in Ethnographic Research, available:

<https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-030-34803-8> [accessed: 4, june, 2021]

## هنر ارائه مطالب علمی

• رحمان معرفت<sup>۱</sup>

### چکیده

امروزه با گسترش علم و تخصصی شدن دانش بشری، سخنرانی و ارائه مطالب امری حرفه‌ای و تخصصی بوده و مورد توجه عامه مردم و متخصصان قرار دارد. چه بسیار سخنرانانی که با وجود بُن‌مایه‌های قوی علمی، در ارائه مطالب خود ناکام می‌مانند. تنوع مخاطب، تنوع سبک‌ها و میزان حوصله مخاطبان در این امر مؤثرند. سخنرانی عمومی برای طیفی گسترده از افراد، کار آسانی نیست و این‌گونه سخنرانی‌ها کار سخنران را بسیار سخت و پیچیده می‌کند. کتاب هنر ارائه مطالب علمی نیز به درستی به این نکته اشاره می‌کند که تنوع مخاطبان و مباحث مطرح در هر سخنرانی، ضرورت ایجاد مجموعه‌ای از قوانین برای ارائه نمایش علمی قوی و حرفه‌ای را دشوار می‌سازد. این کتاب در پی ارائه تجربه‌هایی در سخنرانی‌های محیط‌های علمی، تخصصی و دانشگاهی است؛ تجربه‌هایی موفق یا ناکام که پرداختن به آنها اهمیت این موضوع را برای مخاطب روشن می‌کند و زمینه تفکر بیشتر در این حوزه را برای خواننده اثر فراهم می‌کند. این پژوهش به بررسی انتقادی کتاب هنر ارائه مطالب علمی می‌پردازد.

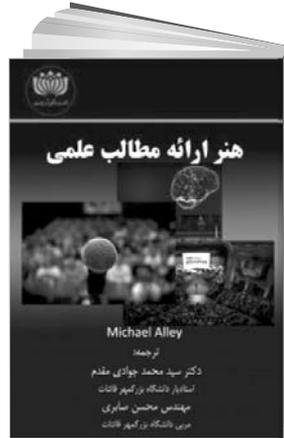
**واژگان کلیدی:** ارائه علمی، سخنرانی، قوانین سخن‌گفتن، همایش‌های علمی، کنفرانس‌های درسی

فصلنامه

نمایش  
پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

۲۱۹



■ الی، مایکل (۱۳۹۷). هنر ارائه مطالب علمی. ترجمه سید محمد جوادی مقدم و محسن صابری. قاین: دانشگاه بزرگمهر قائنات. ISBN:978-600-97479-3-1

محتوای باارزش و اشتیاق حضار دو ویژگی مهم در سخنرانی‌های اثرگذار است

### مقدمه

تجربه کنفرانس‌ها و سخنرانی‌های کلاسی را کمتر کسی است که در دوران تحصیل خود در محیط مدارس و دانشگاه نداشته باشد. بیشتر اوقات، سخنران در سخنرانی‌های علمی و حتی کنفرانس‌های کلاسی با چالش‌هایی مواجه می‌شود. این چالش‌ها زمانی اهمیت پیدا می‌کند که سخنران قصد دارد اتفاقی مهم را برای خود یا جامعه رقم بزند. چه بسیار سخنران‌های ناموفقی که اگر اصول درست سخنرانی را رعایت می‌کردند برنامه مناسب‌تری را به مخاطبان عرضه می‌کردند. نویسندۀ هنر ارائه مطالب علمی تلاش می‌کند برخی از سخنرانی‌هایی که در بزنگاه‌های تاریخی به خوبی اجرا نشده‌اند را به تصویر کشد و برای خواننده اهمیت دانستن نکات مرتبط با سخنرانی را نشان دهد.

### معرفی کتاب

کتاب، با پیشگفتار مترجم (مترجمان!) آغاز می‌شود. ناتوانی دانشجویان در بیان مطالب عملی، دغدغه مترجمان برای ترجمه اثر است. نویسنده با ذکر مثال از انواع سبک‌های سخنرانی و سخنرانی برخی بزرگان علمی همچون لینوس پاولینگ<sup>۱</sup>، اینشتین<sup>۲</sup>، بور<sup>۳</sup> و دیگران و مقایسه آنها باهم به دلایل نگارش این اثر می‌پردازد. در فصل اول که مقدمه است از سخنرانان ناموفقی مانند شنگ<sup>۴</sup> سخن به میان آمده که به جای آنها افراد دیگری که در سخنرانی‌هایشان تبحر داشته‌اند، مطرح و تشویق شده‌اند (ص ۲۸).

در این فصل آمده است که محتوای باارزش و اشتیاق حضار دو ویژگی مهم در سخنرانی‌های اثرگذار است (ص ۲۹). همچنین، آگاهی‌های علمی‌ای که سخنران به

فصلنامه

نمایه پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

1. Linus Carl Pauling
2. Albert Einstein
3. Niels Bohr
4. Zhengzhi Sheng

حضار می‌دهد، ویژگی مهم دیگر در سخنرانی‌های علمی به شمار می‌رود (ص ۳۰). مزایای بیان شفاهی و کتبی در صفحات ۳۱ تا ۳۳ و معایب آن در صفحات ۳۴ تا ۳۶ مطرح شده است.

چهار جنبه یا چهار بعد از ابعاد بیان شفاهی که از نظر نویسنده توجه به آنها برای ارزیابی و آنالیز آن اهمیت دارد، در صفحه ۳۷ آمده است.

فصل دوم، با تعریفی ساده از سخنرانی آغاز می‌شود (ص ۴۳). نویسنده در این فصل به دلایل شکست سخنرانی‌های اولیهٔ اینهایم<sup>۱</sup> و چگونگی تبدیل او به مهیج‌ترین مدرس از دیدگاه دانشجویان اشاره کرده، سپس در ادامه به موضوع «سخنرانی اشتباه» به عنوان اولین خطای بحرانی سخنرانان، توجه می‌کند.

«هدف قراردادن مخاطب خاص» به‌ویژه مخاطبی که از نظر تکنیکی ضعیف است، از نظر نویسنده اهمیت بسیاری دارد. به اعتقاد الی، دلیل شکست بیشتر سخنرانان، غفلت از تعریف اطلاعات نامفهوم است (ص ۴۹). بسیاری از مخاطبان معنی و مفهوم اصطلاحات سخنرانان را متوجه نمی‌شوند و این درحالی است که سخنران قوی تلاش می‌کند معانی کلمات اختصاری یا اصطلاحات مبهم را برای مخاطبانش تشریح کند.

شناخت مخاطب مهم است و سخنرانانی که پیش از سخنرانی از روش معاشرت با مخاطب استفاده می‌کنند، نسبت به آنهایی که مخاطب خود را به‌درستی نمی‌شناسند، کمتر دچار آشفتگی می‌شوند. برای کاهش استرس، شناخت مخاطب، شغل او، دلیل حضور در سخنرانی و مانند اینها مؤثر است (ص ۵۰).

توجه و هدف قراردادن چندین مخاطب، به‌مراتب دشوارتر از توجه به یک مخاطب ویژه است. به اعتقاد الی، در محیط‌های دانشگاهی، ترکیبی از مخاطبان متخصص و محقق حوزه‌های موضوعی مرتبط با رشته و دانش شما در سخنرانی‌هایتان شرکت می‌کنند. بنابراین، توجه به این افراد به عنوان مخاطب سخنرانی‌تان بسیار اهمیت دارد (ص ۵۳). اینکه عموم مردم را مورد توجه قرار دهیم، مهم است. به اعتقاد الی، مهندسين و دانشمندان عمدتاً عموم مردم را نادیده می‌گیرند (ص ۵۵). در حالی که توجه به عموم مردم بسیار مهم است. بنابراین در یک سخنرانی موفق سه هدف را باید مدنظر قرار داد: ۱. اطلاع‌رسانی؛ ۲. بیان مطالب با هدف متقاعدکردن؛ و ۳. بیان مطالب با هدف الهام‌بخشیدن (ص ۶۲، ۵۸).

«خسته‌کردن مخاطبان» (ص ۶۸) دومین خطای بحرانی سخنران در نظر گرفته شده است، اما بیان داستان در سخنرانی در کاهش این خطا مؤثر است؛ افراد مشهوری مانند استیو جابز<sup>۲</sup>، جیل بولت تیلور (عصب‌شناس) و روبرت بالارد<sup>۳</sup> (کاشف اقیانوس) معمولاً در

1. J. Robert Oppenheimer
2. Steve Jobs
3. Robert Ballard



به اعتقاد الی،  
دلیل شکست  
بیشتر سخنرانان،  
غفلت از تعریف  
اطلاعات نامفهوم  
است

فصلنامه

نمایه  
پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

سخنرانی‌های علمی خود از داستان استفاده می‌کردند (ص ۶۹).

چهار راهبرد مهم شامل: ۱. استفاده از داستان، ۲. ترکیب مثال‌ها و قیاس، ۳. ایجاد ارتباط شخصی با مخاطب، و ۴. استفاده از طنز در سخنرانی برای کاهش خستگی مخاطبان مطرح شده و مثال‌های متنوعی از استفاده این چهار رویکرد در سخنرانی برای خوانندگان کتاب در صفحات ۶۱ تا ۶۹ آورده شده است.

در فصل سوم، به چهار خطای بحرانی سخنرانان شامل: ۱. تلاش برای پوشش دادن بیش از حد مطالب، ۲. ازدست‌دادن مخاطبان در ابتدای سخنرانی، ۳. ازدست‌دادن مخاطبان در مسیر سخنرانی، و ۴. دست‌کم‌گرفتن جهت‌گیری نظر مخاطبان توجه شده است.

از نظر نویسنده، سخنرانی باید به قسمت‌های آغاز، میان و پایان تقسیم شود و قسمت میانی در بخش‌های کوچک‌تر بیان شود تا مخاطب بتواند آنچه نیاز است را درک کند (ص ۹۴). به خطای بحرانی ۳ (تلاش برای پوشش دادن بیش از حد مطالب) در صفحه ۹۹ بحث شده است.

برخی توصیه‌های نویسنده ارزش تمرین کردن دارند؛ از جمله مخاطب را در ابتدای سخنرانی از دست ندهید (ص ۱۱۰)، مقدمه باید مرزهای موضوع را شناسایی کند (ص ۱۱۲)، و آغاز سخنرانی باید اهمیت موضوع را نشان دهد (ص ۱۱۵). پنجمین خطای بحرانی از دیدگاه نویسنده، ازدست‌دادن مخاطب در مسیر سخنرانی است که در صفحه ۱۲۲ کتاب به این موضوع اشاره شده است. ششمین خطای بحرانی، دست‌کم‌گرفتن جهت‌گیری نظر مخاطبان دانسته شده است (ص ۱۳۳).

در ابتدای فصل چهارم، نویسنده به استفاده دانشمندان و مهندسان از تخته سیاه و هیجان ناشی از آن در اواسط قرن نوزدهم اشاره می‌کند (ص ۱۵۵). در ادامه، درباره مقالاتی مانند «استبداد پاورپوینت» یا «پاورپوینت مضر»، که در مذمت استفاده از پاورپوینت در نشریات منتشر شده بود، بحث شده است. همچنین، برخی معایب استفاده افراطی از پاورپوینت بیان شده است (ص ۱۵۸، ۱۵۷). در کنار بیان مضرات پاورپوینت، نویسنده از مزایای آن نیز سخن گفته است؛ از جمله اثرگذاری ساختار ادعا‌شاهد<sup>۱</sup> که در آن به جای استفاده از روش معمول که شامل عناوین است، از جملات کوتاهی استفاده می‌شود که ادعای اصلی اسلاید را تعیین می‌کند. این ادعا می‌تواند فرضیه، بینش یا نتیجه باشد (ص ۱۶۸).

هفتمین خطای بحرانی «پیروی از پیش‌فرض‌های پاورپوینت» است که در ادامه فصل چهارم (ص ۱۸۵) به آن توجه شده است. از صفحه ۲۲۲ تا ۲۲۷ نیز شامل پیشنهادهایی است به مخاطبان در انتخاب رنگ و پس‌زمینه و توجه به لوگوی سازمانی

- چهار خطای  
بحرانی سخنرانان  
شامل:
۱. تلاش برای پوشش دادن بیش از حد مطالب، ازدست‌دادن مخاطبان در ابتدای سخنرانی، ازدست‌دادن مخاطبان در مسیر سخنرانی، و دست‌کم‌گرفتن جهت‌گیری نظر مخاطبان

فصلنامه

نمایه پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

که برای سخنرانی در نظر گرفته شده است.

«پیروی از روش‌های معمول گفت‌وگوهای پاورپوینت»، هشتمین خطای بحرانی است که در صفحه ۲۳۶ توضیحاتی درباره آن داده شده است. نویسنده نقل قولی از پارکرا آورده است: «پاورپوینت، ۹۵ درصد سهم بازار را برای ارائه در دست دارد»، و بیان می‌کند که معمولاً ما از پاورپوینت‌های رایج موجود الگو می‌گیریم و از آنها استفاده می‌کنیم و این در حالی است که بسیاری از پیش‌فرض‌های پاورپوینت ضعیف است.

برخی سبک‌های سخنرانی همچون سبک پیچا کوچا<sup>۱</sup> (نوعی سبک که در ژاپن استفاده می‌شود و سخنران در آن بیست اسلاید ارائه می‌دهد و هر اسلاید فقط بیست ثانیه نمایش داده می‌شود و از آن با عنوان چیت چت<sup>۲</sup> هم نام می‌برند)، سبک ترتیبی لسیگ<sup>۴</sup> (توالی سریع تصاویر و عبارات کوتاه) و رویکرد پرسی<sup>۵</sup> (نقشه‌ای بزرگ که امکان بزرگنمایی اجزای کوچک موجود در آن یا بازگشت به اسلاید بزرگ وجود دارد) در ادامه فصل مورد توجه نویسنده قرار گرفته است و به معایب و مزایای هر کدام اشاره شده است (ص ۲۶۴، ۲۶۷ و ۲۷۰).

بخش پایانی فصل چهارم به نهمین خطای بحرانی در سخنرانی می‌پردازد. نویسنده این خطا را با این جمله بیان می‌کند: «قانون مورفی حساب‌کردنی نیست» (ص ۲۷۷). قانون مورفی بیان می‌کند که «هر چیزی که ممکن است اشتباه شود، حتماً اشتباه خواهد شد» (ص ۲۷۹). نویسنده اعتقاد دارد که سخنرانان در طول سخنرانی ممکن است به صورت مداوم تحت تاثیر قانون مورفی قرار گیرند و با انواع مشکلات ممکن روبه‌رو شوند؛ برای مثال ممکن است تصویر دیده نشود، صدا به گوش نرسد، دسترسی به اینترنت برای ارائه فیلم مورد نظر قطع شود، یا بین نرم‌افزار شما و نرم‌افزار موجود در اتاق رایانه مشکلاتی پیش بیاید (ص ۲۸۰).

فصل پنجم درباره «نحوه بیان، شما، اتاق و مخاطبان» است. دهمین خطای بحرانی، «به اندازه کافی آماده نبودن» (ص ۳۰۱) دانسته شده است. منظور از آمادگی در سخنرانی، آماده‌سازی امکانات گرافیکی و آماده‌بودن از نظر زبان دوم و غیره است. تمرین واژگان زبان دوم برای یک سخنرانی موفق در زبان غیرمادری و پذیرش اشتباهات در زبان سخنرانی به زبان غیراصولی از اصولی است که به سخنران کمک شایانی می‌کند (ص ۳۰۷). ویژگی‌های سخنران‌های فی‌البداهه، معایب و نقاط ضعف آنها در صفحات ۳۱۴ تا ۳۱۹ آورده شده است. حفظ‌کردن متن سخنرانی همراه با معایب و مزایای آن نیز در ادامه

تمرین واژگان  
زبان دوم برای یک  
سخنرانی موفق در  
زبان غیرمادری و  
پذیرش اشتباهات  
در زبان سخنرانی  
به زبان غیراصولی  
از اصولی است که  
به سخنران کمک  
شایانی می‌کند

1. Parker
2. Pecha Kucha
3. Chit-chat
4. Lawrence Lessig
5. Prezi

این فصل در صفحه ۳۲۰ بیان شده است. روخوانی که منجر به حدس زدن محتوای قابل ارائه سخنران توسط مخاطبان می‌شود باعث از بین رفتن هیجان و شگفتی سخنرانی می‌شود. «توجه نکردن» و «از دست دادن جذابیت» دو خطای بحرانی پایانی کتاب دانسته شده‌اند. توجه به زمان و مخاطب، غلبه بر عصبانیت و عصبی نشدن در زمان سخنرانی از موارد جالب توجهی است که با ذکر مواردی از آنچه در دنیای واقعی اتفاق افتاده است، مفصل بیان شده است.

فصل پایانی کتاب، شامل نتیجه‌گیری سه صفحه‌ای و کوتاه از محتوای اثر است.

روخوانی که منجر  
به حدس زدن  
محتوای قابل ارائه  
سخنران توسط  
مخاطبان می‌شود  
باعث از بین رفتن  
هیجان و شگفتی  
سخنرانی می‌شود

### نقد اثر و برخی نکات برای ویرایش‌های بعدی

۱. عنوان فارسی و انگلیسی همخوان نیست.
۲. در پیشگفتار مترجم، متن به گونه‌ای نوشته شده است که خواننده احساس می‌کند یک فرد مترجم اثر بوده است. در حالی که دو مترجم این اثر را ترجمه کرده‌اند.
۳. صفحه‌آرایی از صفحه یک شروع شده و فصل اول که مقدمه است، از شماره ۲۷ شروع شده است. صفحات اولیه شماره‌گذاری ندارند اما فهرست مطالب شماره‌گذاری الفبایی شده و از «ا» تا «ص» ادامه یافته است.
۴. مترجمان در پیشگفتار مترجم راهی ارتباطی برای ارتباط با خوانندگان فراهم نیاورده‌اند.
۵. در پیشگفتار نویسنده، برای لینوس پاولینگ، معادل انگلیسی پانویس نشده است. اما در صفحه ۳۶ و مجدداً در صفحه ۵۹ پانویس شده است. این در حالی است که وقتی اولین بار نام یک شخص یا اصطلاح دیده می‌شود، معادل آن در پانویس ذکر می‌شود. این مسئله برای برخی اسامی دیگر نیز تکرار شده است. برای مثال، در صفحه ۴۳ برای نام رابرت اپنهایمر پانویس درج شده است اما در صفحه ۸ که اولین بار این اسم درج شده است، پانویسی مشاهده نمی‌شود.
۶. در پیشگفتار (ص ۶) برای نام «آیزاک آسیموف» معادل «اساک آسیمو» در نظر گرفته شده است که به نظر می‌رسد ترجمه‌ای ناهمگون از اسامی به‌ویژه اسامی شخصیت‌های علمی مطرح باشد. در حالی که در مستند مشاهیر و مؤلفان به صورت «آیزاک آسیموف» درج شده است.
۷. اسامی انگلیسی موجود در مراجع پایان پاراگراف‌ها، بهتر بود فارسی نوشته می‌شد و معادل انگلیسی آنها پانویس می‌شد.
۸. دو املا متفاوت از یک اسم مثل آلبرت اینشتین به صورت «اینشیین» و در انتهای پاراگراف دوم به صورت «اینشتین» درج شده است (ص ۶).
۹. بسیاری از اسامی پانویس ندارند؛ مانند نیلز بور و منطقه بوستون (ص ۶)، ریچارد

فصلنامه

نمایه  
پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

فاینمن، جین گودال، براون کاکس، جیل بولت تیلر، هاینریش هرتز، جی. رابرت اپنهایمرو چین شینگ وو (ص ۸) یا شاتل فضایی چلنجر (ص ۴۶). این در حالی است که در صفحه ۲۸ واژه هوستون دوبار پانویس شده است.

۱۰. گاهی دو فعل پشت سرهم دیده می‌شود. در صفحه‌های ۴۹، ۶۰، ۶۴، ۶۵ نمونه‌هایی دیده می‌شود مثل: «آزاد می‌شود، بود.» یا «شاتل هوایی بود، می‌باشد» یا «در غروب بود، است».

۱۱. تعداد غلط‌های املایی موجود در متن کمتر از انگشتان یک دست است.

۱۲. در صفحه ۹۴، واژه پانویس شده "delivery" به معنای انتقال یا تحویل در معنای «صحبت کردن» به کار رفته است.

۱۳. شکل (۳-۱۲) در صفحه ۱۳۹، دارای متن انگلیسی است که ترجمه نشده است. یا جدول (۱-۴) در صفحه ۱۶۷ پنج نمونه مختلف از اسلایدهای علمی دارد که ترجمه نشده‌اند. شکل (۴-۲۴) در صفحه ۲۳۳ نیز ترجمه نشده است.

### برخی نکات ارزشمند اثر

۱. متن کتاب سرشار از تجربه‌های ارزشمندی است که برای شخصیت‌های مطرح در زمان سخنرانی اتفاق افتاده است. از ویژگی‌های مهم کتاب این است که نویسنده کتاب سیزده خطای سخنران را در سخنرانی‌های علمی، کنفرانس‌ها و جلسات فنی مطرح کرده است.

۲. نویسنده به اهمیت سخنرانی و خوب سخن گفتن پرداخته است (ص ۲۸). وی به سخنرانان ناموفقی اشاره می‌کند که کار اصلی را آنها عرضه کرده بودند اما در نهایت تشویق‌ها و خود کار به نام دیگری ثبت شده بود. نویسنده به اهمیت ارائه و بیان نتیجه آثار علمی به مدیران، سیاستمداران و همچنین متخصصان رشته توجه کرده است. نویسنده اعتقاد دارد که اگر در حوزه کاری خود نتوانیم نتیجه اثرمان را به سیاستمداران انتقال دهیم، موفق عمل نکرده‌ایم چرا که «تعداد کمی از سیاستمداران در زمینه‌های علمی و مهندسی اطلاعات دارند» (ص ۲۹).

۳. منظور از یک سخنرانی علمی خوب این است که مخاطبان باید محتویات را بفهمند و به آن باور داشته باشند و آن را به خاطر بسپارند (ص ۳۰). گرچه محتوای باارزش مهم است اما «ارتباط محتوا با اشتیاق» دومین ویژگی یک سخنرانی خوب است. یکی از نکات قابل توجه در اثر توجه حضار است (ص ۳۱). نویسنده ضمن اشاره به این اصل مهم که «هیچ‌کس همیشه یک ارائه‌دهنده عالی نیست» و «همه در اینکه یک ارائه عالی است یا نه، یک نظر واحد ندارند» (ص ۳۸)، توجه خوانندگان را به این نکات کلیدی جلب می‌کند.



منظور از یک سخنرانی علمی خوب این است که مخاطبان باید محتویات را بفهمند و به آن باور داشته باشند و آن را به خاطر بسپارند

۴. اهمیت محتوا و بیان آن از نظر نویسنده یکسان است. ضمن آنکه باید به محتوای تحقیق توجه کرد، نحوه ارائه نیز اهمیت دارد. به قول الی: «محتوای بدون سبک، نادیده انگاشته می شود و سبک بدون محتوا بی معنی است» (ص ۳۹).
۵. اشاره به سخنرانی های مؤثر یا مشکلات مطرح در آن، از نکات جالب توجه این کتاب است که در جای جای آن می توان نمونه هایی از این گونه سخنرانی ها را مطالعه کرد (ص ۴۳). مانند سخنرانی های اولیۀ اپنهایمر که با شکست همراه بود اما بعدها با کاهش سرعت سخنرانی ها و واضح بیان کردن ایده ها، به عنوان مهیج ترین مدرس انتخاب می شد.
۶. از نظر نویسنده: «هدف تعداد کمی از سخنرانی ها، فقط اطلاع رسانی است. اما هدف بیشتر سخنرانی های علمی، مانند مورتون تیکل<sup>۱</sup>، متقاعد کردن مخاطب است» (ص ۴۶). نویسنده با بیان این مطلب، از دلایل شکست مدیران مورتون تیکل در متقاعد کردن ناسا برای جلوگیری از انفجار شاتل فضایی چلنجر و کشته شدن تمام هفت سرنشین آن سخن گفته است.

هدف تعداد کمی از سخنرانی ها، فقط اطلاع رسانی است. اما هدف بیشتر سخنرانی های علمی، مانند مورتون تیکل، متقاعد کردن مخاطب است.

### نتیجه گیری

شاید این پرسش برای خوانندگان مقاله پیش رو مطرح شود که اصولاً چه نیازی به نقد و معرفی کتاب باشد. یا چرا این کتاب را معرفی می کنیم؟ پیش از پاسخ دادن به این پرسش باید بگوییم که علاقه شخصی در خواندن موجب مطالعه آثار از این دست برای نگارنده این متن شده است. خواندن این کتاب برایم جالب بود، زیرا به عنوان یک معلم به کتاب های حوزه سخنرانی علاقه مندم تا نقاط ضعف و قوت خود را در این زمینه بیابم. در ادامه پاسخ به پرسش باید گفت معرفی و نقد کتاب، یکی از روش هایی است که ضمن کمک به مطالعه مستمر و دقیق آثار منتشر شده در حوزه موضوعی خاص، زمینه ساز بهتر شدن کیفیت آثار تولید شده در آن حوزه می شود. از سوی دیگر، یکی از فعالیت های حرفه ای کتابداران و متخصصان اطلاع رسانی، آموزش دادن مطالبی است که یاد گرفته اند. آشنایی با این آثار و دانستن قواعد و نکاتی که در ارائه مطالب یک تحقیق مطرح است می تواند به آنها در آموزش های حرفه ای یاری رساند. این کتاب برای دانشجویان رشته های مختلف فنی-مهندسی و علوم انسانی مفید است. از مثال های کاربردی و عملیاتی بسیار زیادی در این کتاب برای مخاطب استفاده شده است که بهره گیری از آنها زمینه ارائه قوی و اثرگذار را برای سخنرانان فراهم می کند.

فصلنامه

نمایه پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

۲۲۶

## تازه‌های پژوهش

• سماء کشاورز دبیزینی

■ نگرش شهروندان کشور درخصوص همه‌گیری ویروس کرونا، ایسپا، پانزدهم اردیبهشت ۱۴۰۰.

به گزارش روابط عمومی ایسپا، مرکز افکارسنجی دانشجویان ایران (ایسپا) با هدف سنجش افکار عمومی ایرانیان درباره پاندمی کرونا و پیامدهای آن در روزهای ۲۸ فروردین تا اول اردیبهشت ۱۴۰۰ نظرسنجی با جامعه آماری افراد بالای ۱۸ سال کل کشور در مقیاس ملی (۳۱ استان و مناطق شهری و روستایی) با اندازه نمونه ۱۵۷۳ به شیوه مصاحبه تلفنی اجرا کرده است. ۵۰/۷ درصد پاسخ‌گویان را مردان و ۴۹/۳ درصد را زنان تشکیل می‌دهند. ۲۵/۷ درصد در بازه سنی ۲۹-۱۸ سال، ۴۸/۶ درصد در سن ۴۹-۳۰ سال و ۲۵/۷ درصد در سن ۵۰ سال و بالاتر از آن قرار دارند. ۶۱/۳ درصد پاسخ‌گویان از تحصیلات دانشگاهی برخوردار نبوده و ۳۸/۴ درصد دارای تحصیلات دانشگاهی هستند. ۳۹/۶ درصد از پاسخ‌گویان در مراکز استان‌ها، ۳۵/۵ درصد در سایر شهرها و ۲۴/۹ درصد در روستاها سکونت دارند. از شهروندان بالای ۱۸ سال کشور سؤالی باز و بدون گزینه پرسیده شده است: «در حال حاضر، مهم‌ترین دغدغه و نگرانی شما چیست؟» ۴۰/۷ درصد از پاسخ‌گویان به کرونا، ۳۱/۱ درصد به مسائل اقتصادی و ۱۱/۸ درصد به مسائل فردی و خانوادگی اشاره کردند. ۱۲/۵ درصد گفتند دغدغه‌ای ندارند و ۲/۳ درصد به سایر موارد اشاره کردند. از شهروندان بالای ۱۸ سال کشور پرسیده شد: «فکر می‌کنید کرونا چه زمان تمام می‌شود و زندگی به حالت عادی برمی‌گردد؟» ۱۳/۵ درصد از پاسخ‌گویان به «آخر تابستان»، ۴/۶ درصد به «آخر پاییز» و ۱۰/۵ درصد به «آخر سال جاری» اشاره کردند. ۴۹/۷ درصد از شهروندان گفتند «بیش از یک سال» طول می‌کشد و ۳/۴ درصد گفتند «هیچ وقت» تمام نمی‌شود. ۴/۸ درصد به سایر موارد اشاره کردند و ۱۱/۸ درصد گزینه «نمی‌دانم» را انتخاب کردند و ۱/۸ درصد نیز به این سؤال پاسخ ندادند. از شهروندان بالای ۱۸ سال پرسیده شد: «چقدر نگران هستید خود یا خانواده‌تان به ویروس کرونا مبتلا شوید؟» نتایج نشان می‌دهد، ۲۱/۴ درصد «خیلی کم»، ۱۰/۸ درصد «کم»، ۱۷/۴ درصد «تاحدی»، ۲۰/۴ درصد «زیاد» و ۲۹/۶ درصد «خیلی زیاد» نگران ابتلای خود

فصلنامه

نمایه  
پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

و خانواده به ویروس کرونا بودند. گفتنی است ۲/۰ درصد به این سؤال پاسخ ندادند. از شهروندان بالای ۱۸ سال پرسیده شد: «شما با اعمال کدام یک از محدودیت‌های زیر در شرایط فعلی کرونا موافق‌اید؟» نتایج نشان می‌دهد، ۴۲/۸ درصد از پاسخ‌گویان با «تعطیلی کامل به غیر از مراکز توزیع اقلام ضروری»، ۲۵/۸ درصد با «تداوم وضعیت فعلی؛ یعنی تعطیلی برخی گروه‌های شغلی»، ۲۲/۷ درصد با «هیچ محدودیتی نباشد و همه امور مانند شرایط عادی باشد» و ۴/۸ درصد با سایر موارد موافق بودند. ۲/۹ درصد از پاسخ‌گویان نیز به گزینه «نمی‌دانم» اشاره کردند و ۱/۱ درصد به این سؤال پاسخ ندادند. از شهروندان بالای ۱۸ سال پرسیده شد: «با توجه به اینکه کشور در حال تولید واکسن کروناست، فکر می‌کنید ایران می‌تواند واکسن مؤثر را تولید کند؟» نتایج نشان می‌دهد، ۴۷/۶ درصد از پاسخ‌گویان معتقدند «حتما می‌تواند»، ۲۱/۹ درصد گفتند «شاید بتواند» و ۱۷/۹ درصد اعلام کردند «بعید است بتواند». گفتنی است ۱۲/۷ درصد از پاسخ‌گویان نیز گزینه «نمی‌دانم» را انتخاب کردند. از شهروندان بالای ۱۸ سال پرسیده شد: «فکر می‌کنید واکسیناسیون عمومی در کشور چه زمانی شروع می‌شود؟» ۱۷/۹ درصد به «آخر بهار»، ۱۹/۷ درصد به «آخر تابستان»، ۸/۱ درصد به «آخر پاییز» و ۱۱/۲ درصد به «آخر سال جاری» اشاره کردند. ۲۶/۵ درصد از شهروندان گفتند «بیش از یک سال» طول می‌کشد و ۲/۸ درصد به «سایر موارد» اشاره کردند. ۱۱/۳ درصد گزینه «نمی‌دانم» را انتخاب کردند و ۲/۶ درصد نیز به این سؤال پاسخ ندادند. ۲۰/۱ درصد از پاسخ‌گویان «واکسن خارجی» و ۲۹/۶ درصد «واکسن ایرانی» را ترجیح می‌دهند. ۲۴/۷ درصد گفتند «فرقی ندارد» و ۲۴/۲ درصد گزینه «هیچ‌کدام» را انتخاب کردند. ۱/۳ درصد نیز به این سؤال پاسخ ندادند. از شهروندان بالای ۱۸ سال پرسیده شد: «وقتی واکسیناسیون شروع شود، شما حاضرید واکسن ایرانی دریافت کنید؟» ۵۸/۹ درصد از پاسخ‌گویان پاسخ مثبت دادند و در مقابل، ۳۵/۵ درصد حاضر نیستند واکسن ایرانی دریافت کنند. ۵/۷ درصد نیز به این سؤال پاسخ ندادند. در نظرسنجی ایسپا، میزان ابتلا به کرونا با دو شیوه متفاوت سنجیده شده است. در شیوه اول از پاسخ‌گویان پرسیده شد: «آیا خودشان در طول دوران شیوع کرونا تاکنون به این بیماری مبتلا شده‌اند یا خیر؟» ۱۹/۶ درصد پاسخ‌گویان گفتند قبل از این دچار کرونا شده‌اند و ۸۰/۲ درصد به این پرسش پاسخ منفی دادند. بنابراین، این میزان به افراد بالای ۱۸ سال کشور قابل تعمیم است.

در شیوه دوم، ابتدا از پاسخ‌گویان پرسیده شد: «چند نفر با هم در یک خانه زندگی می‌کنند؟» میانگین تعداد اعضای خانوار پاسخ‌گویان ۳/۸۲ نفر است. سپس پرسیده شد: «تا الان چند نفر از این اعضا به کرونا مبتلا شده‌اند؟» بر اساس نتایج به دست آمده ۷۳/۲ درصد پاسخ‌گویان گفته‌اند تاکنون هیچ‌کدام به کرونا مبتلا نشده‌اند. ۱۰/۳ درصد گفته‌اند یک نفر، ۷/۱ درصد دو نفر، ۴/۲ درصد سه نفر، ۲/۹ درصد چهار نفر و ۲/۲ درصد به

پنج نفر و بیشتر اشاره کرده‌اند. با توجه به محاسبات صورت‌گرفته بر مبنای نسبت تعداد مبتلایان در خانواده به کل اعضای خانواده، می‌توان گفت بر اساس اظهار پاسخ‌گویان، تاکنون ۱۵/۹ درصد از کل مردم (و نه فقط افراد بالای ۱۸ سال) ابتلا به کرونا را تجربه کرده‌اند.

شایان ذکر است این میزان برآورد در هر دو شیوه بر اساس اظهارات افراد محاسبه شده و افرادی را شامل می‌شود که ابتلای آنها به کرونا با علائم و نشانه‌هایی همراه بوده است.

### ■ سنجش نگرش مردم دربارهٔ انتخابات ریاست جمهوری ۱۴۰۰ (موج هفتم)، ایسپا، ۸ خرداد ۱۴۰۰

به گزارش روابط عمومی ایسپا، هفتمین موج از نظرسنجی‌های انتخاباتی مرکز افکارسنجی دانشجویان ایران (ایسپا) در روزهای ۵ و ۶ خرداد ۱۴۰۰ در مقیاس ملی صورت گرفته است. اطلاعات این نظرسنجی با رعایت اصول علمی و با در نظر گرفتن جمعیت بالای ۱۸ سال کل کشور (اعم از مناطق شهری و روستایی) به شیوهٔ مصاحبهٔ تلفنی گردآوری شده است. نظرسنجی‌های انتخاباتی پیشین ایسپا (شش موج قبلی) به ترتیب در شهرپور، آذر و بهمن ۱۳۹۹، فروردین و نیز روزهای ۱۸ تا ۲۰ و ۲۷ تا ۳۰ اردیبهشت ۱۴۰۰ تهیه شده‌اند. ۴۹/۹ درصد پاسخ‌گویان را مردان و ۵۰/۱ درصد را زنان تشکیل می‌دهند. ۲۷/۲ درصد در بازهٔ سنی ۱۸-۲۹ سال، ۴۷/۶ درصد در سن ۳۰-۴۹ سال و ۲۵/۲ درصد در سن ۵۰ سال و بالاتر از آن بودند. ۳۹ درصد پاسخ‌گویان این نظرسنجی در مراکز استان‌ها، ۳۶ درصد در سایر شهرها و ۲۵/۱ درصد در روستاها سکونت داشتند. از شهروندان پرسیده شد: «انتخابات ریاست جمهوری حدود یک ماه دیگر برگزار خواهد شد. شما برای شرکت در این انتخابات چه تصمیمی گرفته‌اید؟» ۷/۳۷ درصد کل پاسخ‌گویان گفته‌اند به طور قطع در انتخابات ریاست جمهوری شرکت خواهند کرد و ۷/۷ درصد گفته‌اند به احتمال زیاد شرکت خواهند کرد.

در برآورد میزان واقعی مشارکت در انتخابات متغیرهای متعددی از جمله محافظه‌کاری برخی از پاسخ‌گویان در نظرسنجی تلفنی، تعداد پاسخ‌گویانی که با پرسشگران همکاری نمی‌کنند و نسبت تقریبی مشارکت کسانی که گفته‌اند احتمالاً در انتخابات شرکت خواهند کرد، مؤثر است؛ ایسپا با در نظر گرفتن تمامی این متغیرها در هر دورهٔ زمانی برآوردی از میزان مشارکت ارائه می‌کند. بر این اساس، برآورد ایسپا از میزان مشارکت در انتخابات در ۶ خرداد ۳۶ درصد است. تمایل به مشارکت قطعی در انتخابات در مراکز استان‌ها ۳۰/۲ درصد، در سایر شهرها ۳۹/۲ درصد و در روستاها ۴۷/۲ درصد است. ۳۰/۲ درصد پاسخ‌گویان در گروه سنی ۱۸ تا ۲۹ سال، ۳۳/۵ درصد در گروه سنی ۳۰ تا ۴۹

سال و ۵۳/۹ درصد پاسخ‌گویان در گروه سنی ۵۰ سال به بالا تصمیم قطعی برای شرکت در انتخابات ریاست جمهوری سال ۱۴۰۰ دارند. ۳۴/۶ درصد مردان و ۴۰/۸ درصد زنان گفته‌اند به‌طور قطع در انتخابات شرکت خواهند کرد. ۴۰/۴ درصد افراد فاقد تحصیلات دانشگاهی و ۳۳/۳ درصد دارای تحصیلات دانشگاهی تصمیم قطعی برای شرکت در انتخابات گرفته‌اند. از کسانی که تمایل به شرکت در انتخابات دارند و نیز کسانی که تردید داشتند پرسیده شد: «اجازه دهید اسامی همه نامزدهای نهایی را بخوانم و شما بفرمایید در صورت شرکت در انتخابات به کدام یک رأی خواهید داد؟»

از میان افرادی که قطعاً یا احتمالاً در انتخابات شرکت می‌کنند و نیز کسانی که گفته‌اند هنوز در این باره تصمیم نگرفته‌اند، ۳۸/۵ درصد ابراهیم رئیسی، ۳/۴ درصد محسن رضایی، ۱/۸ درصد سعید جلیلی، ۱/۶ درصد عبدالناصر همتی، ۱ درصد امیرحسین قاضی‌زاده هاشمی، ۸/۸ درصد محسن مهرعلیزاده و ۱/۱ درصد علیرضا زاکانی را برگزیده‌اند. ۵۲/۷ درصد نیز در پاسخ به این سؤال گفته‌اند «نمی‌دانم» یا به آن جواب نداده‌اند. از کسانی که تمایل به شرکت در انتخابات دارند پرسیده شد: «اجازه دهید اسامی همه نامزدهای نهایی را بخوانم و شما بفرمایید در صورت شرکت در انتخابات به کدام یک رأی خواهید داد؟»

از میان افرادی که گفته‌اند قطعاً یا احتمالاً در انتخابات شرکت خواهند کرد، ۴۳/۹ درصد ابراهیم رئیسی، ۳/۷ درصد محسن رضایی، ۱/۸ درصد سعید جلیلی، ۱ درصد امیرحسین قاضی‌زاده هاشمی، ۱ درصد عبدالناصر همتی، ۴/۴ درصد محسن مهرعلیزاده و ۲/۲ درصد علیرضا زاکانی را برگزیده‌اند. ۴۸ درصد از افرادی که تصمیم دارند به‌طور قطع یا احتمال زیاد در انتخابات شرکت کنند، هنوز از بین افراد حاضر نمی‌دانند به کدام گزینه رأی خواهند داد و هیچ‌کدام را انتخاب نکرده‌اند.

#### ■ دومین نظرسنجی از برنامه‌های ماه رمضان رسانه ملی، مرکز تحقیقات صدا و سیما، ۱۴۰۰.

دومین نظرسنجی مرکز تحقیقات رسانه ملی در خصوص برنامه‌های ماه رمضان صداوسیما منتشر شد و براساس آن، ۸۱/۷ درصد بیننده برنامه‌های سیما بوده‌اند و در میان سریال‌های تلویزیون، «احضار» شبکه یک و «یاور» شبکه سه به ترتیب با ۴۹/۷ و ۴۹/۳ درصد مخاطب و رضایت ۶۸/۹ و ۸۱/۳ درصد در حد زیاد در رتبه‌های اول و دوم سریال‌های ماه رمضان قرار گرفتند.

به گزارش روابط عمومی مرکز تحقیقات صداوسیما، براساس این نظرسنجی، فصل چهارم «بچه مهندس» از شبکه دو نیز با ۴۳/۱ درصد مخاطب و رضایت ۷۴/۸ درصد در حد زیاد در جایگاه سوم سریال‌های رمضانی در سال ۱۴۰۰ قرار گرفت. فصل چهارم

فصلنامه

نمایه  
پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

«بچه مهندس» در مقایسه با فصل سوم ۱/۴ درصد بر مخاطبانش افزوده شده است؛ مخاطبان فصل سوم ۸۴/۸ درصد و مخاطبان فصل چهارم که امسال پخش شد، ۷۴/۸ درصد رضایت «در حد زیاد» خود را از این مجموعه به ثبت رسانده‌اند. میزان بینندگان مجموعه‌های جدید نمایشی سیما در ماه مبارک رمضان با مقایسه در سال گذشته سیر صعودی داشته است و از معدود ماه رمضان‌هایی است که سه سریال بالای ۴۳ درصد مخاطب داشته‌اند. نظرسنجی مرکز تحقیقات رسانه ملی نشان می‌دهد بیش از ۳۳/۴ درصد مردم در زمان افطار امسال ویژه برنامه‌های افطار رسانه ملی را تماشا کرده‌اند که این میزان نسبت به رمضان سال ۱۳۹۹، ۲/۱ درصد رشد مخاطب را نشان می‌دهد.

بر اساس این نظرسنجی، برنامه‌های «زندگی پس از زندگی» از شبکه چهار با ۲۶/۲ درصد مخاطب و کسب رضایت ۹۳/۱ درصد، «دعوت» از شبکه یک با ۲۴/۷ درصد مخاطب و کسب رضایت ۷۸/۷ درصدی و «مثل ماه» از شبکه سه با ۱۹/۷ درصد مخاطب و کسب رضایت ۸۰ درصدی، پربیننده‌تر از دیگر برنامه‌های ویژه افطار بوده‌اند. «زندگی پس از زندگی» که دومین فصل خود را پشت سر گذاشت در مقایسه با فصل اول که در رمضان ۱۳۹۹ پخش شد، حدود ۲۰ درصد رشد مخاطب داشته است که جهشی تأمل برانگیز است. «ضیافت» از شبکه قرآن و معارف، «آدم‌های خوب شهر» از شبکه دو، «ماه ماه» از شبکه سلامت، «شهر زیبا» از شبکه پنج، «رفیق» از شبکه امید، «بی‌انتهای» از شبکه نسیم و «چشمه» از شبکه افق به ترتیب در رتبه‌های چهارم تا دهم قرار گرفتند. بر اساس نظرسنجی مرکز تحقیقات رسانه ملی حدود ۲۱/۳ درصد از مردم، مخاطب ویژه برنامه‌های سحر تلویزیون در رمضان امسال بوده‌اند که در مقایسه با برنامه‌های سحر رمضان سال گذشته ۰/۴ درصد افزایش مخاطب داشته‌اند. در میان برنامه‌های سحر سیما در رمضان ۱۴۰۰، «ماه خدا» از شبکه یک با ۱۵/۳ درصد مخاطب و رضایت بیش از ۹۱ درصد «در حد زیاد» در صدر برنامه‌های سحر سیما قرار گرفت. «ماه من» از شبکه سه با ۱۱/۵ درصد مخاطب و رضایت ۹۴/۳ درصد «در حد زیاد» در رتبه دوم برنامه‌های سحر تلویزیون قرار گرفت و بعد از آن «مهمان خدا» از شبکه قرآن و معارف، «وقت سحر» از شبکه افق، «به افق بهشت» از شبکه دو، «سجاده» از شبکه پنج، «نواهای رضایی» از شبکه آموزش، «رفیق» از شبکه امید و «سحوری» از شبکه چهار در رتبه‌های سوم تا هفتم ویژه برنامه‌های سحر سیما قرار گرفتند.

بر اساس نظرسنجی مرکز تحقیقات رسانه ملی ۳۰/۱ درصد مردم در ماه رمضان امسال برنامه‌های ترتیل خوانی قرآن کریم را از سیمای رسانه ملی دنبال کرده‌اند که شبکه سه با ۱۲/۶ درصد مخاطب در صدر شبکه‌های سیما قرار دارد. شبکه‌های یک و دو به ترتیب انتخاب‌های دوم و سوم مردم در این زمینه بوده‌اند. بیش از ۲۳ درصد از مردم هم سخنرانی‌های مذهبی را از شبکه‌های مختلف مشاهده کرده‌اند که در این میان شبکه

سه با ۹/۳ درصد مخاطب در رتبه نخست شبکه‌ها قرار دارد. شبکه‌های یک و دو نیز بعد از شبکه سه رتبه‌های دوم و سوم جذب مخاطب را در سخنرانی‌های مذهبی داشتند. حدود ۲۷ درصد مردم هم بر اساس نظرسنجی مرکز تحقیقات، بیننده مناجات خوانی شبکه‌های مختلف بوده‌اند که در این میان شبکه یک با ۱۰/۶ درصد مخاطب، افراد بیشتری را پای خود نشانده است و شبکه‌های سه و دو از این منظر در رتبه‌های بعدی قرار گرفته‌اند. نظرسنجی مرکز تحقیقات همچنین نشان می‌دهد ۳۴/۴ درصد مردم بیننده برنامه‌های عید فطر از شبکه‌های سیما بوده‌اند. ۱۷/۹ درصد این ویژه‌برنامه‌ها را بیشتر از شبکه سه و ۱۶/۸ درصد هم از شبکه یک تماشا کرده‌اند. شبکه‌های دو، استانی و پنج، دیگر انتخاب‌های مخاطبان برای تماشای ویژه‌برنامه‌های عید سعید فطر بوده است.

### ■ بررسی تغییرات خرده فرهنگ‌های مؤثر بر طلاق از گذشته تا حال (دلایل و

پیامدها)، محمد حنیف، مرکز تحقیقات صدا و سیما، ۱۳۹۹.

طلاق مغضوب‌ترین امر حلال نزد خدا و یکی از پدیده‌های اجتماعی است که علل آن با توجه به فرهنگ، شرایط اقتصادی، روانی و جسمانی هر جامعه متفاوت است. آمار طلاق در ایران روزه‌روز رو به افزایش است و این معضل بزرگ و اجتماعی، کانون خانواده ایرانی را در آستانه بحران قرار داده است. مرکز تحقیقات صدا و سیما با علم به اهمیت این مسئله و ضرورت پرداختن علمی در خصوص دلایل و پیامدهای این معضل اجتماعی، این جستار را فراهم آورده است. در این پژوهش، ضمن بررسی مفهوم طلاق، ارکان و انواع آن در اسلام، تاریخچه طلاق در ایران و جهان و نظرات ادیان مختلف در خصوص آن تبیین شده است. نگارنده این پژوهش بر اساس نظریه‌های مختلف، سعی کرده تا حد امکان چالش‌ها، تهدیدها، عوامل تسهیل‌کننده و نیز پیامدهای طلاق را بررسی کند و به دلایل تغییر خرده فرهنگ‌های مؤثر بر این پدیده اجتماعی پاسخ‌هایی علمی بیابد.

### ■ ذهنیت دانشجوی ایرانی از تحولات درون خانواده در سه دهه گذشته، ماریا

رحیمی، مؤسسه مطالعات فرهنگی و اجتماعی، پاییز ۱۳۹۹.

این پژوهش بیان می‌کند که تعاملات و مناسبات خانوادگی در ایران در سه دهه گذشته با تحولاتی مواجه شده است و شبکه‌های اجتماعی مجازی، مهم‌ترین عامل تأثیرگذار در این‌گونه تحولات بوده‌اند. شبکه‌های اجتماعی مجازی شاید یادآور حوزه عمومی مورد نظر هابرماس باشد که در آن در قالب بحث و گفت‌وگو مشارکت عمومی را شاهدیم. در محیط فضای مجازی گفت‌وگو، ابزار احساسات و مانند آن به راحتی صورت می‌گیرد و چون زمان و مکان هم در آن اهمیتی ندارد، مورد علاقه خاص عموم قرار گرفته است؛

یعنی همان بحث از جاکندگی‌گیدنز. سؤالی که در پژوهش مطرح می‌شود این است که در ابعاد طبقه‌بندی‌شده تعاملات و مناسبات خانوادگی در این مطالعه و بنا بر تحولات ایجادشده در آنها در سه دهه گذشته، چه اقداماتی لازم است تا کانون خانواده گرم نگه داشته شود و در نتیجه آن به نهاد خانواده موفق در ایران برسیم؟ برای ارائه سیاستی راهبردی که امکان عملی‌کردنش نیز وجود داشته باشد، باید به بحث ساختار و عاملیت پرداخت که در اندیشه بسیاری از بزرگان جامعه‌شناسی نمود یافته است. این پژوهش بیان می‌کند که به عاملیت توجه خاص دارد و معتقد است که فقط ساختار نیست که باید بستری باشد برای رفع مشکلات نهاد خانواده؛ در این پژوهش خود عاملان‌اند که اهمیت دارند. که همان اعضای خانواده هستند. و می‌توانند تأثیرات اولیه را ایجاد کنند. در کنار تلاش آنها، ساختار هم که همان بسترهای ایجادشده دولت و حکومت است می‌تواند عامل تقویت‌کننده بعدی باشد تا درون خانواده در نتیجه تأثیرات این دو برهم اصلاحات موردنیاز صورت گیرد و سرمایه خانواده تقویت شود. زمانی که در نهاد خانواده سرمایه خانواده قوی باشد، بسیاری از مشکلات مانند طلاق، آسیب‌های رفتاری فرزندان و مانند آنها کمرنگ می‌شود و حتی ممکن است از بین بروند و حاصل آن، داشتن خانواده موفق و پایدار است که به دنبال خود جامعه‌ای موفق را خواهد آورد؛ برای مثال و برای شرح روان‌تر این سیاست که عاملیت و ساختار چگونه عمل کنند تا درون خانواده‌ها یعنی تعاملات و مناسبات آنها را ساماندهی کنند، باید گفت که همسران به عنوان عاملیت‌های مهم در خانواده، باید بدانند که مطابق فرهنگ ایرانی، فطرت زنانگی و مردانگی تا جایی که ممکن است در خانواده حفظ شود تا به اصطلاح همه چیز در جای خود باشد و در نتیجه این نظم، امور خانواده به‌ویژه بین زوج به‌درستی سامان گیرد؛ اما تصریح می‌کنیم منظور این نیست که یکی از زوجین در جایگاه برتر و دیگری در جایگاه فروتر باشد. نکته دیگر اینکه، زن و شوهر باید بدانند که حفظ حریمشان مهم است و لحظه لحظه زمان آنها کاملاً خصوصی است. حتی اگر بین آنها کدورت یا ناراحتی پیش آمده باشد، باید پاسدار این حریم باشند و نگذارند هرکسی چه در فضای مجازی و چه در فضای غیرمجازی وارد آن شود. با این دید به‌یقین بسیاری از مشکلات تعهد و وفاداری که امروزه گریبانگیر خانواده‌های ایرانی شده است، رفع می‌شود و به دنبال رعایت این دو مورد از سمت همسران، خودبه‌خود نظم و آرامش بر خانواده مستولی خواهد شد که در سایه آن، می‌توانند برنامه‌ریزی‌هایی مطابق درون خانواده خود داشته باشند، به طوری که سایر ابعاد خانواده را به مسیر درست هدایت کنند. به این صورت، هم سنت‌های اصیل ایرانی در خانواده حفظ می‌شود و هم با برنامه‌ریزی‌های برگرفته از مشورت با تمام اعضای خانواده، اهداف فردی و جمعی در خانواده محقق می‌شود. درحقیقت، تلفیق سنت و مدرنیته مطابق با فرهنگ جامعه ایرانی در خانواده‌ها اتفاق می‌افتد؛ برای مثال، ما

از فضای مجازی استفاده خواهیم کرد، به دنبال اهداف فردی مان هم خواهیم بود اما در راستای برنامه‌ریزی جمعی در خانواده، تا همه این ابعاد را پوشش دهد و خانواده تنها یک کلبه خالی نباشد. پس باید در وهله اول خانواده‌ها و بعد مسئولان، تمهیداتی برای خانواده متحول شده ایرانی بیندیشند تا از نابودی فرهنگ ایرانی پیشگیری کنند و برای این تحولات بسترسازی شود؛ مثلاً رسانه باید خانواده‌مداری را با پذیرش تغییرات ایجاد شده بدون بازگشت صددرصد به سنت ترویج کند. ما بر استفاده از قالب‌های غیرسیاسی و زبان غیرمستقیم تأکید زیادی داریم. دولت باید نقش سیاست‌گذار و هدایت‌گر داشته باشد نه نقش مداخله‌گر. همچنین، نباید از توان ظرفیت آموزشی در راستای مدیریت تحولات درونی و بیرونی خانواده‌ها غافل ماند؛ ظرفیت آموزشی که باید در مقاطع مختلف تحصیلی از جمله در دانشگاه‌ها به آن توجه داشت. مواد آموزشی که روشی غیرمستقیم محسوب می‌شود و آرام‌آرام در کالبد جامعه رخنه می‌کند، تحول فرهنگی لازم را ایجاد خواهد کرد. می‌توان سیاست ارائه شده در این پژوهش را در قالب درس‌ها یا واحدهای درسی در تمام مقاطع تحصیلی به خانواده‌ها تزیق کرد و فرهنگ ایرانی را در ذهن فرزندان مطابق با پیشرفت‌های روز دنیا در زمینه‌های مختلف گنجانده.

### ■ مقایسه ذهنیت نسلی و بین‌نسلی در نسل‌های دانشگاهی پس از انقلاب

اسلامی، مهران سهراب‌زاده، مؤسسه مطالعات فرهنگی و اجتماعی، پاییز ۱۳۹۹. این پژوهش قصد دارد با بهره‌گیری از تئوری ابژه‌های نسلی، به مقایسه شباهت‌ها و تفاوت‌های سه نسل دانشگاهی از نظر نگرش آنها به ابژه‌هایی در زمینه رفتارها، باورها و یادمان‌های تاریخی دست یابد. در این تحقیق، نمونه‌گیری از بین دانشگاه‌های دولتی غیرپزشکی شهر تهران شامل سه نسل دانشگاهی از جمله نسل اول (استادان دانشگاه که دوران دانشجویی‌شان را در دهه ۱۳۶۰ سپری کرده بودند)، نسل دوم شامل استادان جوان و تازه استخدام دانشگاه‌ها و نسل سوم شامل دانشجویان فعلی دانشگاه بوده است. نتایج به دست آمده در خصوص همبستگی‌های درون‌گروهی و میان‌گروهی بیانگر آن است که در هر سه بخش ابژه‌ها، نسل‌های مزبور شباهت‌های اساسی در بین خودشان و تفاوت‌هایی چند در مقابل نسل‌های دیگر دارا هستند.

بررسی ابژه‌های مزبور که در سه حوزه خاطرات رویدادهای مهم سیاسی و اجتماعی، ابژه‌های رفتاری و هنجاری، و ابژه‌های نگرشی و اعتقادی متجلی شده‌اند، نشان می‌دهد نخست در زمینه این مؤلفه‌ها، واریانس به دست آمده از نتایج درون‌گروهی در هر نسل کمترین میزان را داراست؛ به عبارت دیگر، بر اساس برداشت پاسخ‌گویان، هر نسل درباره نسل خود از یکپارچگی و انسجام ذهنی و رفتاری بالایی برخوردار است که تا حدودی تأییدی بر اعتبار و روایی تحقیق پیش‌رو است. دوم، واریانس نتایج (میان‌گروهی) در بین

فصلنامه

نمایه  
پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

نسل‌ها به‌خصوص میان نسل اول و نسل سوم بسیار زیاد است که تا اندازه‌ای به معنای عدم انتقال کامل ارزش‌ها و هنجارهای نسل اول به نسل سوم تلقی می‌شود. در این میان، نسل دوم که از لحاظ سنی مابین دو نسل اول و سوم قرار دارد - و در این تحقیق از آنها با عنوان استادان جوان و جدید دانشگاهی یاد شده است - در پاره‌ای از ابعاد به نسل اول و در مواردی به نسل سوم و در برخی نکته‌ها هم به هر دو گروه نزدیک است؛ به عبارت دیگر، هم از نسل اول تأثیر گرفته و هم متأثر از شرایط و وضعیتی است که نسل سوم دارد. در واقع، فرایند انتقال فرهنگی دربارهٔ آنها موفقیت‌آمیزتر از نسل سوم است. اما باید اشاره کرد که به‌واسطهٔ رشد و توسعهٔ فناوری‌های جدید ارتباطی، این گروه همچون نسل سوم تحت تأثیر پدیده‌های جهانی و جهانی‌شدن قرار دارند. در مجموع، به نظر می‌رسد هرچند در بحث خاطرات و یادمان‌های سیاسی و تاریخی، فاصلهٔ میان نسل اول و نسل سوم (تفاضل درصدهای ماندگاری بالای هر دو نسل) ۲۳ درصد بود اما این تفاضل در موضوع اشاعهٔ رفتارها و هنجارهای انقلابی و سنتی در میان نسل اول و سوم ۵۸ درصد است و در بحث اشاعهٔ نگرش‌ها و باورهای سنتی و انقلابی، تفاضل پاسخ‌های مثبت (زیاد و خیلی زیاد) در بین نسل اول و سوم، که از آن می‌توان به تفاوت نسلی یاد کرد، ۹/۷۲ درصد است.

### ■ رفتارهای پرخطر دانشجویان در مقایسه با دیگر گروه‌های جمعیت در ایران: مرور نظام‌مند پژوهش‌های کمی موجود (۱۳۷۰-۱۳۹۶)، مجتبی لشگری، مؤسسهٔ مطالعات فرهنگی و اجتماعی، پاییز ۱۳۹۹.

این پژوهش به بررسی حجم بسیار زیادی از تحقیقات مرتبط پرداخته و مقایسه‌هایی ارزشمند را درخصوص جمعیت دانشجویی با دیگر اقشار جامعهٔ ایرانی فراهم آورده است. این تحقیقات به‌خوبی نشان می‌دهند که هجمه‌های ناروا به دانشگاه و آموزش عالی قابل توجه نیست. همواره میزان‌های متفاوت رفتارهای پرخطر در میان دانشجویان کشور، دغدغهٔ مسئولان و صاحب‌نظران بوده است. اهمیت و کمّ و کیف این موضوع زمانی مشخص‌تر خواهد شد که به توصیف وضعیت دانشجویان در مقایسه با دیگر اقشار جامعهٔ ایران دربارهٔ این مسائل اجتماعی پرداخته شود. بر این اساس، در این پژوهش با استفاده از روش مرور نظام‌مند و با بررسی اسناد فارسی‌زبان منتشرشده بین سال‌های ۱۳۷۰-۱۳۹۶ با جمعیت غیردانشجویی، ۱۲ متغیر بررسی شده است. اطلاعات دربارهٔ مرور نظام‌مند این مسائل، با یافته‌های به‌دست‌آمده از پژوهشی هم‌ارز دربارهٔ رفتارهای پرخطر در تحقیقات دانشجویی مقایسه شده است. برای انتخاب اسناد، فیلترهای اعمال شده عبارت بودند از: ۱. داشتن نمونهٔ غیردانشجویی؛ ۲. کمی بودن روش مطالعه؛ و ۳. قرارگیری در بازهٔ زمانی ۱۳۷۰ تا ۱۳۹۵.

متغیرهای این پژوهش شامل رفتارهای پرخطری‌اند که عموماً در سنجه‌های این نوع رفتارها بررسی شده‌اند (مانند مصرف سیگار، قلیان، مشروبات الکلی، مواد مخدر، خودکشی، وندالیسم، خشونت - شامل خشونت علیه کودکان و خشونت علیه زنان - اعتیاد اینترنتی و انحرافات جنسی - شامل داشتن دوست از جنس مخالف و رابطه جنسی خارج از ازدواج - جرم و انحرافات رسانه‌ای - شامل جست‌وجوی محتوای پورنوگرافی در فضای مجازی و سایر انحرافات و جرائم رسانه‌ای). ۲۱۰۵ سند در قالب ۲۹۲۴ مورد در نرم‌افزار SPSS بررسی شدند. در پژوهش‌های غیردانشجویی، عمده تحقیقات (نزدیک به نیمی از آنها برابر با ۴۶/۷ درصد) در حوزه علوم پزشکی، کمتر از دوسوم (۳۰/۹ درصد) در حیطه روان‌شناختی و در نهایت، ۱۰/۹ درصد نیز در حوزه جامعه‌شناختی ارائه شده‌اند. جمعیت‌های هدف در این پژوهش، از ۴۰ طبقه به ۱۶ طبقه کاهش یافته‌اند. در عموم پژوهش‌های غیردانشجویی ملاحظه گردید که بین تحصیلات و انحرافات (مانند مصرف سیگار) رابطه معکوس وجود دارد. طبق یافته‌ها، درخصوص عموم مسائل اجتماعی، وضعیت دانشجویان در مقایسه با اقشار دیگر بهتر بوده و اساساً تحصیلات، با رفتارهای پرخطر رابطه‌ای معکوس داشته است.

### ■ راهکارهای بهره‌گیری از ظرفیت‌های لباس‌های سنتی ایران در طراحی مدهای

جدید، مهدی نصری، پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، خرداد ۱۴۰۰.

این مطالعه، اهدافی چون بررسی ظرفیت لباس‌های سنتی ایران در طراحی مدهای جدید، بررسی و شناخت الگوهای تأثیرگذار و تعیین‌کننده در انتخاب لباس جوانان، بیان ظرفیت‌ها و مزیت‌های لباس نمونه مورد مطالعه در پوشش زنان، طراحی و ارائه حداقل سه نمونه لباس و پوشش زنان با بهره‌گیری از لباس‌های سنتی منطقه مورد مطالعه و بیان مزیت‌های طرح منطبق بر موازین شرعی اسلامی را دنبال می‌کند. پژوهشگر در این مطالعه اذعان می‌دارد که مسئله بحران هویت و آشفتگی‌های اجتماعی و فرهنگی، نیازمند بازگشت به ظرفیت‌های موجود در فرهنگ ملی و اسلامی است. به همین دلیل، بهره‌گیری از ظرفیت لباس اقوام به عنوان یکی از منابع مهم در امر الگودهی را چشم‌اندازی مناسب در طراحی البسه با مدهای جدید قلمداد می‌کند. با توجه به همین رویکرد، این پژوهش تلاش می‌کند طرح‌های جدیدی در زمینه لباس همسو با سلیقه مصرف‌کننده از سویی و منطبق با موازین فرهنگی ملی و اسلامی از سوی دیگر به جامعه معرفی کند.

از عوامل مهم انتخاب منطقه‌ایبانه در این مطالعه، به ظرفیت مردم آن در حفظ هویت و ارزش‌های قومی خود از جمله نوع پوشش در گذر زمان اشاره شده که در فرایند نوسازی و مدرن شدن جامعه، دست‌خوش تغییر و اضمحلال نگردیده است.

فصلنامه

نمایه  
پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

پژوهشگر در این مطالعه پس از بررسی‌ها و مطالعات میدانی نتیجه می‌گیرد که لباس مردم ایبانه از نظر طراحی، رنگ و پارامترهای تأثیرگذار در انتخاب لباس از طرف جوانان از پتانسیل چشمگیری برخوردار است. عاملی که به‌زعم پژوهشگر، ضرورت استفاده از ظرفیت‌های نهفته در سبک پوشش این منطقه را بیش از پیش مشخص می‌کند.

■ **فیلم ایرانی: فرم، اخلاق و هویت ملی؛ پژوهشی درباره فرم، اخلاق و هویت ملی در فیلم‌های برگزیده جشنواره فجر، علیرضا خوشنویس، پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، خرداد ۱۴۰۰.**

این کتاب الکترونیک، بر اساس پژوهشی درباره بهترین فیلم‌های دوره‌های مختلف جشنواره فیلم فجر، به عنوان نمونه‌ای از فیلم‌های برگزیده ایرانی، به نگارش درآمده و به دنبال آن است تا بدانند آثار سینمای ایران در سال‌های پس از انقلاب اسلامی چه قواعد زیبایی‌شناختی‌ای دارند، با اخلاق اسلامی و ایرانی چه نسبتی دارند و تا چه حد هویت ایرانی را بروز می‌دهند. در این خصوص، با تحلیل فیلم‌های برگزیده ایرانی، کارنامه سینمای ایران را در سال‌های پس از انقلاب بررسی، و میزان موفقیت این سینما را از نظر هنری و نیز ارائه محتوای متناسب با فرهنگ و هویت ایرانی ارزیابی می‌کند. در این پژوهش، فرم فیلم‌ها با رویکرد نقد نئوفرمالیستی، نحوه مطرح شدن موضوع هویت ملی با تکیه بر نظریه آنتونی اسمیت و نیز عنصر اخلاق با استفاده از نظریه لارنس کلبِرگ واکاوی شده است.

این پژوهش با یک مقدمه و جمع‌بندی در دو فصل ارائه شده که فصل اول با عنوان «تحلیل فیلم‌ها» به تحلیل ۲۹ فیلم پرداخته که «رنگ ارغوان»، «پدر»، «روز سوم»، «ماجرای نیمروز»، «دیوانه»، «مهمان مامان»، «هیوا» و «مترسک» از آن جمله‌اند. فصل دوم نیز به تحلیل این فیلم‌ها اختصاص یافته است. پژوهشگر پس از بررسی این فیلم‌ها نتیجه می‌گیرد که فرم فیلم‌های بررسی‌شده در دهه هفتاد در مقایسه با دهه شصت پیشرفت داشته ولی در دهه هشتاد در مقایسه با دهه هفتاد افول کرده است. همچنین معتقد است فیلم‌های مذکور بیشتر به بیان ارزش‌های اخلاقی پرداخته‌اند و مکاتب اخلاقی مختلف در آنها به شکل محدود، مطرح شده است. فیلم‌های دهه هفتاد را نیز، در طرح مضامین اخلاقی با موفقیت بیشتری همراه می‌داند.

به استناد یافته‌های این پژوهش، در نیمی از این فیلم‌ها (به‌ویژه در فیلم‌های جنگی و فیلم‌های اجتماعی با مضمون بازماندگان جنگ تحمیلی) به مفهوم حفظ هویت ملی پرداخته شده است که پژوهشگر، این موضوع را با نظریه اسمیت درباره تقویت هویت ملی در مقطع جنگ‌ها و نزاع‌ها، همخوان می‌بیند. او معتقد است در این فیلم‌ها، به چالش‌های هویت ملی ایرانی در دنیای معاصر، چندان پرداخته نشده است.

■ **کندوی شب؛ الیناسیون در سینمای موج نوی ایران**، مسعود اختصاصی، پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، خرداد ۱۴۰۰.

این پژوهش، تلاش می‌کند تا انعکاس تصویر انسان از خودبیبگانه در فیلم‌های سینمایی موج نو (دهه ۱۳۵۰) و ارتباط آن با شرایط اجتماعی اقتصادی سیاسی و فرهنگی آن دوره را بررسی کند.

به عبارت دیگر، این پژوهش می‌کوشد با فراهم آوردن زمینه‌ها و تحلیل‌های مورد نیاز، از جمله معرفی شاخصه‌های الیناسیون و بررسی سیر تحولات اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و سینمایی ایران در اواخر دهه ۱۳۴۰ و اوایل دهه ۱۳۵۰، انسان از خودبیبگانه منعکس در آثار سینمای موج نو را شناسایی کند. به همین منظور، پنج فیلم «کندو»، «زیر پوست شب» اثر فریدون گله، «پستچی» اثر داریوش مهرجویی، «سرایدار» اثر خسرو هریتاش و «تپلی» اثر رضا میرلوحی، از میان آثار سینمایی سال‌های ۱۳۵۱ تا ۱۳۵۷ انتخاب شده‌اند تا با بهره‌گیری از آرای ملوین سیمن (جامعه‌شناس امریکایی) و فردیناند تونیس (جامعه‌شناس و فیلسوف آلمانی)، نمودهای الیناسیون در شخصیت‌های این فیلم‌ها و جوامع زیست آنها روشن شود.

پژوهشگر در پایان پس از این بررسی نتیجه می‌گیرد که نخست، انسان الینه در آثار سینمای موج نوی دهه ۱۳۵۰ ایران حاضر است و دوم، این نمایش الیناسیون در آثار موج نو، می‌تواند تا حدی تحت تأثیر تحولات اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و فرهنگی روزگار باشد.

■ **تنوع قومی و رشد اقتصادی در ایران**، سحر باقری، پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، اردیبهشت ۱۴۰۰.

در این پژوهش، تلاش شده با استفاده از مباحث نظری موجود در زمینه تأثیر متغیرهای غیر اقتصادی بر اقتصاد، رابطه تنوع قومی و رشد اقتصادی در ایران بررسی شود. به عبارت دیگر، هدف این پژوهش، پرداختن به نقش و چگونگی اثرگذاری تنوع قومی بر فعالیت‌های اقتصادی و در سطح کلان‌تر، رشد اقتصادی در ایران در سال‌های ۱۳۹۱ تا ۱۳۸۳ است. به همین منظور، هفت گروه قومی فارس، گُرد، تُرک، لُر، عرب، بلوچ و شمالی (گیلکی و مازنی) ساکن در ۳۰ استان ایران به عنوان جامعه آماری پژوهش، بررسی شده‌اند. فرضیه این پژوهش بر مبنای تأثیر «چندپارگی قومی» و «قطبی سازی قومی» بر رشد اقتصادی، ساخته شده است که نتایج به دست آمده، این فرضیات را تأیید کرده و نشان می‌دهند که تنوع قومی از طریق دو شاخص EPI و EFI تأثیر منفی و قابل توجهی بر رشد اقتصادی دارند.

به استناد یافته‌های این پژوهش، اغلب گروه‌های قومی در ایران، از بازارهای

مالی ضعیف، زیرساخت‌های ناکافی و خدمات بخش عمومی ضعیف برخوردارند که در مجموع از آنها تصویری توسعه‌نیافته و کمتر توسعه‌یافته ارائه می‌کند. همچنین، چندپارگی گروه‌های قومی در مناطق مختلف که اغلب با گروه‌های قومی مشابه خود در کشورهای مجاور مرز مشترک دارند، در کنار وضعیت نابسامان اقتصادیشان، منجر به تولید خواست‌ها و علایق قومیت‌مبنا و گاه تجزیه‌طلبانه می‌شوند که در نتیجه این وضعیت، همگرایی بر سر کالاهای عمومی و مشارکت اقتصادی بین‌گروهی دشوار می‌شود که با اثر منفی بر رشد اقتصادی همراه است. همچنین، مطابق این یافته‌ها، توسعه نامتوازن اقتصادی و بازتولید وضعیت مرکزپیرامون در ایران نیز، منجر به تولید ذهنیت منفی در میان اعضای اقوام حاشیه‌ای و کاهش اعتماد بین‌گروهی می‌شود. چنان‌که این جنبه‌ها از تنوع قومی، منجر به کاهش سرمایه‌گذاری، افزایش درگیری و تعارض منافع گروه‌های مختلف می‌شود که با قطبی‌تر شدن تنوع قومی، محدود شدن نشر دانش، اطلاعات و مهارت‌ها همراه است و بر رشد اقتصادی تأثیر منفی می‌گذارد.

■ مسعودی، عارف (۱۳۹۹). **جایگاه نظریه مقاومت در فرهنگ سیاسی ایران (مطالعه موردی جنبش مشروطه خواهی)**، رساله دکتری تخصصی، دانشگاه شهید بهشتی، دانشکده علوم اقتصادی و سیاسی.

ایرانیان در طول سده‌ها مقاومت در برابر خودکامگی، شیوه‌های گوناگونی را آزموده‌اند؛ شیوه‌هایی مانند ترور، قیام مسلحانه و انقلاب. اما مقارن با آشنایی روشنفکران ایرانی با اندیشه‌های نوآیین در باب اجتماع و سیاست در دوران جنبش مشروطه، درک جدیدی از مسئله و مفهوم مقاومت سرنمونی یافت که می‌توان از آن با عنوان مقاومت براساس فرایندهای قانونی یاد کرد. به دلیل اینکه بحث درباره این نوع از مقاومت تاکنون در آثار پژوهشی نهضت مشروطه ایران مغفول مانده یا تنها به اشاراتی بسنده شده است، در این نوشتار برآنیم تا با مذاقه در باب چگونگی تبیین نظری آن در سال‌های آغازین ورود ایران به دوران جدید تاریخ خود، این پرسش را مطرح کنیم که نظریه مقاومت در رساله‌های سیاسی نویسندگان عصر مشروطه ایران چه جایگاهی دارد؟ نتیجه پژوهش آن است که تحول مفهوم مقاومت از وظیفه به حق و فراهم آمدن بنیاد نظری نوآیین برای آن، نشان از رویکرد جدید به مسئله مقاومت در میان نویسندگان سیاسی این دوره از تاریخ ایران دارد. این پژوهش براساس رهیافت زمینه‌گرا و روش توصیفی و تحلیلی، با تکیه بر مطالعه اسنادی و کتابخانه‌ای متون تاریخی سازماندهی شده است.

■ عبدالله‌پور پیریداغ، زهرا (۱۳۹۹). **بررسی سیر تحول عکاسی مستند ایران بعد از انقلاب اسلامی تا سال ۱۳۹۷ از منظر جامعه‌شناسی هنر**، رسالهٔ دکتری تخصصی، دانشگاه شهید بهشتی، دانشکدهٔ علوم و فناوری زیستی.

اینکه عکاسی مستند و عکاس مستندنگار ایران تا چه حد ممکن است مواردی از این قبیل را ارائه دهند، موضوع این پژوهش است. در این پژوهش، چهل سال عکاسی مستند پس از انقلاب اسلامی و چگونگی سیر تحول آن از منظر جامعه‌شناسی هنر بررسی و با استفاده از مرور ادبیات مکتوب چاپی و الکترونیکی، اطلاعات اولیه در این خصوص گردآوری شده است. این پژوهش کیفی و با رویکرد تاریخی/اکتشافی است و داده‌های به‌دست‌آمده با استفاده از روش تحقیق تاریخی/تحلیلی، تجزیه و تحلیل شد. این پژوهش، پس از نگاهی اجمالی به سیر تحول تاریخی عکاسی مستند در ایران دوره‌های قاجار و پهلوی، سیر تحول تاریخی عکاسی مستند ایران پس از انقلاب اسلامی در پنج دورهٔ تاریخی: ۱. دوران انقلاب و جنگ؛ ۲. دورهٔ سازندگی؛ ۳. دورهٔ اصلاحات؛ ۴. دورهٔ مهرورزی یا دولت بهار؛ و ۵. دورهٔ اعتدال یا دولت امید (به علت تغییر دوره‌ای دولت‌ها و سیاست‌های قدرت حاکم و برخوردهای متفاوت با مسائل فرهنگی و هنری کشور به‌خصوص عکاسی و عکاسان مستندنگار در هر دوره، و اوضاع و احوال سیاسی و اجتماعی هر دوره) بررسی شده و عوامل و مؤلفه‌هایی که در فرازونشیب‌های عکاسی مستند ایران نقشی مؤثر و مثبت یا بازدارنده و منفی داشته‌اند، کشف، استخراج و تحلیل شده است. در چارچوب نظری تحقیق، برخی آرای دو نظریه‌پرداز در حوزهٔ جامعه‌شناسی هنر همچون گئورگ (جورج) لوکاج و آرنولد هاوزر استفاده شده است. گفتنی است که عکاسی مستند در این پژوهش، شامل عکاسی از وقایع اجتماعی (عکاسی مستند اجتماعی، عکاسی خبری و عکاسی جنگ) و عکاسی مناظر و طبیعت در ایران است و دیگر موضوعات این حوزه همچون حیات وحش، ابنیه و علمی را شامل نمی‌شود. این پژوهش فقط شامل حال عکاسان مستندنگار ایرانی است که از محدودهٔ سرزمین ایران عکاسی کرده‌اند.

■ پورکسمایی، پوریا (۱۳۹۹). **تبیین قابلیت‌های هنر اجرا در بیان مسائل اجتماعی**، رسالهٔ دکتری تخصصی، دانشگاه شاهد، دانشکدهٔ هنر.

پرفورمنس‌آرت یا نمایش اجرامحور برآمده از تحولات جهان هنر در قرن بیستم است که با تحولات اجتماعی ارتباط مستقیم دارد. پژوهش پیش‌رو، تحلیل قابلیت‌های بنیادین این شاخهٔ هنری برای بیان مسائل اجتماعی است. این پژوهش کیفی است و بر اساس اهداف بنیادی نظری و ماهیت و روش توصیفی-تحلیلی ارائه شده است. انتخاب مصادیق بر اساس روش نمونه‌گیری نظری است. داده‌ها با روش کتابخانه‌ای

و میدانی گردآوری شده و محقق از نظر منطقی جزئیات مسئله تحقیق خود را با گزاره‌های کلی مربوط به آن بررسی و نتیجه‌گیری می‌کند. در یافته‌های پژوهش، چهار مؤلفه بدن، زمان، مکان و مخاطب بر اساس نظریات ژیل دلوز تحلیل شده‌اند. در این نوع نمایش هنرمند با برهم‌زدن طبقه‌بندی حاکم بر بدن جسمانی یا اجتماعی و قراردادن بدن در آستانه‌های حداکثری و حداقلی سعی دارد تا ما را به ساختن بدنی بدون اندام فرابخواند. برخی آثار این شاخه هنری با تأکید بر زمان، مخاطب را متوجه می‌سازند تا از درک کمی زمان فراتر رفته و دیرند و شدن دائمی آن را شهود کنند. در برخی آثار، هنرمند با ایجاد فضای اشتدادی باعث آشکارشدن نهفتگی‌های مکان می‌شود. برخلاف نظر شکرن، کارکرد پرفورمنس‌آرت همچون آیین و به منظور تثبیت مفاهیم و ساختارهای اجتماعی نبوده و با به‌کارگیری مؤلفه‌هایش از جمله فراروی از سوبژکتیویته درباره مخاطب، بر بازاندیشی در وضع موجود پا می‌فشارد. رویکرد هنرمند به مؤلفه‌های تشکیل دهنده اثر در پرفورمنس‌آرت (بدن، زمان، مکان و مخاطب) دارای قابلیت‌های اساسی برای بیان مسائل اجتماعی است. این قابلیت بنیادین، هدف هنرمند در بهره‌گیری از مؤلفه‌های بررسی شده است. هدف هنرمند رهایی از امر استعلایی و ارج نهادن به نهفتگی‌های حاضر در امر واقع است، تا با ارجاع به کل گشوده در فرایند اثر، فراخوانی باشد در راستای بازاندیشی در امر واقع برساخته از سوی رژیم‌های حقیقت و نظام‌های اجتماعی برآمده از آنها، در راستای ساختن واقعیت‌های جدید.

■ خدایاریان طهرانی، فائزه (۱۳۹۹). **بررسی رابطه جامعه‌پذیری فرهنگی و اقتصاد فرهنگ در مردم شهر تهران**، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شهید بهشتی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی.

توسعه اقتصاد فرهنگ به عنوان یکی از حوزه‌های جدید در مباحث توسعه، که توانایی اثرگذاری بر توسعه اقتصادی و فرهنگی را دارد، مطرح است. برخی کشورهای کمتر توسعه‌یافته با سرمایه‌گذاری در این حوزه و گسترش و تقویت آن توانسته‌اند با تولید ارزش افزوده بالا علاوه بر ثروت‌آفرینی، با ایجاد مشاغل جدید در این حوزه بر معضل بیکاری نیز تا حدودی فائق آیند. مقایسه وضعیت اقتصاد فرهنگ ایران با پیشگامان این عرصه، بیانگر فاصله زیاد تا وضعیت مطلوب است. برای دستیابی به توسعه اقتصاد فرهنگ علاوه بر زیرساخت‌های توسعه اقتصادی به کنشگرانی توسعه‌یافته نیاز است تا در فرایند تولید و مصرف کالاها و خدمات فرهنگی فعال باشند. یکی از عوامل مهم تبیین‌کننده تغییرات اقتصاد فرهنگ در سطح خرد، جامعه‌پذیری فرهنگی اعضای جامعه است. به همین منظور، این تحقیق به بررسی رابطه جامعه‌پذیری فرهنگی و اقتصاد فرهنگ پرداخته است و رابطه فرایند درونی شدن هنجارها و ارزش‌های فرهنگی

و رعایت الگوهای کنش تولید و مصرف صورت‌های عینیت‌یافته سرمایه فرهنگی را شناسایی کرده، مزیت‌ها و کاستی‌های این رابطه را شناخته و برای آنها راه‌حل‌هایی ارائه کرده است. هدف این تحقیق، شناخت وضعیت اقتصاد فرهنگ و جامعه‌پذیری فرهنگی و رابطه آنها با هم در بین اهالی شهر تهران است. چون شهر تهران به عنوان مرکز سیاسی و توسعه‌یافته‌ترین منطقه کشور از لحاظ توسعه اقتصاد فرهنگ است، بنابراین به عنوان جامعه آماری انتخاب شده است. این تحقیق پیمایشی با رویکرد کمی و با پرسشنامه ساختاریافته ارائه شده است. نتایج نشان می‌دهد که وضعیت اقتصاد فرهنگ مردم شهر تهران بسیار ضعیف بوده و میزان مصرف کالاها و خدمات فرهنگی ۸۳/۸ درصد افراد، بسیار پایین است. تنها ۷/۳ درصد پاسخگویان، اظهار کرده‌اند که در تولید کالا و خدمات فرهنگی فعال هستند. همچنین، جامعه‌پذیری فرهنگی در اکثریت افراد ضعیف است. ۹۶/۵ درصد پاسخگویان به تعداد کم جامعه‌پذیری فرهنگی شده‌اند که ضعف عملکرد نهادهای جامعه‌پذیرکننده در درونی کردن هنجارها و ارزش‌های تولید و مصرف کالاها و خدمات فرهنگی را نشان می‌دهد. رابطه مصرف و تولید با جامعه‌پذیری فرهنگی در ابعاد و انواع مختلف مثبت، نسبتاً قوی و معنی‌دار است. همچنین نتایج نشان می‌دهد از میان نهادهای جامعه‌پذیرکننده، خانواده مهم‌ترین عامل مؤثر بر اقتصاد فرهنگ است و در کنار عوامل همسالان و آموزش متغیر اقتصاد فرهنگ را به مقدار (۰/۳۴۲) تبیین می‌کند.

■ محمدی وکیل، مینا (۱۳۹۹). تأثیر هنر اقوام بر هنر معاصر با رویکرد جامعه‌شناسی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه الزهراء.

این پژوهش با توجه به حوزه‌های گسترده‌ای که برای بررسی آثار هنر معاصر با استفاده از هویت و المان‌های فرهنگی باید تحت پوشش قرار گیرد، به بررسی این سؤالات پرداخته است که: آیا هنر معاصر ایران توان بیان ریشه‌های فرهنگی اقوام با نگاهی معاصر را داشته است؟ چه عواملی در ساخت هنر معاصر با نگاهی فرمی و فرهنگی اقوام باستانی مؤثر است؟ چه عواملی در شناخت هنرمند شرقی معاصر از خود و جامعه او مؤثر است؟ هنرمند معاصر چگونه می‌تواند ریشه‌های فرهنگی خود را با نگاهی معاصر بیان کند؟ همچنین، نگاهی اجمالی به مفاهیم مؤثر بر شالوده انسان شرقی معاصر، از جمله هویت فرهنگی و ملی، قوم و هویت قومی و رخدادهای تاریخی مانند استعمار، شرق‌شناسی، جهانی‌شدن و همچنین آرای یونگ داشته و تأثیر آنها را بر هویت جامعه ایرانی بررسی کرده است. در پی بازگشت هنرمندان دانش‌آموخته از غرب سیر طبیعی الهام هنرمند از زیست‌بوم و فرهنگ خود دچار تحول شد. شکل‌گیری جنبش سقاخانه که ترکیبی از دانش هنری روز دنیا با بخشی

از آلمان‌های فرهنگ ایرانی بود حاصل این دگرگونی است. چون در اغلب این آثار از آلمان‌های هنر اقوام باستانی ایران استفاده شده است، به چگونگی شکل‌گیری و بررسی سیر تطور آنها پرداخته شده و روند شکل‌پذیری صورت از معنا را، که در هنر آن اقوام اساس و پایه است با هنر معاصر تطبیق داده شده است. در این مسیر، از نظریات جامعه‌شناسانی چون فرانز بواس، لویی اشترواس و لوسین گلدمن در خصوص اهمیت روایت در شناخت اقوام بهره برده و آثار هنرمندان معاصر و علل گسست از ریشه‌های فرهنگی را در این بستر بازبینی شده است. از نظریات هگل در خصوص بازتاب روح جمعی در آفرینش هنر و نگاه متأثر از «اندیشه مرگ» هایدگر و آنچه او آسیب فناوری به روند خلق هنر می‌نامد، استفاده و از رونق نقد جداافتادگی آرنولد گینسبرگ به آثار برخی هنرمندان ایرانی شده است. این تحقیق به روش توصیفی-تطبیقی است و در نتیجه با بررسی عوامل مؤثر در این روند و با توجه به نظریات ارائه شده و آثاری که بازبینی شده‌اند نتیجه می‌گیریم تلاش این هنرمندان آنچنان‌که باید به بار ننشسته و در خلق معنا عقیم مانده است.

■ الماسی‌زند، علی (۱۳۹۹). **نسبت هنر و ایدئولوژی در نظر والتر بنیامین**، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبایی، دانشکده ادبیات فارسی و زبان‌های خارجی.

والتر بنیامین، فیلسوف، زیبایی‌شناس و مترجم آلمانی قرن بیستم که خود را یک مارکسیست انقلابی می‌دانست، در جای‌جای آثارش عبارات و مفاهیم ضد و نقیضی دربارهٔ مناسبت هنر و ایدئولوژی مطرح کرده است؛ به این ترتیب که او گهگاه از هنر مستقل و حتی هنر برای هنر حمایت کرده و نگرانی‌های زیبایی‌شناختی را مطرح می‌کند و با تأکید بر آرمان حزب و اهداف انقلابی، هنر غیرمتعهد را تحقیر کرده و تلویحاً از هنر ایدئولوژیک دم می‌زند. در این پژوهش، ابتدا با اشاره به تعاریف مختلف ایدئولوژی، امکان وجود تعریفی خاص از این مقوله از دیدگاه بنیامین بررسی شده است، سپس با مطرح کردن مفاهیمی ویژه در مناسبت با امور انسانی و انضمامی، به بررسی و معرفی برخی مفاهیم ضد ایدئولوژی پرداخته شده و در ادامه توضیح می‌دهیم که چگونه این مفاهیم ضد ایدئولوژی در نوشته‌های بنیامین مندرج‌اند و به چه شکل او توأمان به رد و تأیید دیالکتیکی امور متضاد می‌پردازد؛ این همان عرصهٔ مناسبت امر رادیکال و هرمنوتیک، و امر متافیزیکی و دیالوگ است که در آن تعریف خاص و خنثی او از ایدئولوژی رخ می‌نماید و همان جاست که مناسبت هنر و ایدئولوژی نزد بنیامین مشخص می‌شود.

■ **فاضل، عباسعلی (۱۳۹۹). بررسی و ارزیابی نقاشی قهوه‌خانه‌ای به مثابه هنر دینی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه ادیان و مذاهب، دانشکده ادیان.**

نقاشی قهوه‌خانه‌ای بازتابی اصیل و صادقانه از هنر هنرمندان بی‌نشان ایرانی است که با حفظ ارزش، هنر، مذهب و سنت در ایران دوره قاجار پا به عرصه وجود گذاشت. این نوع نقاشی که به نقاشی خیالی‌نگاری و عامیانه نیز شناخته می‌شود، به این دلیل که سفارش‌دهندگان آن قهوه‌چی‌ها بودند و کاربرد آن بیشتر در قهوه‌خانه نمود داشت، به نقاشی قهوه‌خانه‌ای مشهور شد. پیشینه این نقاشی که به اواخر دوره زندیه و اوایل دوره قاجار بازمی‌گردد، ریشه در زمینه‌های اجتماعی، ادبیات ملی و مذهبی و نقاشی‌های قدیم ایران دارد و دارای خصوصیات و نمادهای منحصر به خود است. نقاشی قهوه‌خانه‌ای به دو موضوع حماسی و مذهبی می‌پردازد و نقش مذهب در آن پررنگ می‌نماید. پرسشی که در اینجا مطرح می‌شود این است که اساساً سنج و معیار در دینی‌شمردن علوم و امور مختلف چیست؟ آیا امکان دینی‌شدن هنر وجود دارد و آیا تنها پرداختن یک هنر به موضوعات مذهبی موجب شمردن آن هنر در سلسله هنرهای دینی می‌شود؟ پرداختن به این موضوع از آن رو اهمیت دارد که هرکدام از سنت‌گرایان، فقها و عرفا در این باب نظریاتی ابراز کرده‌اند و ملاک و معیار متفاوتی برای دینی‌شدن یک هنر ارائه کرده‌اند. نزدیک بودن این سنج‌ها و نبود معیار برای داوری بین این سه نحله ضرورت بحث از این مسئله را دوچندان می‌کند. این نوشتار با رصد اندیشه‌های مختلف و گاهی متضاد که در این عرصه ارائه شده است و نقد و بررسی آن، ابتدا نقاشی قهوه‌خانه‌ای و خصوصیات و زمینه‌های شکل‌گیری آن را تشریح می‌کند و در ادامه به بیان رابطه بین علم و دین پرداخته و از این رهگذر ملاک و سنج‌های برای دینی‌شدن یک هنر ارائه می‌دهد. در نهایت، با بیان اندیشه‌های عرفا و فقها و سنت‌گرایان به امکان سنجی دینی‌شدن یک هنر پرداخته است.

■ **بهرام‌اصل، مهیار (۱۳۹۹). بررسی جایگاه هنر عمومی با تأکید بر نقش هنرمندکنشگر شهری در هنر معاصر، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه هنر تهران، دانشکده هنرهای تجسمی.**

هنرمندان می‌توانند به عنوان کنشگرانی در فضای اجتماعی، نقش‌های متعددی را برعهده گیرند. هنر شهری باعث می‌شود فاصله هنر و جامعه کمتر شود. لانس لسینگ در کتاب ریمیکس، به مفهوم و فرهنگ ریمیکس می‌پردازد با این موضوع که مردم چگونه محصولات فرهنگی را وارد زندگی خود می‌کنند و با ویرایش و ترکیب چیزهای جدید تا حدودی تفسیر شخصی خود را به وجود می‌آورند. لسینگ دو فرهنگ را تشریح می‌کند: فرهنگ خواندن و فرهنگ خواندن و نوشتن. فرهنگ خواندن، فرهنگی است

که از طریق عمل مصرف تجربه می‌شود و مصرف در آن کم‌وبیش منفعلانه است. اما در فرهنگ خواندن، نوشتن، رابطه‌ای دوطرفه بین تولیدکننده و مصرف‌کننده وجود دارد و همچنین با پرورش خلاقیت برای تولید و تأثیر بر فرهنگ، بازتولید و تولید مداوم و به این ترتیب فرهنگ غنی‌تر و فراگیرتر می‌شود. از این نظر، فضای عمومی و شهری مناسب فرهنگ خواندن نوشتن است زیرا فضای عمومی آزاد است برای افزودن، تغییر و تعامل با فرهنگ خود؛ صادق است و از فردی به فرد دیگر اشتراک گذاشته می‌شود. در این پژوهش، شناسایی ویژگی‌های کنشگرانه هنرمندان معاصر و نقش اجتماعی آنها مد نظر بوده است و در آن به بررسی نقش آثار هنرمندان کنشگر و شهری پرداخته شده که هنرمندان عمدتاً آمریکایی نقشی پیشرو داشته‌اند. به این ترتیب، پس از تحلیل و بررسی نظری رابطه هنر و جامعه در دوره معاصر، و بهره‌گیری از دیدگاه‌های نظریه‌پردازانی چون رانسیر، به شیوه‌های ایده‌پردازی، فرایندهای خلق هنری و روش‌های اجرا در میان جریان‌های هنری کنشگر در چند دهه اخیر، مانند آثار فمینیستی میس می، دختران چریک یا جنبش معترض سیاسی آکت آپ و هنر رنگین‌پوست چیکانو پرداخته شده است. با نگاهی به هنر فمینیست‌ها، اقلیت‌های جنسی، سیاهان و نگرش‌های ضدسرمایه‌داری و ضدجنگ که در زمره مهم‌ترین پیوندهای اجتماعی هنر و جامعه قرار می‌گیرند تلاش شده است تا جایگاه هنر اجتماعی شهری در بستر فرهنگ معاصر غرب معین شود. در این میان به آثار تصویری کنشگرانه هنرمندان در چند دهه اخیر پرداخته شده است. به این دلیل که از این شیوه‌های کنشگری در عرصه شهری در ایران زمان زیادی نمی‌گذرد، بخش محدودی از این پژوهش نیز به تاریخ هنر شهری در ایران و آثار خیابانی اختصاص یافته است.

■ اصغری، نوشین (۱۳۹۹). **خشونت فرهنگ: پژوهشی درباره ازدواج اجباری در مراغه**، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تبریز، دانشکده حقوق و علوم اجتماعی. در تمامی نظام‌های فرهنگی و حقوقی دنیا، موافقت طرفین در ازدواج، عامل مهم موفقیت استحکام نهاد خانواده و پایداری عقد نکاح است. با این همه، هنوز در بسیاری از جوامع بشری ازدواج‌های اجباری در صورت‌های مختلف آن چون ازدواج ربایشی، یغمایی، وراثتی، خرید همسر، سیاسی و مبادله‌ای نمود دارد. در این قسم ازدواج‌ها، رضایت و اراده زوجین نادیده انگاشته می‌شود. در پژوهش حاضر، این موضوع به شیوه‌گراند تئوری در شهر مراغه بررسی شده است. چون روش تحقیق کیفی است، بنابراین ابزار تحقیق مشاهده و در صورت امکان مشارکت در زندگی جامعه مورد مطالعه، مصاحبه (گپ‌زدن و درد دل کردن)، بررسی ویژگی‌ها، شرایط حاکم بر این ازدواج‌ها و تهیه گزارش بوده است. میدان مطالعه این تحقیق نیز شامل نوزده زن و یک مرد است که

شناسایی و نمونه‌گیری هدفمند شده‌اند. با همه این افراد مصاحبه‌ای عمیق شده است. بر اساس یافته‌های تحقیق حاضر، ازدواج اجباری تأثیر متفاوتی روی مردان و زنان دارد. این نوع ازدواج دلایل متعدد فردی، خانوادگی و اجتماعی داشته و آسیب‌های متعدد جسمی، روانی و خانوادگی را در پی دارد. برای مقابله با این پدیده منفی علاوه بر اجرای راهکارهای مؤثر آموزشی و فرهنگی لازم است که نظام حقوقی کارآمدی نیز تدوین و اجرا شود.

■ اسمعیل‌زاده عذیبکی، آیناز (۱۳۹۹). **حیات فرهنگی (طراحی خانه فرهنگ و هنر از منظر منطقه‌گرایی در مشهد)**، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه بین‌المللی امام‌رضا علیه‌السلام، دانشکده هنر و معماری اسلامی.

امروزه فرهنگ و هنر مقوله‌هایی مهم و جدایی‌ناپذیر از زندگی بشر محسوب می‌شوند. در چنین شرایطی، وجود مراکزی برای ارائه آنها در شهر و اجتماع بشری امری ضروری و اجتناب‌ناپذیر است. خانه فرهنگ و هنر مکانی است که در آن امکان ارتباط برقرار کردن با فرهنگ، تمدن و هنر قدیم و جدید میسر می‌گردد که فرهنگ یک ملت با گذر زمان در معماری آن جامعه نمایان می‌شود. این پژوهش در صدد است در طراحی خانه فرهنگ و هنر از منظر منطقه‌گرایی در بازنمود فرهنگ و ارتقای سطح فرهنگی جامعه گام بردارد. به همین منظور، بر مبنای مطالعات اسنادی، متون، منابع و تجربیات عملی و نظری صورت گرفته و در زمینه موضوع و رویکرد پژوهش، به توصیف اطلاعات و نظریات به دست آمده درباره موضوع تحقیق، بر مبنای روش تحقیق توصیفی تحلیلی پرداخته و با شناسایی مؤلفه‌های فرهنگی هنری مشهد و تأکید بر حضور مؤلفه‌های تأثیرگذار در غنی‌سازی اوقات فراغت جوانان و همچنین پس از شناسایی اصول و عوامل منطقه‌گرایی در طراحی محیط کالبدی خانه فرهنگ و هنر بهره گرفته شده است. در نتایج این پژوهش به منظور ادامه حیات فرهنگی به راهکارهایی برای بهبود وضعیت ساختاری و فرهنگی فرهنگسراهای شهر مشهد و پویایی اجتماعی و امکان‌دهی حضور در عرصه‌های جمعی اشاره خواهد شد.

■ کریمیان، عباس (۱۳۹۹). **روش‌های تقویت خداپاوری در کودکان از طریق رسانه ملی**، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران، دانشکده دین و رسانه.

هدف این پژوهش رسیدن به راهکارها و روش‌هایی برای بهره‌گیری از رسانه ملی به منظور تربیت توحیدی کودک ۴-۷ ساله و تقویت باور به خدا در اوست. در این پژوهش، داده‌ها از طریق روش اسنادی و مصاحبه نیم ساختاریافته از کارشناسان مربوطه گردآوری

شده و سپس از طریق روش تحلیل تم، بررسی و نتایج در قالب ده راهکار اصلی کدبندی و ارائه شده‌اند. یافته‌های تحقیق بیانگر این است که برای تقویت خداباوری در کودک ۴ تا ۷ ساله می‌توان سه دسته کلی از راهکارهای شناختی، احساسی عاطفی و رفتاری را برشمرد. ذیل هر دسته کلی نیز چند راهکار اصلی وجود دارد که در این پژوهش تعداد آنها به ده رسیده است. راهکارهایی نظیر عینی‌سازی مفهوم خدا، الگوسازی، تلقین انگاره‌ها و نمادسازی ناظر ذیل دسته شناختی قرار دارند. ایجاد جاذبه‌ها، ازبین بردن عوامل دافعه خداباوری و استفاده از الگوهای روابط انسانی عاطفی نیز از راهکارهای اصلی هستند که بعد احساسی کودک را در نظر می‌گیرند. این درحالی است که رسانه با قراردادن کودک در فضاهای معنوی و روح‌بخش، استفاده از الگوهای رفتار ساز و تمرین عملی مناسب ساده دینی بعد رفتاری را تقویت می‌کند. نتیجه مطالعات در این پژوهش نشان می‌دهد رسانه ملی از ظرفیت بالایی برای به فعلیت رساندن مفهوم فطری توحید و کودک و نیز آموزش پذیری باور به خدا برخوردار است. رسانه با استفاده از راهکارهای ارائه شده می‌تواند با نفوذ موازی در سه لایه شناختی، عاطفی و رفتاری کودک ۴-۷ ساله، استعدادهای فطری او را در این زمینه تقویت کند.

■ قانع عزآبادی، محیا (۱۳۹۹). **بررسی تأثیر رسانه‌های اجتماعی در توسعه گردشگری مذهبی شهر یزد**، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علم و هنر یزد، دانشکده علوم انسانی.

یکی از مهم‌ترین موضوعات صنعت گردشگری این است که چگونه می‌توان گردشگران بیشتری را به مقصدی خاص جذب کرد و موجب توسعه آن شد. از دیدگاه مدیریتی، بازدید مجدد و تبلیغات دهان‌به‌دهان گردشگران عنصرهایی از توسعه گردشگری هستند و برای بهبود آنها، باید رویکردی مثبت اتخاذ شود. یکی از رویکردهای مؤثر، استفاده از فناوری‌های جدید اطلاعاتی و ارتباطاتی مانند رسانه‌های اجتماعی است. از این رو، هدف پژوهش، بررسی تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر توسعه گردشگری مذهبی شهر یزد است. پژوهش حاضر با توجه به هدف، کاربردی و با توجه به نحوه گردآوری داده‌ها از نوع تحقیقات توصیفی همبستگی است. جامعه آماری پژوهش دربرگیرنده تمام گردشگران داخلی است که در مراحل سفر مذهبی خود به یزد از رسانه‌های اجتماعی استفاده کردند و از بین آنها تعداد ۱۲۵ نفر بر اساس روش نمونه‌گیری در دسترس به عنوان نمونه انتخاب شدند. نمونه مورد مطالعه مقیاس‌های رسانه‌های اجتماعی (آگاهی‌دهنده بودن، تعاملی بودن و سرگرم‌کنندگی) و توسعه گردشگری (تبلیغات دهان‌به‌دهان الکترونیک و بازدید مجدد) را تکمیل کردند. داده‌ها با استفاده از نرم‌افزارهای SPSS و Lisrel و با روش‌های آماری ضریب همبستگی پیرسونو الگوسازی

معادلات ساختاری تحلیل شدند. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد رسانه‌های اجتماعی، تأثیر مستقیم و معناداری بر توسعه گردشگری مذهبی شهر یزد از لحاظ تبلیغات دهان‌به‌دهان الکترونیک و بازدید مجدد از صفحات رسانه‌های اجتماعی شهر یزد دارند؛ بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که گسترش گردشگری مذهبی در شهر یزد به استفاده عرضه‌کنندگان خدمات گردشگری و مهمان‌نوازی شهر یزد از فناوری‌های جدید اطلاعاتی بستگی دارد.

■ آقامحمدی ورنوسفادرازی، فریبا (۱۳۹۹). **بررسی پدیدارشناختی دیدگاه زنان متقاضی طلاق نسبت به تأثیر رسانه بر طلاق**، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، مؤسسه آموزش عالی فیض‌الاسلام، دانشکده علوم انسانی.

هدف این پژوهش، بررسی پدیدارشناختی دیدگاه زنان متقاضی طلاق در مقایسه با تأثیر رسانه بر طلاق بود. جامعه آماری این پژوهش، زنان متقاضی طلاق مراجعه‌کننده به دادگستری شهر اصفهان در سال ۱۳۹۹ است. روش نمونه‌گیری آن، هدفمند و بر اساس ملاک‌های ورود و خروج بود. بر اساس نظریه اشباع نظری در پژوهش‌های کیفی، ۶۳ مورد نمونه‌گیری شد. ابزار پژوهش عبارت بود از مصاحبه‌ای نیمه‌ساختاریافته که بر اساس اهداف پژوهش، توسط پژوهشگر ساخته شد. روایی محتوایی این مقیاس از طریق نظرسنجی از ۱۰ متخصص در حوزه خانواده و زوج‌درمانی مورد بررسی قرار گرفت. روش تجزیه و تحلیل داده‌ها، روش تحلیل محتوای کیفی با رویکرد کلایزی بود. به‌طور کلی، نتایج نشان داد که از دیدگاه زنان متقاضی طلاق، رسانه داخلی به عنوان تقبیح‌کننده پدیده طلاق، پنج مقوله اصلی از جنبه‌های منفی طلاق به خصوص بی‌سرپناهی زنان پس از طلاق را بیشتر از مقوله‌های دیگر نمایش می‌دهد. همچنین، از دیدگاه زنان شرکت‌کننده در این پژوهش، رسانه خارجی به عنوان تشویق‌کننده پدیده طلاق، رهایی از مشکلات زندگی زناشویی پس از طلاق و آزادی و استقلال زنان پس از طلاق را بیشتر از مقوله‌های دیگر نمایش می‌دهد. در مورد نمایش جنبه‌های منفی طلاق در رسانه خارجی و جنبه‌های مثبت طلاق در رسانه داخلی نیز یافته‌هایی حاصل شد. در نهایت، جمع‌بندی یافته‌ها نشان می‌دهد که رسانه داخلی رویکردی بر اساس حفظ نظام خانواده و رسانه‌های خارجی رویکردی مبنی بر عادی‌سازی طلاق دارند.

## تازه‌های کتاب

• سماء کشاورز دیزجینی

و مؤنث بودن، در هیچ موجودیت خاص یا نظامی از موجودیت‌ها - اندامواره‌ها، دستگاه‌های تناسلی؛ هورمون‌ها، و ژن‌ها - تثبیت نشده است، بلکه به عنوان دو شیوه متفاوت نسبت برقرارکردن با ابژه‌ها؛ عمل کردن بر آنها و متأثرشدن از آنها بر ساخته شده است.



• به سوی پدیدارشناسی تمایز جنسی، هوسرل، مرلو-پوتنی، بووار، نویسنده: سارا هایناما، ترجمه: حمید ملک‌زاده، نشر گام نو، چاپ اول ۱۴۰۰، شابک: ۹۷۸۹۶۴۶۹۱۷۷۷۴، قیمت ۵۸۰۰۰ تومان. نویسنده در این کتاب، با تکیه بر پدیدارشناسی استعلایی ادموند هوسرل و رهیافت‌های فیلسوفانی همچون سارتر، مرلوپوتنی و سیمون دو بووار از بدنمندی استدلال می‌کند که تمایز جنسی نه تنها باید به عنوان اختلافی بیولوژیک یا اندامی، بلکه به طور بنیادین تری به صورت اسلوبی متفاوت میان دو حالت از روی آوری بدنی فهمیده شود. به این ترتیب، مذکوربودن

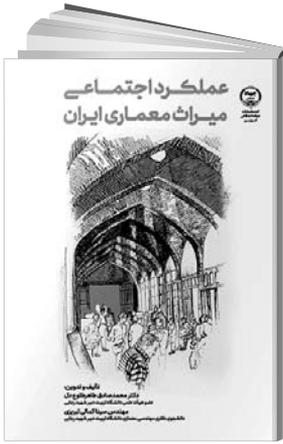


• مواجهه فمینیسم با تکنولوژی، نویسنده: جودی وایسمن، ترجمه: نوشین شاهنده، نشر کرگدن، چاپ اول ۱۳۹۹، شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۶۴۲۰-۴۸-۸، قیمت: ۵۵۰۰۰ تومان. آیا فناوری به لحاظ جنسیتی بی‌طرف است، یا ذاتاً دارای سوگیری‌های

فصلنامه

نمایه  
پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰



### ● عملکرد اجتماعی میراث معماری

ایران، نویسندگان: سینا کمالی تبریزی و محمدصادق طاهرطلوع دل، نشر جهاد دانشگاهی قزوین، چاپ اول ۱۳۹۹، شابک: ۹۷۸۶۲۲۶۶۴۷۰۶۴۹، قیمت ۶۰۰۰۰ تومان.

معماری ایران دارای ویژگی‌هایی است که در مقایسه با معماری کشورهای دیگر، از ارزشی ویژه برخوردار است. هزاران محوطه، بنا و مجموعه‌های تاریخی اصیل و بی‌نظیر، یادگارهای گران‌قدر تمدن و فرهنگ غنی ایران است که نشان‌دهنده هنرهای سنتی با ریشه‌های چندهزارساله در تاریخ و فرهنگ ماست؛ بنابراین، بررسی عملکرد میراث معماری ایران به منظور الگوگیری و آموزه‌یابی از این میراث ارزشمند، ضروری است. هدف تألیف این کتاب آشنایی با عملکردهای فرهنگی میراث ایران است.

جنسیتی است؟ آیا فناوری برساخته‌ای مردانه است؟ آیا در عصر فناوری که همه چیز متحول شده، روابط و مناسبات جنسیتی نیز تغییر کرده است؟ بسیاری از فمینیست‌ها انحصار مردانه در فناوری را منبع مهم قدرت مردان، و ضعف مهارت‌های فناورانه زنان را عاملی مهم در وابستگی زنان دانسته‌اند. این کتاب کوششی است در راه ارائه رویکردی منسجم برای تحلیل روابط متقابل جنسیت و فناوری. جودی وایسمن می‌کوشد تحلیل فمینیستی تازه‌ای عرضه کند؛ تحلیلی که در آن از یک سو با تعین‌گرایی فناورانه مخالفت می‌شود و از سوی دیگر این آموزه که استفاده انسان‌ها از فناوری است که اثرات مفید و مخرب آن را مشخص می‌کند، به چالش کشیده می‌شود. پیشنهاد او دفاع از رویکرد «شکل‌گیری اجتماعی» است که طبق آن، فناوری همواره شکلی از معرفت، نوعی شیوه عمل و محصولی اجتماعی است. در نتیجه، فناوری محصول تعارض‌ها و مصالحه‌هاست و تبعات آن تا حد زیادی به توزیع قدرت و منابع میان گروه‌های مختلف جامعه وابسته است. فصول مختلف کتاب به بررسی فناوری‌هایی در زمینه کار دستمزدی، تولیدمثل، خانه‌داری، طراحی شهری و حمل‌ونقل اختصاص دارد و در هر فصل نقش مناسبات جنسیتی در شکل‌گیری و توسعه فناوری و نیز نقش آن در حفظ یا تغییر این مناسبات به بحث گذاشته می‌شود.

فصلنامه

نمایه  
پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

● **مطالعات اجتماعی مرگ**، نویسنده:  
هاجر قربانی، نشر انسان‌شناسی، چاپ  
اول ۱۳۹۹، شابک: ۹۷۸۶۲۲۹۷۸۰۹۱۶،  
قیمت: ۱۱۳۰۰۰ تومان.



● **جامعه‌شناسی جنگ و خشونت**،  
نویسنده: سینا باستانی، نشر پژوهشگاه فرهنگ،  
هنر و ارتباطات، چاپ اول ۱۴۰۰، قیمت:  
۵۳۰۰۰ تومان.

این کتاب به موضوعاتی چون جنگ پیش از مدرنیته، جنگ در عصر مدرن، ملی‌گرایی و جنگ، تبلیغات جنگ، همبستگی در میدان نبرد، جنگ و قشربندی اجتماعی، جنسیت و خشونت سازمان‌یافته و بحث جنگ‌های جدید، پرداخته است. این کتاب، اهمیت استفاده از ابزارهای جامعه‌شناختی را برای فهم سرشت متغیر جنگ و خشونت سازمان‌یافته نشان می‌دهد. نگارنده کتاب از تأثیر تاریخی و کنونی‌ای که اجبار و جنگ بر دگرگونی حیات اجتماعی داشته است و برعکس، تحلیل‌هایی به دست می‌دهد. نویسنده این کتاب معتقد

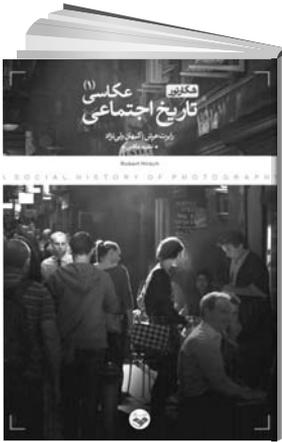


این کتاب جستارهایی در باب مرگ در فرهنگ و جامعه ایرانی به قلم جمعی از نویسندگان، به کوشش هاجر قربانی، پژوهشگر حوزه مطالعات مرگ است که با حمایت سازمان بهشت‌زهای تهران و نشر انسان‌شناسی منتشر شده است. این کتاب تلاش داشته است تا در نقطه صفر «مرگ؛ مطالعه‌ای میان‌رشته‌ای» بایستاد، نویسندگان و پژوهشگران را به چالش بکشاند و از همین‌رو، رویکردها و اندیشه‌های متعددی را به علاقه‌مندان و پژوهشگران «مرگ‌پژوهی» معرفی کند. این کتاب ۶ فصل دارد: تاریخ اجتماعی مرگ، تحولات معنایی مرگ، پزشکی‌شدن مرگ، مرگ مقدس، بازنمایی مرگ در هنر و ادبیات و کلان‌گورستانی در ایران.

فصلنامه

**نمایه پژوهش**

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰



● تاریخ اجتماعی عکاسی (شکارنور)،

جلد ۲ (و ۱)، نویسنده: رابرت هرش، مترجم: کیهان ولی‌نژاد، نشر کتاب پرگار، چاپ اول ۱۳۹۹، شابک: ۹۷۸۶۲۲۶۶۲۴۰۷۷، قیمت: ۲۱۰۰۰۰ تومان.

تاریخ اجتماعی عکاسی، درآمدی بسیار دقیق و قابل فهم در مورد هنرهای عکاسانه ارائه می‌دارد. این کتاب از چگونگی قرارگیری عکاسی در بستر نیروهای هنری، فرهنگی، علمی، فنی، و کاربردی سخن می‌گوید. انواع موضوعات جدید، از فتوبوت‌ها گرفته تا تأثیرات اینترنت، با تأمل و تعمق فراوان بررسی قرار شده‌اند.

موضوعات دیگری چون تن، چشم‌انداز، چهره‌نگاره، مفاهیم زمان و فضا، تیپ‌نگاری‌ها و زندگی شهری، زمینه‌های لازم را برای کسب فهم جامع‌تری از نحوه بازی عکاسی با تصاویر فرهنگی فراهم می‌آورند.

است، جنگ و خشونت در شکل‌گیری مدرنیته مؤلفه‌هایی تعیین‌کننده بوده‌اند اما بیشتر تحلیل‌ها به مطالعه خاستگاه‌های حیات اجتماعی معاصر، پرداخته‌اند.

به همین دلیل در این کتاب و در مقابل این تحلیل‌ها، مطالعه خشونت سازمان‌یافته را کانون توجه خود قرار می‌دهد و به همین منظور، تحلیل جامعه‌شناختی فراگیری به دست می‌دهد که نظریه‌های کلاسیک و معاصر را با بافت‌های تاریخی و جغرافیایی خاص پیوند می‌زند. در پشت جلد این کتاب آمده: «جنگ، شکلی بس پیچیده و پویا از تضاد اجتماعی است. این کتاب، اهمیت کاربست ابزارهای جامعه‌شناختی برای فهم سرشت روبه تغییر جنگ و خشونت سازمان‌یافته را نشان می‌دهد. نویسنده، تحلیلی اصیل از تأثیرات تاریخی اجبار و جنگ بر دگرگونی حیات اجتماعی و بالعکس به دست داده است. گرچه جنگ و خشونت در شکل‌گیری مدرنیته نقشی سرنوشت‌ساز داشتند، اما بیشتر تحلیل‌ها از مطالعه جامعه‌شناختی خاستگاه‌های خونین حیات اجتماعی معاصر طفره می‌روند.

در مقابل، این کتاب، با به‌دست‌دادن تحلیلی جامعه‌شناختی که نظریه‌های کلاسیک و معاصر را با بافت‌های تاریخی و جغرافیایی پیوند می‌زند، این کار خطیر و بزرگ را به انجام رسانده است.»

فصلنامه

نمایه پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

و سیاست عاطفه‌ورزی را متحول کرده و نگاه، ماهیت و کم و کیف متفاوتی به این دسته از تجارب ما بخشیده است. این کتاب، تلاشی برای کالبدشکافی از حیات عاطفی ایرانیان در شبکه‌های اجتماعی و فهم تجربه دیجیتالی شدن آنها با منظر مطالعات فرهنگی است. عواطف، نیروی محرك جامعه و اساس نظم اجتماعی آن هستند و فهم منطق شکل‌گیری، بازنمایی، معناسازی و گفت‌وگو درباره آنها دریچه‌ای استثنایی به فهم فرهنگ ایرانی، به‌ویژه گونه عامه‌پسندان، می‌گشاید.



● زیست مجازی در ایران (عواطف و خرده فرهنگ‌ها در شبکه‌های اجتماعی)، نویسنده: محمدسعید دکایی و سیمین ویسی، نشر آگاه، چاپ اول ۱۳۹۹، شابک: ۹۷۸۹۶۴۰۴۱۶۴۴۲۲، قیمت ۱۰۰۰۰۰ تومان.

فضای مجازی ظرفیت‌های تازه‌ای برای ابرازگری و عاطفه‌ورزی پیش روی انسان معاصر قرار داده است. ما خشم، نفرت، شادی، اندوه، غرور، امید، ترس و استیصال خود را در این فضا به اشتراک می‌گذاریم، درباره آن گفت‌وگو می‌کنیم و به قضاوت، روشنگری و استدلال می‌پردازیم. فضای مجازی زیست عاطفی ما را دگرگون کرده است. ما خواسته و ناخواسته، کمتر یا بیشتر و فعالانه یا منفعلانه پاسخ‌گویی حجم عظیمی از غلیان‌های عاطفی خویش و دیگران در این فضا هستیم. به یمن شبکه‌های اجتماعی، گفتمان‌های عاطفه‌نوع، پیچیدگی و ابعاد متفاوتی یافته است. فضا و فناوری‌های مجازی جغرافیا، اقتصاد



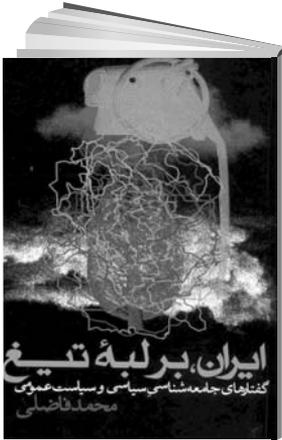
● از فرنگ‌شناسی تا غرب‌نگاری: مطالعه‌ای در تاریخ سینمای ایران، نویسنده: محمد سروی زرگر، نشر پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، چاپ اول ۱۴۰۰، قیمت: ۳۲۰۰۰ تومان. این کتاب، در راستای اندیشیدن به «غرب‌شناسی» به عنوان «دانشی جمعی» در ایران معاصر، بر ضرورت اتخاذ رویکردی تاریخی در مطالعه غرب‌شناسی در ایران

فصلنامه

نمایه پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

است و «مقصد» را در کنار «مبدأ» قرار داده است؛ به‌گونه‌ای که این دو نه در مقابل هم، بلکه همراه هم فهم می‌شوند.



● **ایران برلبه تیغ: گفتارهای جامعه‌شناسی سیاسی و سیاست عمومی**، نویسنده محمد فاضلی، انتشارات روزنه، چاپ اول ۱۴۰۰، شابک: ۰-۳۹۱-۲۳۴-۶۲۲-۹۷۸، قیمت ۸۴۵۰۰ تومان.

آینده ایران چه می‌شود؟ پاسخ به این سؤال دشوار است زیرا زندگی روزمره هر شهروندی به آن گره خورده است. این کتاب شرح شماری از مهم‌ترین مسائلی است که پیش روی ایرانیان و دولتمردان آن قرار دارد. برخی از مسائلی که بدخیم شده‌اند، محصول وضعیت نهادها و کیفیت حکمرانی هستند و برای دست‌یافتن به کیفیت زندگی بهتر باید آنها را تعدیل و اصلاح کرد. کتاب دربارهٔ واکنش نامناسب حکمرانان در برابر مسائل پیش روی ایران هشدار می‌دهد و مدعی است «ما نسلی هستیم که بر لبه تیغ راه می‌رویم».

تأکید می‌کند و معتقد است سینما به دلیل حضور تاریخی طولانی‌مدت در تاریخ معاصر ایران، پیچیدگی‌های رابطه میان سازوکارهای تولید و توزیع آن و همچنین امکان‌های متکثری که بازنمایی‌های بصری برای خوانش فراهم می‌آورد، محملی مهم برای پرداختن به مفاهیم و ایده‌ها در تاریخ معاصر ایران است. در این مطالعه هدف اصلی، فهم شرایط و امکان‌های شکل‌گیری راهبردهای متفاوت بازنمایی غرب در سینمای ایران است که نویسنده این مهم را با تمرکز بر سوژه‌های ساخته‌شده در این فرایند و مقولات موضوعی یا مضمونی مرتبط با این سوژه‌ها پیش می‌برد. استخراج این سوژه‌ها، از دل نوعی تحلیل مضمونی از بازنمایی غرب در سینمای ایران حاصل شده است که در مرحله نخست، ابتدا آن دسته از آثاری که در آنها مضمونی مرتبط با غرب یا شخصیت‌های غربی مطرح شده است، بررسی شده‌اند و سپس، در قالب روایتی تاریخی به ارائه تطورات تاریخی سوژه‌های برساخته‌شده در سینمای ایران از خود و دیگری، پرداخته شده است. این پژوهش، بر این ایده تأکید می‌کند که پرسش از بازنمایی «دیگری»، هم‌زمان، پرسش از بازنمایی «خود» است، اما الزاماً این امر به معنای برساخت دوگانه «خود» در برابر «دیگری» نیست. به عبارت دیگر، این اثر یادآور می‌شود که به‌جای افتادن در دام کلیشه رایج «خود» در برابر «دیگری»، بر فهم نسبت میان این دو متمرکز شده

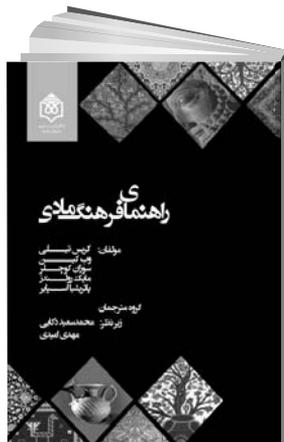
فصلنامه

**نمایه پژوهش**

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

باشد؛ در این مقال یک تعهد بنیادین در کاراست؛ تعهد به تاریخ‌اندیشی و البته گذار از تاریخ‌زده‌گی و اکنون‌خواهی دروغین. مراد از پندار آنچنان‌که نقش بر عنوان این مجموعه جستار بسته، منظومه‌انگاره‌های این مای هم‌سرنوشت جهان‌آسا دربارهٔ روال تجدد و عواقب نامرادی آن سیر شگرف برزیست‌زمان حاضر است. دورانی که دیگر نمی‌توان سرنوشت سوژه‌های انسانی را به دلیل محکم «تاریخ هم‌بستهٔ زمان حال» از یکدیگر تفکیک کرد.

محمد فاضلی در کتاب ایران بر لبهٔ تیغ معتقد است در گذشته زیرساخت‌های بسیار فراهم شده و فرصت‌هایی از دست رفته است. اما هنوز فرصت هست برای کنشگری حاکمان، ارتقای کیفیت حکومت و گذار سلامت از روی لبهٔ تیغی که روی آن قرار داریم. کتاب آشکارا از رویکرد نهادگرا به سیاست و تحلیل اجتماعی، ضرورت اصلاحات نهادی و ارتقای ظرفیت و توانمندسازی حکومت دفاع می‌کند.



● **راهنمای فرهنگ مادی**، نویسنده: کریس تیلی، وب کین، سوزان کوچلر، مایک رولندز، پاتریشیا اسپایر، ترجمهٔ گروهی از مترجمان زیر نظر محمدسعید ذکایی و مهدی امیدی، نشر پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، چاپ اول ۱۴۰۰، قیمت: ۲۰۰،۰۰۰ تومان.

● **گذشتهٔ یک پندار**، نویسنده: امیرحسین ابراهیم، نشر کلاغ، چاپ اول ۱۳۹۹، شابک: ۹۷۸۶۰۰۷۶۵۶۳۱۱، قیمت: ۳۰۰۰۰ تومان. گذشتهٔ یک پندار کوششی است برای ادراک نهاد جهان ناآرام کنونی؛ بینشی تبارشناسانه که پدیده‌های امروزی تنش‌آسای زیست‌جهان انسانی را نه از دریچهٔ ایدئولوژی‌های فریفتار و نه از زاویهٔ ادعای خام و باطل علوم اجتماعی مدعی خشی‌نگری و بی‌طرفی می‌نگرد. اندیشهٔ انتقادی نه می‌تواند و نه بایست بی‌طرف

کتاب راهنمای فرهنگ مادی، به بررسی انتقادی مفاهیم، سنت‌های (نظریه‌های) مطالعاتی، فرایندها، قلمروهای مطالعاتی

رشته‌های علوم انسانی و اجتماعی از جمله مردم‌شناسی، باستان‌شناسی، جغرافیای فرهنگی، تاریخ، مطالعات فرهنگی و نظایر آن است. این کتاب پس از مرور دیدگاه‌های نظری، پیوند اشیاء با هویت و مناسبات قدرت برآمده از آن، فرایندها و تحولات فرهنگ مادی و سیاست‌های مورد توجه در این حوزه را می‌کاود.»



● **معادلات و تناقضات آنتونیو گرامشی**، نویسنده: پری آندرسون، مترجم: شاپور اعتماد، نشر نیلوفر، چاپ اول ۱۳۹۹، شابک: ۹۷۸۹۶۴۴۸۹۰۲۹۱، قیمت: ۴۱۰۰۰ تومان.

این اثر درباره‌ی طولانی‌ترین مناظره در تاریخ جهان معاصر است. صد سال اختلاف نظری و نزاع فلسفی بر سر راه رسیدن به سوسیالیسم یا جامعه‌ی سوسیالیستی. گرامشی با الهام از «انقلاب علیه کاپیتال» سعی می‌کند تا موضوع اصلی نخستین کنگره‌ی انترناسیونالیسم سوم را که درباره‌ی دموکراسی بورژوازی و دیکتاتوری پرولتاریا

و مباحثاتی می‌پردازد که حول مطالعات فرهنگ اشیاء شکل گرفته‌اند. این اثر، ضمن بررسی آخرین یافته‌ها و تحلیل‌ها در هر قلمرو، درباره‌ی ظرفیت‌ها و قابلیت‌های رشد آتی این سنت مطالعاتی نیز بحث می‌کند. این کتاب بر این نکته تأکید می‌کند که مطالعه‌ی جنبه‌ی مادی به اندازه‌ی تمرکز بر زبان (که در رشته‌ی زبان‌شناسی و مردم‌شناسی زبانی رسمیت یافته) یا روابط اجتماعی (که در جامعه‌شناسی و مردم‌شناسی اجتماعی رسمیت یافته) یا فضا (جغرافی) یا بازنمایی‌ها (مطالعات تاریخی ادبیات و هنر) یا تمرکز بر روابط تولید، مبادله و مصرف (اقتصاد)، در فهم فرهنگ نقشی اساسی ایفا می‌کند. همچنین، با گردآوری طیف گسترده‌ای از رویکردهای مختلف به فرهنگ مادی، در پی آن است تا آگاهی علمی درباره‌ی سرشت مادیت و پیامدهای آن بر دانش فرهنگی، اجتماعی و تاریخی را تقویت کند. یکی از اهداف اصلی این کتاب، کمک به ایجاد رابطه‌ای جدید میان مردم‌شناسی اجتماعی-فرهنگی و مردم‌شناسی دیرینه‌شناسانه است. در پشت جلد این کتاب آمده که «پژوهشگران فرهنگ مادی، موادی که اشیاء از آن ساخته می‌شوند، دلایل اقتصادی و اجتماعی تولید، عرضه و نحوه‌ی تعامل افراد با آن‌ها از طریق حواس خویش و پیوندهای ناگسستنی آن با حافظه‌های جمعی را مورد بررسی قرار می‌دهند. سنت مطالعات فرهنگ مادی، موضوع تلاقی مفاهیم، روش‌ها و سنت‌های طبیفی از

بود به کمک مهم‌ترین مفهوم سوسیال دموکراسی روس و سوسیال دموکراسی آلمان، یعنی مفهوم هژمونی درک و میان شرق و غرب تمایزی بنیادی ترسیم کند. کتاب تشکیل شده است از تقریرهای مختلف مفهوم هژمونی و تبعات تغییرات معنایی آن برای درک ساختار قدرت در لیبرال دموکراسی‌های غرب.



● **جامعه‌شناسی کاریزمای ملی: فروپاشی ساختارهای اجتماعی و ظهور کاریزما**، نویسنده: مجید فولادیان، نشر علمی فرهنگی، چاپ اول ۱۳۹۹، شابک: ۹۷۸۶۰۴۳۶۹۵۶۵، قیمت: ۱۵۰۰۰۰ تومان. در کتاب جامعه‌شناسی کاریزمای ملی با زیرعنوان «فروپاشی ساختارهای اجتماعی و ظهور کاریزما» فرایند شکل‌گیری کاریزما، بررسی می‌شود. نویسنده در این کتاب با بررسی تعاریف موجود از کاریزما می‌کوشد نشان دهد این مفهوم یا ویژگی چگونه به وجود می‌آید و تحت چه شرایطی مردم گرد رهبر کاریزماتیک جمع می‌شوند.

نویسنده در این اثر به یکی از مصادیق کاریزما یعنی کاریزمای سیاسی- ملی و شرایط و علل ظهور می‌پردازد و معتقد است ماهیت کاریزما به‌گونه‌ای است که نه نسبتی با سازمان و نهادهای دیوان سالارانه دارد، نه ارتباطی با اقتصاد و کارهای اقتصادی. جایگاه کاریزمایی مستلزم ایثار، بی‌توجهی به دنیا و به‌ویژه عمل در حیطه‌ای وری سنت و عقلانیت معمول و مألوف است. وی با بررسی دو انقلاب اجتماعی در ایران، یعنی انقلاب مشروطه و انقلاب اسلامی، با اذعان به این امر که در هر دو انقلاب دو گروه علمای دینی و روشنفکران نقش پررنگ‌تری در مقایسه با سایر اقشار ایفا کردند، به بررسی این موضوع می‌پردازد که چرا در انقلاب مشروطه برخلاف انقلاب اسلامی، هیچ چهره‌ای کاریزمای ملی تلقی نشد.



● **بازی رقابت؛ عوامل رقابت‌پذیری صنعت بازی‌های رایانه‌ای ایران**، نویسنده: یوسف خجیر، مقداد مهرابی و بهزاد توفیق فر، نشر پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، چاپ

فصلنامه

**نمایه پژوهش**

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰



● **اسیب‌های پنهان طبقه**، نویسنده: ریچارد سنت و جاناتان کاب، ترجمه: محمدرضا فدایی، نشر شیرازه، چاپ اول ۱۳۹۹، شابک: ۹۷۸۶۲۲۷۴۸۹۵۵۲، قیمت: ۴۵۰۰۰ تومان. زمانی که در اوایل دهه ۱۹۶۰ میلادی، فعالان و صاحب‌نظران سیاسی بر «تخلیه توان انقلابی طبقه کارگر» حکم کردند، رفته‌رفته تمامی آن توجهاتی که بر این جمع متمرکز داشت جای خود را به جست‌وجویی داد برای شناسایی عواملی که به تخلیه آن توان منجر شده و جامعه را از برخورداری از افقی رهایی‌بخش محروم کرده بودند. نتیجه این جست‌وجو آن بود که گفته شود بهبود نسبی وضعیت معیشتی کارگران، آنها را به آشتی طبقاتی با استثمارگران شان و تن‌دادن به مصرف‌گرایی سوق داده است. اما اگر طبقه مفهومی انتزاعی و پسینی در نظر گرفته نشود و مسئله‌ای باشد مرتبط با زندگی روزمره، اگر طبقه نه ابزار مبارزه برای عدالت و منزلت و برابری، بلکه زمینه‌ای باشد که این نزاع‌ها بر اساس آن شکل

اول ۱۳۹۹، قیمت ۲۰۰۰۰ تومان. این پژوهش سعی دارد با توجه به اهمیت رقابت‌پذیری رسانه‌ها و به‌خصوص بازی‌های رایانه‌ای، با استفاده از آخرین الگوی رقابت‌پذیری صنایع (مدل الماس)، به درک موقعیت‌های رقابتی صنعت بازی‌های رایانه‌ای ایران بپردازد و پیشنهادهایی را برای ارتقای رقابت‌پذیری آن ارائه کند. این کتاب مجموعاً از پنج فصل تشکیل شده است که در فصل اول و پس از مقدمه، به ضرورت و اهمیت موضوع پرداخته شده و نیم‌نگاهی نیز به پژوهش‌های مرتبط دیگر و تاریخچه بازی‌های رایانه‌ای در ایران و جهان شده است. در فصل دوم، برای آشنایی خوانندگان کتاب، مکتب‌ها و نظریه‌های رقابت‌پذیری به‌طور خلاصه مرور شده و در پایان این فصل، نظریه محوری این پژوهش که مدل الماس پورتر است، به‌طور مبسوط‌تر توضیح داده شده است. فصل سوم، به بیان جامعه آماری و نمونه، مراحل پژوهش و نتایج اولیه به‌دست‌آمده از مصاحبه‌ها و پرسشنامه‌های ارائه‌شده به خبرگان اختصاص داده شده است. در فصل چهارم، یافته‌های پژوهش و بسط و شرح آنها در چارچوب مدل الماس پورتر ارائه شده و اولویت‌بندی آن‌ها از نظر خبرگان نیز آورده شده است. فصل آخر کتاب نیز شامل نتیجه‌گیری است که در آن، بحث و بررسی موضوع و پیشنهادها، پژوهشگر برای عوامل رقابت‌پذیری با امتیاز بالا ارائه شده است.

فصلنامه

**نمایه  
پژوهش**

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

موجود است. دانش‌پژوهان و دانشجویان رشته‌هایی چون جامعه‌شناسی و روان‌شناسی و علوم سیاسی و حتی مهندسی با مطالعه این کتاب دست‌کم به توانایی نقد، تحلیل و تحقیق در حوزه ارتباطات می‌رسند تا پایه‌گذار مبادی ورود به جامعه اطلاعاتی معاصر باشند.



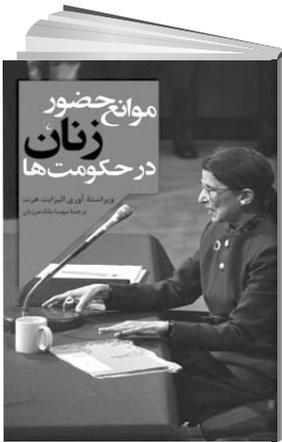
● **اعتبارسنجی اطلاعات وب؛ از مفهوم تا مدل**، نویسنده: حمید کشاورز، نشر پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، چاپ اول ۱۳۹۹، قیمت: ۲۵۰۰۰ تومان. نویسنده در این اثر، با بررسی نود اثر در زمینه اعتبار اطلاعات به‌ویژه در محیط وب، نشان می‌دهد که این مفهوم دارای مؤلفه‌ها و ابعاد مختلفی است و وجوه بسیار متعددی دارد که باید آنها را در قالب لایه‌بندی‌ها و الگوهای مفهومی دسته‌بندی کرد.

نویسنده پس از بررسی این آثار، مشخص می‌کند که اعتبار اطلاعات از دو بُعد تخصص و قابلیت اعتماد، تشکیل شده

گیرند، در این صورت پرسش حیاتی آن خواهد بود که این نزاع‌ها چه آسیب‌های پنهان و پدیدایی بر کسانی می‌زنند که مدام درگیر آن هستند. این کتاب در تلاش برای یافتن پاسخی به این پرسش است.



● **ارتباطات اجتماعی**، نویسنده: مارشال مک لوهان، مترجم: عباس محمدی، نشر اندیشه احسان، چاپ اول ۱۳۹۹، شابک: ۹۷۸۶۲۲۶۷۱۹۰۹۴، قیمت: ۵۴۰۰۰ تومان. ارتباطات اجتماعی به ابعاد مختلف ارتباطات جوامع و مظاهر آن مثل رادیو و تلویزیون و مطبوعات و ماهواره برای تقویت مناسبات آدمیان می‌پردازد تا علم و فناوری را در خدمت اطلاع‌رسانی و ارتباط بین انسان‌ها به‌خصوص در عصر گسترش شبکه‌های ارتباطی، رسانه‌های الکترونیکی، چندرسانه‌ای‌ها یا رسانه‌های متعامل قرار دهد. از این‌رو، موضوع کتاب پیش‌رو، بررسی ابعاد مختلف ارتباطات جوامع و همچنین انتقال اطلاعات و بهبود سیستم‌های ارتباطی و اطلاعاتی



است. اعتمادپذیری به این معنا که اطلاعات به لحاظ ساختاری، نوشتاری و ظاهری به شیوه‌ای ارائه شود که اعتماد خواننده را به خود جلب کند. تخصص هم، یعنی اطلاعات به سبکی علمی، اصولی و از سوی منبعی شایسته به رشته‌ی تحریر درآمده باشد. بنابراین به استناد این کتاب، اگر اطلاعات به شیوه‌ای اعتمادپذیر ارائه و از سوی منبعی متخصص نوشته شود، انتظار می‌رود منابع اطلاعاتی قابل اعتماد فراهم شوند. نویسندگان توجه به هردوی این جنبه‌ها را در ارزیابی اطلاعات وب بر همه‌ی جست‌وجوگران و پژوهشگران لازم می‌دانند. این کتاب مطابق بخشی از نتایج کیفی پژوهش، بیان می‌دارد بسیاری از معیارهای بررسی منابع اطلاعاتی در محیط‌های سنتی، در محیط‌های جدید نیز قابل استفاده هستند که مهم‌ترین آنها نویسندگی، دقت، روزآمدی، پوشش و بی‌طرفی است. در واقع هرچند ماهیت و ویژگی‌های منابع اطلاعاتی در محیط‌های جدیدی چون وب دستخوش تغییر شده‌اند، ماهیت ارزیابی تفاوت بنیادینی پیدا نکرده است. بنابراین بسیاری از کاربران باید منابع تحت وب را نیز بر پایه‌ی معیارهای سنتی ارزیابی کنند.

بدنه‌ی حکومت‌ها را از جنبه‌های گوناگون و با نگاهی به حکومت‌های سرتاسر جهان بررسی می‌کند؛ از جمله موقعیت فعلی زنان در مقایسه با مردان، دلایل فقدان تنوع جنسیتی در ساختار دولت‌ها، وضعیت جهان در صورت قدرت‌گیری زنان و نقش جنسیت‌گرایی در دورنگه‌داشتن زنان از موقعیت‌های رهبری. البته که در همه جای دنیا اتفاق‌های مثبتی در حال وقوع است، اما، همان‌طور که مندرجات این کتاب نشان می‌دهد، زنان راهی طولانی در پیش دارند تا اجازه یابند بار خدمت به مردم را در تناسب سیاسی به‌طور مساوی تقسیم کنند. این کتاب اولین جلد از مجموعه‌ی دیدگاه‌های جهانی است که در نظر دارد اطلاعاتی کامل در اختیار دانشجویان و دیگر خوانندگانی قرار دهد که نیاز به بررسی و کشف ارتباطات بین‌المللی دارند. نیز قصد دارد با تفکری انتقادی، مفاهیم و دغدغه‌های ملل مختلف را بررسی کند.

● **موانع حضور زن‌ها در حکومت‌ها،** آوری الیزابت هرت، مترجم: مهسا ملک مرزبان، نشر ققنوس، چاپ اول ۱۴۰۰، شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۰۴۰۳۴۶۳، قیمت ۴۵۰۰۰ تومان.  
این کتاب موانع حضور زنان در رأس یا

فصلنامه

نمایه  
پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

## The Art of Presenting Scientific Content

**Rahman Ma'refat**, Assistant Professor of Knowledge and Information Sciences, Semnan University

### Abstract

Today, with the spread of science and specialization of human knowledge, speech and presentation is a professional and specialized and general public and experts pay attention to it. Many speakers who have strong scientific background, fail to present their content. Audience diversity, variety of style and the level of boredom of the audiences are effective in this issue. Public speech for a wide range of people is not simple and such lectures make the speaker's work very difficult and complicated. The book: **The Art of Presenting Scientific Content** also points correctly that diversity of audiences and the topics in each speech, makes the need to create a set of rules to present a strong and professional scientific presentation difficult. This book seeks to provide experiences of lectures in scientific, professional and academic environments; successful or failed experiences that presenting them clarifies the importance of this issue for the audience and provides further thinking in this field for the reader of the work. This research critically studies the book: *The Art of Presenting Scientific Content*.

### Keywords

Scientific presentation, Speech, Rules of speech, Scientific conferences, Courses.

## Counting as Qualitative Method

**Fariborz Dorudi**, Faculty Member of Iranian Research Institute for Information Science and Technology (IranDoc)

### Abstract

One of the important issues of methodology of research is reliability that analysis research problems in methodology. This measurement is a kind of process that is executable in different ways. Statistical study is one of the reliable methods and accepted by the researchers of the social science field. This method causes more accurate analysis in studying research data and can help researcher to gain better results from his research. A qualitative study method that deals with phenomena in more depth, usually uses ways of discourse and discussion analysis and less considers statistical methods. Should be considered that quantitative methods have an advantage to guarantee better validity and correctness of findings of qualitative researches. Therefore, statistical counting techniques can reinforce researches of social sciences and cultural studies and attempts to consider its important components and effectiveness and introduce main points in this field and analyze them.

### Keywords

Qualitative research method, Quantitative research method, Reliability, Statistical counting method.

# The Media Education Manifesto

## David Buckingham<sup>1</sup>

Hamid Keshavarz, Faculty member of Shahid Beheshti University

### Abstract

With the appearance of new and influential media environments as television, internet, commercial movies, online game environments and recently social media, pathological discussions have been raised about using media among different groups of community especially youth and teenagers. Although researchers of various fields work in this context, but some of them more than few decades' ego pay especial attention to the need for media education. David Buckingham is one of the expert and leading researcher who has useful and effective works in the field of media education, contemporary culture and modeling media literacy solutions. He believes that media education is a multidimensional and complex category that should be put in action immediately not only because of its necessity but for the rapid renewal of technologies and the great impressibility of different groups especially children and students. Therefore, he thinks that burden of such responsibility should be duty of media educators. Buckingham in his latest work titled *The Media Education Manifesto* that published by reputable publisher of polity press, deals with new examples of media education in the current online environment. He shows the importance of the subject and necessity of having a practical and strategic plan. He tries to show that media education is not an instrumentalist method for media learning or the way for finding solution to social problems but it is the way for developing critical understanding in individuals. This research has tried to review mentioned book from different aspects and indicate the importance of its study for researcher, planners and policymakers of culture and media field.

### Keywords

Media education, Contemporary culture, Critical learning, Critical thought, The book *The Media Education Manifesto*.

فصلنامه

نمایه  
پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

۲۶۳

1. *The Media Education Manifesto*, Polity Press: Cambridge, 2019; vii + 128 pp. £9.99. ISBN: 9781509535880

## Introducing and Reviewing the Book “In Search of Social Trust in Iran”

Esma'il Gholamipur, Ph.D. in Sociology

### Abstract

The book *In Search of Social Trust in Iran*, contains six articles from seven researchers that Parseh publication published in the year 2020AD. in 197 pages in collaboration with Rahman Institute. Rahman Institute held a series of meetings about social trust in the years 2015 and 2017AD. that this book is the result of its discussions. As this book is a collection of speeches or articles that discuss a topic (trust), each article can be as a chapter of the book: articles with a common subject, with question or similar questions and answers with a clear approach and largely in a theoretical perspective. Therefore, the articles are so fastening together that can form chapters of a book. The book *In Search of Social Trust in Iran*, are set of separate articles on trust that raised in different methods and approaches and received various answers. Therefore, article cannot be studied in one theoretical perspective and I have to specify the approach of each article specifically; although, some articles do not have specific theoretical approach. One of the reasons for this is that theoretical traditions and research programs have not formed in Iran. I have tried to study these different articles briefly to get general knowledge of the book.

## Subculture: The Meaning of Style

**Reza Taslimi Tehrani**, Sociologist, Faculty Member of Culture, Art & Communication Research Institute

### Abstract

Hebdige after stating theoretical discussions about the concepts of culture, ideology and hegemony, in his book “Subculture: The Meaning of Style” studies subcultures of white and black youth, and workers concretely and examines their distinctive styles. Hebdige believes that such styles should be considered as forms and ways of “resistance” to the mainstream of society. In evaluating the book, it seems that the author has reached his goal of conceptual and concrete study of subcultures. However, topics covered in this book can be criticized based on different approaches including critical approaches. According to this, different styles of subcultures and different ways of consuming goods by them influenced by the hegemony applied by the prevailing cultural flow and the “culture industry”. This makes it difficult to consider these styles and ways as forms of resistance.

### Keywords

Subcultures, Style, Consumption, Resistance, Low classes.

ing from bio- politics and bio - power (control mechanism of bio- body or body citizens with technology by power and policy) to bio - culture (exercising technology authority on bio-psyche of people), description and explanation of what the bio - culture space is, its components and functions and also social, cultural and economic effects of bio - culture era; second, studying the nature and functions of futurology, events and uncertainties that affect the future of written culture of public libraries and description of desirable and preferred scenarios of public libraries. And the third, explaining examples of bio- culture, important global changes and procedures that bring about these changes in the field of written culture and the public library and public libraries approach in the atmosphere of globalization.

### Keywords

Culture, Bio-culture, Public libraries, Futurism.

## Bio-Culture in the Network World of the Future Scenarios for written Culture and Public Libraries

### Attendees

**Dr. Mohammad Mahdi Zolfagharzadeh**, Faculty Member of Management Department and the Head of Technology Interdisciplinary Group, University of Tehran

**Dr. Amir Hushang Heidari**, Faculty Member and the Head of Futurology of the Center for Scientific Policy of the Country and Vice- President of the Futurism Association

**Seyed Majid Motahrinejhad**, Faculty Member of Culture and Communication Department University of Emam Sadegh, Cultural and Religious Researcher

**Dr. Davood Haseli**, Assistant Professor of Information Science and Epistemology Educational Group, University of Kharazmi (Scientific Secretary of the Meeting)

### Abstract

The world of the future known as perfect network world that is an interconnected set of cultural characteristics, intertwined and multifaceted. In this world, changing interaction of power and policy and technology and modern tools with pleasure seeker body and life and soul that is influenced by culture and thought has led to emergence of category of bio-culture and more contemplation on different aspect of culture. Meanwhile, especially in an age of crisis and the fusion of social networks, institutions and pillars of the written culture networks; that means in this situation creators, publishers, suppliers, libraries and readers are in search for desirable scenarios for their future. This meeting was held in the presence of three professors and followed three topics: First, mov-

## **Empowering Cyberspace Cultural Businesses**

### **Challenges and Problems of Empowering Cultural Businesses in Cyberspace**

#### **Attendees**

Dr. Rasul Jalili, Faculty Member of Sharif University and full Member of Cyberspace Supreme Council

Dr. Komail Khojasteh, Managing Director of Tebyan Institute

Dr. Hosein Hasani, Assistant Professor of Cyberspace Studies in Culture, Art and Communication Research Institute

#### **Abstract**

The purpose of this meeting is to discuss challenges and problems on the way to development of cultural businesses in the cyberspace in Iran. This meeting held in the form of dialogue series about culture and cyberspace. Cultural businesses are of especial importance particularly in the society of Iran which concerns about the protection and preservation of morality and Iranian cultural values. However, these businesses face their own problems because while pursuing the cultural aspects, they are required to generate income. On the other hand, the requirements of cyberspace and increasing exposure of Islamic- Iranian culture has made the issue of producing relevant content even more important with the influx of cultural values in the form of increasing development of platform infrastructure. In this regard, obstacles and problems which are on the way to development of cultural businesses are necessary to seek changing behavior and improve the insight and behavior of cyberspace users. This meeting was held in the presence of Dr. Rasul Jalili, faculty member of Sharif University and full member of Cyberspace Supreme Council, Dr. Komail Khojasteh, managing director of Tebyan Institute and with secretary of Dr. Hosein Hasani, assistant professor of Cyberspace Studies in Culture, Art and Communication Research Institute.

## The Changing Role of Libraries: How Social Workers Can Help

- Elizabeth A. Wahler, Ph.D. Associate dean for Academic Affairs, School of Social Work, Indian University (Corresponding author)
- Mary A. Provence, Ph.D. Student, MSW, LCSW, Adjunct Professor, School of Social Work, Indian University
- John Helling, MLS, Director of Public Services, Indianapolis Public Library
- Michael A. Williams, MLS, Area Resource Manager-Central Library, Indianapolis Public Library
- Translated by Zeynab Safavi

### Abstract

Public libraries in the United States are visited daily by vast numbers of people experiencing unmet psychosocial needs including poverty, homelessness, immigration concerns, mental health, substance abuse, and health problems. While some libraries beginning to hire or partnering with social service personnel, many library staff facing patron psychosocial crises without adequate training or resources. Various studies examine different facets of this issue; however, nobody study how library staff perceive their role, patron psychosocial needs, library responsibility to address psychosocial needs, and policy and program recommendations. This study addresses that gap and presents needs assessment results from a large metropolitan public library system. Recommendations are included for how social workers can help libraries meet patron psychosocial needs.

### Keywords

Public libraries, Social workers, Homelessness, poverty, Psychosocial needs.

## Fake News and the Discursive Construction of Technology Companies' Social Power

**Brian Creech**, Associate professor of Media and Communication, Temple University

Translated by **Hosein Hasani**, Faculty Member of Culture, Art and Communication Research Institute

### Abstract

In the research and commentary around 'fake news', there has been growing attention to the way the phrase evidences a growing field of technology industry critique, operating as a shorthand for understanding the nature of social media companies' power over the public sphere. This article interrogates elite and popular discourses surrounding 'fake news', using the tools of critical discourse analysis to show how public commentary constitutes a discursive field that renders tech industry power intelligible by first defining the issue of fake news as a sociotechnical problem, then debating the infrastructural nature of platform companies' social power. This article concludes that, as commentary moves beyond a focus on fake news and critiques of technology industries grow more complex, strains of elite discourse reveal productive constraints on tech power, articulating the conditions under which limits on that power are understood as legitimate.

### Keywords

Critical discourse analysis, Fake news, Silicon Valley, Technology industries.

## Compiling Scenarios for Developing Start-ups of Book Industry in Iran

• **Mahdi Alipur Hafezi**, Assistant Professor of Information and Epistemology Science, University of Allameh Tabataba'e

### Abstract

Nowadays, Start-ups play important role in all industries and businesses. Book related industries is being considered as an important cultural industry in the country. In this respect, the main purpose of this research is to compile possible scenarios for future development of newly established companies in book industry. Qualitative approach and developmental scenario has been used in this research. To compile scenarios, nine scientific and executive experts of this field were interviewed. Structured interviews and developmental scenario writing were used to collect information. Findings show that generally start-ups of this field are weak and this weakness is due to the weakness of book field in the country. The financial and infrastructure strength of these companies is very low so in most cases require supporting. Investor institutions and accelerators rarely invest in this field because of their little profitability. In terms of legal and administrative infrastructure, there are also many gaps facing these companies in book industry. It is necessary to reform the procedures, laws and executive infrastructures and facilitate the activities of these institutions.

### Keywords

Book industry, Newly established companies, Scenario writing.

## Monitoring Models of Tehrani Parents for their Children's Internet Use

**Alireza dehghan**, Associate Professor of Communication, University of Tehran

### Abstract

The main purpose of this paper is to recognize monitoring methods of Tehrani parents of high school students for their children's internet use and evaluation of the effectiveness of these methods. Survey method has been used in this study. Its statistical sample has been 500 people. Findings show that internet presence in the homes of Tehrani residents is pervasive. There is almost no house without internet connection. These days, most adolescent children use internet content in a way and to a certain extent. Even in small houses, parents can't control their children's internet use normally and without active parental intervention. This situation has complicated and disrupted an important part of the monitoring and intervention of multiple factors on the socialization of children. This part is the Parental share of control. Monitoring patterns of parents that resulted from this research well illustrated this complexity. Referring to qualitative and quantitative study of this research, monitoring adolescent children's internet use is urgently needed. The parents studied in this research provided two dominant models for monitoring adolescent children's internet use: direct and indirect monitoring.

Based on the result of the study, any intervention to improve parents monitoring patterns for using internet by their adolescent children and improving the quality of internet use should be focused on a multiple socialization approach and consider media literacy as a basic principal.

### Keywords

Using internet, Children and internet, Parental supervision, Monitoring patterns, Multiple socialization.

## Scientist and Policymaker Contemplation on Science and Practice

Reza Mahuzi, Associate professor of Cultural and Social Studies Institute

### Abstract

Today, policymakers, managers and even professors and academics believe that university and higher education should serve the community. They must act on their responsibility and scientists act as advisers to ministers and managers. In some cases, they should be responsible for managing affairs and take over management system and society. In this regard, the position of scientist and policymaker is thought to be identical and the scientist is expected to do the same as the policymaker and the manager of laid down and determined policies. As if these two arenas follow the same logic and the only roles between these two arenas are different from each other. This intuition has opponents and supporters. Some consider these two to be of the same type and some consider them of two types as far as they consider being scientist as free profession from policymaking and obedience from policymakers. Others too have considered these two areas in relation to each other and analyzed knowledge of this relationship based on kind of sociology. Let's connect this discussion to the concept science in twentieth century and the last decade of twenty-first century and its multiple waves to find out when we talk about a scientist, who do we mean and what does the policymaker relate the scientist?

### Keywords

Scientist and policymaker, Relation of science and action, Sociology of knowledge, Policymaker.

## Effort to Systematize National Surveys (a Suggested Model)<sup>1</sup>

**Fatemeh Javaheri**, Associate Professor, Sociology Department, Kharazmi University

### Abstract

National surveys that governmental institutions order and implemented with their support and supervision, although increasing in terms of quantity but still they are far from the standards of professional performance and they do not have a coherent system. For this reason, each of them face various errors, fragmentation, reprocessing, and various inadequacy. This research is the first attempt to organize the process of conducting national surveys and using them. In this respect, suggestions have been provided about criteria for determining the subject of the survey, the research order process, research planning, data gathering and ways of preparing research report, budget allocation, availability and reproduction of information and finally ethical obligations of actors of this field that can help increase the effectiveness of the surveys.

### Keywords

National survey, Cultural- social attitudes, Trade unions.

1. This Paper is taken from the research project of «Analysis and Evaluation of Iran's National Survey» that the author has done at the request of Nation Survey Office of Ministry of Culture and Islamic Guidance in the year 1399.

## Capabilities of Traditional Arts in Cultural Management of the Society in the Contemporary Era

(conversation with Seyyed Mohammad Beheshti, Member of Supreme Council of Cultural Heritage and Tourism)

**Tayebeh Ezattollahinejhad**, Faculty Member of Culture, Art and Communication Research Institute

### Abstract

In the modern era, changes have occurred in the definition, function and attitude towards traditional art in the world, especially in Iran and made a difference among Art and industry. Whereas before, these two overlapped, over time, this distinction become more intense, so that Iran no longer considered as an industrial country, although its art and industry were in sync. By reviewing the history of the country, we find out that when we are talking about the traditional art, in fact, it also includes the industrial background; whereas today, whenever we talk about traditional art, often we mean the modern definition of art and the industrial aspect is not the issue. Art is not considered as something which has industrial background. While old industrial pattern of Iran was a kind of “chemical industry combined with art”. According to today’s definition, it is called knowledge-based creative industries and it is the most important source of wealth production. What is important today, re-reading of the attitude towards traditional art and its relation to industry, because the rupture of the bond between this two is stagnation and arrogance.

### Keywords

Traditional art, Cultural management, Contemporary.

فصلنامه

نمایه  
پژوهش

دوره جدید، شماره دوم  
سال هشتم، تابستان ۱۴۰۰

۲۷۵



**Table of content**

■ **Editorial Note**

- Necessity of publishing Cultural Research and Data / Dariush Matlabi .....5

■ **Conversation**

- Capabilities of Traditional Arts in Cultural Management of the Society in the Contemporary Era (Conversation with Engineer Seyyed Mohammad Beheshti, Member of Supreme Council of Cultural Heritage and Tourism)/ Tayebeh Ezattollahinejhad.....9

■ **notes**

- More Useful Cultural Research From the Point of View of Cultural Studies/ Mohammad Rezayi ..... 29
- Effort to Systematize National Surveys (a Suggested Model)/ Fatemeh Javaheri .... 41
- Scientist and Policymaker Contemplation on Science and Practice/ Reza Mahuzi... 51

■ **Articles**

- Monitoring Models of Tehrani Parents for their Children’s Internet Use/ Alireza Dehghan ..... 51
- Compiling Scenarios for Developing Start-ups of Book Industry in Iran/ Mahdi Alipur Hafezi ..... 85
- Fake News and the Discursive Construction of Technology Companies’ Social Power/ Brian Creech/ Translated by Hosein Hasani ..... 97
- the Changing Role of Libraries: How Social Workers Can Help/ Elizabeth A. Wahler, Mary A. Provence, John Helling, Michael A. Williams/ Translated by zeynab safavi...123

■ **Meeting Report**

- Empowering Cyberspace Cultural Businesses ..... 141
- COVID-19 and the Collective Mindset in Iran ..... 159
- Bio-Culture in the Future Networked World: Scenarios for written Culture and public Libraries ..... 169

■ **Book Review**

- Subculture: The Meaning of Style/ Reza Taslimi Tehrani ..... 189
- In Search of Social Trust in Iran/ Esma’il Gholamipur ..... 193
- The Media Education Manifesto / Hamid Keshavarz ..... 201
- Counting as Qualitative Method/ Fariborz Dorudi ..... 221
- The Art of Presenting Scientific Content/ Rahman Ma’refat ..... 217

- **Research News/Introducing by Sama Keshavarz Dizjini ..... 227**

- **Book News/Introducing by Sama Keshavarz Dizjini ..... 249**



### **About the Journal:**

Quarterly of Research index policy is the propagation, promotion and publication of applied and problem-oriented research achievements and findings in the field of culture, art and media. This journal is published In order to make the summary of research results accessible, information about the views of researchers and experts, creating a flow in the fields of culture, art and media and making a creative and dynamic relationship between researchers, experts and active research centers. The Journal is interested in developing a critical perspective on mentioned areas.

### **Topics of the quarterly:**

Culture, public culture, cultural policy-making, books and publishing, cultural economics, cultural production and consumption, religious studies, contemporary culture and cultural change, cultural development, cultural issues and problems, communication and media, cyberspace, media management, Media policymaking, Press, Law and Media, Media Economics and Research Ethics, Art Research, Cinema and Performing Arts, Visual Arts, and Music.

### **Subscription:**

The annual subscription cost in Iran is 1,200,000 Rials. Those interested in subscribing, deposit this amount to the account number 4001028503014906 of the Central Bank in the name of Publications of the Research Institute of Culture, Art and Communication and send the original receipt to the address of Tehran, Valiasr Square, Dameshgh Street, No. 9, Research Institute of Culture, Art and Communication, First floor, Scientific research Communications Office.





پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات  
وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

**Executive Manager:**  
Katayon ghahremani

**Graphic Designer:**  
Ali reza Karami

**persian editor:**  
masoumeh elyaspour

**English Editor:**  
Sajjad Yahak

**Address:**  
Tehran, Valiasr Square, Dameshgh  
Street, No. 9

**PO Box:**  
14155-6474 Phone: 021-88919179  
Fax: 021-88893076

**Email:**  
namayeh@ricac.ac.ir

**Single issue price:**  
300,000 Rials

Vol. 8, No. 2  
Series 40, Summer 2021

**Research Institute of Culture, Arts and Communications  
of the Ministry of Culture and Islamic Guidance**

**Director-in-charge:** Mohammad Solgi

**Editor-in-chief:** Dariush Matlabi

**Editorial Board:**

- **Asadzadeh, Mostafa** PhD in Cultural Policy
- **Aghili, Seyed Vahid** Associate Professor, Islamic Azad University
- **Fasih, Mansoureh** Assistant Professor, Research Institute of Culture, Art and Communication
- **Gholamipour, Esmaeel** PhD in Sociology
- **Hasanzadeh, Mohammad** Professor of Tarbiat Modarres University
- **Hassani, Hossein** Assistant Professor, Research Institute of Culture, Art and Communication
- **Mahouzi, Reza** Associate Professor, Institute for Social and Cultural Studies
- **Moharrami, Towhid** Assistant Professor, Research Institute of Culture, Art and Communication
- **Matlabi, Dariush** Associate Professor, Islamic Azad University
- **Nazeri, Mehrdad** Assistant Professor, Islamic Azad University
- **Saeedi, Zohreh** Assistant Professor, Research Institute of Culture, Art and Communication
- **Solgi, Mohammad** Assistant Professor, Jihad Daneshgahi
- **Sharifi, Hamoon** PhD in Public Management
- **Taslimi, Reza** Assistant Professor, Research Institute of Culture, Art and Communication
- **Yasini, Seyedeh Razieh** Associate Professor, Research Institute of Culture, Art and Communication
- **Yahak, Sajjad** PhD in Sociology



- Quotation of content from the publication is free with mentioning the source.
- The articles reflect the views of their authors and the Research Quarterly has no responsibility for the content of these works.