

فصلنامه علمی مطالعات فرهنگی ارتباطات

سال بیست و چهارم، شماره شصت و یکم
شماره مسلسل ۹۳، بهار ۱۴۰۲

پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات
وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

مدیر مسئول: قاسم زائری
سرپریر: علی انتظاری

هیأت تحریریه:

- شهاب اسفندیاری
- دانشیار سینما و تئاتر دانشگاه هنر تهران
- علی انتظاری
- دانشیار جامعه‌شناسی دانشگاه علامه طباطبائی
- هادی خانیکی
- استاد علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبائی
- حسن خجسته باقرزاده
- استاد رادیو و تلویزیون دانشگاه صداوسیما
- سید وحید عقیلی
- دانشیار علوم ارتباطات و مطالعات رسانه‌ای
- دانشگاه آزاد اسلامی
- ابراهیم فیاض
- دانشیار انسان‌شناسی دانشگاه تهران
- محمد تقی کرمی قه‌بی
- دانشیار مطالعات زنان دانشگاه علامه طباطبائی
- یونس نوربخش
- دانشیار جامعه‌شناسی دانشگاه تهران
- سیده راضیه یاسینی
- دانشیار پژوهش هنر پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات

اعضای بین‌المللی:

- مهدی سمتی
- استاد دانشگاه لبنان
- یحیی کمالی پور
- استاد دانشگاه پوردو
- محمد محسن
- استاد دانشگاه نورسن‌الینویز

این نشریه در پایگاه استنادی علوم جهان اسلام (ISC) نمایه می‌شود.



مدیر داخلی: رقیه مهری
ویراستار: شهناز شفیع‌خانی
صفحه‌آرا: حامد خلیلی

چاپخانه: دریچه نو
بهاء: ۱۷۰۰۰۰۰ ریال

نشانی: تهران، پایین‌تر از میدان ولیعصر،
خیابان دمشق، شماره ۹
صندوق پستی: ۱۴۱۵۵.۶۴۷۴
تلفن: ۸۸۹۱۹۱۸۶ - ۰۲۱
نمابر: ۸۸۸۹۳۰۷۶ - ۰۲۱
وبگاه: www.jccs.ir

فصلنامه براساس مجوز شماره ۱۷۹۸۶۶
وزارت علوم، تحقیقات و فناوری موفق
به کسب رتبه علمی - پژوهشی شد و از
شماره زمستان ۱۳۹۰ با همکاری انجمن
ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات منتشر
می‌شود.

فصلنامه علمی «مطالعات فرهنگی ارتباطات»
بر اساس ارزیابی کمیسیون علمی
نشریات وزارت علوم تحقیقات و فناوری
و پایگاه استنادی علوم جهان اسلام ISC
موفق به اخذ رتبه «الف» شده است.



فصلنامه علمی مطالعات فرهنگ ارتباطات

دربارهٔ مجله

مطالعات فرهنگ و ارتباطات مجله‌ای است که به منظور انعکاس مقالات برگرفته از پژوهش‌ها و مطالعات تجربی و نظری در حوزهٔ فرهنگ و ارتباطات در نظر گرفته شده است. با توجه به اهمیت ارتباطات در جامعه‌ای که رسانه‌های اجتماعی نقش فعال در مناسبات اجتماعی دارند و تحولات پیش‌رو در جهان فرا ملی شده چند قطبی، اولویت انتشار، مقالاتی است که هم از بُعد نظری و هم از بُعد تجربی زوایای این تحولات را موشکافانه بررسی و به جامعه علمی منعکس نمایند. تلاش می‌شود از دیدگاه‌های متنوع به منظور فراهم کردن زمینه گفتگو و هم‌اندیشی میان اصحاب علوم اجتماعی استقبال و از طریق درج یادداشت‌ها و مقالات انتقادی به پویایی هر چه بیشتر این نهاد علمی مدد رسانده شود.

محورهای موضوعی فصلنامه علمی «مطالعات فرهنگ ارتباطات» بدین قرار است:

- فرهنگ، ارتباطات و جامعه
- فرهنگ و ارتباطات در عصر تحولات فناورانه
- فرهنگ و ارتباطات در جهان فرا ملی شده و چند قطبی
- رسانه‌ها (سنتی و مجازی)، فرهنگ، ارتباطات و جامعه
- سیاست‌گذاری ملی ارتباطی، فرهنگی و رسانه‌ای
- فرهنگ، بازی‌های رایانه‌ای و زندگی روزمره
- رسانه‌های اجتماعی و تعامل یا تقابل با رسانه‌های مدرن و سنتی
- اخلاق حرفه‌ای در حوزه رسانه‌ها و ارتباطات
- سواد رسانه‌ای، سواد فرهنگی و سواد اطلاعاتی در عصر رسانه‌های دیجیتال
- فرهنگ، ارتباطات، رسانه‌ها و سبک زندگی
- تحولات جهانی در حوزهٔ فرهنگ، ارتباطات و رسانه

اشتراک

مبلغ اشتراک سالیانه در ایران ۲۸۰۰۰۰۰ ریال است. علاقه‌مندان به اشتراک، این مبلغ را به شمارهٔ 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، شمارهٔ ۹، پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، طبقهٔ اول دفتر فصلنامه ارسال کنند.

راهنمای تنظیم مقالات

- مقاله باید بین ۶۰۰۰ تا ۸۰۰۰ کلمه و در محیط ورد تنظیم شده باشد؛
- در ابتدای مقاله چکیده فارسی (بین ۲۵۰ تا ۱۰۰ کلمه) و انگلیسی (بین ۵۰۰ تا ۶۰۰ کلمه) آورده شود که در آن خلاصه‌ای از بیان مسأله، پرسش اصلی، روش تحقیق و مهم‌ترین نتایج همراه با واژه‌های کلیدی باشد؛
- پس از چکیده ارائه بخش‌های مقدمه، مبانی نظری، روش تحقیق، یافته‌های تحقیق و نتیجه‌گیری مرتبط با مبانی نظری در مقاله ضروری است؛
- ترتیب مقاله در مباحث نظری متناسب با کنکاش نظری است؛
- تمرکز بر پرسش اصلی، نثر مقاله و شیوایی نگارش از جمله معیارهای مهم داوری است؛
- معادل لاتین اسامی و مفاهیم مهم در پاورقی هر صفحه آورده شود؛
- در متن مقاله، هر جا که لازم بود، نام مؤلف، سال انتشار منبع و صفحه موردنظر به صورت نمونه (شعیری، ۱۳۸۸: ۵۰) و در منابع خارجی (Entman, 2009: 176) درج شود؛
- منابع ذکر شده در متن حتماً در فهرست منابع آخر مقاله درج شوند؛ همچنین هیچ منبعی در فهرست منابع نباشد که در متن استفاده نشده باشد؛
- نشانی کامل اینترنتی مقاله‌ها، کتاب‌ها، رساله‌ها و گزارش‌های لاتین ترجمه شده به فارسی باید ضمیمه مآخذ شوند؛
- مؤلف باید نام کامل، سمت پژوهشی یا آموزشی، نشانی کامل محل کار و نشانی پست الکترونیکی خود و همکاران مقاله را به فارسی و انگلیسی در سایت فصلنامه درج کند؛
- پذیرش نهایی مقاله و چاپ آن در مجله بستگی به نظر داوران مقاله دارد؛
- در صورتی که هر یک از نویسندگان علاوه بر این فصلنامه مقاله‌ای به نشریه‌ای دیگری به منظور انتشار بدهند پیگرد قانونی به دنبال خواهد داشت.
- مدیران فصلنامه حق دارند محتوا و عناوین مقالات را در فرایند انتشار ویرایش نمایند.
- فصلنامه «مطالعات فرهنگ. ارتباطات» ترجیح می‌دهد مقاله‌هایی را چاپ کند که اولویت با مقالاتی است که برگرفته از پژوهش‌ها و مطالعات اصیل و گرایش بومی، منطقه‌ای و فرا ملی در زمینه فرهنگ، هنر و ارتباطات است نتیجه تحقیقات ایرانی در زمینه فرهنگ، هنر و ارتباطات است؛
- مسئولیت محتوای مقاله‌های مندرج در فصلنامه، بر عهده نویسندگان آن‌هاست.



پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات
وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

- ابعاد ارتباطی مناسک در جهان معاصر: فراگرد ارتباطی در راهپیمایی اربعین
 سیدمحمد طباطبائی، محمدرضا رسولی، سیدوحید عقیلی، نسیم مجیدی قهرودی ۷
- هویت‌های دوگانه در فضای مجازی- واقعی نوجوانان (مورد مطالعه: دانش‌آموزان دوره دوم متوسطه
 استان اردبیل)
 بهجت شهابی عنبران، علی جعفری، شهناز هاشمی، محمد سلطانی فر ۳۵
- شناسایی پیشران‌های مؤثر بر آینده شبکه‌های اجتماعی مجازی در مواجهه با رسانه‌های جمعی
 هژیرفتحی، فائزه تقی‌پور، نفیسه واعظ ۶۵
- شناسایی راهکارهای دورکاری و قرنطینه خانگی از دیدگاه زنان عضو هیأت علمی در ایام کرونا با رویکرد
 پدیدارشناسی
 بهاره نصیری ۱۰۳
- مطالعه تطبیقی محتوای بازی «فرقه اساسین‌ها» و افسانه‌های حشاشین
 مسعود محمدزاده طهرانی، محسن مراثی ۱۳۹
- مطالعه‌ای بر رخداد لیوناری در فراسینما (نمونه‌های موردی: فیلم‌های «کلوزآپ» و «زیر درختان زیتون»)
 تورج ربانی، فاطمه شاهرودی، اسماعیل بنی‌اردلان ۱۷۳
- بازنمایی «غیرت ناموسی» در سینمای دهه ۱۳۹۰ ایران
 سیده سمانه رضوی، محسن جوهری ۱۹۵



Communication Dimensions of Rituals in the Modern World: The Communicative Process in Arba'een Pilgrimage

Seyed Mohamad Tabatabaei, PhD student of communication sciences, Department of Communication Sciences, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran, Email: smtabatabaei@ut.ac.ir

Mohamad Reza Rasouli, Associate Professor, Department of Communication Sciences, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran (Corresponding Author), Email: moh.rasouli@iauctb.ac.ir

Seyed Vahid Aqili, Associate Professor, Department of Communication Sciences, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran, seyed_vahid_aqilli@yahoo.com

Nasim Majidi Ghahrodi, Assistant Professor, Department of Communication Sciences, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran, Email: nassim-majidi2002@yahoo.com

Abstract

Arba'een pilgrimage is one of the most significant religious congregations in the world, with millions of participants each year from various social classes and nations. Researchers in the fields of theology and communications place a great deal of weight on the pilgrimage in terms of communication, media, and ritual. This study set out to identify the Arba'een pilgrimage's communication components. Using a qualitative approach, grounded theory, and in-depth interviews with subject matter experts, research components were extracted. These were then coded using MAXQDA in various processes. The findings revealed that there are "internal and external dimensions" to communications during the Arba'een pilgrimage. The most typical forms of communication in the pilgrimage are "traditional communications", which are typically interpersonal and founded on beliefs. "Collective communications" are what is referred to as the external dimension of communications, which are further broken down into "formal communications" and "informal communications." Most attempts are made to stress and promote the religious aspect of the pilgrimage and people's solidarity via formal communications, such as TV, radio, and press broadcasts about different aspects of the pilgrimage. Dialogues abound during the Arba'een pilgrimage. Throughout the pilgrimage, "verbal communication" goes beyond a basic connection; there are many layers and periods involved. Arba'een pilgrimage's communicative model is relational-interactive in this aspect.

Keywords

Arba'een pilgrimage; Communication; Communication components; Communication model; Communication course.

ابعاد ارتباطی مناسک در جهان معاصر: فراگرد ارتباطی در راهپیمایی اربعین

سید محمد طباطبائی^۱، محمد رضا رسولی^۲
سید وحید عقلی^۳، نسیم مجیدی قهرودی^۴

چکیده

مناسک راهپیمایی اربعین یکی از بزرگترین گردهمایی‌های مذهبی جهان است که سالانه میلیون‌ها نفر با ملیت‌های مختلف و از گروه‌های اجتماعی متفاوت در آن مشارکت دارند. این راهپیمایی از نظر جریان ارتباطی، رسانه‌ای و آیینی برای پژوهشگران حوزه دین و ارتباطات حائز اهمیت است. هدف از انجام این پژوهش شناسایی ابعاد ارتباطی راهپیمایی اربعین بوده و تلاش شده با بهره‌مندی از روش کیفی، نظریه‌مبنایی و انجام مصاحبه عمیق با متخصصان، طی فرایندهای مختلف کدگذاری با نرم افزار مکس کیودا، مؤلفه‌های حوزه پژوهش استخراج شود. یافته‌های پژوهش نشان داد؛ ارتباطات در راهپیمایی دارای «ابعاد درونی و بیرونی» می‌باشد. «ارتباطات سنتی» که بیشتر به صورت میان فردی و بر اساس عقاید شکل گرفته وجه غالب ارتباطات در این راهپیمایی است. بُعد بیرونی ارتباطات، دارای جنبه‌های متعدد «ارتباطات جمعی» است که خود به دو دسته از «ارتباطات رسمی» و «ارتباطات غیررسمی» تقسیم می‌شود. در ارتباطات رسمی، مانند گزارش‌های خبری رادیو، تلویزیون و مطبوعات از ابعاد مختلف راهپیمایی، معمولاً تلاش شده بُعد دینی و همبستگی مردمی راهپیمایی برجسته و تبلیغ شود. فضای راهپیمایی اربعین مملو از گفتگوهاست. «ارتباط کلامی» موجود فراتر از یک ارتباط ساده و ارتباطات در راهپیمایی اربعین دارای لایه‌ها و دوره‌های متعدد است. در این راستا مدل ارتباطی راهپیمایی اربعین مدل مرادده‌ای - تعاملی شناخته شده است.

واژگان کلیدی

راهپیمایی اربعین، ارتباطات، ابعاد ارتباطی، مدل ارتباطی، دوره ارتباطی.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۱/۳۰ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۸/۳۰

۱. دانشجوی دکتری علوم ارتباطات، گروه علوم ارتباطات، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.
smtabatabaei@ut.ac.ir

۲. دانشیار گروه علوم ارتباطات، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسئول).
moh.rasouli@iauctb.ac.ir

۳. دانشیار گروه علوم ارتباطات، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.
seyed_vahid_aqilli@yahoo.com

۴. استادیار گروه علوم ارتباطات، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.
nassim-majidi2002@yahoo.com

مقدمه

اربعین از مناسبت‌های مذهبی شیعیان و ایام مهم تاریخ شیعه است. چهلمین روز شهادت حضرت امام حسین (ع) و واقعه عاشورا، که مصادف با روز بیستم ماه صفر است، ارزش و اهمیت خاصی در میان پیروان اهل بیت (ع) دارد. در سال‌های اخیر گسترش حرکت راهپیمایی اربعین، توجه جامعه شیعی و به تبع آن برخی رسانه‌ها و اشخاص غیرشیعه و حتی غیرمسلمان را به این روز معطوف کرده است. می‌توان ابعاد مختلف اعتقادی، فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی این راهپیمایی مورد مطالعه قرار داد. ارتباط مردم از اقوام و ملیت‌های مختلف در محدودیت زمانی و مکانی زیارت اربعین موجب شکل‌گیری تأثیرات فرهنگی و اجتماعی دوجانبه و چندجانبه میان زائران و به ویژه شیعیان شده است. هر چند اغلب زائران از کشور عراق و ایران است اما نمی‌توان ماهیت جهانی این پدیده را نادیده گرفت. حضور عمده افراد از کشورهای مختلف نیازمند بررسی دقیق به منظور کشف آثار و نتایج ارتباطات موجود است (عاملی، ۱۳۹۶). در این مناسک، افراد مختلف از گروه‌های سنی متفاوت از کودکان تا سالمندان، مردان و زنان، خرده فرهنگ‌ها مانند گروه‌های زبانی متفاوت، قومیت‌های مختلف و حتی افرادی با شرایط خاص جسمانی مانند معلولان و در یک جمع‌بندی کلان از گروه‌های اجتماعی متفاوت حضور دارند.

هر رویداد با مجموعه‌ای از انتظارات تعریف شده با تعاملات نمادین و نیز درک مخاطبان خود به وجود می‌آید (Jaimangal-Jones, 2014). راهپیمایی اربعین مناسکی است که در آن فعالیت‌های نمادین و جذاب جریان دارند، که این فعالیت‌های نمادین اعتقادات مذهبی را بیان می‌کنند.

نهاد رسانه‌ای با تولید، باز تولید و توزیع معرفت در وسیع‌ترین معانی با مجموعه‌ای از نمادها سر و کار دارد که ارجاع معناداری به تجربه در جهان اجتماعی دارد. این شناخت ما را توانا می‌سازد تا به تجربه خویش معنا بخشیم، ادراک خود را درباره آن شکل دهیم و در ذخیره کردن معرفت گذشته و تداوم فهم کنونی سهیم شویم (Mc-quail, 1987). با توجه به شرایط حاکم بر این تجمع، این مراسم مذهبی امری چند وجهی دارد. این راهپیمایی، مانند اجرای پشت سرهم صحنه‌های متفاوت و متعددی است که روزها طول می‌کشند و در آخر هم با پایان روز اربعین و انجام مناسک و مراسم‌ها تکمیل می‌شوند.

در راهپیمایی اربعین انواع ارتباطات جریان دارد. شرکت‌کننده از زمانی که تصمیم به

شرکت در راهپیمایی می‌گیرد تا زمان انجام راهپیمایی که شامل راه رفتن، استراحت، صرف غذا، انجام مناسک دینی، دعا، زیارت و اتمام راهپیمایی است با انواع ارتباطات و مؤلفه‌های رسانه‌ای مواجه می‌شود. از جانب دیگر ارتباطات جمعی به صورت رسمی مانند گزارش‌های خبری رادیو، تلویزیون و مطبوعات و خبرگزاری‌ها معمولاً تلاش می‌کنند، بُعد دینی و همبستگی مردمی راهپیمایی را برجسته و تبلیغ کنند. با عنایت به شرایط بوجود آمده از بیماری کرونا رسانه‌های رسمی، بخصوص رادیو و تلویزیون، تلاش می‌کنند تا تعهد به رعایت این شرایط را توسط زائران برجسته کنند. در ارتباطات غیررسمی که بیشتر از طریق شبکه‌های اجتماعی اتفاق می‌افتد، چند دسته اطلاع‌رسانی با انگیزه‌های متفاوت وجود دارد. همچنین تحقیقات صورت گرفته نمی‌توانند نگرش کاملی از ابعاد رسانه‌ای راهپیمایی اربعین ارائه دهند، زیرا با مطالعه بخش کوچکی از این رویداد، امکان پرداختن به موضوعات اصلی آن که نوع و نحوه ارتباطات و ویژگی‌های رسانه‌ای است، فراهم نشده و الگوی ارتباطی مناسبی ارائه نشده است. بنابراین ضرورت پژوهشی این تحقیق مضاعف می‌شود.

مرور ادبیات تحقیق

پژوهش به دنبال واکاوی و کشف موضوع مورد مطالعه است، بنابراین چارچوب نظری مشخصی ندارد و یافته‌های آن بر اساس داده‌های جمع‌آوری شده، تنظیم شده است. اما در راستای شناخت اولیه و درک مناسب از واژگان اصلی پژوهش می‌بایست نسبت به تعریف مفاهیم اصلی از منابع معتبر اقدام لازم به عمل آید. جهت روشن ساختن فضای مفهومی پژوهش و درک اولیه نسبت به موضوع مورد مطالعه، نظریه‌های حساس بیان می‌شود تا مقوله‌ها و مفاهیم مستخرج از پژوهش، چارچوب و طرحی علمی پیدا کنند. در این خصوص تلاش شده تا دیدگاه‌های صاحب‌نظران مطرح و ادبیات موجود در این حوزه به اشتراک گذاشته شود. در این پژوهش با استراتژی مفهوم‌سازی تئوری بنیادی با رویکرد استقرایی به دنبال ارائه نظریه از طریق داده‌های جمع‌آوری شده هستیم. بنابراین جهت حساسیت نظری به اندک نظریه‌ها اشاره می‌کنیم.

مرور تجربی

محمدرضا جوادی یگانه و محمد روزخوش (۱۳۹۶) در کتاب ۹۷۱ صفحه‌ای با موضوع «روایت پیاده‌روی اربعین» با هدف شناخت حیات دینی و اجتماعی، روایت‌های مردم‌شناختی و جامعه‌شناختی از پیاده‌روی اربعین سال ۱۳۹۶ را آورده‌اند. در این کتاب

اربعین، بزرگترین مراسم جمعی شیعیان قلمداد شده است که در سطح فردی تجربه‌ای بی‌بدیل برای مشارکت‌کنندگان اعم از زائران، موکبداران و خادمان به همراه دارد. این تجربه زیسته در فضای ارتباطی بوجود می‌آید که با روش‌های علمی می‌توان، مؤلفه‌های متعددی از آن استخراج کرد و با روش نظریه‌مبنایی به نظریه‌پردازی پرداخت. بنابراین منبع مذکور دارای مفاهیم مشترکی با پژوهش حاضر است.

کتاب «مجموعه مقالات اربعین» تألیف جمعی از نویسندگان (۱۳۹۴) در ۵۲۰ صفحه به موضوعاتی درباره اربعین حسینی و تجربه زیسته آن می‌پردازد. این کتاب، به مقالات پژوهشی و روزنامه‌ها اختصاص دارد که در آن نویسندگان به مطالعات خود در حوزه اربعین، مراسمات و راهپیمایی اربعین پرداخته‌اند. در این کتاب ضمن ارائه توصیفی‌هایی از راهپیمایی اربعین به ضرورت بحث اربعین و دلائل بزرگداشت آن پرداخته، که فلسفه بزرگداشت و مأخذشناسی اربعین می‌تواند کمک شایانی به شناخت علمی موضوع مرتبط با این پژوهش بکند. در بخش دیگر کتاب اطلاعات بیان شده درخصوص جایگاه اربعین در فرهنگ شیعی و روایت‌های راهپیمایی اربعین می‌تواند ارتباط معنایی با نتایج این پژوهش داشته باشند.

مهدیه بد (۱۳۹۵) در رساله دکتری خود با موضوع «استخراج الگوی گردشگری ابر رویداد مذهبی اربعین» از طریق شناخت ظرفیت‌ها و مکانسیم‌های حاکم بر رویداد اربعین، ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی را از منظر گردشگری مطالعه کرده است. این پژوهشگر با روش تحلیل تماتیک، آسیب‌های موجود در راهپیمایی اربعین را ارزیابی، سنخ‌شناسی و انگیزه افراد شرکت‌کننده در ابر رویداد دینی اربعین را شناسایی کرده است. همچنین مهدیه بد (۱۳۹۷) در مقاله‌ای با عنوان «فهم تجربه زیسته زائران در پیاده‌روی اربعین سال ۱۳۹۵» بسترها و زمینه‌های شکل‌گیری ابر رویداد اربعین را مطالعه کرده است. این پژوهشگر در تحقیقات خود از منظر گردشگری به موضوع راهپیمایی اربعین نگریده است که در بخش مختصری به حضور رسانه‌ها و مفهوم زائر- خادم اشاره کرده است که نتایج به دست آمده از آن شناخت مختصری در راستای تبیین مسئله اصلی پژوهش حاضر بوجود می‌آورد.

عبدالله گویان و محسن امین (۱۳۹۶) در مقاله‌ای با عنوان «محبت و هویت در آینه نمایش جهانی اربعین»، ماهیت، کارکردها و ساختار پیاده روی اربعین را از منظر ارتباطات آیینی از طریق روش کیفی مردم‌نگاری مطالعه کرده‌اند. نتایج بدست آمده از دو مرحله تحلیل داده‌های بدست آمده از مصاحبه‌ها و مشاهدات میدانی به روش‌های

مضمون بندی داده‌ها و کدگذاری نشان داد؛ این آیین شیعی ارتباط تنگاتنگی با سه مفهوم کلان محبت اهل بیت، نمایش جهانی و هویت شیعی دارد و نمودی از یک مصالحه تاریخی میان فرهنگ خواص و فرهنگ عوام نزد شیعیان است. با عنایت به رویکرد اصلی پژوهش گزارش‌های توصیفی مناسبی آورده شده است که این اطلاعات به دست آمده بر اساس میدان تحقیق و نظرات کنشگران ارتباط مفهومی نزدیکی با مفاهیم پژوهش حاضر دارد. روش کیفی مردم نگاری سبب شده اطلاعات مناسبی از فضای ارتباطی و معنوی راهپیمایی اربعین حاصل آید که می‌تواند به شناخت کلی مسئله پژوهش واکاوی ابعاد رسانه‌ای راهپیمایی اربعین کمک کند.

سعید صدیقی (۱۳۹۶) در پایان نامه کارشناسی ارشد خود با روش تحلیل گفتمان رویکرد رسانه را در خصوص آیین زیارتی اربعین مطالعه کرده است و آیین‌های مذهبی را یک فرصت ویژه برای ادیان و مذاهب برای اعلان هویت خود به هویت‌های دیگر دانسته که دارای موقعیت مناسبی برای بازنمایی و برساخت اهالی مذهب از وضعیت فرهنگی و اجتماعی خود است. در این راستا در پژوهش خود رویکرد رسانه‌ای که خبر ۲۱ سیما به عنوان خبر رسمی جمهوری اسلامی ایران در سال‌های ۹۳ و ۹۴ در خصوص آیین زیارتی اربعین داشته است را مورد بررسی قرار داده است که از منظر رسانه و بازنمایی وضعیت فرهنگی به پژوهش فعلی نزدیک می‌باشد. نتایج حاصل شده از نگاه سطحی و غیر دقیق در حوزه رسانه‌ای اربعین گزارش کرده است؛ علی‌رغم نگاه تمدنی و نگاه یک ابر رویداد رسانه‌ای در ساحت عمل، عملکرد رسانه‌ای در این مسیر نیازمند تلاش بیشتر و سیاست‌های دقیق تر و برنامه‌ای جامع تر است، تا رسانه ملی از سطح گفتمان خدمات رفاهی و تشویق و ترغیب برای مشارکت فراتر رفته و امکان پوشش رسانه‌ای اربعین را در قامت یک ابر رویداد فراهم آید.

مرور مفهومی و نظری

در این قسمت مفاهیم کلیدی مرتبط با موضوع تحقیق، به صورت مختصر بیان شده است.

نگاهی کلی به آیین

آیین‌ها یک چه یا چیز نیستند بلکه یک چگونگی یا کیفیت هستند (Grimes, 1995). آیین‌ها عبارتند از فعالیت‌هایی کلیشه‌ای (تعریف شده و مشخص) که با اشارات، کلمات و اشیای ویژه‌ای در ارتباط‌اند، در مکان‌هایی مخصوص انجام می‌شوند و در پی تاثیرگذاری بر موجودات و نیروهایی مافوق طبیعی، با هدف تامین مصالح و منافع مد نظر آیین‌گزاران هستند (Turner, 1973).

بنابراین، اولین نکته راجع به آیین این است که آیین تنها شکل یا فرایندی از تفکر نیست، بلکه شکلی از کنش به شمار می‌آید. آیین چیزی است که مردم با بدنشان انجام می‌دهند، همان‌طور که با اندیشه‌شان آن را اجرا می‌کنند؛ آیین شکل بیرونی دارد (Durkheim, 1965). دوم اینکه اگرچه داده‌های تاریخی و تطبیقی نشان می‌دهد که ممکن است شکل بیرونی آیین مستقل از اندیشه‌ای که همراه آیین است تغییر کند، آیین غالباً برای مشارکت‌کنندگانش تغییر شکلی خود را استعلا می‌بخشد. استعلا بخشیدن به تغییر شکلی آیین به وسیله خلق وحدتی تجربی از اندیشه و کنش محقق می‌شود (Bell, 1992).

تمامی‌صور آیین، ارتباطاتی هستند. آیین‌ها همواره رفتارهای نمادین در موقعیت‌های اجتماعی به شمار می‌آیند، بنابراین همواره گویی متونی هستند که نوشته شده‌اند تا قرائت شوند (Grimes, 1995). با توجه به مطالعات صورت گرفته یکی از پرنفوذترین نظریات موجود در حوزه آیین و مردم‌نگاری، نظریه ویکتور ترنر است. ترنر با انجام مطالعات میدانی می‌کوشد تا بیان کند که دین صرفاً بازتابی از روابط سیاسی و اقتصادی نمی‌باشد و کارکردهای اجتماعی مهمی دارد. ترنر تحت تاثیر اثر فن گنپ که کتاب «مناسک گذر» نام داشت کتاب «مابین و در میان: دوره آستانه‌ای در مناسک گذر»^۲ را، نوشت (Deflem, 1991). ترنر دریافت که آیین‌ها در جوامع مدرن امروزی کم رنگ شده‌اند و موقعیت آستانه‌ای به ندرت به وجود می‌آید. در عوض فعالیت‌هایی وجود دارند که تا حدودی خصوصیات آستانه‌ای را باز آفرینی می‌کنند، مانند تئاترها یا کنسرت‌های موسیقی و ورزش‌ها، اما اینها هیچ کدام قدرت تغییر و بازآفرینی که در آیین‌های مذهبی وجود داشت را ندارند (Moore, 2001).

همواره در آیین رگه‌ای از آگاهی و در پی آن، داوطلب بودن وجود دارد (رودنبولر، ۱۳۸۹). یکی از رویدادهای مهم که، هر سال با اجتماع عظیم اتفاق می‌افتد برگزاری آیین پیاده‌روی اربعین حسینی است؛ آیین که طبق رویکرد، رودنبولر به مفهوم آیین دارد با اجتماع مردم، داوطلبانه، غیرابزاری و غیرتفریحی اجرا می‌شود (بیات، ۱۳۹۹). این آیین، به مثابه کنشی فعال و مطالبه‌گر بازنمایی می‌شود و با نمایش پیوندهای خانوادگی و اجتماعی، مفهوم امت را بازتعریف و به نمایش می‌گذارد (موحد، نیک نجات، معاون و هاشم پور صادقیان، ۱۳۹۹).

ارتباط

تعریف نخست، ارتباطات را فرایندی می‌داند که در آن الف پیامی را برای ب، می‌فرستد

1. Victor Turner

2. Betwixt and Between: The Liminal Period in Rite de Passage.

که بر او تاثیرگذار است. تعریف دوم، ارتباطات را مذاکره و مبادله معنا می‌داند به طوری که پیام‌ها، واقعیت و مردم در فرهنگ‌ها تعامل می‌کنند تا معنا تولید و فهم حاصل شود (اوسولیوان، هارتلی، ساندروز و فیسک، ۱۳۸۵). در تعریف دیگر ارتباط آمده که ارتباط؛ انتقال اطلاعات، عقاید، برداشت‌ها یا احساسات از فردی یا گروهی به فرد یا گروهی دیگر یا دیگران اساساً به شکل نماد است (Theodorson & Theodorson, 1969). ارتباط را می‌توان، تعامل اجتماعی از طریق پیام‌ها تعریف کرد (Gerbner, 1967). در فستیوال‌هایی نظیر فستیوال در دهکده فرهنگی سارواک که می‌توان از آن به عنوان یک موزه زنده یاد کرد، احساس مشارکت بالا می‌باشد. افراد ضمن خرید از محصولات سنتی ارائه شده، مدت کوتاهی در خانه‌های گروه‌های قومی زندگی می‌کنند و ضمن تعامل با آنها در احساسات آنها شریک هستند. افراد احساس انجام دادن یک کار و احساس بودن در آنجا را تجربه می‌کنند (White & Schwoch, 2006).

تامپسون ارتباط را شکلی از کنش هدفمند می‌داند که در یک زمینه اجتماعی ساختمان به انجام می‌رسد، به این ترتیب کنش افراد در درون مجموعه‌ای از شرایط محاط است که او به آن نام میدان‌های تعامل می‌دهد. نهادها که مجموعه تعیین‌کننده قواعد، منابع و روابط مؤثر در دوام روند و رفتارهای اجتماعی‌اند، به میدان‌های از پیش موجود تعامل شکلی قطعی می‌بخشند و در عین حال، مواضع جدیدی در درون این میدان‌ها و نیز مجموعه‌های جدیدی از خط سیرهای زندگی را برای افراد پدید می‌آورند (Thompson, 1995). مشارکت جمعی در پیاده‌روی اربعین، سازنده جامعه‌ای کوچک با نظم اخلاقی متفاوتی است که گونه‌های مختلف مشارکت را درمی‌نورد و گونه جدیدی را معرفی می‌کند. در این گونه هدف غایی فرد از مشارکت بیرون از او قرار ندارد و از این جهت به خودیاری شباهت دارد؛ اما مشارکت جمعی، اهداف میانی بیرون از فرد را نیز شامل می‌شود. در واقع ما در همکاری شکل گرفته در اربعین شاهد هدف همکاری خارج از فرد یاری‌دهنده نیز هستیم و از این جهت با دگریاری شباهت دارد. اما دگریاری نیز در معنای معمول و رایج آن اتفاق نمی‌افتد زیرا هدف همکاری دیگری هم وجود دارد که یک وجود انسانی نیست؛ بلکه یک وجود قدسی و مجموعه انگاره‌ها و باورهای قدسی است که پیرامون رویداد و حادثه‌ای تاریخی منسوب به وی شکل گرفته است. به علاوه سودجویی و توجه به منافع و یا احساس ترحم نسبت به یاری‌پذیر در آنها نقشی ایفا نمی‌کند، بلکه با نوعی کنش عاطفی و دل‌سپردگی حاد و مفرط مواجه هستیم (رمضانی، ۱۳۹۹).

دوره‌های ارتباطی

در تقسیم بندی نظریه‌پردازان برجسته ارتباطات از جمله مارشال مک‌لوهان رسانه‌ها در سه فرهنگ شفاهی، چاپی و الکترونیک قرار می‌گیرند. کنش‌های ارتباطی در هر یک از این جوامع سه‌گانه آثار و پیامدهای جامعه شناختی متفاوتی داشته است. بنا به تعریف جک گودی تفاوت مهم جامعه نوشتاری با جامعه شفاهی در گشودگی بیشتر آن است؛ جامعه شفاهی جامعه‌ای بسته است، زیرا ارتباط در قید زمان و مکان است؛ اما با پدید آمدن صنعت چاپ، ارتباط تا حدی از این قید آزاد می‌شود. به رغم این تفاوت که فردیت و تخصصی شدن فرهنگ را در پی داشته است فرهنگ شفاهی همچنان اهمیت خود را حفظ می‌کند (خانیک، ۱۳۸۶). شناخت مراحل زیر در دسته بندی دوره‌های ارتباطی، سبب شناسایی مناسب دوره ارتباطی حاکم بر راهپیمایی اربعین می‌شود.

مرحله اول، عصر کهکشان شفاهی یا تمدن باستانی است که این مرحله، مرحله ارتباط طبیعی، شفاهی، یا حرکت است که متوجه کل حواس است. در این عصر، ارتباطات، چهره به چهره و صمیمی است. مرحله دوم، عصر تمدن بصری یا کهکشان گوتنبرگ است که در این عصر، حس قالب بینایی است. این مرحله از طریق اختراع خط الفبایی مشخص می‌شود و در آن، به جای آنکه کل حواس ما متوجه جریان ارتباط شود، فقط بینایی عهده دار گرفتن پیام‌هاست. مرحله سوم، عصر کهکشان مارکونی یا تمدن الکترونیک: در این عصر، بار دیگر حس شنوایی غلبه پیدا می‌کند (دیباچی و رئیس میرزایی، سال اول، شماره دوم، پاییز و زمستان ۱۳۹۰).

تعامل چهره به چهره، تعامل رسانه‌ای و شبه تعامل رسانه‌ای سه گونه طبقه‌بندی تاریخی تامپسون از گذارهای ارتباطی انسان است که آثار نمادین آنها بر مخاطبان با یکدیگر یکسان نیست. هر چه جامعه از تعامل چهره به چهره به سوی شبه تعامل رسانه‌ای رو می‌کند، از امکان کنترل واسطه‌های فنی و اعمال سلطه نهادهای سیاسی بر نهاد ارتباطات کاسته می‌شود (خانیک، ۱۳۸۶).

رسانه

در معنایی وسیع، گفتار، نوشتار، ایماء و اشاره، بیان چهره‌ای، لباس، بازیگری و رقص، را می‌توان در زمره رسانه‌های ارتباطی گنجانند. هر رسانه‌ای می‌تواند کدها را در امتداد یک یا چند کانال منتقل کند (اوسولیوان، هارتلی، ساندروز و فیسک، ۱۳۸۵). در بررسی رسانه‌ها، از یکسو به رسانه عمومی برخورد می‌کنیم و در پاسخ این دست رسانه‌ها،

رسانه‌های شخصی و هویتی افراد قرار دارند و پوشاک می‌تواند نوعی از آن باشد (گیدنز، ۱۳۸۸). از سوی دیگر، رسانه‌ها ابزار ارتباطی‌اند؛ ارتباط جمعی به خودی خود صورت نمی‌گیرد، بلکه به ابزاری نیاز دارد که از طریق آن بتوان با جمع کثیری ارتباط برقرار کرد و این ابزار همان رسانه است. همچنین، رسانه‌ها واسطه اطلاعات‌اند. از دهه ۱۹۸۰ به این سو با رشد عظیم و باورنکردنی رسانه‌ها در سطح جهان روبه‌رو بوده‌ایم و آنها بهترین واسطه اطلاعات بوده‌اند (دیباچی و رئیس میرزایی، سال اول، شماره دوم، پاییز و زمستان ۱۳۹۰). برخی سنت‌ها در اثر رسانه‌ای شدن تقویت شدند (باهر، ۱۳۸۶). رسانه می‌تواند تلویزیون، فیلم ویدیویی، رسانه‌های مکتوب، ماهواره و اینترنت باشد. از دیگر سو، رسانه می‌تواند پوشاکی باشد که معرف هویت و سبک زندگی افراد است. اگر هویت اجتماعی افراد را مجموعه ارزش‌ها، نگرش‌ها و باورها بدانیم، قطعاً میان سبک زندگی که یکی از مؤلفه‌های آن الگوی مصرف پوشاک یا مد است، می‌توان خویشاوندی ساختاری یافت. بنابراین، هر سبک زندگی به عنوان یک رسانه هویتی می‌تواند عمل کند و نوع پوشاک نیز به عنوان یکی از مؤلفه‌های سبک زندگی، به منزله رسانه هویتی افراد است (نیکزاد فرخی، ۱۳۸۲). رسانه‌ها یکی از بسترهای مهم تولید معنا و زمینه‌ای پربار برای فهم و تفسیر جامعه و فرهنگ معاصر هستند. آنها با رمزگذاری مسایلی چون، جنسیت، نژاد و طبقه، به نمایش دادن تجربه‌ها، ترس‌ها، امیدها و پندارها می‌پردازند (موحد، نیک نجات، معاون و هاشم پور صادقیان، ۱۳۹۹).

الگوی مخاطب مراوده‌ای

الگوی مخاطب مراوده‌ای، که در آن عنان هدایت هم در دست گیرنده است و هم در دست فرستنده، مفهوم پذیرفته و مرسوم مخاطبان رسانه‌ای را سست می‌کند. این نوع موقعیتی را نشان می‌دهد که در آن مجموعه‌ای از افراد می‌توانند در یک تعامل ارتباطی به طور فعال به یکدیگر مرتبط شده و به مبادله، مشارکت، و تعامل با یکدیگر بپردازند. این مدل از طریق سیستم‌های دوسویه رایانه‌ای عملی می‌شود و مفهوم مخاطب فعال را حتی به شکلی پیشرفته‌تر مطرح می‌کند. در اینجا، نوع جدیدی از مخاطب امکان وجود می‌یابد که در آن نقش فرستنده و گیرنده دیگر قابل تفکیک نیست. رواج امکانات دوسویه تغییراتی هرچند اندک را در ارتباط خطابی به وجود می‌آورند. در این شیوه امکان درگیری و بازخورد افزایش می‌یابد، در حالی که این امکانات قبلاً برای مخاطبان مرسوم رسانه‌های جمعی ناشناخته بودند (مک کوایل، ۱۳۹۸).

روش پژوهش

روش پژوهش در این مقاله از نوع کیفی است و از نظریه مبنایی جهت ساختمند کردن یافته‌ها بهره گرفته شده است. در واقع با رویکرد استقرایی به دنبال ارائه نظریه از طریق داده‌های جمع‌آوری شده هستیم. استراس عناصر کلیدی گراندد تئوری را شامل نمونه‌گیری نظری، مقایسه ثابت، کدگذاری باز، محوری و انتخابی، یادآور و اشباع نظری دانسته که با این رویکرد در جمع‌بندی با بهره‌مندی از روش‌های علمی تشریح شده به مصاحبه و بررسی داده‌ها پرداخته تا مؤلفه‌ها را از مصاحبه‌ها استخراج کرده باشد. در مصاحبه‌ها سعی شد از افرادی با تخصص‌های مرتبط استفاده شود؛ بنابراین، جامعه مورد بررسی این پژوهش از دو دسته تشکیل شده است؛ گروه اول، متخصصان نظری و اساتید دانشگاهی حوزه دین و ارتباطات و گروه دوم، محققان و آشنایان به ارتباطات، رسانه و راهپیمایی اربعین که با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند و تکنیک گلوله برفی انتخاب شده‌اند. داده‌ها از مصاحبه با ۲۷ نفر از کارشناسان و نخبگان مرتبط با حوزه موضوع تحقیق به دست آمده است. حجم نمونه بر مبنای روش اشباع نظری تعیین شد، بدین ترتیب که طی مصاحبه‌های ۱۵ تا ۱۷ داده‌های جدید و قابل توجهی از مصاحبه‌شونده‌ها دریافت نشد، اما برای اطمینان از دست یافتن به اشباع نظری، مصاحبه با کارشناسان تا ۱۰ نفر دیگر را ادامه یافت. در ادامه، به منظور اطمینان از صحت گردآوری داده‌ها، به یادداشت برداری و ثبت تمامی گفته‌ها، بررسی مصاحبه‌ها و سوال‌های کنترلی انجام شده است. به منظور اطمینان از اعتبار تحلیل‌ها نیز از بازخورد نظرات مطلعان و متخصصان حوزه نظریه داده بنیاد بهره جسته، در واقع با انجام مصاحبه‌های مناسب سعی شده است تا ضمن پیگیری سوالات تحقیق، توصیف و تحلیل دقیقی از ابعاد ارتباطی راهپیمایی بدست آورده شود. لازم به ذکر است با عنایت به درخواست مصاحبه‌شوندگان و رعایت اخلاق پژوهش مشخصات افراد نزد پژوهشگر محفوظ است که جهت ارجاع از حرف D به عنوان نماد هر مصاحبه‌شونده استفاده شده است. به عبارت دیگر D1 تا D27 کدهای اختصاصی مصاحبه‌شوندگان را نشان داده‌اند. در مسیر انجام پژوهش، متون مصاحبه‌ها در نرم افزار مکس کیودا درج شد و تحلیل یافته‌ها بر اساس نظر مصاحبه‌شوندگان و با کمک از نرم افزار مطرحه صورت پذیرفته است. مراحل مختلف هماهنگی جهت همکاری و برگزاری جلسات مصاحبه و انجام آن، یادداشت برداری، تبدیل فایل‌های صوتی و جمع‌آوری و تحلیل داده‌های اولیه به مدت ۱۴ ماه زمان برده است. در طول این مسیر مصاحبه‌ها در چندین نوبت به صورت صوتی و نوشتاری مرور و تفسیرهای صورت گرفته توسط پژوهشگران ارزیابی شد. گزارشی

از نتایج تحقیق تهیه و به برخی افراد مصاحبه شونده و نخبه ارائه و بازخوردها در مورد تفسیر و تحلیل ها دریافت شد. با چند نفر از مصاحبه‌شوندگان و نفر جدید با هدف پالایش و تصفیه مضاعف نظریه صورت‌بندی شده، مصاحبه مجدد گرفته شد. جهت افزایش دقت در قابلیت به کارگیری یافته‌های تحقیق در موقعیت‌های مشابه، در نمونه‌گیری با اساتید علوم ارتباطات مشورت شد تا نظرات سازنده آنها و اطلاعات ارائه شده در مسیر پژوهش، مصاحبه‌شوندگان و یافته‌های به دست آمده به قدری کافی و جامع باشند که هر خواننده‌ای بتواند امکان انتقال‌پذیری یافته‌ها را به موقعیت‌های مشابه دیگر مورد ارزیابی قرار دهد. بنابراین مفاهیم کلیدی و نظری ارائه شده از داده‌ها و یافته‌هایی حاصل شده که از مصاحبه با افراد در این پژوهش استخراج شده است.

یافته‌های پژوهش

راهپیمایی اربعین دارای یک نظام ارتباطی است که از اجتماع افراد مختلف از گروه‌ها و قومیت‌های متعدد و متفاوت تشکیل شده است. افراد در این اجتماع از نمادهای مختلفی از جمله نمادهای ملی و مذهبی برای ساخت یک نظام نمادین مشترک به نام اربعین استفاده می‌کنند. در این مقاله پس از دریافت نظرهای نخبگان از طریق مصاحبه و درج آن در نرم افزار مکس کیودا، اقدام لازم برای کدگذاری انجام شد که حاصل آن، پس از جمع‌بندی و ارائه تحلیل دسته‌بندی و در بخش مربوطه ارائه شده است. بر اساس کدگذاری انجام شده، کلیه یافته‌های استخراج شده بر اساس تمامی کدها، ۴۸۲ صفحه می‌باشد که در این مقاله امکان درج همه یافته‌ها میسر نمی‌باشد ولی خلاصه‌ای از آنها جهت افزایش استنادی و بهره‌مندی خوانندگان در زیر مجموعه هر عنوان آورده شده است.

ارتباطات در راهپیمایی اربعین

ارتباطات در راهپیمایی اربعین دارای ابعاد و انواع گوناگونی می‌باشد. با عنایت به این پژوهش می‌توان ارتباطات در راهپیمایی اربعین به دو بُعد درونی و بیرونی تقسیم کرد.

بُعد درونی ارتباطات در راهپیمایی اربعین

بُعد درونی ارتباطات مربوط به کسانی است که در این راهپیمایی مشارکت دارند. این مورد، از زمان تصمیم برای شرکت در راهپیمایی تا جستجو در مورد شرایط این کار و آماده کردن مقدمات سفر و زمان انجام راهپیمایی که شامل ارتباطات میان فردی متعدد از جمله صرف غذا، استراحت، انجام مناسک دینی روزمره و دعا و زیارت و پس از آن به

هنگام عزم بازگشت از سفر تا رسیدن به مقصد می‌شود را در بر می‌گیرد. وجه غالب ارتباطات درونی، ارتباطات سنتی به صورت رودررو و میان فردی است. بنابراین فردی که در این مراسم شرکت می‌کند، همانند فردی که در سایر مراسم دینی به صورت حضوری شرکت می‌کند، از تجربه زیسته‌ای برخوردار می‌شود که می‌تواند نوعی از آگاهی، شور دینی و همبستگی با دیگر مشارکت‌کنندگان را در او ارتقاء دهد. این تجربه تنها برای شرکت‌کنندگان در راهپیمایی حاصل می‌شود و برای کسانی که به واسطه رسانه‌های مختلف از اخبار و رویدادهای آن مطلع می‌شوند قابل دریافت نیست.

بُعد بیرونی ارتباطات در راهپیمایی اربعین

بُعد بیرونی ارتباطات مربوط به کسانی است که اخبار و اطلاعات این راهپیمایی را از طریق رسانه‌های مختلف دریافت می‌کنند. بُعد بیرونی، بیشتر به ارتباطات جمعی مربوط می‌شود که خود به دو دسته از ارتباطات رسمی و غیررسمی تقسیم می‌شود. در ارتباطات رسمی، مانند گزارش‌های خبری رادیو، تلویزیون، مطبوعات و خبرگزاری‌ها از ابعاد مختلف راهپیمایی، معمولاً تلاش می‌شود بُعد دینی و همبستگی مردمی راهپیمایی برجسته و تبلیغ شود. در شرایط حاضر که مساله بیماری کرونا و لزوم رعایت شرایط خاص بهداشتی بیش از گذشته مطرح است، این رسانه‌های رسمی، بخصوص رادیو و تلویزیون، تلاش می‌کنند تا تعهد به رعایت این شرایط را توسط زائران برجسته کنند. بنابراین از بُعد ارتباطات رسمی بیرونی می‌توان گفت تلاش بر این است که کسانی که در این راهپیمایی شرکت نکردند، با دریافت اطلاعات، اخبار و تصاویر، به نوعی به صورت غیرمستقیم در آن مشارکت کنند و از آن تاثیر بپذیرند. همچنین انجام مصاحبه‌هایی با شرکت‌کنندگان، حالات روحانی و عرفانی آنها را برای مخاطبان برجسته می‌سازند تا شوق این سفر را در آنان نیز برانگیزند.

اما در ارتباطات غیررسمی که بیشتر از طریق شبکه‌های اجتماعی اتفاق می‌افتد، دو دسته اطلاع‌رسانی با دو انگیزه متفاوت وجود دارد. دسته اول، با ماهیت اطلاع‌رسانی رسانه‌های رسمی هم‌نوا و در جهت تایید آن است. اما دسته دوم اطلاع‌رسانی‌هایی است که از جانب افراد و گروه‌هایی صورت می‌گیرد که دیدگاه‌های متفاوتی با دیدگاه رسمی دارند.

راهپیمایی اربعین؛ ارتباطی مرادده‌ای و آیینی

راهپیمایی اربعین ترکیبی از انواع ارتباط است، مدل ارتباطی راهپیمایی اربعین از ارتباط با خود، ارتباط با خدا، ارتباط با افراد دیگر، ارتباط با شعائر مذهبی، ارتباط با

رسانه‌های گروهی، ارتباط با رسانه‌های جمعی، ارتباط با شبکه‌های اجتماعی و ارتباط در سطح ملی و بین‌المللی، تشکیل شده است. در مدل ارتباطی راهپیمایی اربعین لازم است انواع ارتباط، انواع مخاطبان، انواع فرستندگان پیام، انواع دریافت‌کنندگان پیام، انواع رسانه‌ها، انواع ارتباط‌گران و انواع سازمان‌های ارتباطی مورد توجه قرار گیرند. از یک سو ارتباطات شفاهی، سنتی و رودرروی محاط شده در دل ارتباطات رسانه‌های جمعی، رسانه‌های اجتماعی، تولید کنندگان درونی و بیرونی پیام و دریافت‌کنندگان درونی و بیرونی آن مورد توجه است و از جانب دیگر سیاست‌گذاری‌های رسمی و مقاومت‌های غیررسمی، مدل پیچیده‌ای از ارتباط را ایجاد می‌کند که می‌تواند به شناخت ابعاد ارتباطی این رویداد مذهبی سیاسی کمک کند.

راهپیمایی اربعین فرستندگان و دریافت‌کنندگان را به هم نزدیک‌تر کرده است. در این شرایط وجود ارتباط چهره به چهره و گروهی بیشتر نمایان است. ارتباط کلامی موجود در راهپیمایی اربعین فراتر از یک ارتباط ساده است و از فرایند چند لایه برخوردار و پیچیده‌تر از یک فراگرد معمولی ارتباط است.

برای شناخت ظاهری ارتباطات اولیه در این نوع مناسک می‌توان به پوشش افراد توجه کرد. برخی مناسک پوشش خاص خود را دارند و گاهی اوقات فرد به اجبار می‌بایست شرایط سخت پوشش مورد پذیرش آن مناسک را تحمل کند. افراد در هر مکانی با توجه به شرایط آن، پوشش خاص خودش را استفاده می‌کنند و گاهی اوقات نوع پوشش قسمتی از مراسم و آیین قلمداد می‌شود. با توجه به نظر مصاحبه‌شوندگان در راهپیمایی اربعین هرکس، بر اساس سلیقه خود از پوشش و لباس‌های مختلف استفاده کرده بود. اجباری در کار نیست و معمولاً مردان لباس راحتی و زنان چادر مشکی پوشیده بودند. به گفته مصاحبه‌شوندگان معمولاً لباس‌ها ساده، آزاد و راحت بودند و کسی از کت و شلوار استفاده نکرده بود. معمولاً عرب‌های مسن عراقی دشداشه (لباس عربی) پوشیده بودند و معمولاً از دمپایی جهت راه رفتن استفاده می‌کردند. معمولاً جوان‌ها شلوار لی یا کتان و تی‌شرت‌های آستین کوتاه پوشیده بودند. در این فضا کودکان آزادانه فعالیت داشتند و به دلیل فعالیت زیاد معمولاً لباس‌هایشان خاک آلود شده بود.

همچنین برای مطالعه مدل ارتباطی راهپیمایی اربعین شناسایی و استخراج پیام‌های آن دارای اهمیت است. راهپیمایی اربعین دارای پیام‌های متعددی است که از یک جنبه دسته‌بندی می‌توان به دو دسته پیام دینی و سیاسی اشاره کرد. پیام دینی آن همانند مراسم محرم و تاسوعا و عاشورای حسینی، نگاهداشت واقعه تاریخی کربلا و جنگ

بین حق و باطل و پیروزی خون بر شمشیر است. پیام از جان خود گذشتن برای حفظ اسلام و عدم پذیرش ظلم و ذلت است. پیام سیاسی آن نشان دادن قدرت همبستگی شیعیان جهان است. پیام‌های راهپیمایی اربعین از عقیده‌ها و ایده‌های راهپیمایان نشأت می‌گیرد. در عین حال اتفاقات درون این راهپیمایی می‌توانند روی ارتباط‌گران اثر بگذارند و محرک رفتارها و کلام‌هایشان باشند. به عنوان مثال در مسیر راهپیمایی در زمان‌های مختلف افراد به صورت یک یا چند نفره در حال سینه‌زنی هستند. گاهی افراد با صدای مداحی در حال پخش از موکب‌ها سینه می‌زنند و گاهی فردی از میان آنها در حال خواندن مدحی می‌باشد و آنها به سینه خود می‌زنند. سهم کودکان، نوجوانان و جوانان از این شیوه عزاداری بیشتر از دیگر گروه‌های سنی می‌باشد. کودکان بدون هیچ گونه محدودیتی هر جا که بخواهند سینه می‌زنند، می‌دوند، بازی می‌کنند و آزادانه رفتار می‌کنند. به نظر می‌رسد کودکان تجربه ای را کسب می‌کنند که در زندگی شهری و روزمره خود کمتر امکان پذیر می‌باشد.

ارتباطات غیرکلامی از جمله حرکت‌های اعضای بدن و کنش‌ها جزو مهمی از ارتباطات در راهپیمایی اربعین هستند. این موضوع با تفاوت زبانی مشارکت‌کنندگان ارتباط مستقیم دارد. در راهپیمایی اربعین، اعضای بدن راهپیمایان وظیفه خطیری بر عهده دارند. گوش‌های راهپیمایان انواع صوت‌ها و گفتگوها را با زبان‌های متفاوت می‌شنود. چشم‌های آنان اتفاقات را می‌بیند و غذاهای محلی و بومی از طریق دهان جذب بدن می‌شوند. در واقع تمامی احساسات و آنچه درک و تجربه شده است از طریق بدن صورت گرفته است. مصرف غذا یکی از پر تکرارترین مواردی است که در طول مسیر راهپیمایی مشاهده می‌شود. راهپیمایان در حالی که راه می‌روند معمولاً از مواد غذایی و تنقلات استفاده و با اعضای بدن با یکدیگر ارتباط برقرار و از همدیگر تشکر می‌کنند.

فرهنگ غذا، نقش بسیار مهمی در درک ارتباطات انسانی بازی می‌کند. اندرسون اشاره می‌کند که نیازهای انسان فراتر از تغذیه می‌رود. غذا برای ارتباط برقرار کردن، اطمینان دادن و تثبیت ایمان دینی به کار گرفته می‌شود (Anderson, 2005). به اعتقاد اندرسون غذا به خودی خود یک هدف نیست و به این جهت اهمیت دارد که وسیله‌ای است برای هدف‌های متعدد می‌باشد. به نظر او در واقع غذا در مقام یک میانجی اجتماعی می‌تواند هدف نباشد بلکه غذای زندگی اجتماعی را آسان می‌کند. بر اساس کدگذاری متن گفتگوی مصاحبه شونده‌گان در خصوص مدل ارتباطی راهپیمایی اربعین، ۵۸ یافته به دست آمد که برخی از آنها به شرح زیر می‌باشد.

جدول ۱. برخی اسناد، کدها و یافته‌های به دست آمده در خصوص مدل ارتباطی راهپیمایی اربعین

مدل ارتباطی			
ردیف	سند	کد	یافته
۱	D16	راهپیمایی اربعین/مدل ارتباطی	آنچه در مدل ارتباطی این رویداد بیشتر می‌تواند مورد توجه و بهره‌وری قرار گیرد مدل ارتباطی «آندروش، استتس و بوستروم» است که علاوه بر توجه به ارتباط کلامی به حس‌ها، عواطف و باورهای فرستنده بعنوان بخشی از پیام توجه می‌شود.
۲	D3	راهپیمایی اربعین/مدل ارتباطی	در مدل ارتباطی راهپیمایی اربعین لازم است انواع ارتباط، انواع مخاطبان، انواع فرستندگان پیام، انواع دریافت‌کنندگان پیام، انواع رسانه‌ها، انواع ارتباط‌گران و انواع سازمان‌های ارتباطی مورد توجه قرار گیرند.
۳	D22	راهپیمایی اربعین/مدل ارتباطی	به شدت ظرفیت تشکیل مدل جامعه شبکه‌ای بر اساس نظریه مانوئل کاستلز را دارد زیرا این مدل شبکه مبتنی بر این فرض است که میان اجزای مختلف جامعه در سطح خرد و کلان، شبکه‌های تعامل وجود دارد.
۴	D4	راهپیمایی اربعین/مدل ارتباطی	صحنه راهپیمایی اربعین خودش مجموعه‌ای از زبان ارتباطی، مجموعه‌ای از مدل ارتباطی و مجموعه‌ای از آثار ارتباطی دارد.
۵	D1	راهپیمایی اربعین/مدل ارتباطی	راهپیمایی اربعین یک مدل جدیدی از رسانه‌ای بودن انسان‌های رنج‌دیده و مهجور را فراهم کرده و به همین دلیل هست که خیلی جنبه جهانی سریع پیدا کرد و اگر این ماجرای کرونا نمی‌شد شاید این روزها خیلی قضیه گسترده‌تر هم می‌شد.
۶	D9	راهپیمایی اربعین/مدل ارتباطی	اگر علاوه بر اشکال سنتی ارتباط که بین فرد و دیگران وجود دارد، استفاده از اشکال ارتباطی جدید (موبایل و غیره) همه نوع مدل‌های ارتباطی در این راهپیمایی مشاهده می‌شود.
۷	D12	راهپیمایی اربعین/مدل ارتباطی	مدل ارتباطی که راهپیمایی اربعین در آن قرار می‌گیرد مدل ارتباطات آئینی است که مهمترین ویژگی آن ایمان و اعتقادات مشترک است.

در جمع‌بندی یافته‌ها می‌توان دریافت که تمامی مصاحبه‌شوندگان به مدل‌های متفاوت ارتباطی راهپیمایی اربعین اشاره داشته‌اند. برخی به مدل ارتباطات مروده‌ای و آئینی اشاره کرده‌اند که مهمترین ویژگی آن را ایمان و اعتقادات مشترک دانسته‌اند. برخی از صاحب نظران راهپیمایی اربعین را رویدادی چند وجهی دانسته‌اند که خود راهپیمایی اربعین هم رسانه است، هم ابزار رسانه است و می‌تواند خود پیام باشد. فرستندگان با کلام و بدون کلام (زبان بدن) به ارسال پیام می‌پردازند و گیرندگان نیز که در این رویداد بزرگ شامل جامعه جهانی است از طیف‌های گوناگون و متنوع در جغرافیا، نژاد، مذهب و غیره تحت تاثیر پیام قرار می‌گیرند. راهپیمایی اربعین از جنبه‌های مختلف ارتباطی قابل تحلیل و

بررسی است از ساده‌ترین مدل ارتباطی که شامل سه عنصر گوینده، گفتار و مخاطب است تا مدل‌های پیچیده‌تر آن، اما آنچه در مدل ارتباطی این رویداد بیشتر می‌تواند مورد توجه و بهره‌وری قرار گیرد، مدل ارتباطی است که علاوه بر توجه به ارتباط کلامی به حس‌ها، عواطف و باورهای فرستنده به عنوان بخشی از پیام توجه می‌شود.

در نهایت می‌توان اظهار داشت در این راهپیمایی یک یا چند نفر در کنار هم با فعالیت‌های بدنی می‌توانند هم فرستنده، هم گیرنده و هم پیام باشند و این پیام هم از محیطی که در آن قرار دارند تاثیر بپذیرد. عمل و رفتارهای متقابل بین گوینده و شنونده در زمان ارتباط و بعد از آن ادامه دارد و در الگوهای بعدی به مراحل قبل اضافه می‌شود. منابع و فرستندگان با زبان، رفتار و نمادهای همراه اقدام به رمزگذاری می‌کنند و گیرندگان همزمان در محیط رمزخوانی می‌کنند تا بنای چند لایه پیام را تشخیص دهند. تلاش‌های فرستندگان و گیرندگان برای به اشتراک رسیدن به مفاهیم مشترک پیام کاملاً مشهود است. در این شرایط در سطوح دیگر ارتباطی منابع با عقیده‌ها و باورهای خود در حال رفت و برگشت هستند تا تداوم پیام را ارزیابی کنند و پس از آن انتقال‌ها از طرق مختلف انجام می‌شود و در نهایت دریافت، بازسازی و ارزیابی مدل ارتباطی را کامل می‌کنند.

راهپیمایی اربعین فراگرد ارتباطی فرهنگ‌ها

یکی از کارکردهای شاخص در حرکت اربعین، ایجاد وحدت میان زائران و مسلمانان از کشورهای مختلف است. بحث وحدت از آنجا ارزشمند می‌شود که نه تنها در میان شیعیان وجود دارد، بلکه وحدت در میان شیعیان، اهل سنت و حتی غیرمسلمانان شکل می‌گیرد (عربی، ۱۳۹۸). در این راستا تعامل میان افراد و فرهنگ‌ها سبب وحدت میان فرهنگی و بوجود آمدن فرهنگ اربعین حسینی می‌شود. بر همین اساس یکی از مهمترین کارکردها و وجوه ارتباطی راهپیمایی اربعین، وجهه ارتباطات میان فرهنگی است، در واقع به نظر می‌رسد یک رخداد فرافرهنگی صورت می‌پذیرد. انسانها با تمام وجوه انسانیت در این مراسم شرکت می‌کنند. این موضوع که راهپیمایان از کدام قوم، کشور، ملیت و مذهب باشند رنگ می‌بازد و افراد به یک زائر تبدیل می‌شوند. فرهنگ دینی، فرهنگ‌های ملی و خرده فرهنگ‌های قومی که در راهپیمایی اربعین حضور دارند با تعاملات فرهنگی‌شان در تلاش هستند در راستای جهانی شدن نوع خاصی از فرهنگ دینی را به نمایش بگذارند.

پیاپی روی اربعین فرصتی بی‌بدیل برای ایجاد همبستگی، وحدت‌آفرینی و ایجاد

همدلی میان مردم است زیرا شاید در مراسم دیگری نتوان نشانی از این نوع همدلی و همبستگی یافت (عبدالمطلب، ۱۴۰۰). در راهپیمایی اربعین تعاملاتی که مبنای آن اشتراکات فرهنگی و در مکتب امام حسین (ع) گنجانده می‌شود با یکدیگر ارتباط معناداری دارند. تجلی این همگرایی، هم زیستی همه اقشار در فضای معنوی مراسم است و ارزیابی‌ها هم حکایت از این همگرایی، همدلی و یکرنگی دارد. بر اساس کدگذاری متن گفتگوی مصاحبه‌شوندگان در خصوص ارتباطات و انتقال فرهنگ در راهپیمایی اربعین، ۲۸ یافته به دست آمد که برخی از آنها به شرح زیر می‌باشد.

جدول ۲. برخی اسناد، کدها و یافته‌هایی به دست آمده در خصوص ارتباطات و انتقال فرهنگ

انتقال فرهنگ			
ردیف	سند	کد	یافته
۱	D16	راهپیمایی اربعین/ کارکردهای رسانه‌ای/ انتقال فرهنگ	اربعین با کارکردهای سیاسی، اجتماعی و فرهنگی متنوع به نوعی می‌تواند به رهبری جریان فکری تشیع کمک نموده و موجب بیداری و ارشاد و افکار عمومی در شناخت آرمان‌های جاوید امام حسین (ع) شود. بیداری و ارشاد افکار عمومی یکی از کارکردهای مهم راهپیمایی اربعین بوده و این آیین ضمن تقویت عقلانیت معرفتی و اخلاقی و اجتماعی در بین مشارکت‌کنندگان، انتقال‌دهنده پیام و محتوی قیام و فلسفه حرکت و نهضت امام حسین (ع) در بین افکار عمومی جهان می‌باشد.
۲	D22	راهپیمایی اربعین/ کارکردهای رسانه‌ای/ انتقال فرهنگ	کارکردهای اربعین؛ طرح و انتقال ارزش‌های فرهنگی، اجتماعی و مذهبی شامل اتحاد، انسجام مذهبی، مشارکت، تعامل، تحمل، ایجاد و افزایش همدلی، هم‌افزایی ارزشی، فراگیری و رویکرد غالب هژمونیک است.
۳	D8	راهپیمایی اربعین/ کارکردهای رسانه‌ای/ انتقال فرهنگ	انتقال مفاهیم ارزشی، فرهنگی، تاریخی و سیاسی و به نسبت هر کدام از این حوزه‌ها، مخاطبین با رویکردهای مذکور سعی در کسب، تحلیل، انتشار و بازآفرینی وجوه آن دارند.
۴	D2	راهپیمایی اربعین/ کارکردهای رسانه‌ای/ انتقال فرهنگ	کارکرد سوم یعنی انتقال میراث فرهنگی هم وجود دارد.
۵	D6	راهپیمایی اربعین/ کارکردهای رسانه‌ای/ انتقال فرهنگ	در اربعین کارکردهای مرتبط با انتقال مفاهیم به شکل نمادین مانند سایر رویدادهای رسانه‌ای وجود دارد.

در راهپیمایی اربعین انواع فرهنگ‌ها حضور دارند که هر کدام از آنها ضریب‌های مختلفی دارند و ضریب تأثیر آنها در تعاملات و تبادلات فرهنگی اربعین متفاوت است. همچنین در این شرایط اگر بخواهیم دین را به عنوان یک فرهنگ در نظر بگیریم، دین مانند فرهنگ اسلام، طبیعتاً یک فرهنگ مشترک وجود دارد، در این راستا انتقال میراث فرهنگی به ویژه میراث فرهنگی شیعی و فرهنگ مقاومت در برابر استبداد و تلاش برای برقراری هرچه بیشتر عدالت انسانی و آزادی انسانی با سرعت و گستردگی و عمق هرچه بیشتر در این رویداد مشاهده می‌شود.

دوره ارتباطی راهپیمایی اربعین

طبق نظر نخبگان ارتباطات، سه دوره ارتباطی در چارچوب فرهنگ‌های شفاهی، چاپی و الکترونیک قرار می‌گیرند. فضای راهپیمایی اربعین مملو از گفتگو است. صداهای گوناگون به زبانها و لهجه‌های متفاوت مجال شنیده شدن دارند و از این طریق چندآوایی پدید می‌آید. در راهپیمایی اربعین افراد در کنار هم سطوح مختلف ارتباطی را تجربه می‌کنند که در رفتارهای متفاوتشان مشهود می‌باشد.

ارتباط رو در رو و چهره به چهره، ویژگی ارتباطات شفاهی راهپیمایی اربعین را پررنگ می‌کند. در کنار آن فرایند راهپیمایی اربعین ویژگی‌های ارتباطات شفاهی، کتبی و حتی الکترونیک را در خود جای داده است. این رویداد از چنان ارزش خبری برخوردار است که بازتاب آن در همه ابعاد و شیوه‌های ارتباطی قابل درک است ارتباطات انسانی اعم از ارتباط با خود، ارتباطات جمعی، ارتباط ملّی، فراملّی و غیره در این آیین و مناسک وجود دارد. آنچه اهمیت دارد نوع تبلیغی است که توسط این رسانه‌ها صورت می‌پذیرد. کلیپ‌های کوتاه در فضای مجازی که با مداحی و موسیقی تلفیق شده و حس و حال فضای راهپیمایی را به مخاطبان القا می‌کند. گاهی اوقات در پخش زنده تصاویر از محل راهپیمایی صدای مداحی‌های عربی و ایرانی به گوش می‌رسد و همزمان شرکت‌کنندگان در راهپیمایی به صورت پیاده به مسیر خود ادامه می‌دهند گویی مخاطبان را با خود به داخل مسیر می‌برند و مخاطبان با راهپیمایان احساس همراهی می‌کنند. همانطور که در تبلیغات این رویداد مشهود است، مداحی جزو ارکان اصلی و جدایی‌ناپذیر راهپیمایی اربعین می‌باشد. در طول مسیر کمتر جایی را می‌توان پیدا کرد که از صدای پخش مداحی در امان باشد. به طور معمول از بعد از طلوع آفتاب تا انتهای شب در موکب‌ها مداحی‌هایی به زبان عربی، فارسی و غیره در حال پخش است. اکثر موکب‌های عراقی

مداحی‌های عربی و اکثر موکب‌های ایرانی مداحی‌های ایرانی و عربی را پخش می‌کنند. متن راهپیمایی اربعین مملو از مداحی‌هایی است که به مخاطبان و راهپیمایان شور می‌دهد و آنها را به تحرک و ادامه پیاده روی دعوت می‌کنند.

برخی از رسانه‌ها از جمله خبرگزاری رویترز، روزنامه‌های فینگتون پست، اینترنشنال بیزینس تایمز، العربیه، المانیتور و غیره به موضوع راهپیمایی اربعین پرداخته‌اند و از حضور میلیونی افراد در آن خبر داده‌اند که برخی از آنها از راهپیمایی اربعین به عنوان بزرگترین حرکت دسته جمعی کره زمین یاد کرده‌اند. در این خصوص کمیت یا حضور جمعیت در یک مکان و زمان مد نظر قرار گرفته شده است. بر اساس کدگذاری متن گفتگوی مصاحبه شونده‌گان در خصوص دوره‌های ارتباطی موجود در راهپیمایی اربعین، ۶۵ یافته به دست آمد که برخی از آنها به شرح زیر می‌باشد.

جدول ۳. برخی اسناد، کدها و یافته‌های به دست آمده در خصوص دوره ارتباطی راهپیمایی اربعین

دوره ارتباطی			
ردیف	سند	کد	یافته
۱	D15	راهپیمایی اربعین/ دوره ارتباطی/ الکترونیک	دوره راهپیمایی اربعین را در بخش بازنمایی تجربه زیسته عمومی متعلق به دوره و عصر ارتباط الکترونیک و در بخش تجربه فردی متعلق به عصر ارتباط شفاهی می‌دانم.
۲	D16	راهپیمایی اربعین/ دوره ارتباطی/ الکترونیک	فرایند راهپیمایی اربعین ویژگی‌های ارتباطات شفاهی، کتبی و حتی الکترونیک را در خود جای داده است چون این رویداد از چنان ارزش خبری برخوردار است که بازتاب آن در همه ابعاد و شیوه‌های ارتباطی قابل درک است ارتباطات انسانی اعم از ارتباط با خود، ارتباطات جمعی، ارتباط ملی، فراملی در این آیین و مناسب وجود داشته و قابل ارزیابی مطالعه است.
۳	D17	راهپیمایی اربعین/ دوره ارتباطی/ الکترونیک	در راهپیمایی اربعین، هم شاهد ارتباطات شفاهی و سنتی میان شرکت کنندگان هستیم، هم به لحاظ پوشش نسبی رسانه‌های مکتوب از این رویداد، شاهد ارتباطات عصر گوتنبرگ هستیم و هم به جهت انعکاس وسیع آن در فضای مجازی شبکه‌های اجتماعی، ارتباطات عصر مارکنی را می‌بینیم.
۴	D16	راهپیمایی اربعین/دوره ارتباطی/کتبی	راهپیمایی اربعین به دلیل ماهیت خود در عین حال که به مثابه رسانه ظهور و بروز دارد ولی بعنوان یک رویداد خود واجد چنان ارزشی خبری است که در تمام جهان بازتاب می‌یابد و قابلیت این را می‌یابد که در صفحه اول روزنامه‌ها و یا خبر اصلی خبرگزاری‌ها و رسانه‌های دیداری و شنیداری گردد و چنین نیز شده است.

دوره ارتباطی			
ردیف	سند	کد	یافته
۵	D16	راهپیمایی اربعین/دوره ارتباطی/کتبی	فرایند راهپیمایی اربعین ویژگی‌های ارتباطات شفاهی، کتبی و حتی الکترونیک را در خود جای داده است چون این رویداد از چنان ارزش خبری برخوردار است که بازتاب آن در همه ابعاد و شیوه‌های ارتباطی قابل درک است ارتباطات انسانی اعم از ارتباط با خود، ارتباطات جمعی، ارتباط ملی، فراملی در این آیین و مناسک وجود داشته و قابل ارزیابی مطالعه است.
۶	D3	راهپیمایی اربعین/دوره ارتباطی/کتبی	در ارتباطات رسمی، مانند گزارش‌های خبری رادیو، تلویزیون و مطبوعات و خبرگزاری‌ها از ابعاد مختلف راهپیمایی، معمولاً تلاش می‌شود بُعد دینی و همبستگی مردمی راهپیمایی برجسته و تبلیغ شود.
۷	D2	راهپیمایی اربعین/دوره ارتباطی/کتبی	اگر توجه کنیم این کارکردها در ارتباطات جمعی به ویژه در ارتباطات جمعی سنتی مانند رادیو و تلویزیون و مطبوعات هم وجود دارد اما تفاوت بزرگی که دیده می‌شود این است که کنترل و نظارت سازمانی که به این رسانه‌ها وجود دارد شفافیتی و صداقت این رسانه‌ها را در عملکرد عادی و معمولی آنها تحت تاثیر قرار می‌دهد.
۸	D6	راهپیمایی اربعین/دوره ارتباطی/کتبی	در اربعین جنبه رسانه‌های عمومی و مطبوعات مشاهده می‌شود.
۹	D17	راهپیمایی اربعین/دوره ارتباطی/کتبی	روزنامه، شبکه‌های اجتماعی، رادیو و تلویزیون وجود دارند.
۱۰	D16	راهپیمایی اربعین/دوره ارتباطی/شفاهی	فرایند راهپیمایی اربعین ویژگی‌های ارتباطات شفاهی، کتبی و حتی الکترونیک را در خود جای داده است.
۱۱	D3	راهپیمایی اربعین/دوره ارتباطی/شفاهی	بخش اول و آخر ارتباطات درونی بیشتر از نوع ارتباطات سازمانی و بخش میانی آن از نوع ارتباطات رودرو و میان فردی با وجه غالب ارتباطات سنتی است.
۱۲	D4	راهپیمایی اربعین/دوره ارتباطی/شفاهی	امروزه با نقشی که انواع رسانه‌ها در حال انجام هستند، مبنای خیلی مهم برای انسان‌هایی که در صحنه حضور دارند ارتباطات شفاهی است.

بحث و نتیجه‌گیری

یافته‌های ارائه شده در این مقاله با برخی نتایج مرورهای تجربی مذکور در ارتباط است. در مصاحبه با افرادی که تجربه شرکت در راهپیمایی اربعین را داشتند روایت‌های

میدانی به دست آمد که با فضای مردم‌شناختی و جامعه‌شناختی شباهت داشت. همچنین با توجه به فضای معنوی این راهپیمایی اطلاعاتی از فضای حیات دینی و اجتماعی به دست آمد که بخشی از آن توسط مشارکت‌کنندگان و مخاطبان رسانه‌ای تولید می‌شود. نوع ارتباط افراد با هم از جمله موکب‌داران با مردم به فضای درج شده در کتاب‌های آورده شده در پیشینه شباهت دارد.

این پژوهش با برخی از نتایج مقاله عبدالله گیویان و محسن امین (۱۳۹۶) با عنوان محبت و هویت در آئینه نمایش جهانی اربعین و پایان نامه ارشد سعید صدیقی (۱۳۹۶) در ارتباط است. ارتباطات آیینی مطالعه شده در پژوهش‌ها ارتباط مستقیم با مفاهیم هویت شیعی، حرکت فرامذهبی، پیام وحدت، حرکت سیاسی و نمایش جهانی دارد. وجه تمایز پژوهش‌ها در روش تحقیق می‌باشد که این پژوهش بر اساس نظریه مبنایی با مصاحبه خبرگان و مطلعان انجام شده ولی پژوهش عبدالله گیویان و محسن امین (۱۳۹۶) با مشاهدات میدانی و مردم‌نگاری داده‌ها را جمع‌آوری کرده است و سعید صدیقی (۱۳۹۶) در پایان نامه کارشناسی ارشد خود با روش تحلیل گفتمان رویکرد رسانه را در خصوص آیین زیارتی اربعین مطالعه کرده است.

در این پژوهش بر اساس ادبیات حوزه مربوطه، نظرات افراد از طریق مصاحبه در خصوص ابعاد و فراگرد ارتباطی راهپیمایی اربعین دریافت شده است. ارتباطات در راهپیمایی اربعین به صورت کلی دارای دو بُعد درونی و بیرونی می‌باشد. بُعد درونی مربوط به کسانی است که در این راهپیمایی مشارکت دارند. بُعد درونی شامل تصمیم‌گیری برای شرکت در راهپیمایی، جستجو در مورد شرایط، آماده کردن مقدمات سفر، شروع سفر، رسیدن به محل راهپیمایی اربعین، انجام راهپیمایی، رسیدن به حرم امام حسین (ع) و بازگشت به مقصد می‌شود. با توجه به ماهیت و تشریفات سفر اربعین وجه غالب ارتباطات درونی، ارتباطات سنتی به صورت رودرو و میان فردی است. بنابراین فردی که در این مراسم شرکت می‌کند، از تجربه زیسته‌ای منحصر به فرد برخوردار می‌شود. این تجربه تنها برای شرکت‌کنندگان در راهپیمایی حاصل می‌شود. بُعد بیرونی مربوط به کسانی است که اخبار و اطلاعات این راهپیمایی را از طریق رسانه‌های مختلف دریافت می‌کنند. بُعد بیرونی به ارتباطات جمعی مربوط می‌شود که خود به دو دسته از ارتباطات رسمی و غیررسمی تقسیم می‌شود. در ارتباطات رسمی، مانند گزارش‌های خبری رادیو، تلویزیون، مطبوعات و خبرگزاری‌ها از ابعاد مختلف راهپیمایی، معمولاً تلاش می‌شود بُعد دینی و همبستگی مردمی راهپیمایی برجسته و

تبلیغ شود. همچنین از بُعد ارتباطات رسمی بیرونی می‌توان گفت؛ تلاش می‌شود تا کسانی که خود موفق به شرکت در این مراسم نشده‌اند، با دریافت اطلاعات و اخبار و تصاویر، به نوعی به صورت غیرمستقیم در آن مشارکت کنند و از آن تاثیر بپذیرند. در ارتباطات غیررسمی که بیشتر از طریق شبکه‌های اجتماعی اتفاق می‌افتد، دو دسته اطلاع‌رسانی با دو انگیزه متفاوت وجود دارد.

راهپیمایی اربعین با ارائه پیام‌های متعدد، در درون و بیرون خود یک مجموعه ارتباطاتی را رقم زده است. ارتباط کلامی موجود در راهپیمایی اربعین از فرایندی چند لایه برخوردار است و از فراگرد معمولی ارتباطی پیچیده‌تر است. در این میدان راهپیمایان، زبان و نظام ارزشی‌شان بخشی از پیام هستند که در یک ارتباط کلامی و غیرکلامی دریافت می‌شوند. در این راهپیمایی منابع پیام قبل از صحبت کردن با پوشش، حرکات بدن، چهره، نمادهای همراه از جمله پرچم و نوشته‌هایی که روی کوله پشتی به همراه دارند، خود یک پیام محسوب می‌شوند.

در این راهپیمایی اشکال مختلف ارتباطات از جمله یک به یک، یک به چند و چند به چند مشاهده می‌شود. علاوه بر اشکال سنتی ارتباط که بین فرد و دیگران وجود دارد، استفاده از اشکال ارتباطی جدید و همه نوع مدل‌های ارتباطی در این راهپیمایی مشاهده می‌شود. همچنین می‌توان اظهار داشت در این راهپیمایی یک یا چند نفر در کنار هم با فعالیت‌های بدنی و زبانی می‌توانند هم فرستنده، هم گیرنده و هم پیام باشند و این پیام از محیطی که در آن قرار دارند تاثیر بپذیرد. عمل و رفتارهای متقابل بین‌گوینده و شنونده در زمان ارتباط و بعد از آن ادامه دارد و در الگوهای بعدی به مراحل قبل اضافه می‌شود. منابع و فرستندگان با زبان، رفتار و نمادهای همراه اقدام به رمزگذاری می‌کنند و گیرندگان همزمان در محیط رمزخوانی می‌کنند تا بنای چند لایه پیام را تشخیص دهند. تلاش‌های فرستندگان و گیرندگان برای به اشتراک رسیدن به مفاهیم مشترک پیام کاملاً مشهود است. در این شرایط در سطوح دیگر ارتباطی منابع با عقیده‌ها و باورهای خود در حال رفت و برگشت هستند تا تداوم و مفاهیم پیام را ارزیابی کنند و پس از آن انتقال‌ها از طرق مختلف انجام می‌شود و در نهایت دریافت، بازسازی، ارزیابی و کنش و واکنش مدل ارتباطی را کامل می‌کنند. مدل ارتباطات در راهپیمایی اربعین مدل مرادوای و آئینی است که مهمترین ویژگی آن را ریشه در اعتقادات مشترک شرکت‌کنندگان دارد.

انواع فرهنگ‌ها در راهپیمایی اربعین حضور دارند و نقطه ارتباطی آنها پیدا کردن نقاط مشترک است. این فرهنگ‌ها با همزیستی حداکثری با هدف مشترک به دنبال

یافتن اشتراک‌ها هستند. در راهپیمایی اربعین اگر دین را به مثابه فرهنگ در نظر بگیریم، یک فرهنگ مشترک با عنوان فرهنگ اسلام وجود دارد. در این راستا انتقال میراث فرهنگ شیعی و مقاومت با سرعت، عمق و گستردگی بیشتری در جریان است. فضای راهپیمایی اربعین مملو از گفتگوهاست. صداها و گوناگون به زبان‌ها و لهجه‌های متفاوت مجال شنیده شدن دارند و از این طریق چندآوایی پدید می‌آید. راهپیمایی اربعین یک ارتباط اجتماعی است که درون ارتباط آن ارتباطات میان فردی هم شکل می‌گیرد. در زمان راهپیمایی ارتباطات انسانی زیادی قابل رویت است. حواس پنجگانه افراد نقش مهمی در این راهپیمایی دارد، همچنین در راهپیمایی اربعین، ارتباطات شفاهی و سنتی میان شرکت‌کنندگان مشهود است و پوشش نسبی رسانه‌های مکتوب از این رویداد، به ارتباطات کتبی مرتبط می‌باشد. همچنین به لحاظ انعکاس وسیع آن در فضای مجازی شبکه‌های اجتماعی، ارتباطات الکترونیک را هم در بر می‌گیرد. در این راستا در بخش بازنمایی تجربه زیسته عمومی به عصر ارتباط الکترونیک و تجربه فردی به عصر ارتباط شفاهی ارتباط پیدا می‌کند. بنابراین ارتباطات درونی موجود در راهپیمایی اربعین به عصر ارتباط شفاهی ارتباط دارد و ارتباطات بیرونی آن، که شامل انفجار اطلاعات و حضور پررنگ فضای مجازی است به عصر مکتوب و الکترونیک مرتبط است.

محدودیت‌ها

با توجه به همه‌گیری بیماری کرونا و شرایط حاصل از آن، برگزاری جلسه مصاحبه حضوری جهت دستیابی به نظرات متخصصان، دشوار و کدگذاری و نظام‌مند کردن متون به دست آمده از مصاحبه‌ها نیز نیازمند دقت زیاد و اشراف اطلاعاتی مناسب روی موضوعات است.

پیشنهادهای

با توجه به ابعاد گسترده راهپیمایی اربعین، امکان مطالعه و پژوهش برای علاقه‌مندان در جنبه‌های مختلف مرتبط با علوم انسانی وجود دارد. از این رو پیشنهاد می‌شود تا این رویداد در ادامه و ارتباط با این پژوهش با رویکرد رسانه‌ای از جهت دیپلماسی عمومی و روابط فرهنگی و اجتماعی بین‌المللی مورد مطالعه قرار گیرد. همچنین با عنایت به منابع اسلامی موجود مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته و با روش نظریه‌مبنایی، نظریه پردازی شود. در این راهپیمایی فرهنگ‌ها و اندیشه‌های مختلفی وجود دارد که می‌تواند زمینه ساز گفتگوهای اندیشمندان آن فرهنگ‌ها و مکاتب شود تا با فراهم آمدن این فضای فکری، راه پژوهش با رویکردهای دینی دیگر باز و نتایج آن به جوامع بین‌المللی ارائه شود.

با توجه به گستردگی داده‌ها و اطلاعات موجود در راهپیمایی اربعین می‌توان الگوهای متفاوتی در خصوص علوم مرتبط با علوم اجتماعی استخراج کرد که به لحاظ کاربردی و اجرایی مورد استفاده نهادهای مردمی و دولتی قرار گیرد که با انجام پژوهش‌های برنامه‌ریزی شده می‌توان به آن دست یافت. این پژوهش و نتایج آن می‌تواند محل رجوع دیگر پژوهش‌گران جهت بهره‌مندی یا انتقاد قرار گیرد. در این راستا مبلغان دینی می‌توانند برای استفاده در سخنرانی‌ها به مصاحبه‌ها و یافته‌ها این پژوهش رجوع کنند.

تعارض منافع

بنا بر اظهار نویسندگان، مقاله پیش‌رو فاقد هرگونه تعارض منافع بوده است.

منابع و مأخذ

- اوسولیوان، تام، جان هارتلی، دانی ساندروز و جان فیسک (۱۳۸۵). مفاهیم کلیدی ارتباطات. ترجمه میرحسن رئیس زاده. تهران: فصل نو.
- باهنر، ناصر (۱۳۸۶). رسانه‌ها و دین: از رسانه‌های سنتی تا تلویزیون. تهران: مرکز تحقیقات صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران.
- بیات، قدسی (۱۳۹۹). «بازنمایی ارتباطات آیینی در فضای مجازی: مورد مطالعه، پیاده روی اربعین حسینی در وب سایت‌های بی‌بی‌سی فارسی». فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران. سال ۱۳. شماره ۲: ۶۵-۳۷.
- خانیکی، هادی (۱۳۸۶). «دین و نهاد ارتباطات: پیوندها و پرسشها». فصلنامه رسانه. شماره ۶۹.
- دیباچی، سیدمحمدعلی و زهرا رئیس میرزایی (۱۳۹۰). «پرداختن به فلسفه رسانه». فصلنامه مطالعات میان رشته ای در رسانه و فرهنگ (پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی). سال اول، شماره ۲: ۴۹.
- رمضانی، صدیقه (۱۳۹۹). «گونه‌ها و ساحت‌های مشارکت جمعی در پیاده‌روی اربعین». فصلنامه تحقیقات فرهنگی. سال ۱۳. شماره ۲: ۱۴۳-۱۱۷.
- رودنولر، اریک دبلیو (۱۳۸۹). ارتباطات آیینی. ترجمه عبدالله گیویان. تهران: دانشگاه امام صادق (ع).
- عاملی، سعیدرضا (۱۳۹۶). تحلیل پیمایش راهپیمایی اربعین حسینی: ظرفیت‌ها، چالش‌ها، نمادها و معانی. تهران: مرکز پژوهشی سیاست‌های فضای مجازی دانشگاه تهران.
- عبدالمطلب، عبدالله (۱۴۰۰). «تجربه زیسته زائران در پیاده‌روی اربعین سال ۱۳۹۸ (مطالعه موردی دانشگاهیان علامه طباطبائی)». فصلنامه علمی جامعه‌شناسی سیاسی ایران. شماره ۴: ۳۴-۲.
- عربی، حسینعلی (۱۳۹۸). «پیاده‌روی اربعین حسینی: جایگاه و کارکردها». معرفت. شماره ۷: ۵۴-۴۵.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۸۸). تجدد و تشخص. ششم. ترجمه ناصر موفقیان. تهران: نی.
- مک‌کوایل، دنیس (۱۳۹۸). مخاطب‌شناسی. ترجمه مهدی منتظر قائم. تهران: دفتر مطالعات و برنامه ریزی رسانه‌ها.
- موحد، مجید، زینب نیک نجات، زهرا معاون و مریم هاشم پور صادقیان (۱۳۹۹). «بازنمایی پیاده‌روی اربعین در فضای مجازی: تحلیل نشانه‌شناسی اجتماعی عکس‌های پیاده‌روی اربعین در اینستاگرام». دوفصلنامه دین و ارتباطات. سال ۲۷. شماره ۲: ۴۴۵-۴۱۱.
- نیکزاد فرخی، مهرداد (۱۳۸۲). الگوی مصرف پوشاک و هویت اجتماعی، پایان نامه کارشناسی ارشد. گیلان: دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه گیلان.

Anderson, E. N. (2005). Everyone eats: Understanding Food and Culture. New York and London: NEW YORK UNIVERSITY PRESS.

Bell, C. New York. Ritual Theory, Ritual Practice. (1992): Oxford University Press.

Deflem, M. (1991). "Ritual, Anti-structure, and Religion: a Discussion of Victor Turner's Processual

- Symbolic Analysis Purdue University.” (Journal for the Scientific Study of Religion) 30 (1): 1-25.
- Durkheim, E. (1965). The elementary forms of the religious life. New York: Free Press.
- Gerbner, G. (1967). Mass media and human communication in Dance. F.E.X. (ed), Human Communication Theory. New York: Holt, Rine Hart and Winston.
- Grimes, R. L. (1995). Beginnings in Ritual Studies. Columbia: University of South Carolina Press.
- Jaimangal-Jones, D. (2014). “Utilising ethnography and participant observation in festival and event research.” International Journal of Event and Festival Management 5: 39-55.
- Mcquail, D. (1987). “Mass Communication Theory.” Sage (Sage) 51.
- Moore, robert l. (2001). The Archetype of Initiation: Sacred Space, Ritual Process, and Personal transformation. Edited by Max j Havlick . Philadelphia: Xlibris.
- Thompson, J. (1995). “Media and Modernity.” Polity Press 12,13.
- Theodorson, S. A., & Theodorson, A. G. (1969). A Modern Dictionary of Sociology. New York: Cassell.
- Turner , V. W. (1973, March 16). “Symbols in African Ritual.” Science 179: 1100-1105.
- White, M., & Schwoch, J. (2006). Questions of method in cultural studies. Malden: Blackwell publishing.

Adolescents' Dual Identities in Cyber-Real space (Case Study: Secondary School Students in Ardabil Province)

Behjat Shahabi Anbaran, PhD in Communication Sciences, Ardabil Branch, Islamic Azad University, Ardabil, Iran. phd. Email: bshahabi@gmail.com

Ali Jafari, Assistant Professor, Institute for Educational Studies, Organization for Educational Research and Planning (OERP), Tehran, Iran. (Corresponding Author) Email: alijafari.researcher@gmail.com

Shahnaz Hashemi, Associate Professor, Department of Participations and Communications, Educational Research and Planning Organization, Tehran, Iran. Email: shahnaz_hashemi@yahoo.com

Mohammad Soltanifar, Associate Professor, Department of Communication Sciences, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran. Email: msoltanifar@yahoo.com

Abstract

The purpose of this study was to investigate the Adolescents' Dual Identities in Cyber-Real space (Case Study: Secondary School Students in Ardabil Province), which was done by survey method. The statistical population includes all high school students in the second year of Ardabil province, from which 380 people were selected as a sample by multi-stage cluster sampling. A researcher-made questionnaire based on the theoretical framework of the research was used to collect data. The validity of the questionnaire was confirmed by face-to-face and structural validity and some modifications and its reliability was confirmed after calculating Cronbach's alpha coefficient and removing some items. Data were analyzed by t-test of two independent groups in SPSS software. The results showed that adolescents in cyberspace had a dual identity in religious, family, sexual, national, ethnic and cultural dimensions. Adolescents' identities were more structured, coherent, and real in real space, and more mobile, unstable, and unstable in cyberspace. An identity that, according to some characteristics, can be called a modern or rethinking identity. Adolescents, in addition to trying to preserve traditional sources of identity in the real world, portrayed themselves as pro-global or cosmopolitan in cyberspace.

Keywords

Identity, dual identity, cyberspace, real space, Adolescents.

هویت‌های دوگانه در فضای مجازی - واقعی نوجوانان

(مورد مطالعه: دانش‌آموزان دوره دوم متوسطه استان اردبیل)

بهجت شهابی عنبران^۱، علی جعفری^۲
شهناز هاشمی^۳، محمد سلطانی‌فر^۴

چکیده

هدف از پژوهش پیش‌رو بررسی هویت‌های دوگانه در فضای مجازی - واقعی نوجوانان بود که به روش پیمایشی انجام گرفت. جامعه آماری مشتمل بر کلیه دانش‌آموزان مقطع متوسطه دوره دوم استان اردبیل که از بین آن‌ها ۳۸۰ نفر به‌عنوان نمونه به روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای انتخاب گردید. برای گردآوری داده‌ها از پرسشنامه محقق‌ساخته با اقتباس از دیدگاه صاحب‌نظران و پژوهشگران حوزه هویت استفاده شد. روایی پرسشنامه به روش اعتبار صوری و سازه‌ای و اعمال برخی اصلاحات و پایایی آن نیز پس از محاسبه ضریب آلفای کرونباخ و حذف برخی گویه‌ها مورد تأیید قرار گرفت. داده‌ها از طریق آزمون T دو گروه مستقل در نرم‌افزار SPSS تجزیه و تحلیل شد. نتایج نشان داد نوجوانان در فضای مجازی - واقعی دارای هویت دوگانه‌ای در ابعاد دینی، خانوادگی، جنسی، ملی، قومی و فرهنگی بودند. هویت نوجوانان در فضای واقعی شکل‌یافته‌تر، منسجم‌تر و واقعی‌تر و در فضای مجازی به نسبت سیار، ناپایدار و متکثر بود. هویتی که با توجه به برخی ویژگی‌ها، می‌توان آن را هویت مدرن یا بازاندیشانه نامید. نوجوانان در کنار اینکه در جهان واقعی سعی در پاسداشت منابع سنتی هویت داشتند در فضای مجازی خود را طرفدار هویت جهانی یا جهان وطنی نشان می‌دادند.

واژگان کلیدی

هویت، هویت دوگانه، فضای مجازی، فضای واقعی، نوجوانان.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱۲/۰۸ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۱۲/۲۱

phd.bshahabi@gmail.com

۱. دکتری علوم ارتباطات، واحد اردبیل، دانشگاه آزاد اسلامی، اردبیل، ایران.

۲. استادیار پژوهشگاه مطالعات آموزش و پرورش، سازمان پژوهش و برنامه‌ریزی آموزشی، تهران، ایران (نویسنده مسئول).
alijafari.researcher@yahoo.com

۳. دانشیار گروه مشارکت‌ها و ارتباطات، سازمان پژوهش و برنامه‌ریزی آموزشی، تهران، ایران.
shahnaz_hashemi@yahoo.com

۴. دانشیار گروه علوم ارتباطات، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.
msoltanifar@yahoo.com

مقدمه

نوجوانی در دوره زندگی انسان به عنوان مهم ترین مرحله شکل گیری هویت فرهنگی و اجتماعی است. به همین دلیل در صورت عدم راهنمایی، مراقبت و پیگیری از سوی خانواده و مدرسه می تواند صدمات جبران ناپذیری را به دنبال داشته باشد (Elsayed, 2021: 1). نوجوان در تلاش برای هویت یابی، بیشتر وقت خود را صرف تفکر، مرور و تأمل در ارزش های کلی و رفتارهای دیگران می کند (Bakkar, 2010: 55). هویت سرچشمه معنا و تجربه برای مردم است (کاستلز، ۱۳۸۹: ۲۲). هویت یک سازه اجتماعی (Tony yu & Man Kwan, 2008: 36) و با اجتماع معنای دیگری می دهد. «اجتماعی» در وسیع ترین معنا، هر نوع رفتار یا نگرشی است که از طریق تجربه حال یا گذشته، از رفتار سایر مردم تأثیر پذیرفته باشد؛ یا اشاره به رفتاری است که به سوی سایر مردم جهت گیری شده باشد (جولیوس و ویلیام، ۱۳۹۲: ۳۵). هویت همان «خود» است و شخص آن را به عنوان بازتابی از زندگینامه اش می پذیرد (گیدنز، ۱۳۹۸: ۸۲). نوجوان باید تصمیم بگیرد که چگونه در دوستی با همسالان خود موفق شود، به نقش های اجتماعی خود به طور مناسب عمل کند و از بین چندین عقیده، ایده و گرایش یکی را انتخاب کند که به او حس وجود متمایز و مستقلی را دهد تا آینده خود را طرح ریزی کند. از این منظر، نوجوانان همواره در معرض آنچه بحران هویت نامیده می شود، هستند (Roger, 2011: 109).

بحران هویت^۱ یکی از عمده ترین مشکلاتی است که عموم مردم باید با آن مقابله کنند و در دوران نوجوانی این بحران با آغاز شکل گیری شخصیت شروع می شود و در معرض سؤالات متعددی از خود قرار می گیرد مانند من کیستم؟ نقش من در جامعه چیست؟ چگونه وجود را ثابت کنم؟ چگونه موفق می شوم؟ در اینجا، نوجوان خود را با سؤالات متعدد، خواسته ها و ایده های متناقض مواجه می شود که این تناقضات و ابهامات او را دچار تغییر و تحولات جسمی، روحی، تغییرات اجتماعی، روانی، عاطفی و خانوادگی می کند. چنانچه این تغییرات منفی باشد، منجر به عدم موفقیت در شکل گیری هویت نوجوان می شود و علاوه بر این با مشکلات زیادی مانند اختلال در ایفای نقش های اجتماعی، سردرگمی یا دوگانگی هویت یا پذیرش هویت منفی مواجه می شود که منجر به آسیب رسانده به آینده نوجوان می شود (Salima and Fayza, 2014: 384).

منابع شکل دهنده هویت در جوامع گذشته از قبل مشخص بود و هویت افراد بیشتر

جنبه انتسابی داشت و این امر باعث می‌شد که افراد یک جامعه از لحاظ هویت‌یابی چندان دستخوش تغییر و دگرگونی نشوند. در واقع در گذشته مکان نقش کلیدی در خلق هویت اجتماعی افراد داشت؛ چرا که افراد در محیط‌های کوچک و بسته زندگی می‌کردند و هویت اجتماعی آن‌ها با ارتباط رو در رو با اطرافیان در یک محیط ثابت شکل می‌گرفت. افراد کمتر با دنیای خارج در ارتباط داشتند و سنت‌های بومی - محلی بخش اعظم هویت آن‌ها را شکل می‌داد؛ اما در پی ظهور فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی، نقش مکان در شکل‌دهی به هویت بسیار کم‌رنگ شد؛ زیرا رسانه‌ها و فناوری‌های نوین ارتباطی می‌توانند فرد را از مکان خود او جدا کنند و به جهان پیوند بزنند. با عبارت دیگر، هویت و فرهنگ امروز تحت تأثیر رسانه‌های جدید از محتوای زمانی و مکانی فارغ گشته و از نظر زمانی و مکانی بی‌ریشه شده است و این ویژگی اساسی دوران جدید است (ریتزر، ۱۳۹۹: ۷۲۵-۷۲۴). در نتیجه افراد با منابع هویت‌یابی متکثری روبه‌رو هستند و هویت‌یابی شکلی غیر محلی و جهانی پیدا کرده است. بر این اساس، به نظر می‌رسد در عصر جدید یکی از ابزارهایی که از طریق جامعه‌پذیری می‌تواند بر هویت فردی و اجتماعی فرد تأثیر بگذارد رسانه‌ها هستند. رسانه‌ها به عنوان فراهم کننده چارچوب‌های تجربه برای مخاطب، نگرش‌های کلی فرهنگی‌ای برای تفسیر اطلاعات توسط افراد جامعه در جوامع امروزی ایجاد می‌کنند. رسانه‌ها شیوه‌هایی را که افراد؛ زندگی اجتماعی را تفسیر کرده و نسبت به آن واکنش نشان می‌دهند را با کمک نظم دادن به تجربه ما از زندگی اجتماعی قالب‌ریزی می‌کنند (گیدنز، ۱۴۰۰: ۴۷۹). گیدنز بر نقش فرد در تشکیل هویت تأکید کرده و هویت را آگاهی فرد نسبت به «خودش» می‌داند. برداشتی که گیدنز از هویت دارد به برداشت کان از هویت نزدیک است. در این برداشت از هویت هم ابعاد اجتماعی و هم ابعاد فردی لحاظ شده اما بر بعد فردی و نقشی که خود فرد در دنیای مدرن در شکل‌گیری و بازسازی هویت دارد و بر جنبه پویا و متغیر هویت تأکید بیشتری شده است. گیدنز جنبه‌های روان‌شناختی و چالش‌های هویتی را در دوران جدید مورد توجه و تحلیل قرار داده است و بازاندیشی در هویت را که در پرتو معیارها و ارزش‌های جدیدی که دائماً هم در حال تغییر است، صورت می‌گیرد ویژگی دوران جدید و نتیجه گسترش فناوری‌های اطلاعاتی، ارتباطاتی و جهانی شدن اقتصادی و فرهنگی می‌داند (گیدنز، ۱۳۹۸: ۴۵). اما رسانه‌ها همان‌گونه که می‌توانند هویت‌ساز باشد می‌توانند هویت‌سوز نیز باشند و همان‌گونه که می‌توانند تدبیر کننده بحران باشند می‌توانند تولید کننده بحران نیز

باشند. در این راستا، استدلال می‌شود که فضای مجازی، مخصوصاً شبکه‌های اجتماعی مجازی، به شیوه‌ای متفاوت با رسانه‌های دوران صنعتی شدن عمل می‌کنند. رسانه‌ها در فضای مجازی، برخلاف رسانه‌های سنتی، عمدتاً پارادایمی را ایجاد کرده‌اند که مخاطبان با دو جهان واقعی و مجازی روبه‌رو شده‌اند. در این پارادایم تأکید اصلی بر وجود یک جریان جهانی شدن مجازی در کنار جریان جهانی شدن در جهان واقعی است. جهان اول با ویژگی‌های جغرافیامند بودن، حفظ کردن نظام سیاسی مبتنی بر دولت-ملت، طبیعی و صنعتی و محسوس بودن و احساس قدمت داشتن با جهان مجازی متمایز می‌شود؛ اما جهان مجازی بی‌مکان، فرازمان، صنعتی محض و بی‌اعتنا به محدودیت‌های دولت-ملت‌هاست (در مقابل فضای واقعی ملت‌زمن به محدودیت‌های دولت-ملت‌هاست). فرد در جهان مجازی از جا کنده می‌شود و اضطراب‌های وی افزایش پیدا می‌کند. در عین حال، همزمان با افزایش میزان تفاوت‌ها در اثر رشد استفاده عمومی از اینترنت، جهان‌بینی‌های افراد و اگرتر می‌شود (گیبینز و ریمر، ۱۳۸۴: ۷۸). اینترنت دارای قابلیت‌هایی است که به واسطه آن افراد می‌توانند خودهای جدیدی را در دنیاهای جدید بسازند. این امور ممکن است در دنیای مادی اصلاً وجود خارجی نداشته باشند یا فرد به زعم خودش قادر به دستیابی به آن نباشد. این‌ها استفاده از فضای مجازی را برای کاربران جذاب‌تر می‌کند. بدین ترتیب، جهان مجازی به مکانی برای معرفی و نمایش شخصیت فرد تبدیل می‌شود. البته قضیه به همین جا ختم نمی‌شود؛ زیرا امکان دارد که تصویر ارائه شده از سوی یک فرد بر روی وب، توسط دیگران به صورت‌هایی غیر از شکل مورد نظر وی تفسیر شود (اسلوین، ۱۳۸۰: ۱۲۸).

رسانه‌های اجتماعی به سرعت در حال رشد بوده و به عناصر اساسی زندگی بسیاری از مردم تبدیل شده‌اند. در همین حال، رسانه‌های اجتماعی نیز به منبع فریب هویت تبدیل شده‌اند. بسیاری از موارد فریب هویت رسانه‌های اجتماعی در چند سال گذشته رخ داده است (Alharbi, 2021: 1). رسانه‌های اجتماعی در فضای مجازی، به میلیاردها نفر اجازه می‌دهد بدون هیچ‌گونه سانسوری، افکار، دوست داشتن‌ها و دوست نداشتن‌های خود را به اشتراک بگذارند. با این وجود این فضا همواره دارای هویت‌های کاذب است و سرعت تغییر این هویت‌های فریبده بسیار بالا است (Van der Walt & et al, 2018: 82). به‌طور کلی، رشد چشم‌گیر فن‌آوری ارتباطی و اطلاعاتی بر تغییر هویت‌های فرهنگی، اجتماعی و سیاسی جهان تأثیرهای گسترده‌ای داشته است و بیش‌تر از این تحولات تأثیر می‌پذیرد. فناوری‌های ارتباطی با سرعت،

سهولت و گسترده‌گی روز افزون رهاوردها، رهیافته‌ها، رمزها و نشانه‌های هویتی متفاوت را در سراسر جهان منتشر می‌سازند. این رمزها وقتی که در متن یک جامعه دیگر گشوده می‌شوند، غالباً آشفتگی و بحران در هویت اقوام و ملل را به همراه دارند. روشن است که در چنین فرایندی پرسش از آینده جامعه و جهان و معنای «هویت» در دنیای ارتباطات مسأله‌ای جدی و حیاتی است. به راستی چگونه می‌توان هویت نسل‌هایی را که در معرض ارتباطات گوناگون و تحولات گسترده هستند تعریف کرد و نقش رسانه‌های نوین بالاخص اینترنت در روند این دگرگونی تا چه حد است؟ در این راستا بحث هویت در میان قشر نوجوان به مثابه نقطه کانونی مسئله هویت، از اهمیت شایانی برخوردار است. نوجوان به دلیل گستره شبکه روابط و تماس به نسبت وسیعشان با وسایل ارتباط جمعی و افراد دارای هویت‌های مختلف، بیشتر با مسائل و تنش‌های ناشی از هویت سنتی و مدرن و چالش‌های ناشی از جامعه اطلاعاتی درگیر هستند؛ بنابراین نوجوان در مرکز فرآیند تمایز و تشابه هویتی قرار دارند. علاوه بر آن، از یک سو فضای مجازی و سایر متعلقات آن که عمدتاً موافق تغییر و تحول ویژگی‌های هویتی است، نوجوانان را با ویژگی‌های هویتی جدیدی آشنا می‌کند و از سوی دیگر بدنه فرهنگی جامعه بزرگتر معمولاً انتظار این‌همانی با فرهنگ سنتی و عناصر هویتی موجود را از آنها می‌طلبد. این وضعیت نامتعادل نه تنها منازعاتی هویتی می‌آفریند، بلکه در بیشتر اوقات به هویت‌هایی ترکیبی و دورگه منتهی می‌شود که با هویت مورد انتظار جامعه نیز متفاوت است. به عبارتی بهتر، چندانکه شدن زیست‌جهان‌ها (به قول برگر)، تأثیرات رسانه‌ای مدرنیته (گیدنز) و از دست رفتن ایمان به قطعیت و جاودانگی امور (به قول نظریه‌های گفتمانی یا پست‌مدرنیستی) موجبات ترکیب‌های خاص هویتی نوجوانان را فراهم می‌آورد. در این موقعیت هویتی پیوندی، عناصر مختلفی از گفتمان‌های مختلف سنت (مانند مذهب و خانواده) و مدرنیته (مانند ملی‌گرایی) دیده می‌شود که موجب تفاوت هویتی قابل توجه نوجوانان با بدنه اصلی جامعه می‌شود. با در نظر گرفتن مباحث فوق، در مقاله حاضر به بررسی هویت‌های دوگانه در فضای مجازی- واقعی نوجوانان استان اردبیل پرداخته و به این سوال پاسخ داده می‌شود که آیا هویت نوجوانان استان اردبیل در فضای مجازی- واقعی دوگانه است؟

پیشینه پژوهش

حیدری و همکاران (۱۴۰۰) در تحقیقی با عنوان هویت‌یابی واقعی- وانمودی دختران در سیالیت فضای مجازی به این نتیجه رسیدند که مقوله هسته «فضای مجازی پژواک

فضای واقعی و جولانگاه خودهای واقعی - وانمودی»، بازتاب دهنده روند هویت‌یابی دختران مورد مطالعه در فضای مجازی است

فخار و همکاران (۱۴۰۰) در تحقیقی با عنوان جهانی شدن و تأثیر آن بر هویت ملی در جمهوری اسلامی ایران به این نتیجه رسیدند که دانشجویان در عین همبستگی و علاقه‌مندی به عناصر هویت ملی خود، همچون تاریخ، فرهنگ، زبان فارسی و آداب و سنن ایرانی تعامل با جهانی شدن و بهره‌گیری از عناصر مطلوب و ارزشمند آن را موجب تقویت هویت ملی می‌دانند.

جعفری (۱۳۹۹) در تحقیقی با عنوان رابطه استفاده از شبکه‌های اجتماعی با ابعاد هویتی شهروندان شهر اردبیل به این نتیجه رسید که بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی و ابعاد هویتی شهروندان رابطه منفی معنی‌داری وجود دارد

رهبر مهرپو و همکاران (۱۳۹۸) در تحقیقی با عنوان تبیین رابطه شبکه اجتماعی مجازی اینستاگرام و بازتعریف هویت جنسیتی زنان به این نتیجه رسیدند که میان مدت زمان عضویت در اینستاگرام، میزان استفاده از اینستاگرام و در نهایت، انگیزه و هدف استفاده از شبکه مذکور و بازتعریف هویت جنسیتی، رابطه مستقیم و معنادار وجود دارد

عظیمی و همکاران (۱۳۹۷) در تحقیقی با عنوان تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت ملی و هویت قومی شهروندان شهرستان نورآباد دلفان به این نتیجه رسیدند که شبکه‌های اجتماعی مجازی تأثیر معناداری بر هویت قومی دارد.

رهبرقاضی و همکاران (۱۳۹۷) در تحقیقی با عنوان رابطه شبکه‌های اجتماعی مجازی و دگرگونی هویت‌های جمعی (با تأکید بر هویت دینی، ملی و مدرن) شهروندان شهر اصفهان به این نتیجه رسیدند که برخی مؤلفه‌های شبکه‌های اجتماعی تأثیر منفی و معناداری بر هویت دینی و ملی داشتند.

رهبرقاضی و ایمانیان مفرد (۱۳۹۶) در تحقیقی با عنوان بررسی تأثیرات شبکه‌های اجتماعی مجازی بر روی هویت ملی به این نتیجه رسیدند که ۴ درصد از تغییرات (تقویت یا تضعیف) متغیر هویت ملی تحت تأثیر چهار مؤلفه شبکه‌های اجتماعی قرار دارد

رستمی و همکاران (۱۳۹۶) در تحقیقی با عنوان تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر فرهنگ و باورهای دینی (هویت) کاربران مطالعه موردی: کاربران استان اصفهان به این نتیجه رسیدند که کاربران مورد مطالعه در این پژوهش ۱۷/۷ درصد دارای هویت دینی بازتابی، ۴۳ درصد دارای هویت دینی ترکیبی و ۳۹/۳ درصد نیز دارای هویت دینی سنتی می‌باشند.

بروجردی علوی و صدیق (۱۳۹۶) در تحقیقی با عنوان تأثیر فضای مجازی بر

هویت ملی و قومی در ایران به این نتیجه رسیدند که فضای مجازی بر هویت قومی تأثیر مثبت و معناداری دارد.

حسین‌پور و عرب مومنی (۱۳۹۶) در تحقیقی با عنوان تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت نهاد خانواده شهروندان مناطق چهارده گانه شهر اصفهان به این نتیجه رسیدند که برخی ویژگی‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی از جمله محیط تعاملی، فضای صمیمی و احساس رضایت، گروه‌ها و اجتماعات مجازی و محتوا و تولیدات شبکه‌های اجتماعی تأثیر غیر قابل انکاری بر هویت نهاد خانواده و ارزش‌های این نهاد مقدس دارد. زکی (۱۳۹۵) در تحقیقی با عنوان «اینترنت و هویت در ایران تحلیل ثانویه تحقیقات کمی موجود طی سال‌های ۱۳۸۲-۱۳۹۵» به این نتیجه رسید که به واسطه استفاده اینترنت هویت‌های مدرن رشد کرده و همچنین هویت بازنمایی گردیده است. لیکن زمینه کاهش انواع هویت‌های گوناگون (ملی، اجتماعی، فرهنگی، دینی و...) جوانان را فراهم نموده است. معمار و همکاران (۱۳۹۱) در تحقیقی با عنوان رسانه‌های اجتماعی مجازی و بحران هویت (با تأکید بر بحران هویتی ایران) به این نتیجه رسیدند که فضای مجازی نوعی از بحران هویت را در میان طیف گسترده‌ای از جوانان به وجود آورده و این بحران هویت در زمینه‌های شخصی ناهمگونی‌های هویتی را سبب شده و به نحوی تعادل اجتماعی را متأثر نموده است.

باس و هایمسن^۱ (۲۰۲۱) در تحقیقی با عنوان مدیریت هویت تراجنسیتی در پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی به این نتیجه رسیدند که رسانه‌های اجتماعی به کاربران تراجنسیتی کمک می‌کند تا در رسانه‌های اجتماعی دنیایی را می‌سازند که نیازهای اجتماعی و خودنمایی آنها را برآورده می‌کند.

براون^۲ (۲۰۲۰) در تحقیقی با عنوان تضاد هویتی وابسته به عشق شهوانی در زنان و مردان در یک نمونه اینترنتی به این نتیجه رسید که زنان و مردان در اینترنت با دوگانگی هویتی جنسی مواجه هستند

استراوس^۳ و همکاران (۲۰۱۹) در تحقیقی با عنوان نگرش‌های متفاوت جوانان ترنس و جنسیتی نسبت به مداخلات سلامت روان دیجیتال مبتنی بر بازی: یک بررسی کیفی به این نتیجه رسیدند که استفاده بیش از حد از بازی‌های خشن در فضای مجازی توسط دختران آنها را به دوگانگی هویت جنسی قرار داده و حس پسرانه در آنها ایجاد می‌شود.

1. Buss & Haimson

2. Brown

3. Strauss

جمالی^۱ (۲۰۱۵) در تحقیقی با عنوان هویت ملی، بحران مشروعیت و نفوذ در شبکه‌های اجتماعی به این نتیجه رسید که ظهور رسانه‌های جمعی و اجتماعی در خاورمیانه و شمال آفریقا، روابط تاریخی جوامع را به خطر انداخته است و بسیاری از هنجارهای سنتی اجتماعی در بین جوانان از بین رفته است.

چنانچه از برآیند مطالعات انجام شده مشخص می‌شود در زمینه فضای مجازی و هویت، بیشتر از روش‌های همبستگی استفاده شده و در بیشتر مطالعات ابعاد محدودی از هویت در نظر گرفته شده است؛ اما از آنجایی که هویت پدیده‌ای چندوجهی و پیچیده است، به نظر می‌رسد تکیه صرف بر یافته‌های پژوهش‌های فوق تبیین جامعی از تأثیر فضای مجازی بر هویت و دوگانگی هویتی ارائه نمی‌دهد، لذا پرداختن به ابعاد وسیع تری از هویت می‌تواند دید وسیع تری نسبت به موضوع ایجاد کند. از سوی دیگر، در این مقاله استان اردبیل از حیث قلمرو مکانی و زمانی با سایر پژوهش‌ها متمایز شده است که آیا در استان اردبیل و در آغاز قرن پانزدهم شمسی در مقایسه با پژوهش‌های پیشین تفاوت معنی‌داری در بررسی هویت دوگانه نوجوانان در فضای مجازی- واقعی وجود دارد یا خیر؟ و اگر جواب آری است در کدام ابعاد هویتی این معنی‌داری وجود دارد؟ جهت پاسخ و دست‌یافتن به این مهم ابتدا مروری بر رویکردهای نظری در این حوزه‌ها خواهیم داشت و در ادامه به بررسی آن خواهیم پرداخت که نتایج در قلمرو مکانی و زمانی این مقاله چگونه است.

مبانی نظری پژوهش

به نظر می‌رسد فقط یک نظریه نمی‌تواند تأثیر فضای مجازی بر هویت و دوگانگی هویتی ناشی از آن را تبیین نماید. از این‌رو، نگارندگان می‌کوشند از دیدگاه‌های اندیشمندان گوناگونی استفاده کنند که بحث‌های نظری آنها به نوعی مرتبط و مکمل همدیگر هستند. از آنجا که هویت با اثرپذیری از فضای مجازی دچار تغییراتی (دوگانگی هویتی) می‌شود، لذا در ادامه به رویکردهایی پرداخته می‌شود که معتقدند هویت‌ها در موقعیت‌های گوناگون تغییر می‌کنند.

هویت

از دیدگاه جنکینز هویت دو معنای اصلی دارد: اولین معنای آن بیانگر مفهوم تشابه مطلق است. این با آن مشابه است. معنای دوم آن به مفهوم تمایز است که با مرور زمان سازگاری

1. Jamali

و تداوم را فرض می‌گیرد. به این ترتیب، به مفهوم شباهت از دو زاویه مختلف راه می‌یابد و مفهوم هویت به طور همزمان میان افراد یا اشیاء دو نسبت محتمل برقرار می‌سازد: از یک طرف، شباهت و از طرف دیگر تفاوت» (جنکینز، ۱۳۸۱: ۳۵). گیدنز با توجه تعاریف صورت گرفته از هویت، نتیجه می‌گیرد که هویت برساخت اجتماعی است. کیفیتی ثابت یا ذاتی نیست، بلکه ساخته می‌شود، سپس در تعامل با دیگران تغییر می‌کند. دوم این که هویت توأم با احساس تعلق است. جزء ذاتی این که بدانیم چه کسی هستیم عضویت در گروه یا گروه‌های اجتماعی است که از اعضای شبیه به یکدیگر تشکیل شده اند. سوم این که مسئله هویت به تفاوت ما با دیگران نیز مربوط می‌شود. بخشی از دانستن این که چه کسی هستیم دانستن این است که چه کسی نیستیم. چهارم، از آن جا که هویت اکتسابی است، انعطاف پذیر نیز هست و در برخی از جوامع انعطاف پذیرتر از برخی دیگر است. هویت تعریفی است که فرد یا گروه از «خود» یا «درون گروه» در مقایسه با «دیگری» یا «برون گروه» دارد (گیدنز، ۱۳۹۸: ۱۲۶). سه نوع کلی از هویت را می‌توان از هم تفکیک کرد: هویت انسانی، اجتماعی و فردی (گودیکانست، ۱۳۸۳: ۲۶).

بی‌تردید هویت دارای ویژگی چندبعدی و ترکیبی است. محققین داخلی نیز با توجه به ویژگی‌های هویت در ایران، ابعاد و مؤلفه‌هایی را مطرح کرده اند. در پژوهش حاضر نیز ابعاد شش گانه هویت با اقتباس از این نظریات و مطالعات پیشین و متناسب با دوره نوجوانی به عنوان مبنای سنجش هویت در نظر گرفته شده است که در جدول زیر قابل مشاهده است.

جدول ۱. خلاصه ابعاد و شاخص‌های هویت از دیدگاه نظریه پردازان و پژوهشگران

ابعاد	نظریه پرداز/ پژوهشگر	شاخص‌ها
هویت دینی	اریکسون/ گل محمدی (۱۳۹۶)/ حاجیان (۱۳۷۹)/ رحیمی نژاد (۱۳۷۴)/ خوشاوی (۱۳۹۰)	باورها و عقاید معنوی و روحانی شخص/ آگاهی فرد به نحوه ارتباطش با دین/ پیامدهای ارزشی معمولاً مثبتی که فرد بر این ارتباط مترتب می‌داند/ احساس خاص فرد از دین یا نسبت به دین خاص و نسبت به دیگرانی که با دین رابطه‌ای مشابه دارند
هویت قومی	اریکسون/ الطائی (۱۳۹۶)/ سید امامی (۱۳۸۷)/ والک و کارو (۲۰۰۱)	علاقه‌مند به قومیت و ویژگی‌ها و ارزش‌های منتسب به گروه قومی/ تعلق و تفاخر قومی/ تفکیک قومی
هویت ملی	اریکسون/ شمشری (۱۳۸۷)/ احمدی (۱۳۸۹)/ ابوالحسنی (۱۳۸۹)/ حاجیان (۱۳۸۳)	منافع مشترک/ تاریخ مشترک/ سرنوشت مشترک/ همبستگی با سرزمین/ دین و آئین/ آداب و مناسک/ تاریخ/ زبان و ادبیات/ مردم/ دولت

ابعاد	نظریه پرداز/ پژوهشگر	شاخص‌ها
هویت خانوادگی	عبدالهی (۱۳۷۵)/ شیخاوندی (۱۳۸۰)/ چلبی (۱۳۹۵)	نسبتهای خونی/ ژنتیکی/ تعلق/ دلبستگی مشترک/ تعهد/ ارتباطات/ مناسک خانوادگی
هویت جنسی	احیایی (۱۳۹۴)/ سلطانی زاده و همکاران (۱۳۹۸)/ سگلی (۲۰۰۰)	حس شخصی از زن و مرد بودن/ صفت‌ها، ارزش‌ها، رفتارها و ویژگی‌هایی که به خود نسبت می‌دهن/ و تطابق آن با هنجارها و ارزش‌هایی که در جامعه و فرهنگ برای زنان و مردان/ سبک مو، لباس، نقش‌های شغلی و سایر فعالیت‌ها و خصوصیات اکتسابی فرهنگی/
هویت فرهنگی	الطائی (۱۳۹۶)/ دافنه (۲۰۰۷)/ متیوز (۲۰۰۰)/ گیدنز (۱۳۹۷)	آداب و رسوم/ زبان/ دین/ سنن و ارزش‌ها/ توقعات و دانش‌ها/ شیوه‌های فکری/ سبک (اسلوب) زندگی

نظریه‌های هویت و فضای مجازی

نظریهٔ دوفضایی شدن (دوجاهانی شدن): یکی از مهم‌ترین نظریه‌هایی که می‌تواند ویژگی‌های رسانه‌های جدید و دوگانگی هویتی را کنار هم توضیح دهد، نظریه «فضای دوم» یا «دوفضایی شدن» است. در این نظریه، ویژگی‌های رسانه‌های جدید عبارتند از: سریع شدن فضا، فراگیری، قابلیت دسترسی دائم، فرامکانی، فرازمان، جهانی بودن، سیال بودن، تشدید شدن واقعیت در فضای بازنمایی شده، چندرسانه‌ای بودن (نک: عاملی، ۱۳۹۵: ۹۹-۹۷). فضای جدید به دنبال پیشرفت فزاینده فناوری‌های مرتبط با رسانه‌های جدید، به تدریج و بیش از پیش الزامات، قواعد، هنجارها، الگوهای کنشگری، تعامل و ارتباطات نمادین، نهادها، اجتماعات، ارزش‌ها و ضد ارزش‌های فضای این جهانی را در خود به شکلی شبیه‌سازانه برمی‌سازد (عاملی، ۱۳۹۵: ۱۰۴). بر این اساس هویت، تنها با در نظر قرار دادن مؤلفه دوفضایی امکان‌پذیر است. مطابق با این نظریه، هویت بواسطه ویژگی‌هایی گفته شده به دو صورت هویت واقعی (فضای زندگی) و مجازی (فضای اینترنت) نمود پیدا می‌کند.

نظریهٔ نمایش خود در زندگی روزمره اروینگ گافمن: یکی دیگر از نظریه‌های مورد استفاده در پژوهش حاضر، نظریه «نمایش خود در زندگی روزمره» اروینگ گافمن^۲ است. گافمن در کتاب «نمود خود در زندگی روزانه» (۱۹۵۹) نظریه‌پردازی در باب کنش متقابل نمادین را آغازید. گافمن برای فهم تعاملات اجتماعی روزمره، از یک

استعاره هنری یعنی «نمایش»^۱ استفاده می‌کند. گافمن معتقد است که اجرای نقش‌ها برای جریان معمول و روان زندگی اجتماعی، ضروری است. در هر تعاملی باید بدانیم که چه چیزی از همدیگر انتظار داریم (میروویتز، ۱۳۸۷: ۱۸۳؛ به نقل از مهدی‌زاده، ۱۳۹۹). به اعتقاد گافمن فشارهای ساختار حاکم و شرایط و بسترهای غیرمنعطف اجتماعی باعث می‌شود تا فرد حامل این نقاب‌های اجتماعی باشد (ایمان و مرادی، ۱۳۹۰: ۶۵). این نقاب‌های اجتماعی هویت سازند؛ بنابراین هویت مسئله‌ای است که گافمن آن را برساخته منش فردی می‌داند و مقوله‌ای تثبیت شده که بر فرد تحمیل شود نیست بلکه برساخته اجتماعی است. فرد می‌کوشد در قالب نقش‌هایی که بازی می‌کند هویتش را تثبیت و دیگران را وادار به پذیرش چارچوب هویت خود کند (ایمان و مرادی، ۱۳۹۰: ۶۶)؛ بنابراین مطابق با نظریه گافمن، استدلال ما در این پژوهش نیز این است که فرد در فضای مجازی خواهان تصدیق شدن ویژگی‌هایی است که ارائه می‌ماید. او سعی دارد هویت‌های گوناگونی را که در فضای مجازی ارائه کند که مورد پذیرش قرار بگیرد و واقعیت‌آنگونه که او می‌نمایاند مقبول شود. نتیجه چنین پدیده‌ای، گاه چندهویتی (دوگانگی هویتی) یا بی‌هویتی خواهد بود.

نظریه کاستلز: یکی از مشهورترین نظریه‌های مربوط به تأثیرات فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی بر هویت و هویت مجازی، نظریه کاستلز است. کاستلز می‌گوید: «واقعیت را آن گونه که هست نمی‌بینیم، بلکه آن گونه می‌بینیم که زبانهایمان هستند و زبان‌های ما رسانه‌ها هستند. رسانه‌های ما و استعاره‌های ما، محتوای فرهنگ ما را می‌آفرینند» (کاستلز، ۱۳۸۹: ۳۸۳). کاستلز بر این باور است که فناوری‌های نوین با تضعیف پدیده دولت ملت و ایجاد شکاف در هویت ملی باعث تقویت هویت‌های فرو ملی می‌شود (کاستلز، ۱۹۹۷: ۱۷). به عبارتی کاستلز بیان کرده است رسانه‌های نوین ارتباطی با دگرگون ساختن بنیادین ماهیت ارتباطات، نقش تعیین‌کننده‌ای در تغییر و شکل‌دهی فرهنگ‌ها و هویت شهروندان ایفا می‌کنند (کاستلز، ۱۳۸۹: ۳۸۴-۳۸۳).

نظریه عصر دوم رسانه‌های مارک پاستر: نظریه دیگر در حوزه موضوع، نظریات مارک پاستر است که به مفهوم «عصر دوم رسانه‌ها» تأکید می‌کند. در دوره جدید که اینترنت و ارتباطات الکترونیک در جامعه و ارتباطات الکترونیک در جامعه سیطره دارد، این داده و اطلاعات یا به عبارت دقیق‌تر کلمه، این اجتماعات مجازی هستند که هویت افراد را می‌سازند. وسایل نوین ارتباطی و اطلاعاتی در اثر تغییراتی که در

برداشت های بشر امروزی به وجود می آورند، هویت ها را در وضعیت کاملاً تازه ای قرار می دهند که متفاوت و حتی مغایر با گذشته است (پاستر، ۱۳۷۷: ۱۵۲). فضای مجازی، منابع اساسی ایجاد هویت های متکثرند؛ به گونه ای که فرد با تلفن همراهی که در دست دارد، می تواند به گسترده ترین شبکه های اجتماعی متصل گردد و با معرفی خود با هویت های گوناگون، خود را به گونه ای جدید بروز دهد. در مجموع؛ به گفته مارک پاستر «این اجتماعات مجازی هستند که هویت افراد را می سازند. در اجتماعات مجازی هویت افراد به سمت فراملیتی است و کمتر به هویت ملی، یا دینی بها داده می شود» (پاستر، ۱۳۷۷: ۱۵۲).

نظریه ساخت یابی هویت گیدنز: گیدنز معتقد است که ساخت خود، طرح بازاندیشانه ای است که بخش اساسی مدرنیته را می سازد. در اینجا فرد از میان گزینه هایی که نظام انتزاعی فراهم می کند، باید هویت خود را پیدا کند (گیدنز، ۱۳۹۹: ۱۴۸). گیدنز بر نقش رسانه ها تأکید می کند و می گوید اگر در گذشته فرآیندهای انتشار فرهنگی، طولانی، کند و ناپیوسته بود، امروزه این فرآیند برعکس شده و انتشار فرهنگی سریع و پیوسته صورت می گیرد. وی وسایل ارتباط جمعی مدرن فراملی را ابزار بسط و گسترش مدرنیته به تمام دنیا در نظر می گیرد و شکسته شدن حصارهای زمانی و مکانی هویت به خصوص هویت دینی را در ابعاد فردی و جمعی به چالش کشیده است که می تواند باعث بازاندیشی در آن شود (گیدنز، ۱۳۹۹: ۱۵۶).

نظریه استوارت هال: استوارت هال سه مرحله تاریخی متفاوت برای سوژه (هویت) ارائه می کند: الف) سوژه روشنگری ب) سوژه جامعه شناختی و ج) سوژه پست مدرن (هال، ۱۳۸۳: ۹۱). سوژه پست مدرن، هویت برجسته ذاتی و ثابت ندارد. هویت به یک «جشن موج» تبدیل می شود که در ارتباط با شیوه هایی از نظام فرهنگی شکل می گیرد و متحول می گردد که ما را احاطه کرده اند و دائماً به وسیله آن ها بازنمایی می شویم و مورد خطاب قرار می گیریم (Hall, 1987: 56). هال می گوید، این امر پذیرفته شده است که در پایان دوره مدرن، هویت ها هرگز یکپارچه نیستند. به عبارتی هویت ها به طور دایمی در فرایند تغییر و دگرگونی قرار دارند (اخوان، ۱۳۸۶: ۱۰۶). به اعتقاد هال، سوژه هیچ هویت ثابت، بنیادین و ماندگاری ندارد و به طور مداوم با شیوه های بازنمایی و نظام های فرهنگی - رسانه ای پیرامون ما شکل می گیرد و تغییر شکل می دهد (Hall & Geben, 1992: 257). بنابراین، هویت امری نسبی است و هر کس در فضا و زمانی خاص، هویتی متفاوت از خود نشان می دهد (دوگانگی هویتی).

نظریه رونالد رابرتسون: به نظر رابرتسون جهانی شدن باعث دامن زدن به دغدغه‌های انسان گردیده است و ارتباط افراد با یکدیگر و به ویژه با اجتماعات و جوامع مختلف در سطح جهان باعث بروز موقعیت‌های تنش آمیزی گردیده است که منبع بسیاری از مشکلات هویتی افراد است. این مسایل و مشکلات و دغدغه‌ها وضعیتی را که رابرتسون «دوگانگی انسان مرکزی» می‌نامد، به وجود می‌آورد که از یک طرف به رابطه افراد و جوامع ملی و از طرف دیگر به رابطه «فراجمعه‌ای» میان جوامع و افراد هر یک از جوامع با یکدیگر مربوط می‌گردد (رابرتسون؛ به نقل از یزدانی و مروتی، ۱۳۹۰: ۹). در واقع جهانی شدن در برگیرنده چند فرایند نسبی شدن است که در جریان آن دیدگاه‌های ویژه پابرجایی خود را از دست می‌دهند؛ بنابراین، جهانی شدن تبدیل مرجع علی فردی به مرجع‌های عام و فراملی است. برآیند این پیوندها نسبی شدن هویت‌ها و نسبی شدن جوامع (ملی) است (رابرتسون، ۱۳۹۴: ۷۴). در نتیجه گسترش دایره تعاملات اجتماعی با استفاده از فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی، افراد از هویت‌های مدرن و جهانی آگاهی به دست می‌آورند (رابرتسون، ۱۳۹۴: ۱۶۱)؛ بنابراین مطابق با تئوری رابرتسون، آگاهی از ارزش‌ها، نگرش‌ها و سبک‌های زندگی جهانی موجب بازاندیشی در عناصر سنتی زندگی می‌گردد و همچنین باعث می‌شود تا خود به صورت یک «پروژه بازتابی با تأملی» درآید که تنها از طریق نوعی بازنگری ژرف در مفهوم «خود هویتی» قابل درک و دریافت است.

جمع‌بندی و ارائه فرضیه پژوهش

نظریه‌های فوق پایه‌های مستحکمی را برای درک نقش فضای مجازی در بروز هویت دوگانه و طرح فرضیات پژوهش فراهم می‌کند. رویکردهای فوق از آن جهت که تشریح کننده بازتولید هویت در شرایط گوناگون است می‌توانند به عنوان رویکردهای مناسب در تحلیل مباحث پژوهش حاضر که بر پایه بروز دوگانگی هویت در فضای واقعی - مجازی است راهگشا باشد. عمده نظریات مطرح شده بر این باورند که جهانی شدن در بستر فضای مجازی منبع بسیاری از مشکلات هویتی افراد بوده و موجب بازاندیشی در عناصر سنتی هویت شده است با تأمل در تبیین‌هایی که در تئوری‌های فوق شکل گرفته‌اند، شاهد چالش‌های ایجاد شده‌ای هستیم که فضای مجازی در حوزه عرضه می‌دارد. لذا در مطالعه حاضر فرضیه زیر مطرح می‌شود:

فرضیه: «دانش‌آموزان دوره دوم متوسطه استان اردبیل در فضای واقعی و مجازی دارای هویت (دینی، خانوادگی، جنسی، ملی، قومی و فرهنگی) دوگانه هستند».

روش پژوهش

پژوهش پیش‌رو از نظر هدف، کاربردی و از لحاظ روش گردآوری اطلاعات از نوع تحقیقات پیمایشی است. جامعه آماری این مقاله مشتمل بر کلیه دانش‌آموزان مقطع متوسطه دوره دوم (دخترانه و پسرانه) استان اردبیل در سال تحصیلی ۱۴۰۰-۱۳۹۹ که تعداد آنان بالغ بر ۲۱۰۰۰ نفر (دختر ۹۱۰۰ و پسر ۱۱۹۰۰) است. از بین جامعه آماری، ۳۸۰ نفر (۱۷۰ نفر دختر و ۲۱۰ نفر پسر) از طریق فرمول مورگان و گرجسی انتخاب گردید. شیوه نمونه‌گیری در این پژوهش، نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای بود. بدین صورت که ابتدا از بین ۱۱ شهر، ۵ شهر (اردبیل از مرکز استان، پارس آباد از شمال، خلخال از جنوب، نمین از غرب و مشکین شهر از شرق استان) به عنوان نمونه انتخاب گردید. سپس از شهر اردبیل ۴ مدرسه (۲ مدرسه پسرانه و ۲ مدرسه دخترانه) و از شهرهای دیگر ۲ مدرسه (۱ نمونه پسرانه و ۱ نمونه دخترانه) به صورت هدفمند از مناطق برخوردار و کمتر برخوردار شهر و از هر مدرسه ۳ کلاس و بر اساس پایه و رشته تحصیلی انتخاب و از بین این کلاس‌ها، دانش‌آموزانی که در فضای مجازی (حداقل عضو یکی از شبکه‌های اجتماعی) فعالیت می‌کنند و به تعدادی مورد نیاز به عنوان نمونه نهایی انتخاب گردید. برای سنجش دوگانگی هویت، از پرسشنامه محقق ساخته اقتباس از دیدگاه نظریه‌پردازان و پژوهشگران (مندرج در جداول ۱ و ۲) استفاده شد. این پرسشنامه دارای ۶۰ سوال است که دوگانگی هویت را در ابعاد شش‌گانه دوگانگی در دینی (سوالات ۱ تا ۱۰)، خانوادگی (سوالات ۱۱ تا ۲۱)، جنسیتی (سوالات ۲۱ تا ۳۰)، ملی (سوالات ۳۱ تا ۴۰)، قومی (سوالات ۴۱ تا ۵۰) و فرهنگی (سوالات ۵۱ تا ۶۰) می‌سنجد. پرسشنامه به گونه‌ای تنظیم شده است که هویت پاسخگو را در شرایط زندگی واقعی و مجازی دنیای مجازی اندازه‌گیری می‌نماید. به عبارتی دیگر در این پرسشنامه با الگوگیری از مقیاس ISCS^۱ دو دسته سوالات موازی برای سنجش هویت در جهان واقعی و فضای مجازی بکار گرفته شده است و منطق تفاوت در این دو دنیا از یک سو منتسب به زمینه‌های جمعیت‌شناختی نوجوانان و از سوی دیگر بر اساس اظهار نظر پاسخگویان از زمینه‌های مجازی سنجیده شده است. گویه‌های پرسشنامه بر طیف ۵ درجه‌ای لیکرت، از «اصلاً در مورد من صدق نمی‌کند» (۱) تا «کاملاً در مورد من صدق می‌کند» (۵) تنظیم شده است. برای سنجش روایی پرسشنامه، از روش

اعتبار صوری^۱ و اعتبار معیار^۲ (پژوهش‌های پیشین) استفاده شد. در این راستا پس از تنظیم پرسشنامه، در اختیار اساتید خبره (اساتید راهنما و مشاور و برخی از اساتید دانشگاهی) و متخصصان آمار قرار گرفت تا از این طریق نظرات آنها جمع‌آوری و پس از اعمال اصلاحات لازم، روایی مورد تأیید قرار گرفت. برای برآورد پایایی پرسشنامه از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد که پس از اصلاح و حذف برخی از گویه‌ها، این مقدار برای کل پرسشنامه و ابعاد آن بالاتر از $0/7$ به دست آمد، بنابراین پایایی پرسشنامه نیز مورد تأیید قرار گرفت. پس از اطمینان از توزیع نرمال داده‌ها، از آزمون t دو گروه مستقل در نرم‌افزار spss مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

یافته‌های پژوهش

توصیفی جمعیت‌شناختی

جدول ۳، درصد فراوانی متغیرهای جمعیت‌شناختی و نمره هویت پاسخگویان در فضای مجازی و واقعی را به تفکیک متغیرهای جمعیت‌شناختی نشان می‌دهد. مطابق با اطلاعات جدول ۳، اختلاف میانگین نمره هویت فضای واقعی و مجازی پاسخگویان دختر ($0/25$) بیشتر از پسران ($0/2$) به دست آمده است و این بدین معنی است که دوگانگی هویتی در دختران بیشتر از پسران وجود دارد. در متغیر سن، بیشترین اختلاف میانگین هویت مربوط به گروه سنی ۱۵ سال ($0/35$) و کمترین آن به ۱۷ سال ($0/08$) تعلق دارد و این داده‌ها بدین معنی است که با افزایش سن دوگانگی هویتی کاهش یافته است. در متغیر میزان استفاده از فضای مجازی در شبانه روز، بیشترین اختلاف میانگین هویت مربوط استفاده‌کنندگان بین ۵ تا ۷ ساعت ($0/36$) و کمترین آن به کمتر از دو ساعت ($0/13$) تعلق دارد و این داده‌ها بدین معنی است که با افزایش میزان استفاده از فضای مجازی در شبانه روز دوگانگی هویتی افزایش یافته است. در متغیر نوع استفاده از فضای مجازی، بیشترین اختلاف میانگین هویت به استفاده‌کنندگان تفریحی ($0/24$) و کمترین آن به اخبار ($0/02$) تعلق دارد. نهایتاً اینکه در متغیر اولویت فضای مجازی، بیشترین اختلاف میانگین هویت مربوط به اینستاگرام ($0/44$) و کمترین آن مربوط به پیام‌رسان‌های داخلی ($0/11$) است. این نتایج بدین معنی است که پاسخگویانی که اولویت فضای مجازی آنان اینستاگرام است دچار بیشترین دوگانگی هویتی و پاسخگویانی که اولویت آنان پیام‌رسان‌های داخلی است دچار کمترین دوگانگی هویتی شده‌اند.

1. Face Validity
2. Criterion Validity

جدول ۲. نمره هویت پاسخگویان در فضای مجازی و واقعی به تفکیک متغیرهای جمعیت شناختی

اختلاف میانگین	میانگین نمره هویت		درصد	تعداد	متغیرهای جمعیت شناختی	
	فضای مجازی	فضای واقعی				
۰/۲۵	۳/۲۸	۳/۵۳	۴۶	۱۷۵	دختر	جنسیت
۰/۲	۳/۳۶	۳/۵۶	۵۴	۲۰۵	پسر	
۰/۳۵	۳/۳۳	۳/۶۸	۳۰	۱۱۵	۱۵ سال	سن
۰/۳۴	۳/۲۲	۳/۵۶	۳۶	۱۳۵	۱۶ سال	
۰/۰۸	۳/۴۲	۳/۵	۳۴	۱۳۰	۱۷ سال	
۰/۱۳	۳/۲۶	۳/۳۹	۱۰	۳۸	کمتر از دو ساعت	میزان استفاده از فضای مجازی در شنبه روز
۰/۲۱	۳/۴۲	۳/۶۳	۲۷	۱۰۲	بین ۲ تا ۴ ساعت	
۰/۲۱	۳/۵۵	۳/۷۶	۴۰	۱۵۲	بین ۵ تا ۷ ساعت	
۰/۳۶	۳/۲۴	۳/۶	۲۳	۸۸	بیشتر از ۸ ساعت	
۰/۲۴	۳/۱۹	۳/۴۳	۲۹	۱۰۹	تفریحی	نوع استفاده از فضای مجازی
۰/۵	۳/۳۲	۳/۸۲	۲۵	۹۶	ارتباطی	
۰/۳	۳/۳۹	۳/۶۹	۲۲	۸۴	آموزشی	
۰/۰۲	۳/۳۱	۳/۳۳	۱۲	۴۴	اخبار	
۰/۴	۳/۲۶	۳/۶۶	۲	۹	تجاری	
۰/۱۵	۳/۵۷	۳/۴۲	۱۰	۳۸	سایر	
۰/۴۴	۳/۲۱	۳/۶۵	۳۵	۱۳۲	اینستاگرام	اولویت فضای مجازی
۰/۲۴	۳/۳۲	۳/۵۶	۳۰	۱۱۵	واتساپ	
۰/۲۱	۳/۳۱	۳/۵۲	۲۷	۱۰۴	تلگرام	
۰/۱۱	۳/۸۳	۳/۷۲	۴	۱۵	پیام رسان های داخلی	
۰/۱۲	۳/۷۱	۳/۵۹	۳	۱۰	توییت	
۰/۴	۳/۷۲	۳/۳۲	۱	۴	فیسبوک	

همانطور که در جدول فوق مشاهده می شود ۱۰ درصد از پاسخگویان کمتر از دو ساعت، ۲۷ درصد بین ۲ تا ۴ ساعت، ۴۰ درصد بین ۵ تا ۷ ساعت، ۲۳ درصد بیشتر از ۸ ساعت از فضای مجازی استفاده کرده اند. اولویت فضای مجازی در بین پاسخگویان به ترتیب با ۳۵ درصد (اینستاگرام)، ۳۰ درصد (واتساپ)، ۲۷ درصد (تلگرام)، ۴ درصد (سایر پیام رسان های داخلی)، ۳ درصد (توییت) و ۱ درصد (فیسبوک) می باشد.

سایر متغیرهای جمعیت‌شناختی نشان از آن است که ۳۰ درصد پاسخگویان در پایه دهم، ۳۶ درصد در پایه یازدهم و ۳۴ درصد در پایه دوازدهم تحصیل می‌کنند. تحصیلات پدر ۴ درصد بی سواد، ۱۹ درصد زیر دیپلم، ۱۹ درصد دیپلم، ۵ درصد فوق دیپلم، ۲۹ درصد لیسانس و ۲۴ درصد هم فوق لیسانس و بالاتر و تحصیلات مادر ۲ درصد بی سواد، ۲۱ درصد زیر دیپلم، ۲۷ درصد دیپلم، ۱۲ درصد فوق دیپلم، ۲۲ درصد لیسانس و ۱۶ درصد هم فوق لیسانس و بالاتر است. شغل پدر ۱۴ درصد از پاسخگویان بیکار، ۳۳ درصد کارمند و ۵۳ درصد هم آزاد و شغل مادر ۵۲ درصد خانه داری، ۲۳ درصد کارمند و ۲۵ درصد هم آزاد است.

آزمون فرضیه‌ها

فرضیه: «فضای واقعی- مجازی دانش آموزان دوره دوم متوسطه استان اردبیل دارای هویت دوگانه است»

جدول ۳. خروجی آزمون t-test برای مقایسه دوگانگی هویت در فضای مجازی- واقعی

متغیر	آزمون لون برای برابری واریانس‌ها		گروه‌ها	$\bar{x}_1$	$\bar{x}_2$	t	درجه آزادی	معنی داری
	F	معنی داری						
هویت (نمره کل)	۴/۰۴۴	۰/۰۵۴	فضای مجازی	۳۸۰	۳/۲۸	۰/۳۱۹	۷۵۸	۰/۰۰۰
			فضای واقعی	۳۸۰	۳/۶			
هویت دینی	۱۳/۷۲۵	۰/۰۰۰	فضای مجازی	۳۸۰	۳/۴۲	۰/۱۱	۷۵۸	۰/۰۱۸
			فضای واقعی	۳۸۰	۳/۵۳			
هویت خانوادگی	۱۶/۱۲۴	۰/۰۰۰	فضای مجازی	۳۸۰	۳/۳	۰/۶۰۵	۷۵۸	۰/۰۰۰
			فضای واقعی	۳۸۰	۳/۹۱			
هویت جنسی	۱/۰۳۹	۰/۳۰۸	فضای مجازی	۳۸۰	۳/۰۱	۰/۷۲۸	۷۵۸	۰/۰۰۰
			فضای واقعی	۳۸۰	۳/۷۴			
هویت ملی	۲۱/۵۲۷	۰/۰۰۰	فضای مجازی	۳۸۰	۳/۲۵	۰/۱۸۱	۷۵۸	۰/۰۰۰
			فضای واقعی	۳۸۰	۳/۴۳			
هویت قومی	۴۰/۴۰۷	۰/۰۰۰	فضای مجازی	۳۸۰	۳/۳۸	۰/۱۵۲	۷۵۸	۰/۰۰۰
			فضای واقعی	۳۸۰	۳/۵۳			
هویت فرهنگی	۳/۶۳۱	۰/۰۵۷	فضای مجازی	۳۸۰	۳/۳	۰/۱۳۸	۷۵۸	۰/۰۰۳
			فضای واقعی	۳۸۰	۳/۴۴			

مطابق با اطلاعات جدول ۳، با توجه به مقدار t محاسبه شده در این آزمون ها و سطح معنی داری که از ۰/۰۱ کمتر است ($P < 0/01$)، بنابراین تفاوت در میانگین هویت و ابعاد آن در فضای واقعی و مجازی از لحاظ آماری معنی دار است. بر این اساس می توان گفت که اختلاف میانگین مشاهده شده هویت و ابعاد آن (دینی، خانوادگی، جنسی، ملی، قومی و فرهنگی) ناشی از اثر گروه (فضای مجازی - واقعی) بوده و با توجه به میانگین به دست آمده برای هویت و ابعاد آن در دو فضا، می توان اذعان کرد که دانش آموزان در فضای واقعی - مجازی دارای هویت های دوگانه ای هستند. بالا بودن میانگین هویت و ابعاد آن در فضای واقعی بیانگر این نکته است که هویت دانش آموزان در این فضا بیشتر واقعی و طرفدار هویت سنتی و مبتنی بر پاسداشت از منابع سنتی هویت بوده است اما پایین بودن میانگین هویت و ابعاد آن در فضای مجازی بیانگر گمنامی، طرفدار هویت مدرن، تزلزل منابع سنتی هویت و فاصله گرفتن از فرهنگ سنتی است. به عبارتی دیگر، در فضای مجازی، قدرت معناسازی نمادهای سنتی تضعیف و منابع اساسی ایجاد هویت های متکثر تقویت شده است.

بحث و نتیجه گیری

نتایج پژوهش نشان داد که دانش آموزان در فضای واقعی و مجازی دارای هویت دوگانه ای هستند. این هویت دوگانه در ابعاد دینی، خانوادگی، جنسی، ملی، قومی و فرهنگی قابل مشاهده است و یافته قابل تأمل در این پژوهش این که دوگانگی هویتی دانش آموزان در فضای واقعی و مجازی تحت تأثیر برخی متغیرهای جمعیت شناختی آنان نظیر جنسیت، سن، میزان استفاده از فضای مجازی و نوع رسانه های اجتماعی قرار گرفته و در نمود متفاوتی پیدا می کند. بر اساس یافته های پژوهش حاضر، دانش آموزان در فضای واقعی و فضای مجازی هویت متفاوتی را تجربه می کنند. در واقع آنگونه که دانش آموزان اظهار کرده اند و بر اساس متغیرهای جمعیت شناختی استنباط شده است، هویت دانش آموزان (در ابعاد دینی، خانوادگی، جنسی، ملی، قومی و فرهنگی) عمدتاً منفعلانه و مبتنی بر عوامل انتسابی؛ به ویژه در هویت جنسی بود و با معیارهای سنت و نهادهای اجتماعی، دینی و سیاسی و فرهنگی که نظام های معنایی مشخصی را تولید می کنند، شکل گرفته است؛ اما زمانی که همین فرد وارد فضای مجازی می شود هویت وی به دلیل انبوه منابع اجتماعی و فرهنگی هویت آفرین، وسعت یافتن روابط اجتماعی و تعلقات گروهی و آزادی، صورتی فعال و غالباً آگاهانه و تأملی (بازاندیشانه) به خود گرفته است؛ بنابراین، در فضای مجازی

هویت نوجوان بیشتر فردگرایانه، گرایش به بی‌نامی و فرهنگ مدرن است به طوری که می‌توان از آن به دوگانگی هویتی در فضای واقعی و مجازی یاد کرد. لذا می‌توان نتیجه گرفت که فضای مجازی به دلیل تعدد، تنوع و گاه تعارض منابع هویت‌ساز موجب تضعیف در منابع سنتی هویت‌یابی (نظیر دین، خانواده، زبان، ملیت، قومیت و ارزش‌های فرهنگی) شده است. نمرات نوجوانان در فضای واقعی به خوبی گویای آن بود که آنان در این فضا هویت شکل یافته‌تری نسبت به فضای مجازی دارند و فضای مجازی آنان را در معرض دگرگونی‌های هویتی بیشتری قرار داده است. بدین ترتیب، می‌توان چنین استنباط کرد که فضای مجازی نسبت به فضای واقعی هویت‌های سنتی را تضعیف می‌کند. اردبیل، به دلیل شرایط خاص اقلیمی، از دیر باز اجتماعات سه‌گانه شهری، روستایی و عشایری را در خود جای داده است. فرهنگ اردبیل، از گذشته نسبتاً دور فرهنگی شدیداً مذهبی بود که با سلسله و خاندان صفویه در هم آمیخته بود. تغییرات به وجود آمده در شرایط اقتصادی، اجتماعی، سیاسی منطقه در طی دهه‌های اخیر، بویژه در سالهای بعد از انقلاب و پس از جدایی استان اردبیل از استان آذربایجان شرقی، تأثیرات بسیار زیادی در وضعیت اجتماعی فرهنگی استان اردبیل گذاشته است. با تمام این تغییرات نکته‌ای که حائز اهمیت است اینکه حتی هم اکنون نیز بسیاری از خصائص روانشناختی و فرهنگی موجود در بین اهالی مناطق مختلف استان اردبیل تداوم همان ویژگی‌های دیرین است (برای مثال قدرگرایی، ریسک‌ناپذیری، میزان بالای مذهبی بودن و سنت‌گرایی). همان‌طور که در جامعه آماری آمده است، در این پژوهش مشخص شد، در استان اردبیل که بر اساس مولفه‌های فرهنگی - اجتماعی (قومی زبانی) و از لحاظ عناصر مدرنیته و مدرنیزاسیون با پایتخت و بخش‌های مرکزی ایران متفاوت‌تر است و بخش اعظمی از سنت‌ها به واسطه جغرافیا و عناصر وحدت‌بخش زبانی و قومی حفظ شده است اما در مقایسه با تحقیقات پیشین نتایج بررسی تفاوتی ندارد و مشابه است. نتایج به دست آمده در مورد دوگانگی هویتی در فضای واقعی و مجازی با نتایج پژوهش معمار و همکاران (۱۳۹۱)، زکی (۱۳۹۵)؛ در بُعد دوگانگی هویت دینی با نتایج پژوهش رهبرقاضی و همکاران (۱۳۹۷)، رستمی و همکاران (۱۳۹۶)؛ در بُعد دوگانگی هویت خانوادگی با نتایج پژوهش رهبر مهرپو و همکاران (۱۳۹۸)، حسین‌پور و عرب مومنی (۱۳۹۶)؛ در دوگانگی بُعد هویت جنسی با نتایج پژوهش جعفری (۱۳۹۹)، Buss & Haimson (2021)، Brown & et al. (2020)؛ در دوگانگی بُعد هویت ملی با نتایج پژوهش رهبرقاضی و همکاران (۱۳۹۷)، عظیمی و همکاران (۱۳۹۷)، رهبرقاضی و ایمانیان مفرد (۱۳۹۶)، بروجردی علوی و صدیق (۱۳۹۶)،

Jamali (2015) و در بُعد دوگانگی هویت قومی با نتایج پژوهش، جعفری (۱۳۹۹)؛ عظیمی و همکاران (۱۳۹۷)، بروجردی علوی و صدیق (۱۳۹۶)؛ در بُعد دوگانگی هویت فرهنگی با نتایج پژوهش رستمی و همکاران (۱۳۹۶) مطابقت دارد. حیدری و همکاران (۱۴۰۰) نیز دریافتند که مقوله هسته «فضای مجازی پژواک فضای واقعی و جولانگاه خودهای واقعی - وانمودی»، بازتاب دهنده روند هویت‌یابی دختران مورد مطالعه در فضای مجازی است که ناشی از تأثیر دوسویه ویژگی‌های روانشناختی - فیزیولوژیک - اجتماعی دختران و شرایط زیست فرهنگی - اجتماعی آنان در فضای واقعی جامعه است که نتایج یافته‌ای حاضر را تأیید می‌کند.

در تبیین این یافته‌ها می‌توان گفت فضای واقعی بیشتر تحت سیطره کنش افراد با کنشگران واقعی محیط زندگی نظیر همسالان، دوستان، والدین، گروه‌های مرجع، محیط آموزشی و همچنین رسانه‌های جمعی نظیر تلویزیون هستند و این نهادها با نمایش و عرضه جامعه‌ای که فرد خود را با آن هم هویت ساخته و معرفی کرده است، می‌توانند احساس از خودبیگانگی یا احساس بی‌ریشه بودن او را کاهش دهند؛ اما همانطور که اینگلهارت با طرح انقلاب خاموش معتقد است که ورود سریع ارزش‌ها و ایده‌های جدید از طریق فناوری‌های نوین ارتباطی، می‌تواند گسست‌های جدی‌ای در مبانی هویتی جامعه ایجاد کند. بر اساس دیدگاه گیدنز نیز یکی از مهم‌ترین عوامل بروز بحران هویت در جوامع فعلی، گسترش صنعت ارتباطات و فضای مجازی است. فضای مجازی و ابزارهای مختلف آن به عنوان آزادترین محیطی که بشر آن را تجربه کرده است منابع هویت‌ساز سنتی و معمول در جوامع را تضعیف و کارکرد آنها را با دشواری روبه‌رو کرده است. عاملی هم با طرح نظریه دوفضایی شدن بر این نکته تأکید می‌کند که هویت در عرصه مجازی، به دلیل ویژگی‌هایی چون چندرسانه‌ای بودن، سیال بودن، جهانی بودن، فرازمانی و فرامکانی بودن به صورت متغیر، سیال و متکثر صورت‌بندی شده و هویت مجازی در کنار هویت سنتی در دو فضای واقعی و مجازی ساخته می‌شود؛ بنابراین، هویت به دو صورت هویت واقعی (فضای زندگی) و مجازی (فضای اینترنت) نمود پیدا می‌کند. حال نیز در نظریه خود این نکته را می‌پذیرد که در پایان دوره مدرن، هویت‌ها هرگز یکپارچه نیستند. به عبارتی هویت‌ها به طور دایمی در فرایند تغییر و دگرگونی قرار دارند. به اعتقاد هال، سوژه هیچ هویت ثابت، بنیادین و ماندگاری ندارد و به طور مداوم با شیوه‌های بازنمایی و نظام‌های فرهنگی - رسانه‌ای پیرامون ما شکل می‌گیرد و تغییر شکل می‌دهد. بنابراین، هویت

امری نسبی است و هر کس در فضا و زمانی خاص، هویتی متفاوت از خود نشان می‌دهد (دوگانگی هویتی). رابرتسون هم بر نسبی شدن هویت‌ها و نسبی شدن جوامع (ملی) در فرآیند جهانی شدن تأکید دارد. گیدنز نیز با طرح نظریه ساخت‌یابی هویت معتقد است که در عصر مدرن با شکسته شدن حصارهای زمانی و مکانی، هویت به خصوص هویت دینی در ابعاد فردی و جمعی به چالش کشیده شده و باعث بازاندیشی در آن می‌شود. کاستلز نیز همچون گیدنز تغییر و شکل‌دهی فرهنگ‌ها و هویت‌ها را ناشی از دگرگون ساختن بنیادین ماهیت ارتباطات به واسطه رسانه‌های نوین ارتباطی می‌داند. بر اساس دیدگاه پاستر نیز در عالم واقع یک فرد با یک هویت با طرف مقابل ارتباط برقرار می‌کند اما اینترنت به او این امکان را می‌دهد که بتواند در یک لحظه چند هویت مختلف و گاه متضاد داشته باشد. نظریه «نمایش خود در زندگی روزمره» گافمن شاید مهم‌ترین نظریه در حوزه نظری پژوهش حاضر است که می‌توان به مدد آن دوگانگی هویتی به دست در پژوهش حاضر را تبیین نمود. هر چند نظریه او عمدتاً درباره ارتباط رودررو در گفتگوی روزمره و نیز مکالمات تلفنی است، اما می‌تواند برای اشکال رسانه‌ای تعامل و ارتباط نیز مورد توجه و استفاده قرار بگیرد. از دیدگاه ایشان، انسان‌ها ذاتاً خواهان دوست داشتن و دوست داشته شدن هستند. به علاوه، وقتی یک فرد یا بازیگر، نقشی را برای مخاطب در مواقع متفاوت بازی می‌کند، احتمالاً نوعی روابط اجتماعی را شکل می‌دهد. او تصریح می‌کند که هویت آن چیزی نیست که ما هستیم (مسلم و مشخص)، هویت چیزی است که ما می‌سازیم و از طریق انتخاب لباس (لباس صحنه)، اشیا (ابزار صحنه) و رفتار (ایفای نقش) به آن جامه عمل می‌پوشانیم؛ بنابراین بخش کاربردی نظریه گافمن در مطالعه حاضر این است که نوجوان در فضای مجازی خواهان تصدیق شدن افکار و عقایدی است که ارائه می‌نماید. او سعی می‌کند هویت‌های گوناگونی از دین، جنسیت، خانواده، ملیت، قومیت و فرهنگ در فضای مجازی ارائه دهد که مورد پذیرش قرار بگیرد و واقعیت آنگونه که او می‌نماید مقبول شود نه آنطور در زندگی واقعی هست. بنابراین رسانه‌های نوین برای انسان امروزی فضاهایی مجازی پدید آورده‌اند. تعریف و برداشت انسان در عصر حاضر از زمان و مکان «من اینترنتی» پدید آمده است و این مسئله خود منجر به دوگانگی هویتی در جهان واقعی و مجازی می‌شود.

با تأمل در تبیین‌های موشکافانه‌ای که تئوری‌های فوق ارائه کرده‌اند در میان نوجوانان استان اردبیل نیز شاهد دوگانگی هویتی ایجاد شده‌ای هستیم که در اثر

تفاوت در منابع هویت‌ساز جهان واقعی و جهان مجازی ایجاد شده است. همسو با چارچوب نظری، یافته‌های حاصل از آزمون فرضیه‌های پژوهش نیز حاکی از وجود دوگانگی هویتی در کلیه ابعاد مورد بررسی (دینی، خانوادگی، جنسی، ملی، قومی و فرهنگی) در نوجوانان مورد مطالعه است، به گونه‌ای که نوجوانان در کنار اینکه در جهان واقعی سعی در پاسداری از منابع سنتی هویت بودند در مقابل در فضای مجازی خود را طرفدار هویت جهانی یا جهان وطنی بازنمایی می‌کردند. این یافته مبین این واقعیت است که حضور در فضای مجازی با توجه به خصوصیات این فضا که بیشتر متأثر از دو خاصیت ذاتی آن یعنی فضابودگی (نداشتن چارچوب‌های فیزیکی و مکانی مشخص) و مجازی بودن است نظیر امکاناتی از قبیل: گمنامی، تعامل همزمان و غیرهمزمان با طیف وسیعی از دیگری‌ها اعم از در دسترس یا دور از دسترس در دنیای واقعی و در پی آن؛ دیدن بازتاب خود در ارتباط با سایرین، رویارویی با فضاها و جریان‌های ناآشنا، پشت سر نهادن نسبی مرزهای طبیعی و اجتماعی موجود در دنیای واقعی، دسترسی سریع و به نسبت آسان به طیف وسیعی از اطلاعات؛ اعم از محلی، جهانی، تخصصی، عمومی و غیره، تعامل و ارتباط صرفاً مبتنی بر نوشتار با سایرین و بینهایت امکان دیگر کاربران فضای مجازی بویژه کاربران حرفه‌ای و پر مصرف نوجوان ایرانی را با توجه به ساختارهای عینی و ذهنی جوامع نیمه سنتی، نیمه مدرن، پساسنتی و پیشامدرن خودشان قادر می‌سازد برخی از تجارب خرد و کلان ویژه زندگی در جوامع مدرن کنونی را با توجه به ساختارها، نهادها و ساخت‌های مختص این نوع جوامع کسب و از آنها تأثیر پذیرند؛ تجاربی نظیر جدایی مکان از فضا، برقراری روابط دوستانه و صمیمی با افراد متعدد و متفاوت همراه با احساس نوعی تعهد درونی به رابطه، اعتماد به افراد و ساختارهای نامرئی با در نظر گرفتن و پذیرفتن بیم‌ها و مخاطرات موجود، تجربه آزادی، استقلال و قدرتمندی فردی، سیال بودن و جهان وطنی، تجربه بازاندیشی دایمی و مداوم و غیره. ترکیب این تجارب به نسبت مشترک بین فضای مجازی و دنیای مدرن همراه با دو پیامد دیگر حضور در این فضا، نخست، افزایش دامنه تعاملات اجتماعی فرد کاربر در فضای مجازی و به تبع آن، در دنیای واقعی، با هر دو جهان معاصران در دسترس و غیردسترس و در پی آن، افزایش سرمایه اجتماعی فرد را در پی دارد و دوم، دلیل دستیابی کاربر فضای مجازی به دامنه وسیعی از اطلاعات گوناگون و در پی آن افزایش قدرت نمادین فرد، به تدریج، پنداشت کاربر نوجوان ایرانی را از کیستی و چیستی خود، دیگران و جهان پیرامونش دگرگون می‌سازد و در نهایت، باعث

شکل‌گیری هویتی دوگانه به نسبت سیار، ناپایدار، بازاندیشانه و متکثر در وی می‌شود؛ هویتی که با توجه به برخی خصوصیات، می‌توان آن را هویت مدرن یا بازاندیشانه نامید. محقق در انجام تحقیق حاضر با محدودیت‌هایی به شرح زیر روبرو گردید؛ در این پژوهش به‌منظور زمینه‌یابی از پرسشنامه استفاده گردید، در نتیجه ممکن است برخی از افراد از ارائه پاسخ واقعی خودداری کرده و پاسخ غیرواقعی داده باشند. این پژوهش به‌صورت مقطعی انجام شده است. به این دلیل، نتیجه‌گیری درباره‌ی علیت را دشوار می‌سازد.

نتایج پژوهش حاضر قابل تعمیم به دانش‌آموزان متوسطه دوره دوم متوسطه استان اردبیل بوده است، در صورت نیاز به تعمیم به سایر گروه‌ها با احتیاط و دانش کافی این کار صورت بگیرد.

امکان کنترل برخی از متغیرهای مداخله‌گر نظیر شرایط اقتصادی، فرهنگی و ... پاسخگویان دشوار و می‌توانند نتایج پژوهش را تحت تأثیر قرار دهند.

تعارض منافع

بنا بر اظهار نویسندگان، مقاله پیش‌رو فاقد هرگونه تعارض منافع بوده است.

منابع و مآخذ

- احمدی، حمید (۱۳۸۹). بنیادهای هویت ملی ایرانی. تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.
- اخوان، منیژه (۱۳۸۶). دوفضایی شدن جهان، تفاوت‌های جنسیتی و بازنمایی هویت در فضای واقعی و فضای وبلاگ، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، تهران: دانشگاه تهران.
- اسلوین، جیمز (۱۳۸۰). اینترنت و جامعه. ترجمه عباس گیلوری و علی رادباوه، تهران: نشر کتابدار.
- ایمان، محمدتقی و گلمراد مرادی (۱۳۹۰). «روش‌شناسی نظریه اجتماعی گافمن». جامعه‌شناسی زنان، شماره ۲: ۷۸-۵۹.
- بروجردی، مهدخت و امیرسعید صدیق (۱۳۹۶). «تأثیر فضای مجازی بر هویت ملی و قومی در ایران»، مطالعات رسانه‌های نوین، شماره ۱۲: ۱۱۰-۸۸.
- پاستر، مارک (۱۳۷۷). عصر دوم رسانه‌ها. ترجمه غلامحسین صالحیار، تهران: مؤسسه ایران.
- جعفری، علی (۱۳۹۹). «رابطه استفاده از شبکه‌های اجتماعی با ابعاد هویتی شهروندان شهر اردبیل»، مطالعات فرهنگی و ارتباطات، مقالات آماده انتشار.
- جنکینز، ریچارد (۱۳۸۱). هویت اجتماعی. ترجمه تورج یاراحمدی، تهران: نشر شیرازه، چاپ اول.
- جولیوس، گولد و ویلیام ل کولب (۱۳۹۲). فرهنگ علوم اجتماعی. گروه ترجمه باقر پرهام، تهران: مازیار، چاپ سوم.
- حسین‌پور، جعفر و علی مؤمنی (۱۳۹۶). «تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت نهاد خانواده». برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی، شماره ۳۲: ۶۰-۳۳.
- حیدری، آرمان؛ حمید صداقت و خیری حمیدپور (۱۴۰۰). «هویت‌یابی واقعی - وانمودی دختران در سیالیت فضای مجازی: مطالعه کیفی دانشجویان دختر دانشگاه یاسوج». فصلنامه مطالعات فرهنگ - ارتباطات، doi: ۲۰۲۱/۲۵۸۹۳۵/۳۲۳۴.jccs/۱۰/۲۲۰۸۳
- رابرتسون، رونالد (۱۳۹۴). جهانی‌شدن: تئوری‌های اجتماعی و فرهنگ جهانی. ترجمه کمال پولادی، تهران: نشر ثالث، چاپ چهارم.
- رستمی، محمد؛ روزیتا جمیلی اسکویی، الهه نشاط و محمدرضا فرقانی (۱۳۹۶). «بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر فرهنگ و باورهای دینی (هویت) کاربران مطالعه موردی: کاربران استان اصفهان». علوم اجتماعی شوشتر، شماره ۳۷: ۷۲-۴۵.
- رهبر مهرپو، بهناز؛ احتشام رشیدی و ابوالفضل دانایی (۱۳۹۸). «تبیین رابطه شبکه اجتماعی مجازی اینستاگرام و بازتعریف هویت جنسیتی زنان». پژوهش‌نامه زنان، شماره ۲۸: ۱۱۲-۸۵.
- رهبرقازی، محمودرضا و زینب ایمانیان مفرد (۱۳۹۶). «بررسی تأثیرات شبکه‌های اجتماعی مجازی بر روی هویت ملی». مطالعات قدرت نرم، شماره ۱۷: ۱۳۳-۱۱۶.

رهبرقاضی، محمودرضا؛ عباس حاتمی و امین عباسی (۱۳۹۷). «رابطه شبکه‌های اجتماعی مجازی و دگرگونی هویت‌های جمعی (با تأکید بر هویت دینی، ملی و مدرن)». مجلس و راهبرد، شماره ۹۵: ۵۸-۳۳.

رهباب، حسین (۱۳۸۱). خودکاوی ملی در عصر جهانی شدن (مجموعه مقالات). تهران: قصیده‌سرا.

ریتزر، جورج (۱۳۹۹). نظریه جامعه‌شناسی در دوران معاصر. ترجمه محسن ثلاثی، تهران: علمی، چاپ بیست و چهارم.

زکی، محمدعلی (۱۳۹۶). «اینترنت و هویت در ایران: (تحلیل ثانویه تحقیقات کمی موجود طی سال‌های ۱۳۸۲ - ۱۳۹۵)». نقد کتاب اطلاع‌رسانی و ارتباطات. شماره ۱۲: ۱۸۵-۲۰۶.

سلگی، محمد (۱۳۸۹). سنجش ابعاد و مؤلفه‌های هویت فردی و اجتماعی و تأثیر آن بر انسجام هویت ملی دانشجویان دانشگاه‌های تهران، به‌منظور ارائه یک مدل روابط ساختاری. رساله دکتری، دانشگاه علامه طباطبائی، دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی.

سوروین، ورنر و جیمز تانکارد (۱۳۸۴). نظریه‌های ارتباطات. ترجمه: علیرضا دهقان، انتشارات دانشگاه تهران.

شیخ‌خواندی، داور (۱۳۸۰). ناسیونالیسم و هویت ایرانی. تهران: مرکز بازشناسی اسلام و ایران.

الطائی، علی (۱۳۹۶). بحران هویت قومی در ایران. تهران: شادگان، چاپ سوم.

عاملی، سعیدرضا (۱۳۹۵). مطالعات جهانی شدن: دوفضایی شدن‌ها و دوجوانی شدن‌ها. تهران: سمت، چاپ دوم

فخار، جلیل؛ محمدرضا دهشیری، مسعود مطلبی و محمد کمالی‌زاده (۱۴۰۰). «جهانی شدن و تأثیر آن بر هویت ملی در جمهوری اسلامی ایران بررسی پیمایشی از منظر دانشجویان گروه علوم انسانی و فنی و مهندسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب». نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی، شماره ۵۱: ۵۶۸-۵۴۸.

کاستلز، مانوئل (۱۳۸۹). عصر اطلاعات: اقتصاد جامعه و فرهنگ (ظهور جامعه شبکه‌ای). جلد اول، ترجمه احد علیقلیان و افشین خاکباز، تهران: انتشارات طرح نو، چاپ ششم.

گودیکانست، ویلیام بی (۱۳۸۳). پیوند تفاوت‌ها: راهنمای ارتباط کارآمد بین گروهی. ترجمه علی کریمی و مسعود هاشمی، تهران: تمدن ایرانی.

گیبیز، جان و ریمر، بو (۱۳۸۴). سیاست پست‌مدرنیته. ترجمه منصور انصاری، تهران: نشر گام نو، چاپ دوم

گیدنز، آنتونی (۱۳۹۸). تجدد و تشخص: جامعه و هویت شخصی در عصر جدید. ترجمه ناصر موفقیان، تهران: نشر نی، چاپ یازدهم.

گیدنز، آنتونی (۱۳۹۹). پیامدهای مدرنیته. ترجمه محسن ثلاثی، تهران: نشر مرکز، چاپ دهم.

گیدنز، آنتونی (۱۴۰۰). جامعه‌شناسی. ترجمه حسن چاوشیان، تهران: نشر نی. چاپ سی و پنجم.

معمار، ثریا. عدلی پور، صمد. خاکسار، فائزه (۱۳۹۱). «شبکه‌های اجتماعی مجازی و بحران هویت (با تأکید بر بحران هویتی ایران)». مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران، شماره ۴: ۱۷۶-۱۵۵.

- مهدی‌زاده، سیدمحمد (۱۴۰۰). نظریه‌های رسانه‌اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی. تهران: همشهری، چاپ نهم.
- هال، استوارت (۱۳۸۳). «هویت‌های قدیم و جدید، قومیت‌های قدیم و جدید». ترجمه شهریار وقفی‌پور، ارغنون، شماره ۲۴: ۳۵۲-۳۱۹.
- یزدانی، عنایت‌اله و نادر مروتی (۱۳۹۰). «جهانی شدن و چالش‌های فراروی هویت ملی در کشورهای درحال توسعه». تحقیقات سیاسی و بین‌المللی. شماره ۶: ۲۳-۱.
- Alharbi A, Dong H, Yi X & Khalil I. (2021). "Social Media Identity Deception Detection: A Survey", ACM Computing Surveys, 54(3): 1-35.
- Bakkar A. (2010). The Teenager How to Understand it and How to Direct it The Arab Library, No. 4, Arab Republic of Egypt.
- Brewer, Marilynn B. & Gardner, Wendi. (1996). Who is this 'we'? Levels of collective identity and self representations, Journal of Personality and Social Psychology, Vol. 71(183-93): (.
- Brown A, Barker ED, Rahman Q. (2020). Erotic Target Identity Inversions Among Men and Women in an Internet Sample. J Sex Med. 17:99-110.
- Buss J, Le H, Haimson O L. (2021). Transgender identity management across social media platforms, Media, Culture & Society, First Published June 27, 2021 Research Article: <https://doi.org/10.1177/01634437211027106>.
- Castells, M. (1997). The power of identity (Vol. 2). Malden (MA, USA) and Oxford (UK): Blackwell.
- Elsayed W. (2021). The negative effects of social media on the social identity of adolescents from the perspective of social work, Heliyon, 7(2): 1-15.
- Fazilah Idris, Zaharah Hassan, Azizah Ya'acob, Saran Kaur Gill, Noor Aziah Mohd Awal. (2012). The Role of Education in Shaping Youth's National Identity. Social and Behavioral Sciences, 59: 443-450.
- Hall, S. (1987). Minimal Selves, in Identity: The Real Me, ICA Document 6, London. Institute for Contemporary Arts.
- Hall. S. & Geben. B. (1992). Formation of Modernity. Cambridge: Polity press.
- Jamali R. (2015). National identity, crises of legitimacy and penetration of social networks. Online Arab Spring, 9: 11-20.
- Michele L. Ybarra, Myeshia Price-Feeney, Kimberly J. Mitchell. (2019). A Cross-sectional Study Examining the (In)congruency of Sexual Identity, Sexual Behavior, and Romantic Attraction among Adolescents in the US. The Journal of Pediatrics, 214: 201-208.
- Roger, Levesque J.R. (2011). Encyclopedia of Adolescence, Publisher Springer-Verlag New York, Copyright Holder Springer Science Business Media, 1: 109-118.
- Strauss P, Morgan H, Toussaint D W, Lin A & Perry Y. (2019). Trans and gender diverse young people's attitudes towards game-based digital mental health interventions: A qualitative investigation. Internet Interventions, 18: 100-114.

Tony yu, Fu-lai & Man Kwan, Diana sze (2008). Social Consciousness, Social Identities, www.informaworld.com.

Van der Walt E, Eloff, Jan H.P. & Grobler, J. (2018). Cyber-security: Identity Deception Detection on Social Media Platforms, Computers & Security, doi: 10.1016/j.cose.2018.05.015.

Identifying the drivers affecting the future of virtual social networks in the face of mass media

Hazhir Fathi, PhD Student in Social Communication Sciences, Islamic Azad University of Isfahan (Khorasgan). Isfahan , iran. Email: Hajhir.fathi@yahoo.com
Faezeh Taghipour, Associate Professor, Department of Communication and Business Sciences, Faculty of Humanities and Law, Isfahan Islamic Azad University (Khorasgan), Isfahan, Iran. (Corresponding Author). f.taghipour@khuif.ac.ir
Nafiseh Vaez, Assistant Professor, Department of Political Science and International Relations, Islamic Azad University, Shahreza Branch, Isfahan, iran. Email: Vaezsh85@yahoo.com

Abstract

This study seeks to identify the effective drives that can impact the future of on-line social networks in the face of Iranian mass media on the horizon of 1404. The research method is a combination of quantitative and qualitative, which has been done using Futuristic Research Method. This is a descriptive and exploratory research with the approach of identifying uncertainties. In this regard, a total of 20 experts and specialists in the field of media, communications and online social networks, who were selected by the Snowballing method, took part in the in-depth interviews. In this study, the Delphi Method was used to identify the motives, using SPSS software, and the Interpretive Structural Modeling (ISM) method was used to discover the final key factors affecting the future of social networks. The data collection tool in the structural interpretive modeling section includes a researcher-made questionnaire containing a table of interaction matrix, and the data were analyzed by MicMac software. The research's findings showed that 27 drivers have an impact on the future of social networks, which can be classified into four general sociocultural, political/legal, economic and technological factors. According to the research's findings, technology-based affairs, digital natives, media ownership and the power of large-scale traditional media are the four final key factors influencing the future of social networks in the face of Iranian mass media on the horizon of 1404.

Keywords

Social Networks, mass media ,Future Studies, drivers, Media

شناسایی پیشران‌های مؤثر بر آینده شبکه‌های اجتماعی مجازی در مواجهه با رسانه‌های جمعی

هژیرفتحی^۱، فائزه تقی‌پور^۲، نفیسه واعظ^۳

چکیده

این پژوهش به دنبال شناسایی پیشران‌های مؤثر بر آینده شبکه‌های اجتماعی مجازی در مواجهه با رسانه‌های جمعی ایران در افق سال ۱۴۰۴ است. روش پژوهش از نوع آمیخته کمی و کیفی است که با استفاده از روش آینده‌پژوهی انجام شده است. این پژوهش از نوع توصیفی و اکتشافی با رویکرد شناسایی عدم قطعیت‌ها است که در این راستا با ۲۰ نفر از صاحب‌نظران و متخصصان حوزه رسانه، ارتباطات و شبکه‌های اجتماعی برخط که با روش گلوله برفی انتخاب شده بودند، مصاحبه عمیق نیمه ساختار یافته صورت گرفت. در پژوهش حاضر برای شناسایی پیشران‌ها از روش تشکیل پانل دلفی با استفاده از نرم افزار SPSS استفاده شد و برای کشف عوامل کلیدی نهایی مؤثر بر آینده شبکه‌های اجتماعی مجازی از روش مدل‌سازی تفسیری- ساختاری (ISM) بهره برده شد. ابزار گردآوری اطلاعات در بخش مدل‌سازی تفسیری ساختاری، شامل پرسشنامه محقق ساخته حاوی جدول ماتریس تاثیرات متقابل است و داده‌های آن نیز توسط نرم افزار «میک مک» تحلیل شد. یافته‌های پژوهش نشان داد ۲۷ پیشران بر آیند شبکه‌های اجتماعی مجازی تأثیر دارند که در چهار عامل کلی اجتماعی- فرهنگی، حقوقی- سیاسی، اقتصادی و فناوری قابل طبقه‌بندی است. طبق یافته‌های پژوهش، فناوری پایه شدن امور، بومیان دیجیتال، مالکیت رسانه‌ای و قدرت رسانه‌های سنتی بزرگ مقیاس، چهار عامل کلیدی نهایی مؤثر بر آینده شبکه‌های اجتماعی مجازی در مواجهه با رسانه‌های جمعی ایران در افق ۱۴۰۴ هستند.

واژگان کلیدی

شبکه‌های اجتماعی، رسانه‌های جمعی، پیشران، آینده‌پژوهی، رسانه.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱۲/۱۷ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۱۰/۲۷

۱. دانشجوی دکتری علوم ارتباطات اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد اصفهان (خوراسگان) اصفهان، ایران.

hajhir.fathi@yahoo.com

۲. دانشیار گروه علوم ارتباطات و کسب و کار، دانشکده علوم انسانی و حقوق، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اصفهان (خوراسگان)، اصفهان، ایران (نویسنده مسئول).

f.taghipour@khuisf.ac.ir

۳. استادیار گروه علوم سیاسی و روابط بین الملل دانشگاه آزاد اسلامی واحد شهرضا، اصفهان، ایران. Vaezsh85@yahoo.com

مقدمه

جهان مدام در حال تغییرات عمیق و گسترده فناورانه است که انقلاب صنعتی چهارم خوانده می‌شود. این انقلاب به لحاظ مقیاس و پیچیدگی با هر آنچه بشریت تا پیش از این تجربه کرده، متفاوت است. انقلاب صنعتی چهارم بر انقلاب دیجیتال مبتنی است و شامل تحول کلی سیستم‌ها در تمام کشورها، دولت‌ها، شرکت‌ها، صنایع و جوامع می‌شود (گریفین و مارتینز، ۱۳۹۸: ۷).

امروزه تغییرات چشمگیری در حوزه فناوری رخ داده است که همه حوزه‌های اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی را تحت تاثیر قرار داده است. این تغییرات در حوزه رسانه‌های ارتباطی (از نظر میزان مصرف، تولید محتواها و سرعت انتقال پیام‌ها و ...) هم بسیار محسوس بوده است. به طوری که شکل‌گیری و توسعه رسانه‌های نوین از جمله شبکه‌های اجتماعی مجازی، نوع جدیدی از ارتباطات جمعی را پیش روی جوامع قرار داده است. این شبکه‌ها به قدری با زندگی مردم عجین شده‌اند که در تمام ابعاد زیست اجتماعی و فردی آنها نیز تاثیرگذارند و روابط و شیوه‌های تعامل افراد جامعه و به تبع آن چگونگی تامین نیاز مخاطبان و کاربران دگرگون شده است. از سوی دیگر رسانه‌های نوین، خدماتی مانند جابه‌جایی زمان تماشا، رد شدن تبلیغات، شخصی سازی وب سایت‌ها و قابلیت تماشای محتوای در حال حرکت، توسط دستگاه‌های متحرک و هوشمند، قدرت بیشتری در مورد نحوه، زمان و جایی که مخاطب می‌تواند رسانه را مصرف کند، ارائه می‌دهند. با چنین پلتفرم‌هایی مخاطب می‌تواند برنامه‌ها را پس از پخش چندین بار حتی در دستگاه‌های مختلف ببیند (خجسته و همکاران، ۱۳۹۷: ۸۴). بنابراین رسانه‌ها نه تنها بر شیوه‌ای که ما جهان‌مان را می‌بینیم و تجربه می‌کنیم اثر می‌گذارند، بلکه محصولات جهانی هستند که ما در آن زندگی می‌کنیم (لستر و همکاران، ۱۳۹۸: ۲۹۵). بر همین اساس آمار سال ۲۰۱۸ جهانی اینترنت^۱، میزان عضویت در شبکه‌های مجازی، نرخ بالای استفاده کاربران ایرانی از اینترنت در حوزه کشورهای خاورمیانه و افزایش سرسام‌آور تعداد گوشی‌های هوشمند را نشان می‌دهد (نیری، ۱۳۹۷: ۱۰).

در سطح جهانی، ظهور رسانه‌های دیجیتالی تهدید بزرگی برای رسانه‌های سنتی هستند به طوری که علاوه بر تاثیر بر میزان مخاطبان و سرعت و نشر اخبار و اطلاعات و محتواها، انحصار رسانه‌های سنتی را نیز مورد تهدید قرار داده‌اند (Da-Costa, 2015). آتρία و کاپور^۲ (۲۰۱۱) اظهار کردند که امروزه سایت‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی در مقایسه با سایت‌های سنتی به دلیل تاثیر مدل‌های نفوذ بسیار بر مدل‌های سنتی، بیشترین رشد را پیدا کرده‌اند.

1. Internet world stats

2. Attria & Kapoor

پدريزا^۱ (۲۰۲۱) معتقد است که پس از ورود اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مجازی، قوانین حاکم بر اجرای روندهای بین‌المللی انتخابات دستخوش تغییرات عمیقی شده است و تکنیک‌های ارتباط سیاسی و استراتژی‌های متقاعد سازی برای همه یکسان نیست. پژوهش‌های پژوهشگرانی نظیر عبداللهیان و حقگوئی (۱۳۸۹) و احمدی (۱۳۹۳) نیز حاکی از آن است که چنین شبکه‌هایی باعث افزایش فعالیت‌های سیاسی افراد می‌شود (رهبر قاضی و همکاران، ۱۳۹۶: ۱۲۹). از این رو فناوری‌های ارتباطی در آینده نیز به عنوان یک چالش پیش روی رسانه‌های سنتی قرار دارند. به طوری که گفته شده، قدرت شبکه‌های مجازی در موضوعات سیاسی و اجتماعی، آنچنان اوج خواهد گرفت که ممکن است قدرت حاکمیت را از دست حاکمان خارج کند و جامعه را به سمت و سویی که خود می‌خواهد، هدایت کند. در این صورت حاکمیت به شکل صوری حکومت می‌کند اما حکومت واقعی در دست شبکه‌های اجتماعی مجازی است (شهریاری، ۱۳۹۵: ۹-۲).

افزایش روز افزون ضریب نفوذ شبکه‌های اجتماعی مجازی از یک سو و کاهش مخاطب در رسانه‌های جمعی از سوی دیگر، این سؤال را ایجاد می‌کند که چه متغیرهایی بر آینده شبکه‌های اجتماعی مجازی مؤثر هستند و این متغیرها را در کدام عوامل می‌توان طبقه بندی کرد؟ برای اینکه بتوان آینده شبکه‌های اجتماعی مجازی را پیش‌بینی کرد، ابتدا نیاز است که پیشران‌های مؤثر بر آن شناسایی شوند از اینرو هدف این پژوهش، شناسایی پیشران‌های مؤثر بر آینده شبکه‌های اجتماعی مجازی در مواجهه با رسانه‌های جمعی ایران است بر همین مبنا طی مصاحبه‌هایی از متخصصان و صاحب‌نظران خواسته شده به سؤالات زیر پاسخ دهند:

● روندهای مؤثر بر شبکه‌های اجتماعی کدامند؟

● پیشران‌های مؤثر بر آینده شبکه‌های اجتماعی کدامند؟

پاسخ دادن به این سؤالات، منجر به کشف نیروهای پیشران مؤثر بر آینده شبکه‌های اجتماعی مجازی در افق ۱۴۰۴ می‌شود. بر این اساس می‌توان متناسب با شناسایی عوامل توسعه دهنده و رونق بخش شبکه‌های اجتماعی مجازی، آمادگی بهتری نسبت به مواجهه با این شبکه‌ها را ایجاد کرد.

سناریوهای آینده شبکه‌های اجتماعی مجازی

مواجهه با تغییرات ساختاری در حال انجام در چشم‌انداز رسانه‌ها یکی از فوری‌ترین چالش‌های جامعه امروزی است، هم برای افرادی که در صنعت رسانه کار می‌کنند

1. Pedrizza

و هم برای مصرف کنندگانی که تلاش می کنند خود را با تعداد زیادی از فناوری ها و خدمات رسانه ای جدید وفق دهند (Picha & Pargman, 2014). از این منظر پژوهشگران، سناریوها و چشم اندازهای احتمالی مختلفی را در حوزه رسانه های چاپی، شبکه های اجتماعی مجازی و سایر رسانه های جمعی کشف کردند. این سناریوها در چشم اندازهای متنوعی از آینده نزدیک، آینده میانی و آینده دور قابل طبقه بندی است (Appel & Grewal & Hadi & Stephen, 2011). در سه چشم انداز آینده دور، میانی و نزدیک ۹ سناریو را برای شبکه های اجتماعی مجازی ترسیم کردند.

۱. **حضور همگانی اجتماعی:** مصرف کنندگان در دنیایی زندگی خواهند کرد که در آن بیشتر جنبه های زندگی آنها می تواند به طور بالقوه با رسانه های اجتماعی مجازی تلاقی داشته باشد و این تعامل اجتماعی دیجیتالی فعال، در حال شکل دادن به خود فرهنگ است.

۲. **گسترش اینفلوئنسرها:** بازیگران برجسته رسانه های اجتماعی از نفوذ خود برای همکاری با برندها استفاده می کنند. شرکت ها اینفلوئنسرها را در آمیخته بازاریابی خود وارد می کنند و برای خودشان اینفلوئنسرهای مجازی ایجاد می کنند که این روند در آینده نزدیک گسترش می یابد.

۳. **حریم خصوصی در رسانه های اجتماعی:** اعتماد مصرف کنندگان به رسانه های اجتماعی رو به کاهش است. مصرف کنندگان نگران حریم خصوصی داده های خود هستند و این نگرانی و بی اعتمادی فقط از پلتفرم ها به برندها و شرکت ها منتقل می شود.

۴. **مبارزه با تنهایی و انزوا:** تحقیقات متناقضی در مورد نقش رسانه های اجتماعی در ایجاد تنهایی و انزوای مصرف کننده وجود دارد که منجر به فراخوانی برای ایجاد انقلابی در نحوه استفاده از رسانه های اجتماعی می شود.

۵. **مراقبت مشتری یکپارچه:** رسانه های اجتماعی مجازی، با استفاده از ابزارهای تحلیلی بهبود یافته و دانش بی سابقه در مورد مصرف کنندگان، امکان مراقبت از مشتری را فراهم می کند. مشتریان می توانند تقریباً از هر دستگاهی به طور یکپارچه با شرکت ها تعامل داشته باشند.

۶. **رسانه های اجتماعی مجازی به عنوان یک ابزار سیاسی:** رسانه های اجتماعی مجازی توسط سیاستمداران استفاده می شود تا مستقیماً با رأی دهندگان درگیر شوند و مجموعه ای از چالش های جدید را برای سیاستگذاران ایجاد کنند، مانند افزایش قطبی شدن، اتاق های پژواک و اخبار جعلی.

۷. **افزایش غنای حسی:** انبوهی از فناوری‌های جدید، از جمله واقعیت افزوده، واقعیت مجازی، فعال‌سازی صوتی و بازار یکپارچه‌سازی لمسی نشان می‌دهند که آینده رسانه‌های اجتماعی به طور فزاینده‌ای از نظر حسی غنی خواهد شد.

۸. **ادغام برخظ/آفلاین و هم‌گرایی کامل:** خطوط بین آنچه آفلاین و برخظ است محو می‌شود و نحوه تعامل مصرف‌کنندگان با سایر مصرف‌کنندگان، شرکت‌ها، محصولات و تجربیات را تغییر می‌دهد.

۹. **رسانه‌های اجتماعی و هوش مصنوعی:** هوش مصنوعی در قالب ربات‌ها، اینفلوئنسرهای مجازی و دیگر محورها به طور فزاینده‌ای در حوزه رسانه‌های اجتماعی نفوذ می‌کند.

پیچا و پارگمان^۱ (۲۰۱۴) سناریوهای گرایش‌های رسانه‌ای را با تمرکز بر بازار رسانه‌های شمال اروپا، مطالعه و کشف کردند. گرایش‌های رسانه‌ای آینده‌ای که آنها کشف کردند در چهار سناریو قابل طبقه‌بندی است که شامل محورهای کنترل‌گری دولت و قدرت تجاری است. آنها سعی کردند به این سؤالات پاسخ دهند که امروزه گرایش‌های اصلی مصرف رسانه‌ها چیست؟ کنترل‌ها چگونه انجام می‌شود؟ و مهم‌ترین ویژگی‌های مصرف رسانه در سناریوهای مختلف آینده چه می‌تواند باشد؟ که نتایج آن به کشف چهار سناریوی آینده منتهی شد.

۱. **سناریوی اول:** دولت به میزان فزاینده‌ای تولیدکنندگان محتوای رسانه‌ها را کنترل یا نظارت می‌کند. شرکت‌های خارجی توسط دولت کنترل می‌شوند، به این معنی که آنها نفوذ محدود و امکانات محدودی برای گسترش در بازار رسانه داخلی دارند.

۲. **سناریوی دوم:** آزادی مطبوعات توسط دولت تضمین می‌شود که رسانه‌های آزاد و مستقل را تشویق می‌کند، اما انحصارات و کارتل‌های تشکیل شده توسط شرکت‌های رسانه‌های خارجی یا ملی را متوقف می‌کند. شرکت‌های رسانه‌ای به ادغام خود ادامه می‌دهند. توزیع روزنامه‌های چاپی گران‌تر شده و روزنامه‌ها به فکر چاپ هفته‌ای کمتر و با محتوای کمتر (صفحات کمتر) هستند.

۳. **سناریوی سوم:** دولت کنترل کمی بر رسانه‌ها، محتوای رسانه‌ای و سازماندهی شرکت‌های رسانه‌ای دارد. بیشتر محتوای رسانه‌های خبری و اطلاعات اجتماعی در وب در دسترس است. بزرگترین سایت‌ها توسط شهروندان روزنامه‌نگار اداره می‌شوند یا محتوای خود را از جمع‌سپاری اطلاعات دریافت می‌کنند و در کنار شرکت‌های بزرگ رسانه‌ای چندملیتی وجود دارند.

۴. سناریوی چهارم: به روزرسانی‌های خبری با حجم زیادی از محتوای تولید شده توسط کاربر عمدتاً به صورت مجازی یافت می‌شود. بیشتر محتوای رسانه‌های سنتی و همچنین انجمن‌های اجتماعی و اطلاعات اجتماعی را می‌توان به صورت مجازی، رایگان و بدون هیچ محدودیتی یافت. بزرگترین وب سایت‌ها توسط شهروندان روزنامه نگار اداره می‌شوند.

پیشینه پژوهش

الوندی و همکاران (۱۳۹۹)، در مطالعه‌ای با عنوان «مهمترین مسائل شبکه‌های اجتماعی مجازی در افق ۱۴۰۴ ایران بر مبنای آینده‌پژوهی مرکز ترند وان» با تأکید بر مسائل سیاسی، اجتماعی و اقتصادی)، «به استخراج مهمترین آثار اجتماعی، اقتصادی و سیاسی ناشی از تحولات آتی شبکه‌های اجتماعی مجازی و دسته بندی آنها از نظر اهمیت و عدم قطعیت در آینده پرداخته‌اند. بنابراین مراکز آینده پژوهی، مقالات، پایان نامه‌ها، مصاحبه‌ها و شبکه تلگرام مهمترین منابع مورد بررسی در نظر گرفته شد و با استفاده از روش کمی و کیفی و ابزار فیش برداری به گردآوری مهمترین آثار سیاسی، اجتماعی و اقتصادی شبکه‌های اجتماعی مجازی در افق ۱۴۰۴ در ایران پرداخته شد. چارچوب نظری احصاء آثار مبتنی بر ترسیم تطورات وب تا سال ۲۰۲۵ از سوی مرکز ترند وان است. بر اساس نتایج مهمترین مسائل شبکه‌های اجتماعی مجازی در افق ۱۴۰۴ ایران در حوزه سیاسی به مسائلی چون میزان مطالبات سیاسی بیشتر (شکل گیری تجمعات سیاسی مجازی)، افشاگری و اطلاع از روابط پنهانی و زیرپوستی؛ در حوزه اجتماعی ظهور روابط جدیدی از روابط بین جنسیتی، ظهور هویت دیجیتالی، رشد سرگرمی دیجیتالی و در حوزه اقتصادی رشد کارآفرینی دیجیتالی و فرصت‌های شغلی، ایجاد نیاز کاذب در مشتریان، افزایش تبادلات تجاری اینترنتی و ایجاد فضای رقابت تجاری مهمترین مسائل شناسایی شده است.

کوثری و مولایی (۱۳۹۹)، در مطالعه‌ای با عنوان «مطالعه ساختار کیفیت محتوای فضای مجازی ایران در افق سال ۱۴۰۴ با رویکرد آینده پژوهی» با بهره‌گیری از نرم افزار تخصصی میک مک، ساختار محیط و عوامل موثر بر آینده کیفیت محتوا در افق ایران ۱۴۰۴ تحلیل کردند. بنابراین روابط متقابل تعداد ۵۱ متغیر در هفت گروه اقتصادی، سیاسی، اجتماعی، فناورانه، حقوقی و زیست محیطی و نیروهای کلیدی داخلی که از پویش محیط به دست آمده بودند، شناسایی شد. نتایج نشان داد که

مهمترین عوامل اثرگذار بر کیفیت محتوا شامل امکان‌های کاربران (متغیر تقویت کننده)، تصاویر متناقض از آینده مطلوب (متغیر ریسک)، گردش آزاد محتوا در فضای مجازی (متغیر هدف) رابطه ایران با نظام غالب در جهان (متغیر محیطی) شبکه‌های ارتباطی آینده و فناوری‌های‌شان (متغیرهای دارای اثر نهفته بسیار بالا) همچنین تعداد ۱۶ عامل نیز در جایگاه متغیرهای نافذ قرار گرفتند.

فولادفر (۱۳۹۹)، در پژوهشی با موضوع آینده شبکه‌های اجتماعی، به مطالعه آینده این شبکه‌ها پرداخته است. در این پژوهش بحث شده است که با توجه به روند رو به رشد استفاده از اینترنت، پیوسته قابلیت‌های جدید به این پدیده افزوده می‌شود و در آینده، بشر کارکردی تازه از آن می‌طلبد که انجام اقداماتی از قبیل سرمایه‌گذاری بر روی نسل آینده کاربران شبکه‌ها، ایجاد لایه‌های مجازی شبکه‌های بیرونی، توسعه شبکه‌های چهره محور، ایجاد شبکه‌های تخصصی هدفمند امری ضروری است.

باستانی و همکاران (۱۳۹۹)، در مطالعه‌ای با عنوان «نظام رسانه‌ای ایران: جانشینی ناکامل رسانه‌های نوین و از جا در رفتگی شبکه رسانه‌ها» اظهار کردند که رسانه‌های نوین در ایران امروز، روی رسانه‌های جریان اصلی تأثیرات عمیقی گذاشته‌اند و در مواردی باعث شده‌اند که آنها کارکرد خود را از دست بدهند. بنابراین با استفاده از روش ترکیبی تلاش کرده‌اند تأثیر رسانه‌های نوین بر مکانیزم‌های داخلی رسانه‌های ایران و همچنین ارتباط این رسانه‌ها با مردم و نظام سیاسی- اقتصادی را بررسی کنند. تأثیر رسانه‌های نوین بر رسانه‌ها و تأثیر آنها بر ارتباط رسانه‌ها با نظام سیاسی- اقتصادی با روش کیفی گراند تئوری و تأثیر رسانه‌های نوین بر ارتباط مردم با رسانه‌ها به روش کمی پیمایش ارزیابی کردند. نتایج نشان داد که رسانه‌های نوین به خودی خود سبب تغییر نظام رسانه‌ای ایران نشده‌اند؛ بلکه به دلیل نقش پررنگ دولت و غیرحرفه‌ای بودن در پس زمینه مهندسی فرهنگی و رواج فناوری‌های ارتباطات و اطلاعات، این دگرگونی رخ داده و رسانه‌های نوین تشدیدکننده این وضعیت بوده‌اند. در نظام رسانه‌ای ایران، فعالان نظام سیاسی- اقتصادی و مردم به دلیل اختلال در کارکرد رسانه‌های جریان اصلی به سوی رسانه‌های نوین رفته‌اند؛ اما این رسانه‌ها نتوانسته‌اند به طور کامل جانشین رسانه‌های جریان اصلی شوند و نوعی از جا در رفتگی در شبکه رسانه‌های ایران به وجود آمده است. یان^۱ (۲۰۲۱) در مطالعه‌ای با عنوان «رسانه‌های اجتماعی در حال توزیع مجدد قدرت» بیان می‌کند که رسانه‌های اجتماعی به بخش مهمی از زندگی روزمره مردم و کل جامعه

تبدیل شده‌اند که نه تنها اشکال ارتباطات را متحول می‌کند، بلکه توانایی توزیع مجدد قدرت را با تغییر روابط بین دولت‌ها و شهروندان، با دادن فرصت بیشتر به شهروندان برای مشارکت سیاسی دارد. گسترش آگاهی دموکراسی، داشتن قدرت مقابله با حوادث ناعادلانه اجتماعی و نظارت بر رفتار دولت‌ها. همچنین موقعیت رسانه‌های سنتی را به چالش می‌کشد و رسانه‌ها و اطلاعات را دموکراتیک می‌کند. روش اصلی مورد استفاده مطالعه موردی همراه با تحلیل اسنادی، تحلیل آماری و مشاهده شخصی است. به چهار بخش تقسیم شده است. بخش اول: چگونه رسانه‌های اجتماعی شکل‌های ارتباط را تغییر می‌دهند؛ در بخش دوم: تغییرات قدرت توسط رسانه اجتماعی؛ بخش سوم: انتقال و توزیع مجدد قدرت در بین رسانه‌های اجتماعی و رسانه‌های سنتی و در بخش چهارم: جنبه‌های تاریک رسانه‌های اجتماعی را مورد بحث قرار داد. نتایج در حوزه سیاسی نشان دادند رسانه‌ها قدرت نحوه تعامل افراد با یکدیگر، دسترسی و کسب اطلاعات را تغییر داده است. رسانه‌های اجتماعی دوباره قدرت را در میان دولت‌ها و شهروندان توزیع می‌کنند، دسترسی بیشتری به شهروندان می‌دهد، حضور در سیاست، کسب اطلاعات سیاسی، بحث در مورد عقاید سیاسی، کنترل اطلاعات ابتکاری، جنبش اجتماعی را تقویت می‌کند و فساد را گزارش می‌دهد و با تغییر قدرت پیشرو اجتماعی در میان رسانه‌های سنتی تهدید می‌کند. رسانه‌های اجتماعی یک قدرت خیزش جدید در جهانی که هنوز مشکلات زیادی دارد، ایجاد کرده است.

آلیاپولیوس^۱ (۲۰۲۱)، در مطالعه‌ای با عنوان «نگاهی اولیه به شبکه اجتماعی پارلر^۲ «برخط» به بررسی شبکه اجتماعی پارلر پرداختند و اظهار کردند که پارلر به عنوان یک پلتفرم رسانه اجتماعی در حال ظهور است و خود را به عنوان رسانه‌ای برای جناح راست ناراضی، حامیان دونالد ترامپ، محافظه کاران، نظریه پردازان توطئه و جناح راست افراط گرایان در ایالات آمریکا معرفی کرده است. این شبکه نیز علاوه بر ویژگی‌های سایر رسانه‌های اجتماعی دارای قرار دادن پاسخ، تنظیم فیلترها، تایید دستی، علامت گذاری محتواها، مسدود کردن خودکار و ... تعاملات بین کاربران را ایجاد و هدایت می‌کند اما بعد از وقایع ۶ ژانویه ۲۰۲۱، به دلیل اجازه تهدید مورد انتقاد قرار گرفت و ابتدا از فروشگاه‌ها و سپس از وب سایت‌ها و ... خارج شد و مشخص نیست دوباره چه زمانی پارلر برخط خواهد شد.

مطالعه پژوهش‌های پیشین نشان می‌دهد که به طور مشخص هیچکدام از این

1. Aliapoulos

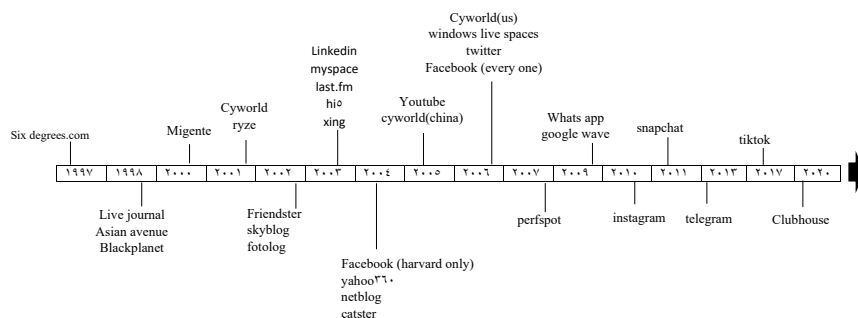
2. Parler

پژوهش‌ها به کشف پیشران‌های مؤثر بر آینده شبکه‌های اجتماعی نپرداخته‌اند. همچنین در هیچ‌یک از پژوهش‌هایی که تاکنون صورت گرفته به مطالعه همزمان مواجهه شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌های جمعی ایران پرداخته نشده است. از این منظر پژوهش حاضر از لحاظ نوع رویکرد دارای عنصر تازگی است.

مبانی نظری پژوهش

اولین سایتی که می‌توان از آن به عنوان اولین شبکه اجتماعی یاد کرد در سال ۱۹۹۷ «سیکس دگری»^۱ نام داشت که کاربران در آن می‌توانستند برای خود صفحه کاربری ایجاد کنند و فهرستی از دوستان خود داشته باشند (Boyd & Ellison, 2008). از سال ۲۰۰۰ به بعد نیز شبکه‌های اجتماعی مجازی دیگری راه اندازی شدند نظیر فیس بوک در سال ۲۰۰۴ که ابتدا برای ارتباط بین دانشجویان دانشگاه هاروارد ساخته شد و سپس به سایر کاربران نیز توسعه یافت. فیس بوک در حال حاضر بزرگترین شبکه اجتماعی مجازی دنیاست که ۲ میلیارد کاربر فعال دارد. توییتر که یک سرویس ارائه دهنده میکرو وبلاگ است نیز در سال ۲۰۰۶ فعالیت خود را آغاز کرد و امروز بیش از ۱۴۵ میلیون کاربر فعال دارد که به طور متوسط ۹۰ میلیون «توییت» در روز منتشر می‌کنند (Madway, 2010). اینستاگرام نیز یکی دیگر از شبکه‌های اجتماعی با محوریت انتشار عکس و فیلم است. اینستاگرام در سایت خود نوشته است که این شبکه با هدف اشتراک گذاشتن تجربیات کاربران تعریف شده است. اینستاگرام امکان اشتراک گذاری عکس و فیلم را به افراد می‌دهد و مبتنی بر شبکه تلفن همراه و وب است که با ویژگی خاص محدود کردن عکس‌ها به شکل مربع و استفاده از فیلترهای دیجیتال امروزه بیش از ۳۳۰ میلیون کاربر در سراسر جهان دارد (محمدمامینی و خلعتبری، ۱۳۹۴). واتساپ یکی از مطرح‌ترین پیام رسان‌های جهان است. واتس آپ در سال ۲۰۰۹ وارد بازار شد و در سال ۲۰۱۳ در سراسر جهان ۴۵۰ میلیون کاربر داشت و در سال ۲۰۱۵ به بیش از ۷۰۰ میلیون رسید (kim, 2015). تلگرام نیز یکی دیگر از پیام رسان‌هاست که در سال ۲۰۱۸ تعداد کاربران‌ش به بیش از ۲۰۰ میلیون نفر رسیده است (Piechsenmeister, 2014). تلگرام تا قبل از اینکه فیلتر شود بر اساس نظرسنجی مرکز افکارسنجی دانشجویان ایران محبوب‌ترین پیام‌رسان بوده است به طوری که در سال ۱۳۹۶ تعداد ۶۲/۲ درصد مردم ایران در این پیام رسان عضویت داشته‌اند. یکی از قابلیت‌های این پیام رسان‌ها ایجاد گروه و کانال است که آنها را در حوزه شبکه‌های

اجتماعی مجازی جای می‌دهد. ایجاد گروه امکان برقراری ارتباط دو سویه و تعاملی کاربران را فراهم می‌کند و کانال‌ها نیز مانند یک وسیله ارتباط جمعی پیام را برای کاربران به اشتراک می‌گذارد (شکل ۱).



شکل ۱. روند شکل‌گیری شبکه‌های اجتماعی ۱۹۹۷-۲۰۲۰ (نگارنده)

در عین حال شبکه‌های اجتماعی کارکردهای مشابه وسایل ارتباط جمعی پیدا کرده‌اند. در وب ۱ (شکل ۲) اکثر کاربران مصرف‌کنندگان محتوا به شمار می‌روند (Agichtein, 2008). در حالی که امروز در وب ۲ قرار داریم که مبتنی بر ارتباط محوری است و شکل شبکه‌های اجتماعی مجازی، ویدیوهای تولید کاربر و فضاهای تعاملی است. در وب ۳، مخاطب از قاب وب و تصویر عبور کرده و به سمت وب سه بعدی، بازی‌های سینمای، وب معنایی، چت سه بعدی، جستجوی هوشمند و غیره حرکت می‌کند. در وب ۴، اتصال اشیاء و واقعیت الحاقی، فرامکان، اجتماعی موبایل تشخیص صورت متولد می‌شود، همچنین وب ۵، وب بسط افکار خواهد بود و انسان با واسطه‌های رایانه‌ای مغز و ادغام حواس او وارد عمق عالم مجاز می‌شود (ارجمندی و صلواتیان، ۱۳۹۳: ۳).



شکل ۲. روند تکمیل وب در دوره‌های مختلف (ارجمندی و صلواتیان، ۱۳۹۳)

در شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر اینترنت مفهوم کاربر^۱ جایگزین مفهوم سنتی مخاطب^۲ می‌شود چراکه در این شبکه‌ها روابط از نوع تعاملی است، به این معنا که کاربر دیگر مصرف‌کننده محتوا نیست بلکه خود هم در فرایندی جمعی غیر متمرکز به تولید محتوا می‌پردازد (تقی‌پور، ۱۳۹۶: ۹۴). به بیان دیگر یک نوع زیست بوم جدید رسانه‌ای^۳ شکل گرفته است. زیست بوم جدید رسانه‌ای ساختار خطی تولید محتوا را دگرگون کرده است و حالا با یک ساختار دایره‌ای روبه‌رو هستیم که امکان ارتباطات بی‌شماری فراهم آمده و افراد بسیاری می‌توانند مستقیم به منابع خبری دست یابند یا بسته به موقعیتی که در آن قرار دارند، خودشان تبدیل به منبع خبری شوند (الوندی، ۱۳۹۴: ۹). رسانه‌های اجتماعی همچنین از فناوری‌های تلفن همراه هوشمند برای ایجاد سیستم‌های عامل بسیار تعاملی بهره می‌گیرند که از طریق آن افراد محتوای خود را به اشتراک می‌گذارند (Kristophe & mccarthy & Silvestre, & Bruno & hermkens & Jan & Kietzman (2011)). با دسترسی به فناوری‌های وب ۲ شبکه‌های اجتماعی مجازی به سرعت به ویژه توسط جوانان مورد استقبال

1. User
2. Audience
3. New Media Ecosystem

قرار گرفته‌اند (Cooke & Buckley, 2008: 268) ویژگی‌های تکنیکی شبکه‌های اجتماعی مجازی از آنها رسانه‌های تعاملی ساخته که کاربر می‌تواند آزادانه در آن هر نوع محتوایی اعم از خبر و ... را منتشر کند.

با این تفاسیر شبکه‌های اجتماعی مجازی در کارکردهای خود آنقدر ویژگی‌های رسانه‌ای به خود گرفته‌اند که امروزه مخاطبان رسانه‌های جریان اصلی را به سمت حوزه فراگیر خود جذب کنند. ویژگی‌هایی که شبکه‌های اجتماعی مجازی در نقش رسانه به خود گرفته‌اند، مصرف‌کنندگان رسانه‌ای را به کاربران فعالی تبدیل کرده که این روزها خودشان محتوا تولید می‌کنند. از اینرو شبکه‌های اجتماعی مجازی در مواجهه با رسانه‌های سنتی قرار گرفته‌اند.

رویکرد و مفاهیم آینده پژوهی

آینده پژوهی، پژوهشی است در حیطه واقعیت‌های انسانی - اجتماعی که هدف آن تدوین تجویزهایی است که عمل به آنها پژوهش مطلوب‌ترین آینده ممکن را نوید می‌دهد. با توجه به نقش بارز فناوری در جهان امروز، آینده پژوهی، پژوهشی است با هدف مدیریت و سیاست‌گذاری سیستم‌های اجتماعی - تکنیکی برای تحقق مطلوب‌ترین آینده ممکن (بل، ۱۳۹۸: ۱۰). از زاویه دقیق می‌توان گفت آینده‌شناسی یا آینده‌پژوهی به معنی برآورده کردن تلاش برای ارزیابی و تحلیل احتمالات و ممکنات آتی کش‌ها در موقعیت‌های تحت مطالعه در نظر گرفته می‌شود (حاجیان، ۱۳۹۶: ۲۴).

لاسل پنج کارکرد را برای حوزه آینده‌پژوهی بر می‌شمارد:

- توصیف هدف‌ها و ارزش‌ها
 - توصیف روندها
 - تبیین شرایط حاکم
 - تصویرپردازی آینده‌های ممکن و محتمل با توجه به شرایط
 - ابداع و ارزیابی و گزینش سیاست‌های بدیل با هدف دستیابی به آینده مطلوب
- لاسل از جمله آینده‌پژوهانی است که نقش عمده‌ای برای اهداف و ارزش‌ها قائل است. او همچنین بر این باور تکیه و تاکید دارد که تصمیم‌گیری‌ها رویکردی آینده‌نگر است، رویکردی که به شدت نیازمند آفرینش تصویرهایی از آینده‌های ممکن و گزینش مناسب‌ترین آینده است (خزایی، ۱۳۹۰: ۱۷).

پیشران

پیشران‌ها مجموعه‌ای از نیروهای شکل دهنده آینده هستند که به صورت جهانی یا محلی بر آینده‌های مختلف تأثیر می‌گذارند. پیشران‌ها به صورت غیر مستقیم بر آینده حوزه‌های اجتماعی، فناوریانه، اقتصادی، زیست محیطی و سیاسی تأثیر می‌گذارند (هاشمیان اصفهانی، ۱۳۸۹: ۳۳).

برای شناسایی نیروهای پیشران می‌توان از یکی از دو رویکرد کلی زیر استفاده کرد:

۱. رویکرد کمی

در این روش، پژوهشگر ابتدا می‌کوشد شاخص‌های معنا داری بیاید یا خلق کند که بتواند روی هم رفته محیط پیرامونی را نمایندگی کرده و بشناسد. برای مثال در شناسایی نیروهای پیشران اقتصادی یک پژوهشگر می‌تواند شاخص‌هایی همچون نرخ رشد اقتصادی، تولید ناخالص ملی یا داخلی، نرم تورم و بیکاری را مبنای نیروی پیشران‌یابی قرار دهد.

۲. رویکرد کیفی

در این رویکردها پژوهشگر به آمار و ارقام دسترسی ندارد یا به هر دلیل، منابع/ زمان، قصد استفاده از آنها را ندارد، بنابراین برای شناسایی نیروهای پیشران به سراغ خبرگان می‌رود یا اسناد، کتاب‌ها، مقالات و گزارش‌های موجود و قابل اعتماد را مطالعه کرده و می‌کوشد نیروهای پیشران را از لابلای آنها استخراج کند (ستاری خواه، ۱۳۹۸: ۱۰۲-۱۰۱).

پیشران‌ها را می‌توان از درهم کنش چهار مؤلفه ذیل شناسایی کرد:



آلستین (۱۳۹۱) معتقد است که روندها الگوهای تغییری هستند که حکایت از تغییرات عمده‌ای در محیط پیرامون می‌دهند. مطالعه روندها معمولاً یک پایه ثبات پروژه‌های آینده نگاری است. آینده‌پژوهان روندها را در حوزه‌های متفاوتی مطالعه می‌کنند که از آن جمله می‌توان به روندهای اجتماعی، فناوریانه، محیط زیستی، اقتصادی و سیاسی اشاره کرد.

روندها دارای ویژگی‌هایی هستند. روندها از هیچ به همه جا می‌رسند و برعکس آنها موج‌ها و مدها و مغلطه‌ها از همه جا به هیچ می‌انجامند. گاهی اوقات روندها چنان آرام و بی‌صدا جریان پیدا می‌کنند که ما یکباره با پیامدهای شگرف آنها روبه‌رو می‌شویم. روندها وقتی کنار هم قرار می‌گیرند، می‌توانند تصویر به نسبت کاملی از

آینده محتمل حوزه یا سازمان مورد نظر به دست دهند (آلستین، ۱۳۹۱: ۱۶۴). به عقده نگارندگان، برای اینکه بتوان شبکه‌های اجتماعی مجازی را در عصر حاضر که به جامعه پلتفرمی تعبیر شده به صورت روشن و شفاف مطالعه کرد. باید روندها، پیشران و عواملی که بر روی این شبکه‌ها اثرگذارند مورد مطالعه قرار گیرند و از منظر شناسایی این حوزه‌ها می‌توان به درک روشنی از کارکردهای شبکه‌های اجتماعی نیز دست یافت.

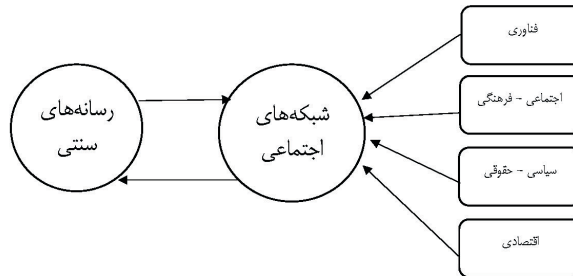
روش پژوهش

این پژوهش از نوع کاربردی محسوب می‌شود چراکه از نتایج آن برای تصمیم‌گیری‌های آتی حوزه‌های رسانه و شبکه‌های اجتماعی می‌توان بهره برد. این پژوهش که از نوع آینده پژوهی محسوب می‌شود، آمیخته‌ای از روش‌های کمی و کیفی به حساب می‌آید چراکه هم از روش‌های کمی مانند پرسشنامه استفاده شده و هم اینکه از روش‌های مصاحبه‌ای برای بخش‌هایی از پژوهش بهره برده شده است. این پژوهش از نوع توصیفی - اکتشافی است، زیرا در ابتدا وضعیت‌های فعلی توصیف می‌شود و سپس یافته‌های پژوهش بر مبنای کشف پیشران‌های مؤثر بر آینده دنبال می‌شود. در این پژوهش ترکیبی از ابزارهای مختلفی برای گردآوری اطلاعات استفاده شده است. برای شناسایی روندها از مصاحبه عمیق با ابزار پرسشنامه استفاده شده است. همچنین برای شناسایی پیشران‌ها از روش دلفی با ابزار پرسشنامه بهره برده شده است. برای عوامل کلیدی نهایی از روش مدل‌سازی تفسیری - ساختاری با ابزار پرسشنامه حاوی جدول ماتریس تأثیرات متقابل استفاده شده است.

در مرحله اول، پس از تبیین موضوع پژوهش، روندهای شبکه‌های اجتماعی مجازی با روش مصاحبه با متخصصان تجربی و فعالان رسانه‌ای و شبکه‌های اجتماعی مجازی شناسایی شد. در این بخش با ۵ نفر از متخصصان و کارشناسان که با روش گلوله برفی انتخاب شده بودند، مصاحبه صورت گرفت و سپس روندهایی که توسط این کارشناسان مطرح و تبیین شده بود، از درون مصاحبه استخراج شد. این عملیات از مسیر عملیات کدگذاری متون و تحلیل محتواهای مصاحبه هر متخصص صورت گرفت.

روندهایی که متخصصان مطرح کردند در چهار بخش کلی قابل طبقه بندی بود که شامل حوزه فناوری، فرهنگی - اجتماعی، سیاسی - حقوقی و اقتصادی بود (شکل ۳). مفاهیمی که در این پژوهش مورد مطالعه قرار گرفت شامل شبکه‌های اجتماعی مجازی، پیشران و آینده پژوهی است که در ذیل تعریفی از هر کدام ارائه شده است.

شبکه‌های اجتماعی مجازی کانال‌های مبتنی بر اینترنت هستند که درک روابط متقابل بین کاربران را تسهیل می‌کنند و ارزش آنها را در درجه اول از محتوای تولید شده توسط کاربر ناشی می‌کنند (Carr & Hayes, 2015:11). پیشران به عوامل کلیدی که تاثیر چشمگیری در آینده پژوهشی و تحقق آینده دارند، گویند (ابروش، ۱۴۰۰: ۵۹). آینده پژوهی مشتمل بر مجموعه تلاش‌هایی است که منجر به شناخت آینده‌های ممکن و محتمل و طراحی و ساخت آینده‌های مطلوب و چشم انداز آرمانی می‌شود. به عبارت دیگر، علم و هنر کشف آینده‌های ممکن و محتمل و طراحی و ساخت آینده‌های مطلوب و مرجح است. آینده پژوهی علمی فرا رشته‌ای بوده و ماهیت سیستمی دارد (عرب بافرانی و عیوضی، ۱۴۰۰: ۹).



شکل ۳. مدل پژوهش در حوزه مطالعه روندها (نگارنده)

کشف پیشران‌ها

پس از این مرحله، با توجه به روندهای شناسایی شده، برای اینکه پیشران‌های مؤثر بر شبکه‌های اجتماعی مجازی در مواجهه با رسانه‌های جمعی از منظر روابط قدرت کشف شوند، پانل دلفی تشکیل شد. این پانل متشکل از ۹ خبره نظری و عملی حوزه ارتباطات و رسانه است که با توجه به روندهایی که شناسایی شده بود، کلان روندها یا پیشران‌ها را تبیین کردند. جامعه آماری برای تشکیل پانل دلفی با استفاده از روش گلوله برفی انتخاب شد. ابزار گردآوری اطلاعات در این روش پرسشنامه است.

در این پانل ابتدا ۵ متخصص حضور داشتند و سپس به تعداد آنها افزوده شد. طی فرایند مصاحبه با خبرگان از متخصص شماره ۷ تعداد پیشران‌های طرح شده روند کاهشی یافت تا جایی که متخصص شماره ۹ پیشران جدیدی مطرح نکرد از اینرو فرایند

استخراج پیشران‌ها به اشباع رسید و مصاحبه‌های عمیق در این بخش پایان یافت. در راند دوم، پرسشنامه‌ای با استفاده از طیف لیکرت برای اعضای پانل تهیه و ارسال شد که در این پرسشنامه، میزان اهمیت هر کدام از پیشران‌ها به نظرسنجی متخصصان گذاشته شد و پس از آن، با به دست آوردن درصد بیشترین انتخاب و مد، پاسخ سؤالاتی که به اجماع ۶۰ درصد رسیده بودند کنار گذاشته شد و در راند سوم پرسشنامه اختصاصی برای هر کدام از اعضای پانل ارسال شد. در این مرحله پس از احصاء درصد بیشترین انتخاب خبرگان و گزینه انتخاب شده توسط وی، از او پرسیده شد که آیا نظرات اکثریت در راند قبلی را می‌پذیرد یا نظر قبلی خود را تایید می‌کند که در این مرحله یعنی در مرحله سوم، اعضای حاضر در پانل، نظر اکثریت را پذیرفتند و پانل در این بخش مراحل دلفی به اتمام رسید و اجماع حاصل شد. داده‌ها نیز با نظر گرفتن نقطه اجماع ۶۰ درصد و با استفاده از نرم افزار spss نسخه ۲۶ بررسی شد. مرحله بعدی تعیین عوامل کلیدی از میان پیشران‌های نهایی است که بر پایه عدم قطعیت‌ها شناسایی می‌شوند. عدم قطعیت‌ها به وضعیت‌هایی از آینده اشاره دارد که تحقق آنها مورد پرسش است (Ringland, 1988).

در این مرحله متخصصان حاضر در پژوهش، پیشران‌های نهایی که شناسایی شدند را بر اساس میزان اهمیت و تأثیرگذاری بر فضای کلی سیستم رتبه‌بندی کردند تا عوامل کلیدی نهایی شناسایی شود. این مرحله با روش مدل‌سازی تفسیری - ساختاری (ISM) انجام شد. ابزار گردآوری اطلاعات در این بخش پرسشنامه محقق ساخته حاوی جدول ماتریس تأثیرات متقابل است. در این جدول از متخصصان خواسته شد که تأثیر هر پیشران را بر روی پیشران دیگر با امتیازهایی بین صفر تا ۳ تعیین کنند. داده‌های این بخش توسط نرم افزار «میک مک» تحلیل شد. نرم افزار میک مک برای انجام محاسبات پیچیده ماتریس متقاطع در آینده پژوهی طراحی شده است. نرم افزار میک مک، اول متغیرهای مهم در موضوع مورد نظر را شناسایی می‌کند و سپس آنها را در ماتریسی مثل تحلیل اثرات وارد کرده و میزان ارتباط بین متغیرها به صورت تأثیر سطر بر ستون که توسط خبرگان امتیاز دهی شده است را تشخیص می‌دهد. تعداد متخصصانی که در این مرحله مشارکت کردند نیز ۱۱ نفر است.

پس از درج امتیازها، داده‌ها به نرم افزار میک مک داده شد تا عوامل کلیدی نهایی شناسایی شوند.

جدول ۱. گونه‌شناسی جامعه هدف در پژوهش

کد	جنس	میزان تحصیلات	رشته تحصیلی	زمینه فعالیت
۰۱	زن	دکتری	علوم ارتباطات اجتماعی	عضو هیئت علمی
۰۲	مرد	دکتری	علوم ارتباطات اجتماعی	عضو هیئت علمی و آینده پژوه
۰۳	زن	دکتری	علوم ارتباطات اجتماعی	مدرس دانشگاه و عضو انجمن سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی ایران
۰۴	مرد	دکتری	علوم ارتباطات اجتماعی	عضو هیئت علمی
۰۵	مرد	دکتری	علوم ارتباطات اجتماعی	عضو هیئت علمی
۰۶	مرد	دکتری	علوم ارتباطات اجتماعی	عضو هیئت علمی
۰۷	مرد	دکتری	علوم ارتباطات اجتماعی	عضو هیئت علمی
۰۸	مرد	دکتری	علوم ارتباطات اجتماعی	عضو هیئت علمی
۰۹	مرد	دکتری	علوم ارتباطات اجتماعی	پژوهشگر فضای مجازی
۱۰	زن	دکتری	علوم ارتباطات اجتماعی	عضو هیئت علمی
۱۱	مرد	دکتری	علوم ارتباطات اجتماعی	عضو هیئت علمی و روزنامه نگار
۱۲	مرد	کارشناس ارشد	علوم ارتباطات اجتماعی	روزنامه نگار و عضو شورای سردبیری
۱۳	مرد	کارشناس ارشد	مدیریت رسانه	روزنامه نگار و عضو شورای سردبیری
۱۴	مرد	دکتری	علوم ارتباطات	مدرس دانشگاه و روزنامه نگار
۱۵	مرد	دکتری	علوم ارتباطات اجتماعی	مدرس دانشگاه و روزنامه نگار
۱۶	مرد	دکتری	علوم ارتباطات اجتماعی	عضو هیئت علمی
۱۷	مرد	دکتری	روابط بین الملل	فعال رسانه و روابط عمومی
۱۸	مرد	دکتری	علوم سیاسی	فعال رسانه و مدیر مسئول
۱۹	مرد	دکتری	علوم ارتباطات اجتماعی	عضو هیئت علمی و عضو انجمن سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی ایران
۲۰	مرد	دکتری	علوم ارتباطات اجتماعی	مدرس دانشگاه

جامعه آماری شرکت کننده در پنل‌های تخصصی این پژوهش شامل خبرنگاران، سردبیران، مدیران مسئول رسانه‌ها که به صورت تجربی صاحب‌نظر و دارای دیدگاه تخصصی و همچنین تجربه هستند، اعضای هیئت علمی دانشگاه‌ها در حوزه علوم ارتباطات اجتماعی و علوم سیاسی و همچنین متخصصانی که با آینده پژوهی، آینده پژوهی رسانه و موضوعات مرتبط با آن آشنایی دارند را شامل می‌شود. ویژگی‌های متخصصان حاضر در این پژوهش شامل موارد ذیل است:

- تخصص نظری و تجربی در حوزه شبکه‌های اجتماعی؛
- تخصص نظری و تجربی در حوزه رسانه‌های سنتی؛
- آشنایی با حوزه آینده پژوهی و تفکر سناریویی؛
- تجربه حرفه‌ای در حوزه رسانه؛
- آشنایی با فناوری‌های نوین ارتباطی؛
- تخصص نظری در حوزه ارتباطات.

در این پژوهش از متخصصانی استفاده شده است که دارای مدرک علوم روابط بین‌الملل و علوم سیاسی بودند که این متخصصان به واسطه تخصص تجربی‌شان در حوزه رسانه در این پژوهش مشارکت داشتند.

اعتبارسنجی کیفی پژوهش

برای اینکه در این پژوهش روایی یا اعتبار پژوهش تأمین شود، سعی بر این شد که نمونه آماری از طیف متنوعی از خبرنگاران، سردبیران یا دبیران، مدیران رسانه و فعالان عرصه فضای مجازی و همچنین متخصصان نظری ارتباطات انتخاب شوند تا پانل‌های دلفی متشکل از نظر جمع متنوعی از متخصصان مرتبط با موضوع پژوهش باشد تا از این منظر اعتبار صوری (اعتبار در بخش صاحب‌نظران) تأمین شود.

در مرحله اول پژوهش یعنی شناسایی پیشران‌ها، از آنجایی که پرسشنامه‌ها محقق ساخته بود، لازم است که روایی پژوهش نیز مورد مطالعه قرار گیرد از این جهت برای اینکه مشخص شود سؤالات دقیقاً همان چیزی را می‌پرسند که موضوع پژوهش مشخص کرده، ابتدا پرسشنامه سؤالات باز در اختیار گروه پایلوت متشکل از چهار نفر متخصص قرار گرفت که پس از مطالعه آن، انجام اصلاحات و تایید سؤالاتی که محقق ساخته بود، سؤالات در اختیار اعضای پانل دلفی قرار گرفت تا با این روش، اعتبار صوری حوزه کیفی پژوهش تأمین شود.

اعتبارسنجی کمی پژوهش

در بخش کمی و در مرحله پانل دلفی، برای محاسبه پایایی پرسشنامه از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است. اعتبارسنجی این مرحله را ۹ نفر از کارشناسان متخصص در حوزه رسانه و شبکه‌های اجتماعی مجازی، علوم سیاسی و روزنامه‌نگاری انجام دادند. بررسی پایایی گویه‌های پرسشنامه نشان داده است که گزاره‌های هم‌طیف هر بخش، همبستگی درونی بالایی دارند. مقدار آلفا برای سازه‌های مختلف ۰/۷ و بالاتر به دست آمد که نشانگر پایایی بسیار مناسب پیشران‌ها است.

جدول ۲. پایایی متغیرهای تحقیق

متغیر	میزان آلفای کرونباخ کل
اجتماعی و فرهنگی	۰/۷۳۵
فناوری	۰/۷۷۱
سیاسی و حقوقی	۰/۷۸۴
اقتصادی	۰/۷۷۲

یافته‌های پژوهش

سؤال نخست: روندهای مؤثر بر شبکه‌های اجتماعی کدامند؟

روندهای اقتصادی

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که سه روند کلی حاکم بر شبکه‌های اجتماعی در مواجهه با رسانه‌های جمعی وجود دارد که شامل افزایش سفارش آگهی‌های بازرگانی در شبکه‌های اجتماعی، رشد کسب و کارهای رسانه‌ای مبتنی بر شبکه‌های اجتماعی مجازی و افزایش زمینه‌های درآمدزایی در شبکه‌های اجتماعی است. آنچه امروز باعث شده است که شبکه‌های اجتماعی روند رو به توسعه‌ای داشته باشند، استفاده از آگهی‌های بازرگانی است که از رسانه‌های سنتی‌تر مثل صداوسیما و مطبوعات به سمت شبکه‌های اجتماعی مجازی سوق یافته است. صاحبان کالا و خدمات از فرصت شبکه‌های اجتماعی مجازی استفاده می‌کنند تا کالا یا خدمات خود با تعرفه‌های کمتر از رسانه‌های سنتی اما با بازدیدهای قابل رقابت با آنها منتشر کنند.

کسب و کارهایی که بر پایه سکوها ایجاد می‌شود، مقرون به صرفه است، به بیان دیگر شبکه‌های اجتماعی این فرصت را ایجاد کرده‌اند که فضای کسب و کار بدون حضور فیزیکی بتواند گستره خود را در جامعه هدف، افزایش دهد حتی خبرنگاران حرفه‌ای یا نیمه حرفه‌ای نیز توانسته‌اند با استفاده از سکوها، شهرت رسانه‌ها را توسعه دهند. زمینه‌های درآمدزایی نیز از مسیر کسب و کارهای مبتنی بر سکوها فضای مجازی متنوع شده است از اینرو میزان مراجعه به شبکه‌های اجتماعی به نسبت رسانه‌های سنتی بیشتر شده است (کلد، ۱۹۹۵، عضو هیئت علمی و عضو انجمن سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی ایران).

روندهای اجتماعی فرهنگی

متخصصان شش روند حاکم بر شبکه‌های اجتماعی در مواجهه با رسانه‌های جمعی را مطرح کرده‌اند که شامل افزایش نفوذ شبکه‌های اجتماعی مجازی در بین

عموم مردم، تسهیل‌گری شبکه‌های اجتماعی در امور روزمره، افزایش چسبندگی به زیست اجتماعی مردم، تغییر منبع دریافت اطلاعات از رسانه‌های چاپی به شبکه‌های اجتماعی، افزایش قدرت اثرگذاری شبکه‌های اجتماعی بر سبک زندگی و نگرش‌ها و افزایش میزان مصرف شبکه‌های اجتماعی مجازی است.

شبکه‌های اجتماعی در دوره معاصر به جزئی از ارتباطات میان فردی و اجتماعی جامعه تبدیل شده است. مردم برای امور یومیه خود حتی برای دریافت خدمات از دولت به نوعی با شبکه‌های اجتماعی مجازی سروکار دارند بدین منظور اصطلاحاً چسبندگی آنها به زندگی مردم بیشتر شده است (کد ۱۷، فعال رسانه و روابط عمومی). روندهای شبکه‌های اجتماعی نشان می‌دهد که این سکوها توانسته‌اند نقش تسهیل‌گر در زندگی اجتماعی مردم داشته باشند و انجام امور را بر پایه شبکه‌های اجتماعی مجازی و خدماتی که این شبکه‌های اجتماعی در اختیار کاربر قرار می‌دهد، تسهیل کنند (کد ۲۰، مدرس دانشگاه).

شبکه‌های اجتماعی مجازی در ابتدای پیدایش در قلمروی نخبگانی جامعه حضور و نفوذ داشته‌اند اما رفته رفته این ضریب نفوذ از دایره نخبگانی به سمت جغرافیای عامه مردم نیز توسعه یافته است. شبکه اجتماعی توییتر که در ابتدای پیدایش نمونه کاملی از عرصه اظهارنظر نخبگان و رهبران فکری بود، در گذر زمان ضریب نفوذش را بین طبقات مختلف جامعه توسعه داد و این روند همچنان نیز ادامه دارد و بر این اساس به جای گسترش به صورت افقی، شبکه‌های اجتماعی در این بخش به صورت عمودی شروع به گسترش کردند (کد ۱۷، فعال رسانه و روابط عمومی).

منابع دریافت اطلاعات و اخبار در دوران بروز و حضور شبکه‌های اجتماعی تغییر جهت داده است. تا پیش از آن اطلاع‌رسانی و منابع آن در انحصار رسانه‌های سنتی و رسمی جامعه بود که با توسعه وب ۲ و تحولات تکنولوژیکی که در پی آن شبکه‌های اجتماعی ظهور یافتند، منبع دریافت اخبار و اطلاعات نیز از سمت رسانه‌های رسمی سنتی به سمت نسل‌های جدید تغییر جهت داده است از این منظر شبکه‌های اجتماعی به منبع مهم دسترسی به اخبار تبدیل شده‌اند تا جایی که خود رسانه‌های سنتی در بخش‌هایی از موضوعات نظیر حوادث یا رویدادها، مصرف‌کننده اطلاعات این سکوها شده‌اند (کد ۰۹، پژوهشگر فضای مجازی).

شبکه‌های اجتماعی از بدو پیدایش به مرور، منشأ اثرگذاری در سبک زندگی، باورها و نگرش‌های جامعه شده‌اند و محتوایی که در این حوزه‌ها مستقیم و غیرمستقیم در

اختیار مخاطب قرار می‌دهد نه تنها به سرعت گسترش می‌یابد بلکه منشأ الگو برداری و تغییر هم می‌شود. به بیان دیگر کاربران به نمایی که از نوع زندگی خود و باورهایشان دارند در حال مدل سازی از سبک زندگی خود برای دیگران هستند و این روند در حال بسط یافتن در تمام گروه‌های اجتماعی است که شبکه‌های اجتماعی مجازی را مصرف می‌کنند (کد۳)، مدرس دانشگاه و عضو انجمن سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی ایران).

افزایش مصرف شبکه‌های اجتماعی نیز روندی است که از سمت رسانه‌های جمعی به سمت شبکه‌های اجتماعی تغییر جهت داده است. کاهش سرانه مطالعه روزنامه‌ها در حالی رخ داده است که سرانه استفاده از شبکه‌های اجتماعی و مصرف روزانه آن روند صعودی دارد (کد۱۶، عضو هیئت علمی).

روندهای سیاسی - حقوقی

متخصصان ۵ روند سیاسی - حقوقی حاکم بر شبکه‌های اجتماعی در مواجهه با رسانه‌های جمعی را مطرح کرده‌اند که شامل افزایش شکاف حاکمیت و جامعه با افزایش استفاده از شبکه‌های اجتماعی، نقض اصل حفظ استقلال و تمامیت ارضی حاکمیت با افزایش استفاده از شبکه‌های اجتماعی، روند افزایشی کنترل ناپذیری شبکه‌های اجتماعی، روند افزایشی نادیده انگاری قوانین حقوقی انتشار محتوا در شبکه‌های اجتماعی، روند افزایش مطالبه‌گری در شبکه‌های اجتماعی است.

استفاده از شبکه‌های اجتماعی باعث شده شکافی میان حاکمیت به عنوان قدرت سیاسی و جامعه در حوزه‌های مختلف ایجاد شود. اطلاعات و اخباری که در شبکه‌های اجتماعی منتشر می‌شود باعث شده روند بی‌اعتمادی و کاهش ضریب اعتماد جامعه نسبت به عملکردهای حاکمیت افزایش پیدا کند (کد۱۸، فعال رسانه و مدیر مسئول).

خاصیت بی‌مکانی بودن شبکه‌های اجتماعی باعث شده که حکمرانی حاکمیت به چالش کشیده شود، حضور کاربران در اقصی نقاط جهان و نشر اطلاعات درباره سرزمینی خارج از محیطی جغرافیایی که در آن حضور دارند نه تنها استقلال نسبت به تمامیت ارضی را به چالش می‌کشد بلکه حکمرانی را در عرصه شبکه‌های اجتماعی مختل کرده است (کد۱۹، عضو هیئت علمی و عضو انجمن سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی ایران). شبکه‌های اجتماعی خاصیت کنترل ناپذیری دارند و شیوه‌های کنترل‌گری مرسوم طی سال‌های حضور شبکه‌های اجتماعی چندان اثربخش نبوده است از این رو نشر نظرات مخالف با حاکمیت روند صعودی داشته است و به همین سبب زمینه‌های نشر اطلاعات منتقدانه خارج از چارچوب‌های قانون در شبکه‌های اجتماعی روند

صعودی دارد (کد ۱۸، فعال رسانه و مدیر مسئول).

حضور شبکه‌های مجازی باعث شده روند افشای اطلاعات بیشتر شود. این افشای اطلاعات هم در حوزه‌های خصوصی نمود دارد و هم افشاگری نسبت به مسئولان مملکتی از اینرو شبکه‌های اجتماعی روند افشاگری را نیز تسریع کرده و افزایش داده است (کد ۰۹، پژوهشگر فضای مجازی).

مطالبه‌گری عمومی با بروز و ظهور شبکه‌های اجتماعی دستخوش تغییرات شده است. افکار عمومی که تا قبل از پیدایش و گسترش شبکه‌های اجتماعی کمتر فرصت مطالبه‌گری از حاکمیت را داشتند، با ظهور این سکوها توانسته‌اند فرصت مطالبه‌گری داشته باشند از اینرو شبکه‌های اجتماعی تسهیل‌گر مطالبه‌گری افکار عمومی نیز شده است (کد ۱۷، فعال رسانه و روابط عمومی).

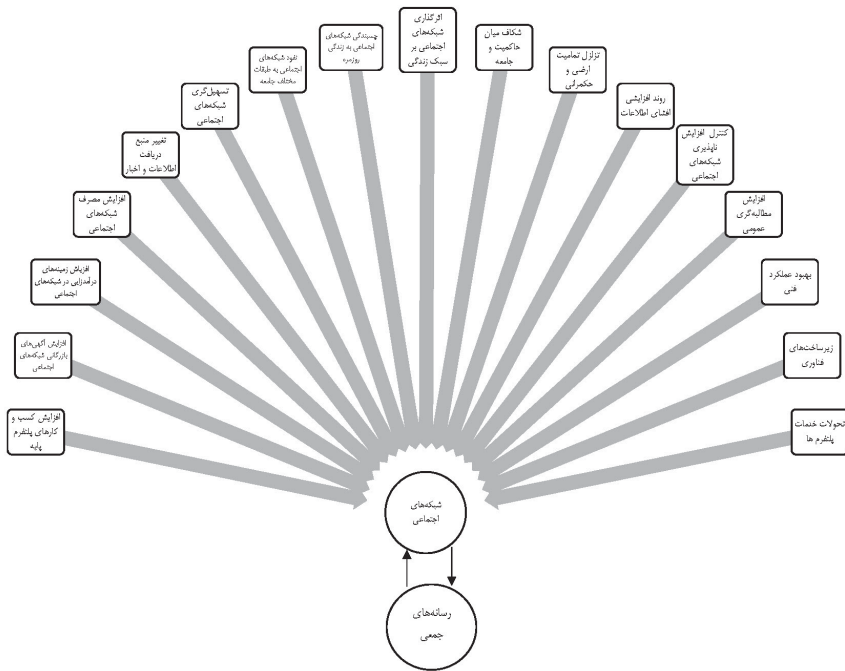
شبکه‌های اجتماعی قوانین حقوقی رسانه‌ای این بخش را دچار تغییرات کرده‌اند. ظهور شبکه‌های اجتماعی و انتشار محتوا در این سکوها، نادیده‌انگاری در زمینه پیروی از قوانین مانند حق کپی رایت، اصول قانونی بازنشر و همچنین قوانین مرتبط با حفظ حریم خصوصی را افزایش داده است (کد ۱۸، فعال رسانه و مدیر مسئول).

روندهای فناوری

در حوزه شبکه‌های اجتماعی سه روند در مواجهه با رسانه‌های سنتی از دید متخصصان وجود دارد که شامل توسعه زیرساخت‌های فناورانه مورد نیاز شبکه‌های اجتماعی، بهبود عملکرد فنی و تحولات روز افزون خدمات سکوها است. شبکه‌های اجتماعی از بدو ظهور تا به امروز تحولات تکنولوژیکی مختلفی را سپری کرده‌اند. یکی از این تحولات بهبود عملکرد فنی است که در دو حوزه «رابط کاربری» و «تجربه کاربر» در سکوهاست. در شبکه‌های اجتماعی بین هدف و فلسفه وجودی آن سکو با عملکردی که دارد باید ارتباط باشد یعنی این سکوها باید زیبا، ساده، روان و دارای کمترین پیچیدگی بصری باشد تا کاربر حین استفاده از آن سکو دچار خستگی و سردرگمی نشود. در عین حال باید این سکو آنچه که واقعا یک کاربر در استفاده از آن لازم دارد را ارائه بدهد که به آن تجربه کاربری می‌گویند از اینرو در طول دوران ظهور و بروز شبکه‌های اجتماعی این دو مؤلفه همواره در حال تحول و به‌روز رسانی بوده‌اند که باعث شده جذابیت‌های فنی و بصری بیشتری برای کاربر مهیا کند.

شبکه‌های اجتماعی مجازی بدون زیرساخت‌های فناوری فرصت ظهور پیدا نمی‌کرد از اینرو زیرساخت‌های فناورانه مورد نیاز آنها نیز روند رو به گسترشی داشته

است. این زیرساخت‌ها از پهنای باند اینترنت گرفته تا اینترنت پهن باند و در عین حال تلفن‌های همراه هوشمند مؤلفه‌های مهم زیرساختی در ضریب نفوذ شبکه‌های اجتماعی مجازی به حساب می‌آیند (کد ۱۳، روزنامه‌نگار و عضو شورای سردبیری). سکوها حضور خودشان را در عرصه‌های زیستی مردم توسعه داده‌اند، گفتگوهای چند نفره برخط، اجتماعات برخط، تلویزیون‌های برخط مبتنی بر شبکه‌های اجتماعی مجازی نشان دهنده روند رو به رشد مصرف فناوری‌های مورد نیاز مردم از طریق شبکه‌های اجتماعی است که تحولات فنی این شبکه‌ها باعث آن شده‌اند (کد ۹، پژوهشگر فضای مجازی).



شکل ۴. روندهای شبکه‌های اجتماعی در مواجهه با رسانه‌های سنتی ایران

سوال دوم: پیشران‌های مؤثر بر آینده شبکه‌های اجتماعی کدامند؟

یافته‌های پژوهش نشان داد که ۵۲ پیشران مؤثر بر شبکه‌های اجتماعی وجود دارد که در چهار عامل کلی اقتصادی، فناوری، اجتماعی- فرهنگی و سیاسی- حقوقی قابل طبقه بندی است (جدول شماره ۳)

جدول ۳. گونه شناسی پیشران‌ها

ردیف	فناوری	اجتماعی فرهنگی	سیاسی - حقوقی	اقتصادی
۱	فناور پایه شدن امور	نسل بومیان دیجیتال یا نسل Z	زیرساخت‌های حقوقی و قانونی	جریان اقتصاد محتوا
۲	ضرب نفوذ اینترنت	ارزش‌های سنتی و مذهبی	نگاه حاکمیت در به رسمیت شناختن بازیگران مختلف قدرت	کسب و کار داده پایه
۳	امنیت اطلاعات	تغییر تعریف از حریم خصوصی	کنترل گری دولت‌ها	هزینه‌های به صرفه تکنولوژی
۴	زنجیره فناوری‌های حول داده (دیتا)	سواد عمومی فضای مجازی	جریان آزاد اطلاعات	درآمدزایی از فضا مجازی
۵	پهنای باند اینترنت	فردگرایی	حضور وسیع جریان‌های سیاسی در شبکه‌های اجتماعی	مالکیت رسانه
۶	تلفن‌های هوشمند	عدم وابستگی به مکان و تداخل مرزهای محل کار و خانه	تشکیل گروه‌های سیاسی در شبکه‌های اجتماعی	بازاریابی دیجیتالی
۷	رابط کاربری در شبکه‌های اجتماعی مجازی فراگیر	قدرت رسانه‌های سنتی بزرگ مقیاس	تغییرات سیاسی دولت‌ها	
۸	ایجاد شبکه ملی اطلاعات در کشور	ایجاد گروه‌های اجتماعی فراگیر	قدرت شبکه‌های اجتماعی به مثابه یک سیاست گذار	
۹	رسانه‌های ترکیبی	اعتماد به رسانه‌های اجتماعی	دموکراسی	
۱۰	هوش مصنوعی	شکاف دیجیتال	استقلال از قانون و نظارت قانونی	
۱۱	شبکه‌ای شدن	شهروند رسانه	ایجاد کمپین‌های سیاسی	
۱۲	بومی شدن دانش برنامه‌نویسی	حریم خصوصی	فیلترینگ	
۱۳		حرکت مردم از شبکه‌های اجتماعی خارجی به داخلی		
۱۴		روابط اجتماعی مجازی		

ردیف	فناوری	اجتماعی فرهنگی	سیاسی - حقوقی	اقتصادی
۱۵		سبک رفتار جامعه		
۱۶		هم فرهنگی		
۱۷		اعتماد عمومی به امنیت شبکه‌های اجتماعی		
۱۸		تعاملی بودن		
۱۹		کسب و کار سیال		
۲۰		تحصیلات کاربر		
۲۱		دینداری		

در مرحله بعد تعدادی از متغیرها از نظر معنا و مفهوم متناظر بودند یا پیشران محسوب نمی‌شدند از اینرو طی نظرسنجی‌های اولیه با متخصصان، برخی از این متغیرها در هم ترکیب یا حذف شدند. پاسخگویان تعریفی از برخی شاخص‌ها ارائه دادند که مصداق آن متغیر دیگری بود (مانند کسب و کار سیال) از این‌رو متغیر اولیه با متغیر دیگر که مصداق صحیح‌تر آن تعریف است، ترکیب شدند تا متغیر نهایی با تعریف آن مطابقت داشته باشد. بر این اساس از ۵۲ پیشران اولیه، نهایتاً ۴۷ پیشران باقی ماند که در جدول شماره ۴ تغییرات شاخص‌ها نمایه شده است.

جدول ۴. تغییرات شاخص‌ها

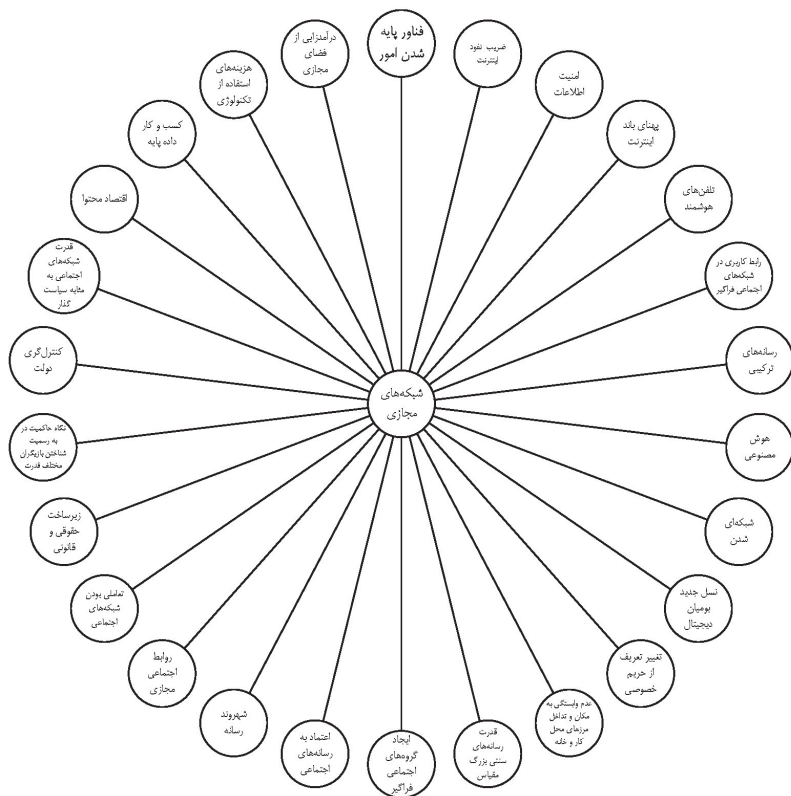
متغیر	بررسی شاخص	تلفیق با متغیر دیگر
کسب و کار سیال	-	عدم وابستگی به مکان
ایجاد کمپین‌های سیاسی	شاخص محسوب نمی‌شود	
فیلترینگ	-	کنترل‌گری دولت
تحصیلات کاربر	شاخص محسوب نمی‌شود	
بازاریابی دیجیتالی	شاخص محسوب نمی‌شود	

در مرحله سوم دلفی ۴۷ پیشران باقیمانده به نظرسنجی متخصصان گذاشته شد که از این تعداد ۲۷ پیشران اجماع نخبگان را به دست آورد که در جدول شماره ۵ نمایه شد.

جدول ۵. پیشران‌های نهایی مؤثر بر شبکه‌های اجتماعی در مواجهه با رسانه‌های جمعی ایران

نماد	متغیر
فناوری	فناور پایه شدن امور
	ضریب نفوذ اینترنت
	امنیت اطلاعات
	پهنای باند اینترنت
	تلف‌های هوشمند
	رابط کاربری در شبکه‌های اجتماعی فراگیر
	رسانه‌های ترکیبی
	هوش مصنوعی
	شبکه‌ای شدن
	نسل جدید بومیان دیجیتال (نسل Z)
اجتماعی و فرهنگی	تغییر تعریف از حریم خصوصی
	عدم وابستگی به مکان و تداخل مرزهای محل کار و خانه
	قدرت رسانه‌های سنتی بزرگ مقیاس
	ایجاد گروه‌های اجتماعی فراگیر
	اعتماد به رسانه‌های اجتماعی
	شهروند رسانه
	روابط اجتماعی مجازی
	تعاملی بودن شبکه‌های اجتماعی
	زیرساخت حقوقی و قانونی
	نگاه حاکمیت در به رسمیت شناختن بازیگران مختلف قدرت
سیاسی و حقوقی	کنترل‌گری دولت
	قدرت شبکه‌های اجتماعی به مثابه یک سیاستگذار
	اقتصاد محتوا
اقتصادی	کسب و کار داده پایه
	هزینه‌های استفاده از تکنولوژی
	درآمدزایی از فضای مجازی
	مالکیت رسانه

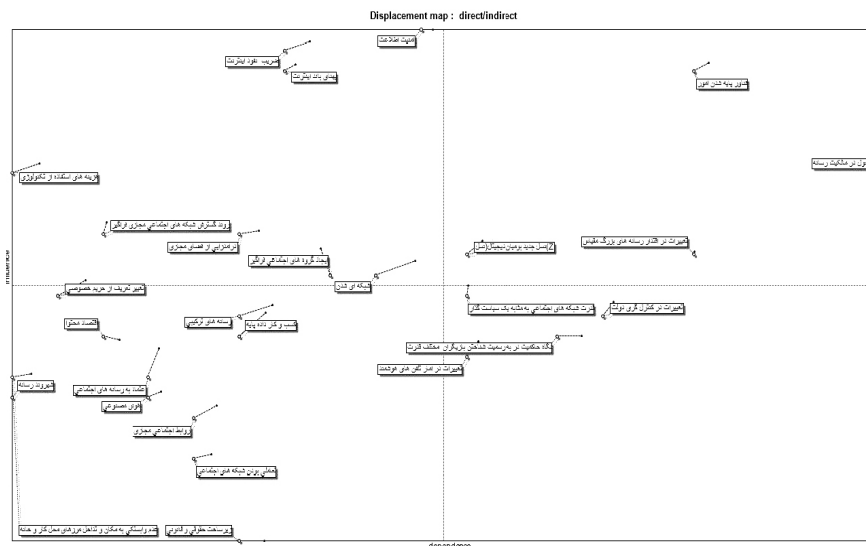
شکل شماره ۵. نمایی از پیشران‌های مؤثر بر شبکه‌های اجتماعی را نشان می‌دهد که شامل ۲۷ پیشران است.



شکل ۵. نمای شماتیک از پیشران‌های مؤثر بر شبکه‌های اجتماعی مجازی در مواجهه با رسانه‌های جمعی ایران

شناسایی عوامل کلیدی نهایی

پس از شناسایی پیشران‌های نهایی، گام بعدی کشف عوامل کلیدی نهایی بر پایه عدم قطعیت است که برای این مرحله از مدل‌سازی تفسیری - ساختاری استفاده شده است. عوامل کلیدی بیشترین میزان تأثیر را بر آینده شبکه‌های اجتماعی برجا می‌گذارند. در نمودار ۱ قدرت نفوذ و میزان وابستگی پیشران‌های پژوهش طبق امتیازهایی که صاحب‌نظران در جدول ماتریس اثرات متقابل داده بودند، قابل مشاهده است.



نمودار ۱. قدرت نفوذ و میزان وابستگی (خروجی میک- مک) براساس اسم متغیرها

بر اساس قدرت وابستگی و نفوذ متغیرها، می‌توان دستگاه مختصاتی تعریف و آن را به چهار قسمت مساوی تقسیم کرد. در این پژوهش، گروهی از متغیرها در زیرگروه محرک قرار گرفتند، این متغیرها قدرت نفوذ زیاد و وابستگی کمی دارند. در دسته بعدی متغیرهای وابسته قرار دارند که به گونه‌ای نتایج فرایند مدل هستند و کمتر می‌توانند زمینه ساز متغیرهای دیگر شوند.

در این تحلیل متغیرها به چهار گروه خودمختار، وابسته، پیوندی (رابط) و مستقل تقسیم می‌شوند. بر اساس قدرت وابستگی و نفوذ متغیرها، می‌توان دستگاه مختصاتی تعریف کرد و آن را به چهار قسمت مساوی تقسیم کرد. در این پژوهش، گروهی از متغیرها در زیرگروه محرک قرار گرفتند، این متغیرها قدرت نفوذ زیاد و وابستگی کمی دارند. در دسته بعدی متغیرهای وابسته قرار دارند که به گونه‌ای نتایج فرایند توسعه محصول هستند و کمتر می‌توانند زمینه ساز متغیرهای دیگر شوند.

در این تحلیل متغیرها به چهار گروه خودمختار، وابسته، پیوندی (رابط) و مستقل تقسیم می‌شوند.

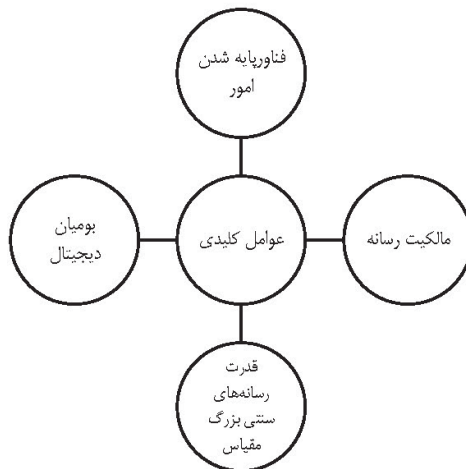
خودمختار: متغیرهای خودمختار میزان وابستگی و قدرت هدایت کمی دارند این معیارها عموماً از سیستم جدا می‌شوند زیرا دارای اتصالات ضعیف با سیستم هستند.

تغییری در این متغیرها باعث تغییر جدی در سیستم نمی‌شود. بر اساس مدل میک مک، متغیرهای واقع در ربع اول به عنوان متغیرهای خود مختار هستند مانند تعاملی بودن شبکه اجتماعی.

وابسته: متغیرهای وابسته دارای وابستگی قوی و هدایت ضعیف هستند این متغیرها اصولاً تأثیرپذیری بالا و تأثیرگذاری کمی روی سیستم دارند. در این تحقیق متغیرهای واقع در ربع چهارم متغیرهای وابسته هستند مانند کنترل‌گری دولت.

مستقل: متغیرهای مستقل دارای وابستگی کم و هدایت بالا هستند به عبارتی دیگر تأثیرگذاری بالا و تأثیرپذیری کم از ویژگی‌های این متغیرها است. متغیرهای واقع در ربع دوم مستقل هستند مانند امنیت اطلاعات.

پیوندی: متغیرهای رابط یا پیوندی از وابستگی بالا و قدرت هدایت بالا برخوردارند به عبارتی تأثیرگذاری و تأثیرپذیری این معیارها بسیار بالاست و هر تغییر کوچکی بر روی این متغیرها باعث تغییرات اساسی در سیستم می‌شود. بر اساس مدل میک مک، مؤلفه‌های واقع در ربع سوم پیوندی هستند. بر این اساس عوامل کلیدی نهایی در این پژوهش شامل فناوری‌پایه شدن امور، بومیان دیجیتال یا نسل Z، مالکیت رسانه، قدرت رسانه‌های سنتی بزرگ مقیاس است که در شکل شماره ۶ نشان داده شده است.



شکل ۶. نمایش شماتیک از عوامل کلیدی

تحلیل پایداری/ ناپایداری سیستم

پراکنش متغیرها در پلان اثرگذاری- اثرپذیری نشان دهنده ویژگی کلی سیستم است و بر اساس شکل پراکندگی متغیرها روی پلان پایداری یا ناپایداری سیستم مشخص می‌شود. سیستم‌های ناپایدار با متغیرهایی که هم اثرگذار و هم اثرپذیری هستند تحولات شدیدی در آینده ایجاد می‌کنند اما وضعیت پایدار نشان دهنده این است که شرایط فعلی سیستم در آینده تغییرات چندان زیادی نخواهد کرد. بر اساس پراکندگی متغیرها در هر چهار ربع پلان اثرگذاری و اثرپذیری می‌توان گفت سیستم در حال حاضر پایدار است و در آینده تغییرات شدیدی نخواهد داشت.

الف) فناوری پایه شدن امور

فناور پایه شدن امور بدان معنا که اغلب کارها و خدمات رسانی‌ها بر مبنای فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات شکل بگیرد، این خدمات رسانی‌ها شامل طیف گسترده‌ای از امور می‌شود. از ارتباطات میان فردی گرفته تا همایش‌های مجازی، از انجام مراحل افتتاح حساب در بانک تا خدمات رسانی ادارات می‌تواند بر مبنای فناوری انجام شود. طبیعتاً یکی از وجوه این فناور پایه شدن امور نیز ارتباطات جمعی است.

ب) مالکیت رسانه

به طور کلی مالکیت در حوزه رسانه‌ای به سه بخش کلی تعریف می‌شود:

۱. مالکیت دولتی

دسته اول سازمان‌های رسانه‌ای دولتی هستند که کل اعتبارات و بودجه خود را از دولت دریافت می‌کنند بنابراین از نظر سیاست‌های کاری و برنامه‌ای وابسته به دولت و حاکمیت هستند و در پی تأمین خواسته‌های و مقاصد آنها هستند.

۲. مالکیت عمومی یا ملی

دسته دوم سازمان‌های رسانه‌های عمومی یا ملی هستند که ضمن دریافت کمک‌های حکومتی و دولتی، هزینه‌های خود را عمدتاً از محل پرداخت‌های عمومی و حق اشتراک‌های مردمی نیز تأمین می‌کنند و ارتباط دولت با آنها در حد نظارت است. قوانین و مقررات این گونه سازمان‌ها را هم نهادهای مردمی، مثل مجلس و شوراهای صنفی وضع می‌کنند.

۳. مالکیت خصوصی

دسته سوم سازمان‌های رسانه‌ای خصوصی هستند که به آنها سازمان‌های رسانه‌ای تجاری نیز گفته می‌شود. این سازمان‌ها ضمن تبعیت از مقررات عمومی جامعه، رأساً

در برابر عملکرد خود مسئولند و هزینه‌های آنها صرفاً از محل درآمدهای اختصاصی نظیر اشتراک کابلی، آگهی‌های بازرگانی، فروش محصولات و خدمات و حمایت‌های تجاری تأمین می‌شود. این دسته از سازمان‌ها به لحاظ حقوقی تابع قوانین مملکتی به ویژه قانون تجارت هستند (خاشعی، ۱۳۹۰: ۲۶).

ج) قدرت رسانه‌های بزرگ مقیاس

سازمان‌های رسانه‌ای بزرگ مقیاس دارای ویژگی‌های مهمی هستند که یکی از آنها توانایی اثرگذاری بر مخاطبان و جامعه است. این توانمندی باعث می‌شود که رسانه‌های بزرگ مقیاس بتوانند منشأ جریان سازی‌های مختلفی باشند. چنین قدرت تاثیرگذاری این رسانه‌های بزرگ مقیاس از منبع تیم تحریریه توانمند و با تجربه نشأت می‌گیرد که استانداردهای کار روزنامه نگاری را به خوبی می‌شناسد و توان تولید محتوای اثربخش دارند. از سویی دیگر، رسانه‌های بزرگ مقیاس از آنجایی که در گستره وسیعی از یک محدوده جغرافیایی فعالیت دارند طبیعتاً شبکه تحریریه کامل و گسترده جمع‌آوری اخبار را دارند که به سازمان رسانه‌ای اجازه می‌دهد اخبار و اطلاعات را در اقصی نقاط جغرافیای فعالیت خود جمع‌آوری کنند.

د) نسل جدید بومیان دیجیتال (نسل Z)

متولدان ۱۳۷۴ تا ۱۳۹۱ خورشیدی، به عنوان «بومیان دیجیتال» یا «نسل Z» شناخته می‌شوند؛ نسلی که از ابتدای تولد، با اینترنت و رسانه‌های اجتماعی هم‌زیستی داشته‌اند و از این‌رو، انتظار می‌رود که الگوهای رفتاری آنان با نسل‌های پیشینشان متفاوت باشد. داده‌های اشتراک گذاری شده از سوی کاربران که بخش مهمی از آنان را نسل Z تشکیل می‌دهد در توسعه رسانه‌های اجتماعی همچنین تحولات مهم در رسانه‌های سنتی نقش برجسته‌ای دارد. این نسل خود در چنین فضایی از نظر فنی توسعه دهندگان این پلتفرم‌ها نیز به حساب می‌آیند.

بحث و نتیجه‌گیری

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که از میان عوامل چهارگانه فناوری، سیاسی - حقوقی، فرهنگی اجتماعی و اقتصادی، عامل «سیاسی - حقوقی» بر سیستم مورد مطالعه، کمترین اثر را دارد و جزو عوامل اثرگذار در سرنوشت شبکه‌های اجتماعی مجازی نمی‌توان این دسته از عوامل را تقسیم بندی کرد.

عنصر فناوری، کاربر، عملکرد رسانه‌های سنتی و مالکیت‌های رسانه‌ای می‌تواند بیشترین اثر بخشی را در آینده شبکه‌های اجتماعی برجا بگذارد.

یافته‌های پژوهش نشان داد که با توسعه شبکه‌های اجتماعی مجازی بازیگران قدرت نیز بازتولید می‌شوند و در آینده، حکمرانی تحت تاثیر شبکه‌ای از قدرت‌های متنوع است که هر روز بر تعداد آن نیز افزوده می‌شود.

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که کنشگری کاربر در شبکه‌های اجتماعی مجازی باعث می‌شود که این دسته از سکوها نیز در آینده همچنان در رونق باقی بمانند. کاربران که اکنون در نقش شهروند رسانه در حال فعالیت هستند می‌توانند در آینده نیز به کنشگری خود در این فضا ادامه دهند و منشأ اثرات قدرتمندی نیز باشند.

تولید محتوا در فضای پلتفرمی از آنجایی که خشنودی جدیدی حاصل می‌کند، موجب افزایش طول مدت متصل ماندن کاربران نیز خواهد شد از این منظر به موازات برخط ماندن کاربر و کنشگری در شبکه‌های اجتماعی، از مخاطب رسانه‌های جمعی نیز کاسته خواهد شد. این کاهش مخاطب موجب از دست رفتن سفارش آگهی، فروش تک نسخه‌ای روزنامه و در نهایت از رونق افتادن این دسته از رسانه‌ها نیز خواهد شد و در پی آن پیامدهایی نظیر کوچک شدن تحریریه این رسانه‌ها و از دست رفتن خبرنگاران و روزنامه نگاران حرفه‌ای نیز می‌شود.

کاهش اقتدار رسانه‌های سنتی بزرگ مقیاس عامل مهمی برای از رونق افتادن این رسانه‌ها می‌شود به طوری که تولید محتوا در این رسانه‌ها اثربخش، جریان ساز و کنشگرانه نیست. تزلزل در اقتدار رسانه‌های سنتی بزرگ مقیاس در وضعیتی که رسانه‌های اجتماعی قدرتمند شده‌اند باعث می‌شود کنشگری در اختیار کاربران شبکه‌های اجتماعی به عنوان شهروند خبرنگاران قرار بگیرد. محتواهای تولید شده توسط کاربران در آینده ممکن است منجر به رشد فزاینده پدیده «بازنمایی» شود از این منظر محتواهای تولید شده در سکوها ممکن است تمام واقعیت با همه ابعاد وجودی‌اش روایت نشود.

برای جلوگیری از بازنمایی به نظر می‌رسد باید آگاهی‌های عمومی از کارکرد شبکه‌های اجتماعی و شیوه‌های روایتگری در این سکوها نیز ارتقا یابد و در این مسیر برخورداری از سواد رسانه‌ای می‌تواند کارکردهای آسیب‌زایی شبکه‌های اجتماعی را تقلیل دهد. از دیگر سو رسانه‌های جمعی برای باقی ماندن در سپهر رسانه‌ای کشور و همچنین جذب مخاطب از دست رفته باید دستور کارهایی را برای تولید محتوا برنامه‌ریزی کنند که مبتنی بر خواست مخاطب و نیازهای روز جامعه باشد.

به نظر می‌رسد مطبوعات طی دهه‌های اخیر با نیازهای جامعه فاصله پیدا کرده‌اند

و دستورکارهای جامعه برای نشریات چاپی کمتر اولویت بوده است از اینرو باید برای جذب مخاطب، محتوایی تولید شود که تامین کننده نیاز مخاطب باشد. این رسانه‌ها باید از مسیر تولید محتوا در فرم «شبهه خبر» که دربرگیرنده محتوایی که کمترین میزان عناصر خبری را دارد و صرفاً اخبار نقل قولی محسوب می‌شوند، خارج شده و تولید محتوا در فرم «خبر» با دربرگیری بیشترین عناصر خبری را دنبال کنند.

رسانه‌های جمعی در عین حال که باید با تولید محتوا با بیشترین عناصر خبری همراه شوند، باید وارد فضاها و پساخبر شوند. در فضای پساخبر ژانرهای «روزنامه نگاری تحقیقی» و «روزنامه نگاری توسعه» می‌تواند نقش اثربخشی در جذب مخاطب در رسانه‌های جمعی برجا گذارد. در حوزه پلتفرمی نیز ایجاد سکوهای بومی با «تجربه کاربری» و «رابطه کاربری» جذاب و قابل اعتماد می‌تواند منجر به توسعه شبکه‌های اجتماعی مجازی قابل اطمینان و مورد اعتماد برای کاربران شود. سکوهای موجود بومی تاکنون نتوانسته‌اند نیازهای متنوع مخاطب را تامین کنند از اینرو شبکه‌های اجتماعی مجازی بومی جذاب می‌تواند باعث جذب مخاطب نیز شود. در این راستا حمایت از استارت‌آپ‌ها می‌تواند منجر به شکل‌گیری سکوهای جدید بومی با رابطه کاربری بهینه‌تری نسبت به سکوهای بومی فعلی باشد.

یافته‌های پژوهش با یافته‌های پژوهش‌های پیشین تفاوت‌هایی داشت از این منظر که در سایر پژوهش‌ها پیشران‌های مؤثر بر شبکه‌های اجتماعی مورد شناسایی قرار نگرفته بود و همچنین عوامل کلیدی نیز کشف نشده بود. شناسایی این متغیرها آمادگی را برای مواجهه با شبکه‌های اجتماعی مجازی و مطالعه پیرامون آینده سکوها ارتقا می‌دهد. این پژوهش محدودیت‌هایی داشت از جمله اینکه انجام آن با دوران کرونا همزمان شد از این منظر صاحب‌نظران و متخصصان کمتر حاضر به همکاری برای مصاحبه حضوری می‌شدند به همین منظور فرآیند مصاحبه طولانی می‌شد یا اینکه پل‌های دلفی به خاطر ابتلای کارشناسان شرکت‌کننده در پل به بیماری کرونا به تاخیر می‌افتاد.

منابع و مآخذ

- آبروش، رضا (۱۴۰۰). «پیشران‌های فرهنگی مساجد در مدیریت آسیب‌های اجتماعی». فصلنامه علمی و پژوهشی اسلام و مزالعات اجتماعی، سال ۸، شماره ۴: ۵۲-۸۳.
- احمدی، فردین (۱۳۹۳). تأثیر شبکه مجازی فیس بوک، بر نوع مشارکت سیاسی دانشجویان دانشگاه خوارزمی تهران (با تأکید بر انتخابات دوره یازدهم ریاست جمهوری). پایان‌نامه دانشگاه تربیت معلم تهران، دانشکده ادبیات و علوم انسانی.
- ارجمندی، اسماعیل و سیاوش صلواتیان (۱۳۹۳). آینده نگری سیر تطور رسانه، مخاطب و جامعه. تهران: سومین همایش ملی آینده پژوهی.
- آلستین، گرگ (۱۳۹۱). «گشتی دردنیای روندها و پیشران‌های توسعه رسانه»، ترجمه مرضیه فخرایی. فصلنامه افق رسانه. (۹۲).
- الوندی، هومن، شهناز هاشمی و افسانه مظفری (۱۴۰۰). «مهمترین مسائل شبکه های اجتماعی مجازی در افق ۱۴۰۴ ایران بر مبنای آینده پژوهی مرکز ترند وان» با تأکید بر مسائل سیاسی، اجتماعی و اقتصادی(۱). مطالعات رسانه‌ای. سال ۱۵: ۳۸-۶۰.
- بل، وندل (۱۳۹۸). مبانی آینده پژوهی. مترجمان: مصطفی تقوی و محسن محقق. چاپ چهارم. تهران: انتشارات موسسه آموزشی و تحقیقاتی صنایع دفاعی، مرکز آینده پژوهی علوم و فناوری دفاعی.
- تقی پور، فائزه (۱۳۹۶). واکاوی‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی. تهران: انتشارات جهاد دانشگاهی واحد اصفهان.
- خجسته باقرزاده، حسن؛ ملیکا بردبار و سیدوحید عقیلی (۱۳۹۷). «آینده مصرف رسانه‌ای مخاطبان: مطالعه موردی با روش دلفی»، فصلنامه علمی مطالعات فرهنگ - ارتباطات، سال ۱۹. شماره ۴۳: ۱۰۸-۸۳.
- خزایی، سعید (۱۳۸۸) آینده پژوهی، نیاز امروز، ضرورت فردا.
- رهرقاضی، محمودرضا؛ سمیه معتمدی و اعظم شهریار (۱۳۹۶). «تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر مشارکت سیاسی؛ با توجه به متغیرهای میانجی بحث سیاسی، اثربخشی سیاسی و فرهنگ سیاسی». فصلنامه مطالعات توسعه اجتماعی - فرهنگی. سال ۶. شماره ۲: ۹۲۴-۹۲۱.
- گریفین، کارنر، مارتینز، مایکل (۱۳۹۸). تأثیر فناوری های پیشرفته بر آینده دولت ها و کشورها، مترجمان: فرزانه مجیدفر، فرشید مجیدفر و عباسعلی کارشناس، تهران: موسسه خدمات فرهنگی رسا.
- ستاری‌خواه، علی (۱۳۹۸). آینده‌پژوهی و سناریونویسی کاربردی. ویرایش دوم. تهران: قرارگاه پدافند هوایی خاتم الانبیا(ص) آجا.
- شهریاری، حمید (۱۳۹۵). «فضای مجازی، شبکه‌های اجتماعی و حاکمیت». فصلنامه ره آورد نور. شماره ۶: ۲-۹.
- عبدالهیان، حمید و حسن حقگوئی (۱۳۸۸). «تبیین رابطه کاربری اینترنت و مشارکت سیاسی در ایران».

جامعه‌شناسی ایران. سال ۳۹. شماره ۲: ۳۵۷-۳۱۹.

لستر، مارتین، دوووی، جان، گیدینگز، ست، گرنت، لین، کلی، گران (۱۳۹۸). رسانه‌های نوین درآمدی انتقادی، ترجمه احسان شاه‌قاسمی. تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.

محمدامینی، شقایق و پیمان خلعتبری (۱۳۹۴). بررسی شبکه اجتماعی اینستاگرام و کارکردهای آن اینستاگرام شبکه اجتماعی یا تجاری؟ کنفرانس بین‌المللی رویکردهای نوین در علوم انسانی. مالزی.

نیری، شهرزاد؛ مرجان صفاری، سارا ابوالصدق و علی شایان (۱۳۹۷). «شناسایی و رتبه‌بندی نیروهای پیشران مؤثر بر وضعیت آینده رسانه‌های دیجیتال با رویکرد فناورانه»، فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی. سال ۲۵. شماره ۳: ۹-۳۶.

Agichtein, E., Castillo, C., Donato, D., Gionis, A., & Mishne, G. (1998). "Finding high quality content in social media". In Proceedings of the 4998 international conference on web search and web data mining, pp.381-372.

Aliapoulos, Max; Bevensee, Emmi; Blackburn, Jeremy; Bradlyn, Barry; De Cristofaro, Emiliano; Strin-ghini, Gianluca; Zannettou, Savvas (2021). An Early Look at the Parler Online Social Network, arXiv:2101.03820v3

Attri, Vikas; Kapoor, Ankush (2021). Comparative study of Existing Models for Online Social Network, Turkish Journal of Computer and Mathematics Education, Vol.12 No. 483- 490.

Boyd, D. and N. Ellison (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. Journal of Computer-Mediated Communication 13(1), 1-11.

Cooke, Mike & Buckley, Nick (2008). Web 2.0, social networks and the future of market research, International Journal of Market Research Vol. 50 Issue 2, pp267-292.

Da-Costa, Caroline Aboagye; Ganaa, Fausta Kilian; Apeakoran, Ephraim Nana (2021). Technological Determinism: New Media Applications and Adaptations within Traditional Media in Ghana, The Information Technologist: An International Journal of Information and Communication Technology (ICT) Vol. 18 No. 1.

Gil, Appel & Lauren, Grewal & Rhonda, Hadi & Andrew T. Stephen (2019). The future of social media in marketing, Journal of the Academy of Marketing Science.

Hayes, R., & Carr, C. T. (2015). Does being social matter? The effect of enabled comments on credibility and brand attitude in social media. Journal of Promotion Management

Kim, S.-T., & Lee, Y.-H. (2007). New functions of Internet mediated agenda-setting: Agenda-rippling and reversed agenda-setting. Korean Journal of Journalism and Communication Studies, 50, 175-205.

Kietzman, Jan h & hermken, Kristopher & mccarthy, Lan p & Silvestre, Bruno s. (2011). Social media ?et serious !Understanding the functional building blocks of social media ,business horizonz, v.54pp241-251. Doi: 10.106/ j.bushor.2011.01.005.

MADWAY, G. (2010), Twitter Remarks Website. Adds new features.

M. Picha Edwardsson & D. Pargman (2014) Explorative Scenarios Of Emerging Media Trends. J. Print

Media Technol. Res. 33, 195-206.

Pedriza, Samia (2021). Sources, Channels and Strategies of Disinformation in the 2020 US Election: Social Networks, Traditional Media and Political Candidates. Journalism and Media 2:605–624. <https://doi.org/10.3390/journalmedia2040036>.

Yan, Nian (2021). Social Media Is Redistributing Power, Open Journal of Social Sciences, 9, 107-118. <https://www.scirp.org/journal/jss>.

Identifying remote work and home quarantine solutions from the point of view of female faculty members In the days of Corona with a phenomenological approach

Bahare Nasiri, Assistant Professor, Women's Studies Research Group, Social Studies Research Institute, Humanities and Cultural Studies Research Institute, Tehran, Iran. Email: b.nasiri@ihcs.ac.ir

Abstract

Discussing remote work and home quarantine of women academic staff members of universities and research institutes in the days of Corona and studying their lived experiences can play an effective role in the recognition and development of women's employment literature. This phenomenological research has investigated the lived experiences of 30 female faculty members of participating universities and research institutes, with the aim of discovering and describing remote work and home quarantine during the Corona period. In order to collect data, the research used a semi-structured interview with a purposeful sampling method. Based on the phenomenological method, the analysis process was carried out on three macro levels. In the third level of analysis, the result of equalizing intellectual horizons was: 5 horizons related to remote work, 9 horizons related to home quarantine, and 9 horizons related to strategies and solutions. In the second level, coherent descriptions of narratives were formed by separating remote work, home quarantine and strategies and solutions, and in the highest abstract level or the first level of analysis, the structural integration of coherent descriptions was done. Based on the findings of this research, the presence of home quarantine caused by the corona virus and its spread has caused the emergence of quarantine culture in the country and the world, which has led to the redefinition of social relations and relationships, the issue of ethics, social obligations, patterns of human and social relationships, attention to The balance between career and family roles and women's caring ethics in life has been emphasized. Finally, according to the results, solutions were presented in the fields of research, management and family.

Keyword

Remote work, home quarantine, phenomenological approach.

شناسایی راهکارهای دورکاری و قرنطینه خانگی از دیدگاه زنان عضو هیأت علمی

در ایام کرونا با رویکرد پدیدارشناسی

بهاره نصیری^۱

چکیده

بحث در مورد دورکاری و قرنطینه خانگی زنان عضو هیأت علمی دانشگاه‌ها و پژوهشگاه‌ها در ایام کرونا و مطالعه تجارب زیسته آن‌ها می‌تواند نقش مؤثری در شناخت و توسعه ادبیات اشتغال زنان ایفا نماید. این پژوهش پدیدارشناسانه، تجارب زیسته ۳۰ نفر از زنان عضو هیأت علمی دانشگاه‌ها و پژوهشگاه‌های مشارکت‌کننده، با هدف کشف و توصیف دورکاری و قرنطینه خانگی در ایام کرونا را مورد بررسی قرار داده است. این پژوهش برای گردآوری داده‌ها، از مصاحبه نیمه ساختارمند و با روش نمونه‌گیری هدفمند بهره برده است. بر اساس روش پدیدارشناسی فرایند تحلیل در سه سطح کلان انجام شد. در سطح سوم تحلیل، حاصل یکسان‌سازی افق‌های فکری: تعداد ۵ افق مربوط به دورکاری، ۹ افق مربوط به قرنطینه خانگی و ۹ افق مربوط به استراتژی‌ها و راهکارها بود. در سطح دوم، توصیفات منسجم روایات به تفکیک دورکاری، قرنطینه خانگی و استراتژی‌ها و راهکارها شکل گرفت و در بالاترین سطح انتزاعی یا همان سطح اول تحلیل، ادغام ساختاری توصیف‌های منسجم انجام شد. بر اساس یافته‌های این پژوهش، وجود قرنطینه خانگی ناشی از ویروس کرونا و شیوع آن باعث ظهور فرهنگ قرنطینه در کشور و جهان شده است که این امر منجر به بازتعریف روابط و مناسبات اجتماعی، مسئله اخلاق، تعهدات اجتماعی، الگوهای روابط انسانی، اجتماعی، توجه به توازن میان نقش‌های شغلی و خانوادگی و اخلاق مراقبتی زنان در زندگی، تأکید شده است. در نهایت با توجه به نتایج، راهکارهایی در حوزه‌های، پژوهش، مدیریت و خانواده ارائه گردید.

واژگان کلیدی

دورکاری، قرنطینه خانگی، رویکرد پدیدارشناسی.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۲/۰۵ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۸/۲۴

۱. استادیار گروه پژوهشی مطالعات زنان، پژوهشکده مطالعات اجتماعی، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، تهران، ایران
Email: b.nasiri@ihcs.ac.ir

مقدمه

شیوع غیرمنتظره و غافلگیرکننده ویروس کرونا در کشور به تبع اشاعه جهانی آن، پیامدهای خانوادگی، فرهنگی، اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و ارتباطی متعددی را در سطوح عاملیتی و ساختاری در پی داشته، که مدیریت این بحران را به یک چالش جدی بدل کرده است. ایده قرنطینه شهر یا قرنطینه خانگی در عمل مبتنی بر مدل اصلی کنترل این ویروس و مهار اپیدمی آن از طریق کاهش مناسبات و تماس‌های بین انسان‌هاست (رحمانی، ۱۳۹۹: ۵۶). به عبارتی، الگوهای بنیادین در روابط اجتماعی جامعه ایرانی را دست‌خوش تغییر کرد. به‌طوری‌که حضور کرونا، مردم را به خانه رانده و زندگی اجتماعی را دچار گسست و تغییرات زیادی کرده است که دامنه آن تا شخصی‌ترین فضاهای زندگی روزمره کشیده شده است. امیل دورکیم در رابطه با الگوهای بنیادین در روابط اجتماعی در جامعه از همبستگی مکانیکی و ارگانیکی حرف زده است (وبر، ۱۳۸۷: ۱۰۶). محققان و کنشگرانی که به موضوع مصالحه و تعادل میان کار و زندگی زنان پرداخته‌اند، در پژوهش‌هایشان نشان داده‌اند که چگونه این مسئله در فهم پیشرفت حرفه‌ای و زندگی آنان حائز اهمیت بوده است. چرا که زنان شاغل در خانه و جامعه ایرانی، همواره با مجموعه‌ای مملو از گسست‌های متنوع و گاه متضاد و شکاف‌های جنسی تا شکاف‌های ساختار قدرت و مسئولیت همراه بوده‌اند. اکنون بحران شیوع ویروس کرونا نشان از این دارد که انباشت و درهم‌آمیختگی شکاف‌ها و مسئولیت‌های درون و بیرون از خانه برای زنان شاغل می‌تواند مشکلاتی در توازن و تعادل میان کار و زندگی به دنبال داشته باشد. حال با قرنطینه شهری، قرنطینه خانگی و دورکاری، منجر به برهم زدن تعادل عمومی و بهنجار اجتماعی و پیرو آن «خانه امن‌ترین جای جهان شده است».

در روزهای کرونایی، علاوه بر کارهای معمول و روزمره خانگی، وظایف شغلی از طریق دورکاری در محیط خانه بسیار بیشتر شده و وقت و انرژی مضاعفی را برای زنان می‌طلبد. البته این روایتی است از روزهایی که همیشه برای زنان خانه‌دار و شاغل تکرار می‌شده است؛ اما با وقوع کرونا و شیوع و گسترش آن در جامعه، شدت آن را قوی‌تر شده است؛ زیرا قرنطینه شهری و خانگی و دورکاری، مرزهای بین فضای کاری و زندگی در خانه و همچنین مرز میان وظایف شغلی و انجام وظایف خانه را از بین برده است. به علاوه، مهارت در ایجاد نگرش‌های مثبت و توانمند در خانواده و جامعه، ایجاد آرامش روانی و فراهم نمودن محیطی برای همزیستی مسالمت‌آمیز، دغدغه‌ای است که «ضرورت مسالمت‌آمیز بودن روابط در بحران» را نیز برای زنان به دنبال

داشته است. در این شرایط، زنان معمولاً انتظارات بیشتری از خود پیدا می‌کنند، زیرا به نظر می‌رسد که به‌عنوان یکی از ارکان اصلی خانه باید بتوانند شرایط مساعدتری را فراهم نمایند. زنان متأهل دانشگاهی و عضو هیأت علمی به‌دلیل برخورداری از تحصیلات تخصصی پیشرفته در دانشگاه‌ها به امر آموزش و پژوهش و در پاره‌ای از موارد به فعالیت‌های اجرایی و مدیریتی می‌پردازند، اما آنان مانند سایر زنان متأهل شاغل با مسائل و مشکلاتی مواجه هستند؛ اما اقتدار دانش و آگاهی به‌عنوان دستاورد دهه‌های اخیر در زنان دانشگاهی، پیامدهایی را در دایره فهم اجتماعی و خانوادگی آنان از موقعیت زنانه نمایان کرده است. آنان برحسب شغل خود، با آگاهی یافتن و آگاهی دادن به ضرورت نقش متفاوت، خلاقانه و پرنسنگ خویش، می‌توانند از خامی‌های محض بین ابزارگرایی و جبرگرایی بیرون آمده و با توجه به بنیادهای آشکار و پنهان اثرگذار ویروس کرونا، از تسلیم منفعلانه در برابر آثار خانوادگی، اجتماعی، فرهنگی این بحران و بی‌مسئولیتی دورمانده و فعالانه تمامی انواع تلاش خود را برای تبدیل به سوژگی و تغییر تأثیرهای آن داشته باشند.

از یک سوی، به برخی از نظریه‌های اشتغال زنان باید با تأمل بیشتری نگاه کرد. به‌طوری که طبق نظریه «مردیت استعلایی»، مردیت ذات گرایانه یا ذاتی است و مردان در مواردی تصور می‌کنند، چون مرد به دنیا آمده‌اند، برترند؛ لذا، کار خانه را بی‌ارزش و ضد ارزش می‌دانند و انجام دادن آن را در شأن خود نمی‌دانند (ساروخانی، ۱۳۹۶: ۲۳۲) یا طبق نظریه «ترکیبی - اعتدالی» زنان باید نقش‌های شغلی و خانوادگی خود را ایفا کنند، اما به عناصر این اعتدال از قبیل استفاده از فناوری جدید برای کاستن از بار خانه‌داری ... و تسهیم کار خانه با همسر، به منظور کاهش تعداد و پراکندگی وظایف (Bartley, 1993: 34) نیز باید مورد توجه قرار گیرد.

از سوی دیگر، رستگار خالد (۱۳۸۳) مطرح کرده است، «در جوامع کنونی، پدیده تعارض نقش به‌طور عمومی و تعارض بین نقش‌های شغلی و خانوادگی به‌طور خصوصی، اجتناب‌ناپذیر است؛ بنابراین به‌احتمال زیاد، افراد در خانواده‌های هر دو شاغل، ضمن ایفای دو نقش خانگی و شغلی خود در شرایطی قرار می‌گیرند که درمی‌یابند قادر نیستند، وظایف خود را در ارتباط با هر دو نقش، یا یکی از آن دو به خوبی و به‌طور کامل ایفا کنند و یکی از نقش‌ها مزاحم یا مانع ایفای نقش دیگری است. در چنین شرایطی تعارض نقش می‌تواند، از یک‌سو، از طریق تحت تأثیر قرار دادن احساسات و ادراکات فرد از موقعیتش در قبال کار و خانواده به‌صورت تنش و فشار

روانی جلوه گر شود و سلامت روانی فرد را به خطر اندازد و از سوی دیگر، روابط اجتماعی اش را با سایرین در کار و خانواده مخدوش کند و از عملکرد نقش فرد در این دو نهاد جلوگیری کند» (رستگار خالد، ۱۳۸۳: ۱۵۰-۱۶).

از سوی دیگر، متون پژوهشی در مورد وضعیت زنان در ایام کرونا و قرنطینه خانگی در ایران عموماً با استفاده از مطالعات موردی و یا شواهد حکایتی به دست آمده از برخی پژوهشگران علاقه مند نگاشته شده اند؛ اما نمی توان مبانی نظری مرتبط با موضوع پژوهش را شناسایی کرد. همچنین تاکنون مطالعات اندکی به بررسی این مسئله از طریق تجربه پرداخته شده است؛ بنابراین این استدلال تقویت می شود که پژوهش های تجربی بیشتری به منظور درک بهتر از وضعیت زنان عضو هیأت علمی در مراکز دانشگاهی و پژوهشی در ایام کرونا و قرنطینه شهری و خانگی و دورکاری و ارائه راهکارهای مناسب در این رابطه مورد نیاز است. از این رو، این مطالعه درصدد بررسی وضعیت زنان عضو هیأت علمی در دانشگاه ها و پژوهشگاه ها برآمده است تا به این سوالات پاسخ دهد، تجربه زیسته زنان عضو هیأت علمی دانشگاه ها و پژوهشگاه ها در نحوه مواجهه با قرنطینه خانگی و دورکاری در ایام کرونا چگونه بوده است؟ و اینکه چه راهکارهایی را آنان در مواجهه با دورکاری و قرنطینه خانگی بیان کرده اند؟

پیشینه پژوهش

با مرور پژوهش های انجام شده در حوزه تجربه زیسته زنان در داخل و خارج از ایران می توان به ایفای نقش های متعدد، توانایی ها و قابلیت های زنان پی برد. ربانی خوراسگانی و همکاران (۱۳۹۲) در مطالعه ای پدیدارشناسانه درباره «تجربه زیسته مدیران زن در اصفهان» نشان می دهند که اشتغال در بیرون از خانه سبب افزایش رضایت از زندگی فردی، خانوادگی و اجتماعی آنان می شود و اشتغال به شخص اجازه می دهد تا خود را به عنوان فردی مفید برای جامعه تعریف کند، اما از طرفی، اکثر مشارکت کنندگان به سختی به هماهنگی نقش های خانوادگی و نقش های شغلی اذعان دارند. همچنین، در صورتی که زنان استعدادها و توانایی های خود را در کار پرورش دهند، می توانند در یک زمان به خوبی از عهده چندین نقش برآیند و برعکس زمانی که چندین نقش بر عهده دارند، می توانند توانایی ها و قابلیت های خود را افزایش دهند. گیلان (۱۳۹۵) در تحقیق خود با عنوان «تجارب زیسته مدیران زن در استان گلستان» نشان داد که زنان با غیبت خود در ساعاتی از روز در خانه را با تلاش و رسیدگی بیشتر

به امور خانه جبران می‌کنند و اوقات فراغت خود را نیز به خانواده اختصاص می‌دهند و برای رسیدگی به امور خانه و خانواده اولویت قائل می‌شوند. از طرف دیگر اشتغال در بیرون از خانه سبب افزایش رضایت از زندگی شغلی و خانوادگی می‌شود و اشتغال به فرد اجازه می‌دهد تا خود را به عنوان فردی مفید برای جامعه تعریف کند.

عزیزی (۱۳۹۳) در تحقیقی با عنوان «تجربه زیسته مدیریت زنان در جامعه مردسالار» مطرح نمود که جنسیت مسئله‌ای است که با انتظارات گوناگونی در شیوه اجرای مدیریت زن همراه می‌شود و تا سطح زیادی ممکن است موقعیت زن را به عنوان مدیر، خدشه‌دار کند. جدی گرفتن تصمیمات یا قدرت سازمانی زن تا اندازه زیادی به این بستگی دارد که چقدر موقعیت وی به عنوان زن پذیرفته شده و این لازمه سطحی از اثبات خود برای مدیران بالادست و همکاران سطوح دیگر است.

شادی طلب و ابراهیم پور (۱۳۹۶) در تحقیقی با عنوان «بازگویی تجربیات زنان در ارتقا به مرتبه استادی در دانشگاه‌های ایران» به سهم اندکی زنان نسبت به مردان و شناخت عوامل تسهیل‌کننده و بازدارنده با استفاده از روش کیفی و پدیدارشناسانه و ثبت تجربه زیسته زنانی که به مقام استادی نائل آمده‌اند یا از دستیابی به آن بازمانده‌اند، پرداخته‌اند.

دم و دفتر در^۱ (۲۰۱۲) در پژوهشی سعی کرده‌اند تا تعادل کار و زندگی اعضای هیأت علمی زن را بررسی کنند. این تحقیق از چهار بعد تعادل میان کار، خانواده، دوستان و خود را مورد بررسی قرار داده‌اند. رضایت شغلی و سطح استرس ناشی از کار نیز با استناد به تعادل کار و زندگی مورد مطالعه قرار می‌گیرد. این مطالعه نشان می‌دهد که گروه مهمی از پاسخ‌دهندگان تعادل کار و زندگی را دشوار می‌دانند. سطح استرس در محل کار زیاد است که باعث ایجاد تأثیر زنجیره‌ای (سلامتی، افسردگی، خستگی) در زندگی شخصی می‌شود.

تافالتی و استار^۲ (۲۰۱۶) در پژوهش خود با عنوان «زنان دانشگاهی؛ تعادل کار و زندگی: گفتمان‌های جنسی و کار و مراقبت از زنان» به بررسی چگونگی تخصیص و استفاده از گفتمان‌های تعادل میان کار و زندگی توسط زنان دانشگاهی می‌پردازد. یافته‌ها نشان می‌دهد که شیوه‌های دانشگاهیان زن در مورد تعادل کار و زندگی به نگرش‌های جنسیتی در مورد کار با حقوق و مراقبت‌های بدون حقوق که در زندگی فرهنگی و اجتماعی استرالیا حاکم است، پاسخ می‌دهند. با استفاده از رویکرد گفتمانی برای تحلیل تعادل کار و زندگی، این پژوهش با جلب توجه به قدرت گفتمان‌های تعادل کار و زندگی در

1. Dam & Daphtardar
2. Toffoletti & Starr

شکل دادن به نحوه پیکربندی زنان تلاش‌های خود برای ایجاد تعادل کار و زندگی کرده است. پژوهش‌های انجام شده در حوزه تجربه زیسته زنان به ۲ گروه قابل دسته‌بندی هستند. دسته اول، نگاهی به تجربه زیسته مدیران زن شامل تحقیقات قیصریه نجف‌آبادی (۱۳۹۲)، عزیزی (۱۳۹۳) و گیلان (۱۳۹۵) که نتایج آن‌ها بیانگر ایفای نقش‌های متعدد، توانایی‌ها و قابلیت‌های زنان بوده است و همچنین هماهنگ کردن مدیران زن در انجام وظایف، تصمیمات و قدرت سازمانی آن‌هاست و صرفاً توجه به فضای کاری مدیران زن بوده است. دسته دوم، بازگویی تجربیات زنان و وجود نگرش‌های جنسیتی در تعادل میان کار و زندگی و تلاش بیشتر زنان برای کسب موفقیت بوده است.

نتایج پژوهش شادی طلب (۱۳۹۶) در مورد تجربیات زنان در ارتقا به مرتبه استادی بوده است که بیانگر سهم اندک زنان نسبت به مردان در دستیابی به مقام استادی بوده است. به علاوه، یافته‌های پژوهش دم و دفتر در (۲۰۱۲) نشان دهنده دشواری زنان در تعادل میان کار و زندگی بوده است.

یافته‌های پژوهش تافالتی و استار (۲۰۱۶) بیانگر تلاش زنان دانشگاهی برای تعادل کار و زندگی و وجود نگرش‌های جنسیتی در فضای کاری بوده است. همان‌گونه که به سنخ‌شناسی پژوهش‌های انجام شده در این حوزه اشاره شد؛ در هیچ یک از پژوهش‌های انجام شده، به نقش مراقبتی و حمایتی زنان به‌ویژه زنان عضو هیأت علمی، در بحران‌ها پرداخته نشده است. در حالی که سلامت روان و آرامش روحی خانواده‌ها و به‌طور کلی جامعه ایران در گرو نقش مؤثر زنان تعریف می‌شود. زنان جامعه ما امروز و در هنگامه افزایش تنش بیماری کرونا از هر ابزاری در جهت آگاهی بخشی به جامعه فروگذار نکردند و زنان دانشگاهی و فرهیخته که در فضای مجازی، استفاده از رسانه‌ها در ابعاد و شیوه‌های مختلف دیداری، شنیداری و نوشتاری همه و همه در حال انتقال محتوا، توصیه‌های بهداشتی و آموزشی هستند و با شناخت دقیق از شرایط و لحن مادرانه و همسرانه، انتقال محتوای دقیق‌تر و مؤثرتری انجام می‌دهند.

مبانی نظری پژوهش

از آنجایی که در این پژوهش از روش کیفی با رویکرد پدیدارشناسی استفاده شده است و در روش‌های تحقیق کیفی به‌طور یکسان از نظریه‌ها یا چارچوب نظری استفاده نمی‌کنند (محمدپور، ۱۳۹۲: ۲۳۴) از این رو، هدف اصلی پدیدارشناسی کشف تجارب مختلف افراد از پدیده مورد بررسی، برای رسیدن به ماهیت و جوهره واقعی آن پدیده یا مفهوم

است. پیش فرض پدیدارشناسی این است که جهان و پدیده‌های آن در بیرون انسان قرار گرفته‌اند و انسان می‌تواند هم چون آینه‌ای آشکارساز، تصویری از آن دریافت کند. الوانی (۱۳۸۹) معتقد است، «پدیدارشناسی هیچ نظریه و تعهد علمی را نمی‌پذیرد و فقط خود را به جنبه‌های علمی کار متعهد می‌داند» (الوانی، ۱۳۸۹: ۶۸). تمرکز اصلی تحلیل پدیدار شناختی، بررسی تجربه آگاهانه است و هدف آن توصیف تجربیات زندگی اجتماعی به همان صورتی است که در زندگی واقع شده‌اند؛ و امکان دریافت دانش به شکل مستقیم، مواجهه حضوری با واقعیت بی‌واسطه و بدون توجه به چارچوب‌های نظری تأکید می‌شود (دارابی، ۱۳۸۸: ۶۵). بدین جهت پدیدارشناسی چارچوب نظری ارائه نمی‌دهد بلکه بیشتر به معاینه و توصیف پدیده‌ها بدون پیش‌داوری‌های قبلی توجه دارد و معتقد است برای آنکه بتوانیم به ماهیت اشیاء راه یابیم باید هرگونه پیش‌فرض و آگاهی پیشینی که درباره آن پدیده داریم در پرانتز قرار دهیم تا بتوانیم آن شئی را به گونه خالص تجربه کنیم (ارشاد، ۱۳۸۰: ۱۳). از این رو، این پژوهش بدون چارچوب نظری است؛ اما تلاش شده است با توجه به حساسیت‌های نظری به برخی از نظریه‌هایی که تا حدودی به موضوع پژوهش مرتبط است، پرداخته شود.

آلن تورن (۱۳۹۷) نظریه‌پرداز اجتماعی سرشناس، در کتاب پارادایم جدید نشان می‌دهد که در دنیای امروز «پارادایم فرهنگی» یعنی پارادایمی که هر شهروند و هر انسانی باید سوژگی، عاملیت، خلاقیت و حضور فعال خودش را در جامعه امروز بسازد، سرشت ناگزیر ماست (تورن، ۱۳۹۷: ۳۳). در این پارادایم جدید یا پارادایم فرهنگی اگر شهروندان بخواهند مواجهه‌های منفعلانه با محیط‌های خود از جمله خانه داشته باشند، زندگی بر آن‌ها سخت خواهد گذشت. در این روزهای قرنطینه می‌توانیم فیلم‌ها را ببینیم، کتاب‌ها را بخوانیم، با متون ادبی و آثار بزرگ هنری آشنایی عمیق‌تری پیدا کنیم و سعی کنیم کنشگری فعال و خلاق باشیم و نه تنها مخاطب آثار ادبی و هنری بلکه مخاطبان خلاق و فعال دنیای هنر، ادبیات، شعر و خلاقیت تبدیل شویم. تورن (۱۳۹۷) و بسیاری از نظریه‌پردازان اجتماعی امروز نشان داده‌اند که فرد باید از مصرف‌کننده صرف عبور کرده و به سوژه‌های مولد بدل شود. می‌توان در خانه و از طریق شبکه‌های اجتماعی به تأویل، تفسیر و معنا کردن فیلم‌هایی که دیده، متن‌هایی که خوانده و موسیقی که شنیده می‌شود، پرداخت. این جمله نیچه را به خاطر داشته باشیم «تحلیل کردن آفریدن است.» می‌توانیم محیط و فضای خانگی را به فضای آفرینش‌های فکری و خلاقانه خود تبدیل کرد. اگر نگوییم تمام بلکه اکثریت

کتاب‌ها، آثار هنری و تمام آثار خلاقانه جهان، در خانه نوشته، ساخته و خلق شده‌اند. (تورن، ۱۳۹۷: ۴۰). همچنین این روزها که در نتیجه قرنطینه بسیاری از فشارهای دنیای مصرفی و ارزش‌های مصرفی و بازاری اندکی از ماکاسته شده، این فرصت استثنایی ایجاد شده تا در محیط خانه به انسان، خودمان و ارزش‌های وجودی توجه دوباره کرد. جفری الکساندر (۲۰۰۴)، نظریه‌پرداز ترومای فرهنگی، استدلال می‌کند که در موقعیت «ترومای فرهنگی» روابط جدیدی میان ساختارها، سیستم‌ها، مفاهیم و کنش‌ها برقرار می‌شود. در چنین موقعیتی «مسئولیت اجتماعی» و «کنش سیاسی» معنا، هویت و هستی تازه‌ای پیدا می‌کند و افراد و سازمان‌ها ناگزیر باید متناسب با این موقعیت سازوکارها و عملکردهای خود را بازتعریف و ارائه کنند. ترومای فرهنگی امری طبیعی نیست، بلکه «برساخته اجتماعی» است که از نحوه معنادهی، چینش و ترکیب و قرارگیری رخدادهای کنار هم ایجاد می‌شوند. در این موقعیت افراد احساس می‌کنند که توانایی تأمین نیازهای ضروری‌شان مانند امنیت، عشق، ارتباط و برقراری نظم را ندارند. در این موقعیت «زندگی» تهدید می‌شود و «طبیعت انسان» خود را در معرض نیستی احساس می‌کند. جفری الکساندر (۲۰۰۴) استدلال می‌کند که رویدادها به‌طور ذاتی تروماتیک نیستند، بلکه جامعه در موقعیتی معین آن‌ها را با «واسطه‌ای اجتماعی» به تروما تبدیل می‌کند. به‌ویژه روشنفکران، هنرمندان، روزنامه‌نگاران از طریق رسانه‌ها، شبکه‌های اجتماعی و مطبوعات نقش مهمی در خلق ترومای فرهنگی دارند. این گروه‌ها و ابزارها می‌توانند رویداد مشخص و معینی مثل کرونا را چنان بازنمایی کنند که افراد جامعه احساس کنند معنا و هویت جمعی آن‌ها از دست رفته یا در معرض نابودی است. «رویداد تروماتیک شده» باید احساس ویران شدن و خطر پایدار را در افراد جامعه تثبیت کند و با پذیرش همگانی همراه شود (Alexander, ۲۰۰۴: ۴). در این وضعیت حساس و انباشته از فشار، هر حادثه تلخ که ابعاد فراگیر داشته باشد، می‌تواند همچون نشانه یا نمادی از همه بحران‌ها و چالش‌های موجود، عمیق‌ترین لایه‌های احساسی شهروندان را متأثر کند و به شکل «ترومای فرهنگی جمعی» ظاهر شود (فاضلی، ۱۳۹۹: ۹۸). فاضلی (۱۳۹۹) بیان کرده است، ما در حالی «خانه‌نشینی ناگزیر» را پذیرا شده‌ایم که خانه‌ها پذیرای ما نیستند. در فرایند شهری شدن در دوره معاصر، رقابتی میان خیابان و خانه شکل گرفت و در نتیجه گفتگو و وقت‌گذرانی اعضای خانه با یکدیگر در درون خانه‌ها کاهش یافت. برای خانه‌نشینی ما نیازمند احیای خانه و توسعه عملکردهای آن به کمک خلاقیت‌های فردی و پذیرش مسئولیت دشوار بازاندیشی در معنای خانه و تلاش برای توسعه عملکردهای خانه هستیم (فاضلی، ۱۳۹۹: ۱۱۲). ژوزف بلمن (۱۳۸۹) معتقد است که انقلاب الکترونیکی

باعث بازگشت عملکردهای تفریحی، آموزشی، بهداشتی و کار به خانه خواهد شد، اما امروز می‌بینیم که بحران کرونا بیش از انقلاب الکترونیکی ما را وادار کرده است تا به خانه‌هایمان به شیوه دیگری نگاه کنیم. شاید بحران کرونا فرصتی باشد تا شهروندان ایرانی بار دیگر به خانه و عملکردهای آن در جامعه امروز و فردا از منظر دیگری نگرسته و خود را آماده کنند که در خانه‌هایشان چگونه لذت ببرند، تفریح کنند، یاد بگیرند و چگونه زندگی اجتماعی را نه تنها در خیابان‌ها بلکه در فضاها و محیط‌های خانه و خانواده بگذرانند (ژوزف، ۱۳۸۹: ۲۸). در چنین شرایط مخاطره‌انگیزی ناگزیر هستیم که به بازاندیشی و تأمل جدی درباره ارزش‌ها، معانی و عملکردهای خانه در دنیای جدید بپردازیم (الریش، ۱۳۹۷: ۴۴). گاستن باشلار (۱۳۹۷)، فیلسوف علم و فیزیکدان بلند آوازه، معتقد است، خانه یکی از بزرگ‌ترین قدرت‌های ترکیب‌کننده اندیشه، خاطره و رویای آدمی است. به اعتقاد او خانه گهواره‌ای است که در آن می‌توانیم به خیال‌ها و رؤیاهایمان وسعت ببخشیم (باشلار، ۱۳۹۷: ۵۲). از سوی دیگر، فاضلی (۱۳۹۹)، در آثارش به پزشک اجتماعی نیز اشاره کرده است. وی معتقد است که تا قبل از کرونا، مقوله سلامت امری شخصی در بین انسان و جامعه ایرانی بوده است؛ اما با وقوع بحران کرونا، نگرش تازه‌ای شکل گرفت که در این نگرش تازه، بیماری و سلامت به صورت «برساخت اجتماعی و فرهنگی» تلقی و تعریف می‌شود (فاضلی، ۱۳۹۹: ۱۱۸). در این شرایط شهروندان احساس مسئولیت می‌کنند و همگان را دعوت کنند از راه مراقبت خود و اعضای خانواده‌هایشان از شیوع این بیماری پیشگیری نمایند و گویی هر شهروند حکم «پزشک اجتماعی» را پیدا می‌کند. چشم‌ها، گوش‌ها و دهان انسان ایرانی بیش از هر زمان دیگر حساس و فعال شده‌اند، گویی سلول‌های فرد ایرانی مسئولیت را تمرین می‌کنند.

روش پژوهش

در این پژوهش از روش تحقیق کیفی با رویکرد پدیدارشناسی استفاده شده است. این روش بر عمق تجربیات تأکید دارد و درک ما را از تجربیات زندگی افزایش می‌دهد (ادیب حاج باقری و دیگران، ۱۳۸۶: ۴۵). همچنین، روش تحقیق پدیدارشناسی برای گفته‌های شرکت‌کنندگان به عنوان یک منبع اعتباری دانش که ارائه‌کننده تجاربشان از پدیده تحت مطالعه هستند، ارزش قائل بوده است و برای نیل به تجارب مشارکت‌کنندگان مناسب است. از این رو از میان رویکردهای متعدد تحقیق کیفی برای تجربه زیسته زنان عضو هیأت علمی دانشگاه‌ها و پژوهشگاه‌ها در برقراری توازن میان نقش‌های شغلی و خانوادگی در ایام کرونا، رویکرد پدیدارشناسی انتخاب گردید.

این پژوهش از لحاظ موضوعی راهکارهایی در زمینه دورکاری و قرنطینه خانگی و از لحاظ روش، اکتشافی است و به توصیف تجارب زیسته زنان عضو هیأت علمی می‌پردازد. درواقع هدف تحقیق پدیدارشناسی، اکتشاف و توصیف تجارب زیسته زنان عضو هیأت علمی دانشگاه‌ها و پژوهشگاه‌ها به گونه‌ای است که از این مجرا بتوان به جوهره پدیده راهکارهایی در زمینه دورکاری و قرنطینه خانگی از نگاه زنان عضو هیأت علمی دانشگاه‌ها و پژوهشگاه‌ها دست یافت؛ بنابراین انتظار می‌رود تا تصویری مشروح و صریح از این پدیده ترسیم گردد. البته آن گونه که در موقعیتی خاص از سوی افراد ادراک می‌شوند (Vanderstoep & Scott, 2009: 34). جامعه این پژوهش در برگیرنده زنان عضو هیأت علمی دانشگاه‌ها و پژوهشگاه‌ها تحت پژوهش وزارت علوم بودند که تمایل و تجربه‌ای به صورت مستقیم در رابطه با موضوع مورد پژوهش داشته‌اند. در این پژوهش، از روش نمونه‌گیری غیر احتمالی از نوع هدفمند برای مصاحبه به کار گرفته شد. به‌طوری که با زنان عضو هیأت علمی دانشگاه‌ها و پژوهشگاه‌ها که تجربه‌هایی از موضوع پژوهش را داشته‌اند، مصاحبه به عمل آمد.

در پژوهش کیفی نمونه‌گیری آن‌قدر ادامه می‌یابد تا اشباع نظری حاصل شود. پولیت، بک و هانگلر و استروبرت و کارپنتر بیان می‌کنند که حجم نمونه طی کار مشخص می‌گردد. در تحقیقات کیفی حجم نمونه باید بر اساس نیازهای اطلاعاتی تعیین شود؛ به عبارت دیگر، گردآوری داده‌ها تا زمانی ادامه می‌یابد که افزایش داده‌ها به ایجاد مفاهیم، مقولات و خرده مقولات جدید منجر نشود (Baker & et al, 2001: 75). از این‌رو در این مطالعه انتخاب شرکت کنندگان، جمع‌آوری داده‌ها و تجزیه و تحلیل داده‌ها تا رسیدن به اشباع نظری و شرح غنی از تجربیات به دست آمده ادامه داشت. به‌طوری که تعداد مشارکت کنندگان (زنان عضو هیأت علمی دانشگاه‌ها و پژوهشگاه‌ها) ۳۰ نفر است. جدول ۱ مشخصات مشارکت کنندگان در این مطالعه می‌باشد.

جدول ۱. اطلاعات جمعیت شناختی مشارکت کنندگان

نوع محل کار	کد مشارکت کننده	سن	وضعیت تأهل	تخصص
دانشگاه	۱-۱	۶۰	متاهل	جامعه‌شناسی
	۲-۱	۳۵	مجرد	جامعه‌شناسی
	۳-۱	۵۹	متاهل	اقتصاد
	۴-۱	۴۵	مجرد	روان‌شناسی اجتماعی
	۵-۱	۶۱	متاهل	روان‌شناسی
	۶-۱	۴۲	متاهل	ادبیات
	۷-۱	۵۸	متاهل	حقوق
	۸-۱	۶۰	متاهل	تاریخ
	۹-۱	۴۴	مجرد	جامعه‌شناسی
	۱۰-۱	۴۰	مجرد	روان‌شناسی اجتماعی
	۱۱-۱	۶۲	متاهل	علوم تربیتی
	۱۲-۱	۵۲	متاهل	علوم ارتباطات
	۱۳-۱	۴۳	متاهل	روان‌شناسی
	۱۴-۱	۴۰	متاهل	روان‌شناسی اجتماعی
	۱۵-۱	۴۲	مجرد	مطالعات زنان
پژوهشگاه	۱۶-۱	۵۵	متاهل	مطالعات زنان
	۱۷-۱	۵۲	متاهل	جامعه‌شناسی
	۱۸-۱	۴۵	مجرد	علوم ارتباطات
	۱۹-۱	۴۳	مجرد	مطالعات زنان
	۲۰-۱	۵۴	متاهل	جامعه‌شناسی
	۲۱-۱	۵۰	متاهل	حقوق
	۲۲-۱	۴۱	مجرد	تاریخ
	۲۳-۱	۵۶	متاهل	اقتصاد
	۲۴-۱	۴۸	متاهل	روان‌شناسی اجتماعی
	۲۵-۱	۴۹	متاهل	جامعه‌شناسی
	۲۶-۱	۵۵	متاهل	علوم ارتباطات
	۲۷-۱	۶۰	متاهل	جامعه‌شناسی
	۲۸-۱	۶۲	متاهل	علوم تربیتی
	۲۹-۱	۵۰	متاهل	مطالعات زنان
	۳۰-۱	۶۵	متاهل	حقوق

در این پژوهش برای درک کامل‌تر پدیده با مطالعه از روش مصاحبه با پرسش‌های نیمه ساختاریافته بهره گرفته شد. مصاحبه‌ها از ۲۰ دقیقه تا ۶۰ دقیقه بین بازده زمانی مهرماه ۱۳۹۹ تا مهرماه ۱۴۰۰ از سوی پژوهشگر انجام گردید. پرسش‌های اصلی این پژوهش عبارت است از:

- تجربه زیسته زنان عضو هیأت علمی دانشگاه‌ها و پژوهشگاه‌ها در نحوه مواجهه با قرنطینه خانگی در ایام کرونا چگونه بوده است؟
- تجربه زیسته زنان عضو هیأت علمی دانشگاه‌ها و پژوهشگاه‌ها در نحوه مواجهه با دورکاری در ایام کرونا چگونه بوده است؟
- چه راهکارهایی را زنان عضو هیأت علمی دانشگاه‌ها و پژوهشگاه در مواجهه با دورکاری و قرنطینه خانگی بیان کرده‌اند؟

هدف بیان شده در تحقیق پدیدارشناسی «روشن ساختن جزئیات و شناخت پدیده‌ها از طریق چگونگی درک آن‌ها توسط عوامل انجام چنین تحقیقاتی است» (Lester & et al, 1999: 1) که هم فلسفه و هم یک روش است. پدیدارشناسی به عنوان نوعی روش تحقیق، به دلیل کنار گذاشتن تعمدی چارچوب‌ها یا حقایق از قبل تعیین شده، متفاوت از دیگر روش‌های تحقیق است. پدیدارشناسی بیشتر نوعی روش، نگرش و حالتی تحقیقی با مجموعه‌ای از اهداف مشخص است (Hycner, 1985: 279). جدول ۲. ویژگی‌های عمومی پژوهش پیش‌رو قابل مشاهده است.

جدول ۲. طرح پژوهش حاضر

نقطه تمرکز	ماهیت تجربه زیسته راهکارهای زنان عضو هیأت علمی دانشگاه‌ها و پژوهشگاه‌ها در مواجهه با دورکاری و قرنطینه خانگی در ایام کرونا
مسئله پژوهش	نیاز به کشف و توصیف ماهیت راهکارهای زنان عضو هیأت علمی دانشگاه‌ها و پژوهشگاه‌ها در مواجهه با دورکاری و قرنطینه خانگی در ایام کرونا
دانش پایه	جامعه‌شناسی خانواده، جامعه‌شناسی زنان، روان‌شناسی اجتماعی، فلسفه پدیدارشناسی
واحد تحلیل	تجربه زیسته زنان عضو هیأت علمی دانشگاه‌ها و پژوهشگاه‌ها
شکل گردآوری داده‌ها	انجام مصاحبه با افراد
شیوه تحلیل داده‌ها	تحلیل داده‌ها برای گزاره‌های مهم، واحدهای معنی، توصیفات ساختاری و متنی (زمینه‌ای)، توصیف جوهر پدیده
گزارش مکتوب	توصیف ماهیت یک تجربه

بر پایه داده‌های حاصل از سؤال‌های پژوهش، پژوهشگران به بررسی داده‌ها (نظیر رونوشت مصاحبه‌ها) پرداختند. همچنین به برجسته نمودن‌های گزاره مهم، جملات و عبارات نشان دهنده چگونگی شکل‌گیری تجربه مشارکت‌کنندگان در خصوص پدیده ادامه دادند. موس تاکاس این گام را افقی سازی (هر گزاره‌ای دارای ارزش برابر می‌باشد) می‌نامد. سپس به توسعه دسته‌ها و خوشه‌هایی از معانی از درون گزاره‌های مهم و با معنی به شکل تم پرداخته شد. تعیین حدود افق‌ها به عنوان کیفیت‌های لایغیر و ثابت و دسته‌های غیرتکراری و غیرهم‌پوشان سازنده تم‌ها حائز اهمیت بود (بودلایی، ۱۳۹۵: ۱۶۶).

در خصوص چالش اینکه چه کسی در پژوهش باید پیش‌فرض‌ها را برکت^۱ کند، تحقق این موضوع در فرایند گردآوری و تحلیل داده‌ها و از طریق رفت و برگشت مکرر میان پژوهشگر- داده‌ها- مشارکت‌کننده، میسر شد. مهم‌ترین اقدامات عملی برای برکت کردن در این پژوهش بر اساس دیدگاه موس تاکاس (۱۹۹۴) و کرسول (۲۰۰۷) عبارتند از:

- تعیین جایگاه پژوهشگر: در مرحله آغاز پژوهش (تعلیق نقش باورها و دانش پیشین)؛
- ثبت کامل داده‌های مصاحبه و نگارش آن به نحوی که قابل بازبینی و مطالعه و مرور مجدد باشد؛

- یادداشت‌برداری در طول مصاحبه و تحلیل داده‌ها؛

- همکاری مشارکت‌کنندگان در پژوهش در گام‌های تحلیل داده‌ها.

برای حفظ قابلیت امانت‌داری در این پژوهش درمجموع اقداماتی کاربردی نظیر بهره‌گیری از مشارکت‌کنندگان به عنوان همکاران پژوهشی (بازبینی و تأیید شرکت‌کنندگان در پژوهش)، ایجاد و نگهداری دفترچه‌ای از یادداشت‌های بازتابی، به کارگیری توصیف‌های غنی در توسعه تم‌ها و کثرت‌گرایی نظری. اختصاص زمان مناسب برای تشریح هدف پژوهش به مشارکت‌کنندگان، تعیین رویه‌های گردآوری داده‌ها، تعیین نقش پژوهشگر، سؤال‌های پژوهش، نحوه حفظ انسجام داده‌ها، فرایند تحلیل و نحوه اطمینان‌بخشی به داده‌ها صورت پذیرفت.

تحلیل داده‌ها

برای تحلیل داده‌های این پژوهش رویه‌ای ابداعی (Moustakas, 1994: 69) با اعمال تعدیلاتی که در طول تحلیل کیفی داده‌ها پدیدار شد، استفاده گردید (بودلایی، ۱۳۹۵: ۲۲۷). به این شکل که در گام نخست و پایین‌ترین سطح تحلیل داده‌ها، بر

۱. برکت کردن یا پوخته به معنای اجتناب از پیش‌دوری‌ها یا تعلیق آن‌هاست، یا پرهیز از صدور حکم مبتنی بر پیش‌دوری است. در پژوهش در فرایند گردآوری و تحلیل داده‌ها و از طریق رفت و برگشت مکرر میان پژوهش‌گر- داده‌ها- مشارکت‌کننده میسر شد (بودلایی، ۱۳۹۵: ۲۲۵).

اساس گزاره‌های معنادار برخاسته از متن مصاحبه‌ها افق‌های فکری زنان اعضای هیأت علمی دانشگاه‌ها و پژوهشگاه‌ها احصا شد. در سطح دوم تحلیل داده‌ها، افق‌های به دست آمده مرحله قبل در درون ۲ مفهوم کلی خوشه‌بندی شدند. خوشه اول، برحسب زمینه‌های اثرگذار خوشه دوم، برحسب استراتژی و راهکارها به صورت منسجم توصیف شدند. در بالاترین سطح انتزاعی تحلیل داده‌ها و به منظور دستیابی به جوهره راهکارهایی در زمینه دورکاری و قرنطینه خانگی از نگاه زنان عضو هیأت علمی دانشگاه‌ها و پژوهشگاه در ایام کرونا، توصیف‌های منسجم مرحله پیش در هم ادغام شد. فرایند سلسله مراتبی تحلیل داده‌های این پژوهش در جدول ۳ قابل مشاهده است.

جدول ۳. ساختار سلسله‌مراتبی تحلیل

سطح اول تحلیل: ادغام ساختاری توصیف‌های منسجم جوهره راهکارهای زنان عضو هیأت علمی در زمینه دورکاری و قرنطینه خانگی در ایام کرونا	
سطح دوم تحلیل: توصیف منسجم روایت با توجه به خوشه‌های افقا	
۱. زمینه‌های اثرگذار	۲. استراتژی و راهکارها
۱-۱. قرنطینه خانگی ۱-۲. دورکاری	۱-۲. در حوزه پژوهش ۲-۲. در حوزه مدیریتی ۲-۳. در حوزه خانواده
سطح سوم تحلیل داده‌ها: یکسان‌سازی افقا	

همچنین، با توجه به معیارهای ارائه شده توسط کرسول و میلر (۲۰۰۰) برای حصول اطمینان از اعتبار و مقبولیت داده‌ها و یافته‌های حاصل از پژوهش و به منظور اطمینان خاطر از دقیق بودن یافته‌ها اقداماتی نظیر بازبینی توسط اعضا، بررسی همکار و مشارکتی بودن پژوهش صورت گرفته است. در بازبینی توسط اعضا، مشارکت کنندگان، گزارش نهایی مرحله نخست (مقوله‌های به دست آمده) را بازبینی و نظر خود را در ارتباط با آن‌ها ابراز کردند. اساتید رشته روان‌شناسی اجتماعی، جامعه‌شناسی، خانواده که در انجام پژوهش کیفی از تبحر لازم برخوردار بودند، به بررسی پارادایم کدگذاری‌ها پرداخته و سپس درباره آن‌ها اظهار نظر کرده‌اند. در این مطالعه پایایی داده‌ها بدین ترتیب تعیین شد که داده‌های به دست آمده در مصاحبه، در یادداشت‌های در عرصه نیز به دست آمد و جهت نیل به معیار قابلیت تأیید، تمامی مراحل انجام تحقیق به‌ویژه مراحل تحلیل داده‌ها در تمام مسیر به صورت مشروح و مبسوط ثبت شد تا چنان چه محقق دیگری مایل به ادامه پژوهش در این حوزه باشد به راحتی بتواند بر اساس مکتوبات و مستندات

موجود مربوط به مصاحبه‌ها و تحلیل‌ها و سایر مراحل پژوهش این کار را دنبال نماید.

یافته‌های پژوهش

سطح سوم تحلیل داده‌ها: یکسان‌سازی افق‌ها

در این مرحله نخستین از تحلیل داده‌های پژوهش، توضیحات کلامی هر شرکت‌کننده، در ارتباط با سؤال‌های پژوهش به‌طور کامل مورد تحلیل قرار گرفتند و واحدهای معنادار از عبارات و توضیحات مشارکت‌کنندگان استخراج شد. همه اظهارات و توصیف‌ها، اهمیت و ارتباط یکسانی یافتند. درواقع پژوهشگر به دنبال فراوانی گزاره‌ها نبوده است. گزاره‌های مهم به‌دست‌آمده، واحدهای معنایی آشکاری را برای شرکت‌کنندگان در پژوهش تشکیل دادند. این رویه یک فرآیند تکراری بود. در این مرحله ابتدایی تحلیل داده‌ها، برای جلوگیری از انباشت داده‌ها، صرفاً نکات کلیدی معنادار طرح شدند. افقی سازی بر اساس انتزاع تجارب مشارکت‌کنندگان بر اساس الگوی موجود در جداول ۴-۷ استخراج شد. لازم به ذکر است که در همین مرحله تصمیم گرفته شد تا اطلاعات تکمیلی نظیر کدها، منبع، فراوانی مشارکت‌کنندگان در بیان افق‌ها را در همین مرحله نخست به جدول مربوط به یکسان‌سازی افق‌های فکری افزوده شود تا فهم و استنباط مخاطبان اثر در همین مرحله غنی‌تر گردد. در تشریح جداول فوق‌الذکر باید اشاره شود که ستون اول مربوط به ردیف کدهای ظاهر شده است. ستون دوم، مرحله اول یکسان‌سازی افق‌های فکری است که بر اساس گزاره‌های معنادار حاصل از متن مصاحبه‌ها، نام‌گذاری تم‌های اولیه اتفاق افتاد و به عنوان «یک گزاره معنادار مستخرج از توضیحات کلامی شرکت‌کننده‌ها» (مؤلفه / زیر مؤلفه‌ها) اشاره دارد. ستون سوم به فراوانی (تعداد) و کد نفرات مشارکت‌کننده‌ای اشاره دارد که افق مورد نظر را در تجربه زیسته خویش ذکر کرده‌اند. ستون چهارم مربوط به گام دوم مرحله یکسان‌سازی افق‌های فکری است که بازنویسی معنا یا توصیف نام دارد.

جدول ۴. تحلیل پدیدار شناختی مصاحبه‌ها برحسب زیر مؤلفه‌های «ایجاد دورکاری»

ردیف	زیر مؤلفه‌های «ایجاد دورکاری»	کد مشارکت‌کننده	مفاهیم
۱	ایجاد مثلث ارتباط کاری	۸-۱ ۱۹-۱ ۷-۱	انجام کارهای اداری با استفاده از اینترنت از خانه
			انجام وظایف محوله سازمانی و اداری از راه دور با استفاده از فناوری‌های ارتباطی
			در دسترسی بودن نیروی کار از راه دور از طریق فناوری‌های ارتباطی و سازمان کسب و کار
			در دسترس بودن نیروی کار از راه دور از طریق اینترنت و سازمان استخدام‌کننده
۲	محو شدن مرز بین خود شاغل و خود خانه‌دار	۲۱-۱	از بین رفتن مرز میان فضای کاری و زندگی در خانه
۳	تداخل کاری شغل زن و مرد در خانه	۲۶-۱	آنالین بودن هم‌زمان فعالیت‌های کاری زن و مرد در خانه
۴	از بین رفتن مرز میان کار حرفه‌ای و مسئولیت‌های خانه	۱۲-۱ ۲-۱	از بین رفتن مرز میان تدریس و انجام وظایف خانه و از بین رفتن مرز میان وظایف شغلی (پژوهش و...) و انجام وظایف خانه
۵	صرفه‌جویی در زمان و انرژی	۴-۱ ۸-۱ ۱۰-۱ ۲۹-۱	کاهش زمان رفت‌وآمد
			کاهش خستگی ناشی از رفت‌وآمد
			انعطاف در انتخاب زمان کار متناسب با شرایط زندگی شخصی
			فعالیت زنان بر اساس آهنگ روزانه شخصی خود اوایل صبح/آخر شب
			ساعات کار منعطف
			شناور بودن ساعات کاری

جدول ۵. تحلیل پدیدار شناختی مصاحبه‌ها برحسب زیر مؤلفه‌های «قرنطینه خانگی»

ردیف	زیر مؤلفه‌های «تجربه زندگی در بحران کرونا»	مشاورت کننده	مفهوم
۱	تجربه سطوح مراقبت از خود و دیگران در میان زنان	۱۳-۱	من در خانه باید مراقب خودم باشم
		۲۳-۱	من در خانه باید به دیگران کمک کنم تا مراقب خودشان باشند
		۱۷-۱	کمک متقابل افراد به همدیگر برای مراقبت متقابل و هم‌زمان از یکدیگر
		۲۱-۱	به عنوان پزشک مراقب افراد بیمار در خانواده/ مراقب خودمان بودن
۲	روابط و مناسبات اجتماعی در زنان	۲۵-۱	انجام کنش‌ها و رفتارها بر مبنای مراقبت/ و
		۲۷-۱	تعهد اخلاقی
۳	اخلاق مراقبتی در زندگی	۳۰-۱	هرگونه کوتاهی در مراقبت از خویشان و دیگران
		۲۲-۱	نوعی گناه و بی‌اخلاقی
		۱-۱	راه‌اندازی کمپین‌های پیشگیرانه و درمانی از سوی پژوهش‌گران
		۱۰-۱	انتقال صحیح پروتکل‌های پیشگیرانه و درمانی پژوهش‌گران به مردم
	توجه پژوهش‌گران به کرونا و آثار آن	۶-۱	پژوهش در جهت آثار و پیامدهای فرهنگی- اجتماعی کرونا و پیش‌بینی و ترسیم موقعیت‌های اجتماعی با افراد، نهادها و مناسبات اجتماعی
		۵-۱	
۴	الگوهای روابط انسانی و اجتماعی	۳-۱	بازتعریف هنجارها و ارزش‌های فردی و اجتماعی/ شناخت و رعایت پروتکل‌های بهداشتی برای قطع زنجیره شیوع/ درک اینکه نیروی جمع، امکان بقا به جامعه و امکان حل بحران‌های بزرگ مانند کرونا
		۱۳-۱	
		۲۳-۱	
		۶-۱	یاریگری، خود مراقبتی جمعی/ همیاری/ دگریاری/ خودیاری
		۴-۱	

ردیف	زیر مؤلفه‌های «تجربه زندگی در بحران کرونا»	مشارکت کننده	مفهوم
۵	تغییر شکل سبک تعاملات خانواده	از تعاملات واقعی به سوی تعاملات مجازی	دورهمی‌های خانوادگی مجازی/ ایجاد ارتباطات مجازی بین افراد/ ارتباط مجازی با جهان بیرونی
		ایفای نقش مسئولانه‌تر در قبال اعضای خانواده	امکان ارتباط مناسب‌تر با اعضای خانواده/ تلاش برای رفع مسائل داخلی خانواده/ امکان ارتباط مسئولانه‌تر با اعضای خانواده
۶	تغییر شکل اوقات فراغت ۱ در خانه	اختلال در گذراندن اوقات فراغت	فراغت آشفته برای مادران/ عدم فراغت شخصی برای مادر
		وجود تفریحات مجازی	به اشتراک گذاری پیام‌ها/ گپ و گفتگوی اینترنتی/
		انجام کارهای هنری	انجام فعالیت‌های هنری در کنار اعضای خانواده
۷	تغییر شکل برنامه‌های مناسبتی	سبک سوگواری مضطربانه	مشارکت حضوری به صورت اجباری/ ترس و اضطراب از ابتلاء خود و دیگران به کرونا در مراسم سوگواری
		سبک سوگواری همزاد پندارانه	همدردی کردن با خانواده داغدار/ بدون عدم حضور در مراسم

۱. شیوه گذراندن اوقات فراغت در خانواده قبل از کرونا دست‌خوش تغییر شده بود و افراد زمان بیشتری را برای فراغت در اختیار دارند و سعی در گذراندن آن به بهترین شیوه دارند (مانند تماشای فیلم، مطالعه کتاب، شبکه‌های اجتماعی و ...) می‌توان گفت که با تعطیلی مراکز فرهنگی و تفریحی سبک‌های جدیدی در شیوه گذراندن اوقات فراغت مطرح شده است. از جمله « می‌توان به انواع آموزش‌ها در منزل و با تکیه بر شبکه‌های اجتماعی اشاره کرد.

جدول ۶. تحلیل پدیدار شناختی مصاحبه‌ها برحسب زیر مؤلفه‌های «استراتژی‌ها و راهکارها»

ردیف	زیر مؤلفه‌های «استراتژی‌ها و راهکارها»	مشکلات	مفاهیم
۱	در حوزه پژوهش	انجام فعالیت‌های پژوهشی	مفید بودن اجرای طرح دورکاری در فعالیت‌های پژوهشی
			ایجاد انضباط فکری، تمرکز و فراغ خیال در انجام فعالیت‌های پژوهشی
			چه خبر از بحران کرونا؟
	آینده کرونا از دیدگاه پژوهشگران		آینده بحران کرونا چه خواهد شد؟
			انتخاب اختیاری دورکاری
۲	داوطلبانه کردن دورکاری	توجه مسئولان به دورکاری در مراکز و سازمان‌ها	دورکاری زنان شاغل/ دورکاری مردان شاغل/ در مشاغلی بدون حضور فیزیکی
			کسب دانش نسبت به مدیریت دورکاری
	بهبود سبک مدیریت به شیوه دورکاری		تعیین و معرفی اصول مدیریت دورکار
			تعیین چگونگی برقراری ارتباط مناسب به عنوان مدیر دورکار
			ایجاد بهترین ترکیب کاری و تعیین شیفت کاری
			توجه به آموزش پرسنل دورکار
			تشخیص فن آوری مناسب ارتباطی
	به کارگیری فناوری مناسب		تشخیص فن آوری مناسب اطلاعاتی
			تأکید بر نظام نقش‌ها
	تداوم توازن بین زندگی شغلی و خانوادگی		شکل‌گیری روابط صحیح بین انسان‌ها
			شکل‌گیری بر مبنای یاریگری میان انسان‌ها
			مراقبت از خود/ مراقبت از عزیزان/ مراقبت از دیگران
۳	تأکید بر اخلاق مراقبتی زنان در زندگی		زنان به عنوان پزشکان خانه در مراقبت از افراد بیمار
			زنان به عنوان متخصصان و پژوهشگران مراقب جامعه
	تأکید بر زنان به عنوان یاری‌گری مراقبتی در زندگی		قانع کردن اعضای خانواده برای زیستن به شیوه جدید

جدول ۷. توصیف نهایی سازه‌های عام برحسب راهکارهایی در زمینه دورکاری و قرنطینه خانگی از نگاه زنان عضو هیأت علمی دانشگاه‌ها و پژوهشگاه‌ها

استراتژی و راهکارها	زمینه‌های اثرگذار
• در حوزه پژوهش	• ایجاد دورکاری
- انجام فعالیت‌های پژوهشی	- ایجاد مثلث ارتباط کاری
- گفتار از آینده کرونا از دیدگاه پژوهش گران زن	- محو شدن مرز بین خود شاغل و خود خانه‌دار
• در حوزه مدیریتی	- تداخل کاری شغل زن و مرد در خانه
- داوطلبانه کردن دورکاری	- از بین رفتن مرز میان کار حرفه‌ای و مسئولیت‌های خانه
- توجه به مسئولان به دورکاری در مراکز و سازمان‌ها	- صرفه‌جویی در زمان و انرژی
- بهبود سبک مدیریت به شیوه دورکاری	• قرنطینه خانگی
- به کارگیری فناوری مناسب	- تجربه سطوح مراقبت از خود و دیگران در میان زنان
• در خانواده	- روابط و مناسبات اجتماعی در میان زنان
- تداوم توازن بین زندگی شغلی و خانوادگی	- اخلاق مراقبتی در زندگی
- تأکید بر اخلاق مراقبتی زنان در زندگی	- الگوهای روابط انسانی و اجتماعی
- تأکید بر زنان به عنوان یاریگری مراقبتی در زندگی	- تغییر شکل سبک تعاملات خانواده
	- تغییر شکل اوقات فراغت در خانه
	- ایجاد فرصت برای تأمل و بازاندیشی به زندگی
	- توجه به خودشناسی
	- تغییر شکل برنامه‌های مناسبی
تعداد افق‌های ایجاد دورکاری: ۵	
تعداد افق‌های قرنطینه خانگی: ۹	
تعداد افق‌های استراتژی و راهکارها: ۹	

سطح دوم تحلیل: توصیف منسجم روایت با توجه به خوشه‌های افق‌ها

در این پژوهش، افق‌های مربوط به تجارب زیسته زنان عضو هیأت علمی دانشگاه‌ها و پژوهشگاه‌های مشارکت‌کننده در قالب ۲ مفهوم کلی و به صورت منسجم توصیف شدند. عنوان خوشه‌ها عبارت است از: زمینه‌های اثرگذار (دورکاری و قرنطینه خانگی) و استراتژی‌ها و راهکارها

توصیف منسجم متن روایت مربوط به زمینه‌های اثرگذار بر تجربه زیسته زنان عضو هیأت علمی (دانشگاه‌ها و پژوهشگاه‌ها) در ایام کرونا

ایجاد دورکاری، یکی از شرایط زمینه‌ای اثرگذار بر تجربه زیسته زنان عضو هیأت علمی دانشگاه‌ها و پژوهشگاه‌ها در زمان کرونا بوده است. دورکاری در ایام کرونا به

معنای ایجاد مثلث ارتباط کاری (خانه / دورکاری، اینترنت و فناوری‌های ارتباطی و سازمان / فضای کاری)، محو شدن مرز بین خود شاغل و خود خانه‌دار، تداخل کاری شغل زن و مرد در خانه، از بین رفتن مرز میان کار حرفه‌ای و مسئولیت‌های خانه و صرفه‌جویی در زمان و انرژی بوده است.

... وقتی در دورکاری و قرنطینه خانگی بودم، کارها و وظایف اداره را در خانه از طریق اینترنت انجام می‌دادم. البته بعضی مواقع تداخل بین کارهای خانه و محل کارم ایجاد می‌شد که مدیریت آن سخت بود... (کد مشارکت‌کننده: ۱۸ - ۱).

منظور از ایجاد مثلث ارتباط کاری از نگاه زنان اعضای هیأت علمی، انجام کارها و وظایف شغلی و اداری از خانه با استفاده از اینترنت، انجام وظایف محوله سازمانی و اداری از راه دور با استفاده از فناوری‌های ارتباطی و در دسترس بودن نیروی کار از راه دور از طریق فناوری‌های ارتباطی و سازمان کسب و کار و یا دسترس بودن نیروی کار از راه دور از طریق اینترنت و سازمان استخدام‌کننده بوده است. همچنین دورکاری منجر به ایجاد محو شدن مرز بین خود شاغل و خود خانه‌دار می‌گردد. به عبارتی، مرز میان فضای کاری و زندگی در خانه از بین می‌رود. به علاوه باعث تداخل کاری شغل زن و مرد در خانه می‌گردد. به بیان دیگر، آنلاین بودن هم‌زمان فعالیت‌های کاری زن و مرد در خانه منجر به تداخل کاری شغل زن و مرد در محیط و فضای خانه می‌شود. همچنین دوری کاری به معنای از بین رفتن مرز میان کار حرفه‌ای و مسئولیت‌های خانه می‌گردد. به عبارتی، مرز میان تدریس و انجام وظایف خانه یا مرز میان وظایف شغلی (پژوهش و ...) و انجام وظایف خانه از بین می‌رود. دورکاری یعنی صرفه‌جویی در زمان و انرژی است؛ زیرا منجر به کاهش زمان رفت‌وآمد، کاهش خستگی ناشی از رفت‌وآمد، انعطاف در انتخاب زمان کار متناسب با شرایط زندگی شخصی و فعالیت زنان بر اساس آهنگ روزانه شخصی خود بوده است. به‌طوری‌که برخی از آنان در اوایل صبح و برخی در آخر شب کارهای روزانه خود (ساعات کار منعطف) را انجام می‌دادند. به عبارتی، ساعات کاری در دورکاری از سوی زنان اعضای هیأت علمی، شناور بوده است.

یکی دیگر از شرایط زمینه‌ای اثرگذار بر تجربه زیسته زنان عضو هیأت علمی دانشگاه‌ها و پژوهشگاه‌ها، قرنطینه خانگی در این ایام (کرونا) بوده است. قرنطینه خانگی در ایام کرونا، شامل تجربه سطوح مراقبت از خود و دیگران در میان زنان (خودیاری مراقبتی، دگر یاری مراقبتی، همیاری مراقبتی، یاریگری مراقبت محور)، روابط و مناسبات اجتماعی در میان زنان (بازتعریف روابط و مناسبات اجتماعی)،

اخلاق مراقبتی در زندگی (شناخت و درک اخلاق مراقبتی در زندگی، فعالیت کنشگران اجتماعی، توجه پژوهشگران به کرونا و آثار آن)، الگوهای روابط انسانی و اجتماعی (بازتعریف مسئله اخلاق و تعهدات اجتماعی بین زنان، بازتعرف الگوهای روابط انسانی و اجتماعی از سوی زنان)، تغییر شکل سبک تعاملات خانواده (از تعاملات واقعی به سوی تعاملات مجازی، تشدید درون‌گرایی در میان افراد درون‌گرا به‌ویژه خانم‌ها، اخلاق مراقبتی زنان و مادران، ایفای نقش مسئولانه‌تر در قبال اعضای خانواده، ایفای نقش انسانی‌تر در قبال اعضای خانواده، ایفای نقش انسانی‌تر در قبال اعضای خانواده، به اشتراک‌گذاری تجربیات مادر-فرزندی، تفاهم بیشتر و درک متقابل در خانواده، نیازسنجی افراد خانواده توسط مادر)، افزایش درک متقابل نسبت به یکدیگر در خانواده، افزایش همبستگی در خانواده، نزدیک شدن به فرزندان، افزایش نقش حمایتی و عاطفی در خانواده) و تغییر شکل اوقات فراغت در خانه (اختلال در گذراندن اوقات فراغت، آستی باکتاب و مطالعه، ایجاد اوقات فراغت کاذب، افزایش تماشای فیلم‌ها و سریال‌ها، تنوع بخشیدن به کارها، وجود تفریحات مجازی) بوده است.

... وقتی در ایام کرونا و قرنطینه در خانه بودم سعی می‌کردم ارتباط بهتری با بچه‌ها بگیرم و حتی وقتی می‌خواستیم کاری انجام دهیم سعی می‌کردم تجربه‌های کاری خودم را به آن‌ها یاد دادم ... (کد مشارکت‌کننده: ۱۴-۱).

زنان عضو هیأت علمی در تجربه سطوح مراقبت از خود و دیگران در ایام کرونا، به نوعی از یاریگری بر مبنای تعهد مراقبتی نسبت به هم اشاره کرده‌اند. این مراقبت در چهار سطح و شیوه رخ داده است. خودیاری مراقبتی، دگریاری مراقبتی، همیاری مراقبتی و یاریگری مراقبت محور. در خودیاری مراقبتی، زنان عضو مطرح کرده‌اند که باید در خانه و جامعه در ایجاد روابط درست بهداشتی با دیگران مراقب خود باشند. در دگریاری مراقبتی، آنان بیان کرده‌اند، باید در خانه و جامعه به دیگران کمک کرد تا مراقب خودشان باشند، حتی باید از آن‌ها مراقبت کرد، چه از طریق رفتارهای ایجابی یا سلبی. در همیاری مراقبتی، آنان به کمک‌های متقابل به یکدیگر برای مراقبت‌های متقابل و هم‌زمان از همدیگر اشاره کرده‌اند و معتقد بودند، «حفظ جان خود و عزیزانشان منوط به حفظ جان دیگران، نزدیکان، آشنایان و هر فرد دیگری» و حفظ جان دیگران (نزدیکان، آشنایان و هر فرد دیگری) منوط به حفظ جان خود و عزیزانشان است. در یاریگری مراقبت محور، زنان عضو بیان کرده‌اند، همان‌طور که پزشکان مراقب بیماران هستند، به عنوان یک پزشک باید مراقب خودشان، عزیزانشان،

افراد بیمار در خانواده، همشهری‌هایشان، هم‌وطنانشان و هر انسان دیگری باشند. در حقیقت، تعهد به الگوی جامعه مبتنی بر سطوح مراقبتی فوق‌الذکر، می‌تواند بیانگر الگوی بنیادین رابطه و یاریگری برای جامعه در شرایط بحرانی و خطر باشد. به بیان دیگر، در شرایط بحرانی و خطر، الگوهای زندگی اجتماعی جامعه دست خوش تغییر شده‌اند. به‌طوری‌که یاریگری به عنوان یک قاعده بنیادین جامعه، نه مبتنی بر روابط متقابل میان فردی و درون‌گروهی و تعامل روزمره مستقیم و غیرمستقیم، بلکه بر مبنای تعهد مراقبت انسانی نسبت به هم و تعهد بدان در ایام کرونا بازتعریف شده است و افراد در این ایام جور دیگری زندگی می‌کنند. در واقع، الگوی پیشین جامعه که موجب بقاء و تداوم ویروس کرونا می‌گردد، تغییر و الگوی و شیوه زندگی جدیدی جایگزین آن شده یا خواهد شد. به‌طوری‌که انجام کنش‌ها و رفتارها بر مبنای مراقبت و تعهد اخلاقی (در درون خانه با اعضای خانواده، در بیرون خانه با همکاران و آشنایان، با غریبه‌ها و انسان‌های دیگر و در سطح محل کار و جامعه) باز تعریف شده است. در حقیقت این قاعده جدید زندگی، نوعی اخلاق مراقبتی و یاریگری مراقبتی در زندگی را مطرح می‌کند. البته این شیوه جدید زندگی، مستلزم اقناع مردم برای تعامل و کنشگری بر مبنای مراقبت و تعهد اخلاقی در شرایط بحرانی جامعه است. به عبارتی، هر فرد به عنوان اعضای جامعه بحران‌زده، باید شناخت و درک اخلاق مراقبتی در زندگی پیدا کند که هر گونه کوتاهی در مراقبت از خویشان و دیگران نوعی گناه و بی‌اخلاقی و در نهایت به خطر انداختن زندگی خود و دیگران است.

... در اوایل دوران کرونا و سرعت شیوع آن، من خودم به دوستان و آشنایان می‌گفتم با رعایت پروتکل‌های بهداشتی باید مراقب خودمان و افراد جامعه بود و اگر کوتاهی شود از نظر اخلاقی دچار گناه شده‌ایم ... (کد مشارکت‌کننده: ۲۵-۱).

از سوی دیگر، کنشگران اجتماعی نظیر سازمان‌های مردم‌نهاد و دانشگاه‌ها و صداوسیما نیز با راه‌اندازی کمپین‌های پیشگیرانه و درمانی و مردمی و با انتقال صحیح پروتکل‌های پیشگیرانه و درمانی توسط کارشناسان و پزشکان و دانشمندان تلاش می‌کردند، از ضررهای احتمالی جسمی، اقتصادی، محیطی کرونا جلوگیری به عمل آورند. به بیان دیگر، در کمپین‌های پیشگیرانه، درمانی و مردمی تلاش می‌شد، اخلاق و یاریگری مراقبتی به عنوان مبنای جامعه بحرانی به مردم عرضه شود و نوعی الزام به اجرا را در بطن جامعه ایجاد کند و بیان می‌شد که اگر اجرا نگردد، تک‌تک افراد در بیماری و حتی مرگ خود، عزیزان و دیگران سهیم خواهند شد. در واقع،

سعی می‌گردید، الگوی روابط اجتماعی و انسانی و مسئله اخلاق و تعهدات اجتماعی بازتعریف گردد. بازتعریف هنجارها و ارزش‌های فردی و اجتماعی، درک اینکه نیروی جمع، امکان بقاء به جامعه و همچنین حل بحران‌های بزرگ مانند کرونا را می‌دهد. به علاوه، شناخت و رعایت پروتکل‌های بهداشتی برای قطع زنجیره شیوع کرونا و در نهایت بقاء جامعه ضروری است. به علاوه، در این بازتعریف، یاریگری بر مبنای تعهد انسانی نسبت به هم تعامل مجازی روزانه یا هفتگی و مراقبت‌های انسانی صورت گرفت. در ضمن در این بازتعریف می‌توان به خود مراقبتی جمعی (فرد در مقام عضوی از جامعه هم مراقب خودش و هم مراقب دیگران باشد)، همیاری (یک تلاش متقابل برای رفع نیاز یکدیگر و بقای انسان با کمک به هم دیگر)، خودیاری (کمک گرفتن از دیگران برای رفع نیاز خود) اشاره کرد. همچنین زنان عضو هیأت علمی در تجربه زندگی خود در ایام کرونا، به ایجاد شبکه‌ای از تعاملات متقابل مجازی بین خودشان و دیگر افراد جامعه نیز اشاره کردند. به عبارتی، در این ایام، پیوندهای متقابل مجازی برای رفع نیازهای فردی و جمعی ایجاد گردید.

در قرنطینه خانگی، زنان عضو هیأت علمی به تغییر شکل سبک تعاملات خانواده از قبیل «از تعاملات واقعیت به سوی تعاملات مجازی (دورهمی‌های خانوادگی مجازی، ایجاد ارتباطات مجازی بین افراد و ارتباط مجازی با جهان بیرونی)»، «تشدید درون‌گرایی در میان افراد درون‌گرا به‌ویژه خانم‌ها»، «ایجاد اخلاق مراقبتی زنان و مادران (پررنگ شدن نقش مادرانگی و همسری و احساس مسئولیت در قبال فرزندان)»، ایفای نقش مسئولانه‌تر (امکان ارتباط مناسب‌تر و مسئولانه‌تر با اعضای خانواده) و انسانی‌تر (ارتباط مهربانانه‌تر با اعضای خانواده و بستگان) در قبال اعضای خانواده»، «به اشتراک‌گذاری تجربیات مادر فرزندی»، «تفاهم بیشتر و درک متقابل در خانواده (گفتمان بیشتر با همسر و بین اعضای خانواده و والدین با فرزند و انعطاف اعضای خانواده با یکدیگر)»، «نیازسنجی افراد خانواده توسط مادر (شناسایی نیازهای تفریحی مورد نیاز خانواده، شناسایی علایق فرزندان خانواده)»، افزایش درک متقابل نسبت به یکدیگر در خانواده (رفتار همدلانه مادر با اعضای خانواده و اعضای خانواده با یکدیگر)»، «افزایش همبستگی در خانواده (حضور در منزل و دورکاری منجر به کمک به استحکام کانون خانواده می‌گردد)»، «نزدیک شدن به فرزندان (آشنایی بیشتر با علایق و سلاقی، نیازهای و رفتارهای فرزندان)» و «افزایش نقش حمایتی و عاطفی در خانواده (کمک اعضای خانواده به یکدیگر، کمک مادر در کارها و امور فرزندان، کمک

پدر در تمرینات فرزندان، محبت بیشتر اعضای خانواده به یکدیگر)» نیز اشاره کردند. یکی دیگر از تجارب زندگی زنان عضو هیأت علمی در ایام کرونا، مسئله اوقات فراغت و تغییر شکل اوقات فراغت در خانه بوده است. البته شیوه گذراندن اوقات فراغت در خانواده قبل از کرونا دست خوش تغییر شده بود و افراد زمان بیشتر را برای فراغت در اختیار داشتند، طوری می‌توان به تماشای فیلم، مطالعه کتاب، شبکه‌های اجتماعی (به اشتراک گذاری پیام‌ها (نوشته‌اری و صوتی)، فیلم و تصاویر؛ و گپ و گفتگوی اینترنتی) اشاره کرد، اما در ایام کرونا شکل اوقات فراغت تغییر کرد و اوقات فراغت کاذب جایگزین اوقات فراغت واقعی (مهمانی در رستوران‌ها، رفتن به گردشگاه‌ها نظیر پارک‌ها، رفتن به سینماها، سفر رفتن) شد، زیرا مراکز فرهنگی و تفریحی تعطیل گردید و همه باید در محیط و فضا خانه در قرنطینه قرار می‌گرفتند. از این رو، سبک جدیدی در شیوه گذراندن اوقات فراغت مطرح شد. به‌طوری‌که فضای گذراندن اوقات فراغت فقط «در خانه» تغییر یافت. البته برخی از اعضای هیأت علمی بیان کردند، به علت قرنطینه، آشتی با مطالعه کتاب‌های غیر تخصصی، متون ادبی و آثار بزرگ هنری و تحلیل و تفسیر کتاب‌های مطالعه شده، انجام کارهای هنری در کنار اعضای خانواده فراهم شده بود. به علاوه، از سوی خانواده و اعضای آن، سینمای خانگی مورد استقبال زیادی قرار گرفته بود و حتی فیلم‌ها مورد تحلیل، تفسیر و معنا قرار می‌گرفتند. سهم تفریحات مجازی از قبیل تولید محتوا و فعالیت در شبکه‌های مجازی نسبت به قبل از کرونا افزایش یافت. حتی کاربران اقدام به تفسیر و معنا کردن فیلم‌ها، متون مطالعه شده، موسیقی شنیده شده در فضای مجازی می‌کردند. حتی برخی از زنان اعضای هیأت علمی معتقد بودند، فضای خانگی از سوی فرزندان و اعضای خانواده به فضای آفرینش‌های فکری و خلاقانه تبدیل شده بود. برخی از زنان اعضای هیأت علمی به ایجاد فرصت برای تأمل و بازاندیشی به زندگی نظیر دانستن بیشتر قدر لحظات زندگی، دست برداشتن از عجله و شتاب، زندگی کردن به معنای واقعی، بازنگری در هدف‌گذاری زندگی، قدرت تدبیر در منزل اشاره کرده‌اند. تعدادی دیگر از زنان اعضای هیأت علمی توجه به خودشناسی در محیط خانه و ایام قرنطینه را مطرح کردند. منظور آنان از توجه به خودشناسی، شناخت عمیق از خود (تفکر و تمرکز بیشتر بر خود)، رشد و توسعه شخصی (تمرکز بر اهداف زندگی و برنامه‌های زندگی)، کشف علایق شخصی، شناخت بیشتر توانایی‌ها و قابلیت‌ها و افزایش آن‌ها، توسعه و رشد معنوی خود، فرصتی برای خودسازی و مدیریت خود (قدرت انطباق با تغییرات محیطی) بوده است. به علاوه، برخی از زنان عضو هیأت

علمی به اختلال در گذراندن اوقات فراغت مادران نیز اشاره کرده‌اند. به‌طوری‌که مطرح کردند، محیط و فضای خانگی، فراغت آشفته برای مادران و یا نبود فراغت شخصی برای مادران را ایجاد کرده بود.

در تجربه زندگی در ایام کرونا، زنان عضو هیأت علمی به تغییر شکل برنامه‌های مناسبی را مطرح کردند. به‌طوری‌که با توجه به نتایج مستخرج از مصاحبه‌های آنان می‌توان به دو سبک سوگواری «مضطربانه» و «همزاد پندارانه» اشاره کرد. در سبک سوگواری مضطربانه، از یک طرف، مشارکت حضوری به صورت اجباری و از طرف دیگر، ترس و اضطراب از ابتلاء خود به کرونا یا ترس و اضطراب از ابتلاء دیگران به کرونا در مراسم سوگواری وجود داشته است. در سبک سوگواری همزاد پندارانه، نوعی همدردی با خانواده داغدار بدون عدم حضور در مراسم شکل گرفته بود.

توصیف منسجم متن روایت مربوط به کارگیری استراتژی‌ها و راهکارها زنان عضو هیأت علمی دانشگاه‌ها و پژوهشگاه‌ها

استراتژی‌ها و راهکارهایی در زمینه دورکاری و قرنطینه خانگی از نگاه زنان عضو هیأت علمی دانشگاه‌ها و پژوهشگاه‌ها مطرح شده است. این استراتژی‌ها و راهکارها در حوزه پژوهش، انجام فعالیت‌های پژوهشی و پژوهش در مورد آینده کرونا؛ در حوزه مدیریتی، داوطلبانه کردن دورکاری، توجه مسئولان به دورکاری در مراکز و سازمان‌ها، بهبود سبک مدیریت به شیوه دورکاری و به کارگیری فناوری‌های مناسب؛ و در حوزه خانواده، تداوم توازن بین زندگی شغلی و خانوادگی، تأکید بر اخلاق مراقبتی زنان در زندگی و تأکید بر زنان به عنوان یاری‌گری مراقبتی در زندگی بوده است.

زنان عضو هیأت علمی دانشگاه‌ها و پژوهشگاه‌ها در حوزه پژوهش مطرح کرده‌اند، از آنجا که فعالیت‌های پژوهشی نیازمند یک انضباط فکری، تمرکز و فراغ خیال چه در محیط کار و چه در خانه است. از این‌رو، ضرورتی به انجام آن در محیط کار نیست و اجرای طرح دورکاری در مشاغل پژوهشی برای پژوهش‌گران به‌ویژه زنان می‌تواند مفید باشد.

همچنین ویروس کرونا و شیوع آن در ایران، ذهن و ضمیر جمعی جامعه را به شدت ملتهب ساخته است. به‌طوری‌که در هر شرایط و مکانی صحبت از آینده کروناست. این جملات که چه خبر؟ به نظرت چه خواهد شد؟ در این وضعیت و شرایط چکار باید کرد؟ جملاتی است که حکایت از ناامیدی و ترس جمعی در میان شهروندان دارد. از این‌رو، پیشنهاد می‌گردد، پژوهش‌گران و اساتید دانشگاه‌ها، تحقیقات و طرح‌های پژوهشی در این رابطه انجام دهند تا بتوان شناخت و درک بهتری نسبت به جامعه پس از

کرونا کسب کرد و راهکارهای مناسب‌تری در مواجهه با جهان پس از کرونا دست یافت. در حوزه مدیریتی، مدیران، می‌توانند دورکاری را امری داوطلبانه و به اختیار پژوهش‌گر قرار دهند. همچنین، پیشنهاد می‌گردد، مسئولان به طرح دورکاری نیروی کار به‌ویژه زنان شاغل، به عنوان فرصتی برای رشد و تعالی جامعه نگاه کنند، به‌خصوص برای مشاغلی که نیاز به حضور فیزیکی در محیط‌های کاری نیست. البته بهبود سبک مدیریت به شیوه دورکاری نیز باید به‌صورت کارشناسانه صورت گیرد. به‌طوری‌که ابتدا باید دانش نسبت به مدیریت دورکاری کسب کرد، یعنی چه چیزی را باید قبل و هنگام تبدیل شدن یک مدیر گروه دورکار بداند. همچنین، تعیین اصول مدیریت دورکار و معرفی صحیح و درست این اصول به کارکنان حائز اهمیت است. بعد تنظیم روابط و پیکره‌بندی گروه دورکار باید در نظر گرفته شود. به عبارتی، هماهنگی در تعیین جایگاه نیروی کار و تنظیم روابط و پیکره‌بندی گروه دورکار جهت کسب موفقیت پرسنل دورکار در یک تیم و گروه دورکار، برقراری روابط مناسب بین نیروی کار و سازمان و تعیین شیفت‌ها و زمان‌های اتمام کار یا استراحت برای تیم‌های دورکار، تعیین چگونگی برقراری ارتباط مناسب مدیر دورکار با کارکنان و تعیین چگونگی برقراری یک همکاری کارآمد برای تیم دورکار، برقراری روابط مناسب بین نیروی کار و سازمان، تعیین شیفت‌ها و زمان‌های اتمام کار یا استراحت برای تیم‌های دورکار، توجه به آموزش پرسنل دورکار، ایجاد مدیریت بازدهی و کارایی در تیم دورکار، تعیین روش‌های جبران خسارات در تیم دورکار و توجه به چالش‌های جذب نیروی انسانی دورکار باید مورد توجه قرار گیرد.

از آنجا که زنان عضو هیأت علمی دانشگاه‌ها و پژوهشگاه‌ها در رابطه با انجام وظایف خود در شرایط دورکاری با کاهش سرعت اینترنت و عوامل پشتیبانی نامناسب در رابطه با فضای مجازی مواجه شده بودند، از این رو پیشنهاد کردند، برای اجرای طرح دورکاری، به کارگیری فناوری مناسب حائز اهمیت است. به عبارتی، سازمان‌ها و مراکز آموزشی و پژوهشی باید بتوانند با توجه به وظایف و عملکرد سازمان، فن‌آوری‌های مناسب ارتباطی و اطلاعاتی را به کارگیرند.

در حوزه خانواده، زنان عضو هیأت علمی دانشگاه‌ها و پژوهشگاه‌ها مطرح کردند، نظام نقش‌ها مورد تأکید قرار گیرد و اینکه هر کسی نقشی دارد و افراد بر اساس نقش‌ها می‌توانند نیازهایشان را برطرف کنند که توجه به این امر، به افراد نیروی روحی و روانی کافی ناشی از رضایت‌کنشگری اخلاقی خواهد بخشید و همین نیرو

می‌تواند شادابی زندگی را در افراد تأمین کند. همچنین، منجر به شکل‌گیری روابط صحیح بین انسان‌ها و ایفای نقش مراقبتی بر مبنای یاریگری میان انسان‌ها خواهد شد. به علاوه، تعهد به الگوی جامعه مبتنی بر یاریگری، می‌تواند بیانگر الگوی بنیادین رابطه و یاریگری برای جامعه در بحران و در خطر باشد.

تأکید بر اخلاق مراقبتی زنان در زندگی، استراتژی دیگری است که زنان عضو هیأت علمی دانشگاه‌ها و پژوهشگاه‌ها مطرح کردند. به عبارتی، مراقبت از خود، افراد خانواده به صورت هم‌زمان و توأمان حائز اهمیت است. حتی مراقبت از دیگران نیز برای بقای جامعه مهم و اساسی است. به سخن دیگر، سهم هر فرد در جامعه آن است که هر کجا هستند، هر کاری می‌کنند برای مراقبت از خودشان و دیگران باشد.

تأکید بر زنان به عنوان یاری‌گری مراقبتی در زندگی، استراتژی دیگری است که زنان عضو هیأت علمی دانشگاه‌ها و پژوهشگاه‌ها در مواجهه با کووید ۱۹ مطرح کرده‌اند. در شرایطی که پزشکان مراقب بیماران هستند، زنان به عنوان پزشکان خانه در مراقبت از افراد بیمار می‌توانند نقش داشته باشند. همچنین، زنان به عنوان متخصصان و پژوهش‌گران می‌توانند با تولید محتوا در مورد مراقبت‌های بهداشتی در بحران کرونا و انتشار آن برای افراد جامعه، مراقب آن باشند. همچنین با ارائه و انتخاب شیوه‌های زندگی متناسب با شرایط بحرانی می‌تواند گامی در جهت مراقبت از خانواده و جامعه بردارند. به علاوه، زنان نقش زیادی در اقناع اعضای خانواده در زیستن به شیوه جدید می‌توانند داشته باشند. حتی زنان می‌توانند در تعریف سبک زندگی جدید برای بحران‌ها به‌ویژه کرونا نقش داشته باشند.

سطح اول تحلیل: جوهره به کارگیری راهکارهایی در زمینه دورکاری و قرنطینه

خانگی از نگاه زنان عضو هیأت علمی در ایام کرونا

آخرین مرحله عملی در فرایند پدیدارشناسی متعالی، مربوط به پیوستگی یکپارچه توصیفات متنی با توصیفات ساختاری پدیده است تا ماهیتی تجمعی از تجربه شکل گیرد (Moustakas, ۴۵: ۱۹۹۴) و بر این اساس ذات و جوهر پدیده آشکار شود؛ مانند مراحل قبل فرایند پدیدارشناسی، براکت یا همان اپوخه، پیش از این مرحله نیز انجام شد؛ بنابراین در این قسمت برای دستیابی به جوهره راهکارهایی در زمینه دورکاری و قرنطینه خانگی از نگاه زنان عضو هیأت علمی در ایام کرونا، ترکیبی از توصیفات متنی تجربیات ۳۰ مشارکت‌کننده مورد استفاده قرار گرفته است. بر اساس یافته‌های این پژوهش، ایجاد دورکاری ترکیبی از ایجاد مثلث ارتباط کاری-سازمان/خانه/اینترنت و

فضای مجازی، محو شدن مرز بین خود شاغل و خود خانه‌دار، تداخل کاری شغل زن و مرد در خانه، از بین رفتن مرز میان کار حرفه‌ای و مسئولیت‌های خانه، صرفه‌جویی در زمان و انرژی بوده است. همچنین، قرنطینه خانگی در بحران کرونا ترکیبی از تجربه سطوح مراقبت از خود و دیگران در میان زنان (خودیاری مراقبتی، دگریاری مراقبتی، همیاری مراقبتی، یاریگری مراقبت محور)، روابط و مناسبات اجتماعی در میان زنان، اخلاق مراقبتی در زندگی، الگوهای روابط انسانی و اجتماعی، تغییر شکل سبک تعاملات خانواده، تغییر شکل اوقات فراغت در خانه و تغییر شکل برنامه‌های مناسبی بوده است و زنان عضو هیأت علمی راهکارهایی (انجام فعالیت‌های پژوهشی به صورت دورکاری و گفتار از آینده کرونا از دیدگاه پژوهش‌گران)، حوزه مدیریتی (داوطلبانه کردن دورکاری، توجه مسئولان به دورکاری در مراکز و سازمان‌ها، بهبود سبک مدیریت به شیوه دورکاری، و به کارگیری فناوری‌های مناسب در فضاهای آموزشی و پژوهشی) و در حوزه خانواده (تداوم توازن بین زندگی شغلی و خانوادگی، تأکید بر اخلاق مراقبتی زنان در زندگی، تأکید بر زنان به عنوان یاریگری مراقبتی در زندگی) ارائه کرده‌اند.

بحث و نتیجه‌گیری

کرونا موقعیتی استثنایی و وضعیتی اضطراری را بر جامعه و جهان تحمیل کرده است. به‌طوری که وجود قرنطینه خانگی ناشی از ویروس کرونا و شیوع آن باعث ظهور فرهنگ قرنطینه در کشور و جهان شده است که این امر منجر به بازتعریف روابط و مناسبات اجتماعی (انجام کنش‌ها و رفتارها بر مبنای مراقبت و تعهد اخلاقی)، شناخت و درک اخلاق مراقبتی در زندگی (هرگونه کوتاهی در مراقبت از خویشان و دیگران نوعی گناه و بی‌اخلاقی) و بازتعریف مسئله اخلاق و تعهدات اجتماعی (بازتعریف هنجارها و ارزش‌های فردی و اجتماعی، شناخت و رعایت پروتکل‌های بهداشتی برای قطع زنجیره شیوع، درک اینکه نیروی جمع، امکان بقاء به جامعه و حل بحران‌های بزرگ مانند کرونا به جامعه می‌دهد) و بازتعریف الگوهای روابط انسانی و اجتماعی (یاریگری، خود مراقبتی، همیاری، دگریاری و خودیاری) از سوی زنان شده است. همچنین شبکه‌ای از تعاملات متقابل مجازی بین زنان و افراد جامعه (ایجاد پیوندهای متقابل مجازی برای رفع نیازهای فردی و جمعی) ایجاد شده است. به علاوه فرهنگ قرنطینه باعث تغییر شکل اوقات فراغت در خانه نظیر اختلال در گذراندن اوقات فراغت، آشتی با کتاب و مطالعه، ایجاد اوقات فراغت کاذب، افزایش تماشای فیلم‌ها و سریال‌ها، تنوع بخشیدن

به کارها، وجود تفریحات مجازی به‌ویژه تحلیل و تفسیر فیلم‌ها و متون و محتواهای مختلف در فضای مجازی، فرصتی را برای تحلیل و خلق اندیشه‌های نو فراهم کرده‌اند. به عبارتی، ویروس کرونا و شیوع آن منجر به قرنطینه خانگی و فرهنگ قرنطینه شده است و این امر محیط و فضای خانگی را به فضای آفرینش‌های فکری، هنری و خلاقانه تبدیل کرده است. همچنین، قدرت تحلیل و تفسیر افراد را نسبت به اشکال مختلف محتواها در فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی ایجاد کرده است. نیچه معتقد است، تحلیل کردن آفریدن است و می‌توان محیط و فضای خانگی را به فضای آفرینش‌های فکری و خلاقانه تبدیل کرد (تورن، ۱۳۹۷: ۴۰). همچنین، فرصتی برای خلق مخاطب فعال و خلاق است، محیطی که در آن می‌توان در مورد چگونگی نگاه به انسان، جهان و هستی در شرایط بحران کرونا تصمیم‌گیری کرد که این امر می‌تواند منجر به خلق شخصیت فردگردد و به شیوه‌ای مؤثر در این جهان، امکان دیدن و دیده شدن را فراهم کند و همچنین فرصتی برای رضایت و شوق یادگیری را ایجاد کند. همچنین در ایام کرونا، تغییر شکلی در برنامه‌های مناسبی (سبک سوگواری مضطربانه و همزاد پندارانه) ناشی از مرگ‌ومیر افراد مبتلا به کرونا ایجاد شده است. به علاوه، روزهای قرنطینه خانگی، فرصتی برای تمرین خانه‌نشینی اجباری و خانه‌ای که از طریق آن دورکاری انجام شده، یا به تمرین یادگیری الکترونیک پرداخته شده، یا آموزش چگونگی استفاده از کتابخانه‌های الکترونیک برای دستیابی به مقالات پژوهشی تخصصی و غیرتخصصی، متن‌ها و کتاب‌های تخصصی و غیرتخصصی پرداخته شده است. فاضلی (۱۳۹۹) معتقد است، ما در حالی «خانه‌نشینی ناگزیر» را پذیرا شده‌ایم که خانه‌ها پذیرای ما نیستند. برای خانه‌نشینی ما نیازمند احیای خانه و توسعه عملکردهای آن به کمک خلاقیت‌های فردی و پذیرش مسئولیت دشوار بازاندیشی در معنای خانه و تلاش برای توسعه عملکردهای خانه هستیم. (فاضلی، ۱۳۹۹: ۱۱۲). همچنین، تورن (۱۳۹۷) نیز مطرح کرده است، روزهای قرنطینه فرصتی است برای تمرین زیستن در خانه‌ای که از طریق آن دورکاری می‌کنیم؛ یا به تمرین یادگیری الکترونیک عادت می‌کنیم، یا می‌آموزیم که چگونه از «کتابخانه‌های الکترونیک» برای دست یافتن به رمان‌ها، متن‌ها و کتاب‌های مورد نیاز خود استفاده کنیم. ما می‌توانیم از خانه‌هایمان از طریق دنیای مجازی با شهرها، موزه‌ها، فضاهای دیدنی و گردشگری سراسر جهان دیدار کنیم (تورن، ۱۳۹۷: ۳۳).

با توجه به نتایج مستخرج از این پژوهش، می‌توان دریافت، کرونا موقعیتی استثنایی و وضعیتی اضطراری را بر جامعه ما به‌ویژه زنان تحمیل کرده است. در موقعیت‌های

استثنایی انسان‌های خلاق می‌توانند، ارزش‌ها، باورها و ایده‌های بزرگ و استثنایی را خلق کنند. نتایج نشان داد، کرونا فرصتی برای متفاوت‌تر شدن، متفاوت زیستن و متفاوت بودن فراهم کرده است. اگرچه محدودیت‌های متفاوتی تجربه شده است، اما نتوانسته است، چشم‌ها، ذهن و زبان افراد را ببندد. همچنین، کرونا بخشی از تجربه تاریخی و زیستی ماست. افراد به‌ویژه زنان جامعه پژوهش با تفسیر و تأمل در این تجربه توانسته‌اند، میدان تازه‌ای را برای خلق ایده‌ها یا برای گفتگو کردن درباره فرهنگ، تاریخ، دین و تمام مواردی ایجاد کنند که هستی تاریخی، اجتماعی و فرهنگی ما را ساخته است. به علاوه، در این موقعیت ترومانیک شده، جامعه پژوهش درگیر پرسش‌ها و پرسشگری‌هایی شده‌اند که معطوف به بنیادها و هستی اجتماعی و تاریخی آن‌هاست. آن‌ها احساس می‌کنند که با دانش و شکل آگاهی که تاکنون داشته‌اند، دیگر امکان زیستن وجود ندارد و باید خود را با شکل‌های دیگر آگاهی آشنا کنند. ترومای کرونا، نه تنها در زمینه فردی و در سطح خرد بلکه نظام سلامت ایران، سیستم دورکاری و ... را می‌تواند در کانون بازاندیشی قرار دهد و چالش‌های ساختاری آن را در حوزه عمومی مطرح کند.

پیشنهادهای

با توجه به نتایج از تجربه زیسته زنان عضو هیأت علمی از دورکاری و قرنطینه خانگی، پیشنهاد می‌شود، فعالیت‌های پژوهشی و گفتار از آینده کرونا از دیدگاه پژوهش‌گران مورد بررسی قرار گیرد. از آنجا که فعالیت‌های پژوهشی نیازمند یک انضباط فکری، تمرکز و فراخ خیال چه در محیط کار و چه در خانه است. از این‌رو، ضرورتی به انجام آن در محیط کار نیست و اجرای طرح دورکاری در مشاغل پژوهشی برای پژوهشگران به‌ویژه زنان می‌تواند مفید باشد. به علاوه، تحقیقات و طرح‌های پژوهشی در این رابطه انجام دهند تا بتوان شناخت و درک بهتری نسبت به جامعه پس از کرونا کسب کرد و راهکارهای مناسب‌تری در مواجهه با جهان پس از کرونا دست یافت.

در حوزه مدیریتی، مدیران، می‌توانند دورکاری را امری داوطلبانه و به اختیار پژوهشگر قرار دهند. همچنین، بهبود سبک مدیریت به شیوه دورکاری نیز باید به صورت کارشناسانه صورت گیرد. به‌طوری باید دانش، اصول مدیریت دورکاری، تنظیم روابط و پیکره‌بندی گروه دورکاری، تعیین چگونگی برقراری ارتباط مناسب مدیردورکار با کارکنان، تعیین شیفت‌ها و زمان‌های اتمام کار یا استراحت برای تیم‌های دورکار، توجه به آموزش پرسنل دورکار، ایجاد مدیریت بازدهی و کارایی در تیم دورکار، تعیین

روش‌های جبران خسارات در تیم دورکار و توجه به چالش‌های جذب نیروی انسانی دورکار باید موردتوجه قرار گیرد.

از آنجا که زنان عضو هیأت علمی دانشگاه‌ها و پژوهشگاه‌ها در رابطه با انجام وظایف خود در شرایط دورکاری با کاهش سرعت اینترنت و عوامل پشتیبانی نامناسب در رابطه با فضای مجازی مواجه شده بودند، از این رو، برای اجرای طرح دورکاری، به کارگیری فناوری مناسب حائز اهمیت است.

در حوزه خانواده، نظام نقش‌ها مورد تأکید قرار گیرد و اینکه هر کسی نقشی دارد و افراد بر اساس نقش‌ها می‌توانند نیازهایشان را برطرف کنند که توجه به این امر، به افراد نیروی روحی و روانی کافی ناشی از رضایت کنشگری اخلاقی خواهد بخشید و همین نیرو می‌تواند شادابی زندگی را در افراد تأمین کند. همچنین منجر به شکل‌گیری روابط صحیح بین انسان‌ها و ایفای نقش مراقبتی بر مبنای یاریگری میان انسان‌ها خواهد شد. تأکید بر اخلاق مراقبتی زنان در زندگی، استراتژی دیگری است. به عبارتی، مراقبت از خود، افراد خانواده به صورت هم‌زمان و توأمان حائز اهمیت است. حتی مراقبت از دیگران نیز برای بقای جامعه مهم و اساسی است. تأکید بر زنان به عنوان یاری‌گری مراقبتی در زندگی، استراتژی دیگری است. در شرایطی که پزشکان مراقب بیماران هستند، زنان به عنوان پزشکان خانه در مراقبت از افراد بیمار می‌توانند نقش داشته باشند. همچنین، زنان به عنوان متخصصان و پژوهش‌گران می‌توانند با تولید محتوا در مورد مراقبت‌های بهداشتی در بحران کرونا و انتشار آن برای افراد جامعه، مراقب آن‌ها باشند. همچنین با ارائه و انتخاب شیوه‌های زندگی متناسب با شرایط بحرانی می‌تواند گامی در جهت مراقبت از خانواده و جامعه بردارند. به علاوه، زنان نقش زیادی در اقناع اعضای خانواده در زیستن به شیوه جدید می‌توانند داشته باشند. حتی زنان می‌توانند در تعریف سبک زندگی جدید برای بحران‌ها به‌ویژه کرونا نقش داشته باشند.

منابع و مأخذ

- ادیب حاج باقری، محسن، پرویزی، سور و مهوش صلصالی (۱۳۸۶). روش‌های تحقیق کیفی. تهران: انتشارات بشری.
- ارشاد، محمدرضا (۱۳۸۰). اندیشه‌های فلسفی در هزاره دوم: مصاحبه با محمد ضیمران. تهران: انتشارات هرمس.
- باشلار، کاستن (۱۳۹۷). بوطیقای فضا. ترجمه مریم کمالی و محمد شیرپچه. تهران: انتشارات روشنگران.
- بلمن، ژوزف (۱۳۸۹). شهر گذشته، شهر آینده. ترجمه مهرداد کرباسی. تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- بودلایی، حسن (۱۳۹۵). روش تحقیق پدیدارشناسی. تهران: انتشارات جامعه شناسان.
- تورن، آلن (۱۳۹۷). پارادایم جدید. ترجمه سلمان صادقی‌زاده. تهران: انتشارات علمی و فرهنگی.
- دارابی، علی (۱۳۸۸). «رویکرد پدیدارشناسی در تجزیه و تحلیل پدیده‌های سیاسی». مطالعات سیاسی. شماره ۵: ۸۲-۶۱.
- ربانی خوراسگانی، علی، سعیده الهی دوست و فرشته قیصریه نجف‌آبادی (۱۳۹۲). «مطالعه‌ای پدیدارشناسانه درباره تجربه زیسته مدیران زن در اصفهان». فصلنامه جامعه‌شناسی کاربردی. شماره ۴: ۴۲-۱۹.
- رحمانی، جبار (۱۳۹۹). «سفرهای کرونایی، چرا مردم به سفر می‌روند؟». مجموعه مقالات جستارهایی در ابعاد فرهنگی و اجتماعی بحران ویروس کرونا در ایران. مؤسسه مطالعات فرهنگی و اجتماعی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری.
- رستگار خالد، امیر (۱۳۸۳). خانواده، کار و جنسیت. تهران: انتشارات روابط عمومی شورای فرهنگی و اجتماعی زنان.
- الریش، بک (۱۳۹۷). جامعه در مخاطره جهانی. ترجمه محمدرضا مهدی‌زاده. تهران: نشر کویر.
- ساروخانی، باقر (۱۳۹۶). جامعه‌شناسی خانواده. تهران: انتشارات سروش.
- شادی طلب، ژاله و سمانه ابراهیم‌پور (۱۳۹۶). «بازگویی تجربیات زنان در ارتقاء به مرتبه استادی در دانشگاه‌های ایران». فصلنامه علمی- پژوهشی رفاه اجتماعی. شماره ۶۶: ۱۰۶-۵۳.
- عزیزی، فروغ (۱۳۹۳). «تجربه زیسته مدیریت زنان در جامعه مردسالار». روزنامه ایران. شماره ۴۹۵. شماره دی ماه.
- فاضلی، نعمت‌الله (۱۳۹۹). فرهنگ و فاجعه؛ جستارهای انسان‌شناختی درباره مصیبت‌های جمعی در ایران. تهران: انتشارات فرهامه.
- گیلان، ام‌البین (۱۳۹۵). تجارب زیسته مدیران زن در استان گلستان. شورای راهبردی زنان فرهیخته گلستان. همایش استانی سلامت زنان. ناشر تخصصی کنفرانس‌های ایران: مرجع دانش.
- محمدپور، احمد (۱۳۹۲). روش تحقیق کیفی ضد روش ۱: منطق و طرح در روش‌شناسی کیفی. جلد ۱. تهران: انتشارات جامعه شناسان.
- لوانی، سید مهدی و حسن بودلایی (۱۳۸۹). «پدیدارشناسی در مطالعات کارآفرینی». علوم مدیریت ایران. شماره ۱۹: ۶۲-۳۳.
- وبر، ماکس (۱۳۸۷). مفاهیم اساسی جامعه‌شناسی. ترجمه احمد صدارتی. تهران: انتشارات مرکز.

- Alexander, J. (2004). Toward a Theory of Cultural Trauma, in Eyerman, Ron, Cultural Truma and Collective Identity. Berkeley, CA: University of California press.
- Bartley, M. (1993). 'Domestic Conditions, Paid Employment and Woman experience at Ill-health', Sociology of Health and Illness, Vol 4.
- Becker, B.E. Huselid, M.A. & Ulrich, D. (2001). The HR Scorecard: Linking people, Strategy and Performance. Boston, M.A: Harvard Business School Press.
- Creswell, J.W. & Miller, D.L. (2000). 'Determining Validity in Qualitative Inquiry'. Theory into Practice, 39(3), 124-130.
- Creswell, w. John, (2007), Qualitative Inquiry and Research Design; Choosing Among Five Approaches, (second Edition). Thousand Oaks, CA, Sage Publications.
- Dam, Leena & Daphtardar, S. (2012), 'Work - Life Balance by Women Faculty Members: The Conundrum Within', KIIT Journal of Management, Vol-8. (https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2254305).
- Hycner, R. (1985). 'Some Guidelines for the Phenomenological Analysis of Interview Data'. Human Studies, 8, 279-303.
- Lester, S. (1999). An Introduction to Phenomenological Research. Retrieved September 13, 2010 from <http://www.sld.demon.co.uk/resmethy.pdf>.
- Moustakas, C.E. (1994). Phenomenological Research Methods. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Toffoletti, Kim, Starr, Karen (2016). 'Women Academics and Work-Life Balance: Gendered Discourses of Work and Care: Women Academics And Work-Life Balance', in Gender Work and Organization, 23(5) · September.
- Vanderstoep, W., Scott, D. (2009). Research Method for Every Day Life. blending qualitative and quantitative approach, by John Wiley & Sons, Inc.

A comparative study of the content of the game “ Assassin’s Creed “ and The Assassin Legends

Masood Mohammadzadeh Tehrani, Master’s student of Art Research, Faculty of Art, Shahid University. Email: masood.tehrani1@ut.ac.ir

Mohsen Marasy, Assistant Professor at faculty of art, shahed university, (Corresponding Author) Email: marasy@shahed.ac.ir

Abstract

Many video games have historical content. In other words, gamers play various genres in specific historical eras. Assassin’s Creed franchises are a kind of those games. In this article, Assassin’s Creed (2007) had researched in detail. “Assassinate” is the most important feature of this game that has been based on Ismailities Nizaris and the Assassin Legends in its narrative during the third Crusade. This article shows how developers have chosen historical narratives, especially Assassin Legends, and have converted them to the game’s narrative and mechanics and have made a new interpretation of Assassin Legends. In this article, the content of AC as a historical game has been discussed in interdisciplinary (Art and History). The historical method had used where we discuss Ismailities Nizaris and The Assassin Legends; and the descriptive-analytic method where we attend to the game’s content. In addition, this thesis approach is comparative. It has shown that AC has developed and inspired by The Assassin Legends in layers very intelligently. Some historical narratives have been converted to mechanics of the game as deadly falling by order of “Old Man of the Mountain” and Gnostic vision. Most Muslim characters are fictitious but most Christian characters have a real historical existence. This article may be useful for those who make historical games.

Keywords

Historical Video games, The Assassin Legends, Assassin’s Creed, The Crusades, Game Studies.

مطالعه تطبیقی محتوای بازی «فرقه اساسین‌ها» و افسانه‌های حشاشین

مسعود محمدزاده طهرانی^۱، محسن مرانی^۲

چکیده

محتوای بسیاری از بازی‌های رایانه‌ای، تاریخی‌اند؛ به این معنا که بازیکن در ژانرهای مختلفی در دوره یا دوره‌های تاریخی مشخصی بازی را انجام می‌دهد. سری بازی‌های «فرقه اساسین‌ها» از این دسته‌اند و پژوهش پیش‌رو، نسخه نخست این بازی (۲۰۰۷) را به تفصیل بررسی کرده است. مهم‌ترین مشخصه این سری بازی‌ها بر موضوع «ترور» مبتنی است که در داستان بازی، سرمنشأ آن، فرقه فداییان اسماعیلی و افسانه حشاشین در فضای جنگ سوم صلیبی قرار داده شده است. در این مقاله نشان داده می‌شود که سازندگان بازی «فرقه اساسین‌ها» چگونه روایات تاریخی به‌ویژه افسانه‌های حشاشین را گزینش و به روایت و مکانیک بازی تبدیل کرده‌اند و چه قرائت جدیدی از افسانه‌های حشاشین شکل داده‌اند. هدف این پژوهش، تلاشی برای بررسی تطبیقی محتوای داستانی بازی رایانه‌ای تاریخی «فرقه اساسین‌ها» با افسانه‌های حشاشین از منظری میان‌رشته‌ای، تاریخ و هنر است. در قسمتی از پژوهش که فرقه فداییان اسماعیلی و افسانه‌های حشاشین بررسی شده است، از روش تاریخی و در قسمتی که محتوای بازی توضیح داده شده از روش توصیفی - تحلیل محتوا استفاده شد. رویکرد این پژوهش تطبیقی به شیوه لنزی است. یافته‌های پژوهش نشان داد که طراحان بازی با هوشمندی، داستان بازی را با الهام از افسانه‌های حشاشین و در چند لایه بازسازی کرده‌اند. برخی روایت‌های تاریخی مانند ماجرای پرش مرگبار فدائی به دستور شیخ الجبل و بینش باطنی به مکانیک‌هایی در بازی تبدیل شده‌اند. بیشتر شخصیت‌های مسلمان بازی بر ساخته است؛ اما برعکس، بیشتر شخصیت‌های مسیحی داستان حقیقی است. امید است این پژوهش برای سازندگان بازی‌های تاریخی سودمند باشد.

واژگان کلیدی

افسانه‌های حشاشین، بازی‌های رایانه‌ای تاریخی، بازی فرقه اساسین‌ها، جنگ‌های صلیبی، مطالعات گیم.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۱/۱۱ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۱۰/۲۷

۱. دانش‌آموخته کارشناسی ارشد پژوهش هنر دانشکده هنر دانشگاه شاهد

۲. استادیار دانشکده هنر دانشگاه شاهد (نویسنده مسئول)

masood.tehrani1@ut.ac.ir

marasy@shahed.ac.ir

مقدمه

امروزه بازی‌های رایانه‌ای، زندگی بسیاری از انسان‌ها را در تمام سنین درگیر خود کرده است. علی‌رغم مشهود بودن این حقیقت، پژوهش در حیطه بازی‌ها به‌ویژه با نگاه میان‌رشته‌ای و تحلیل محتوا کمتر در حیطه دانشگاهی مورد توجه است. در این میان بسیاری از این بازی‌ها تاریخی‌اند؛ به این معنا که محتوای بازی مربوط به گذشته و تاریخ است. سری بازی محبوب «فرقه اساسین‌ها» جزء بازی‌های تاریخی در گونه اکشن - ماجراجویانه محسوب می‌شوند. هر سری از این بازی در دوره تاریخی مشخصی است. قسمت نخست که در این مقاله مورد بررسی قرار خواهد گرفت، در دوران جنگ‌های صلیبی و در منطقه شامات است. اساس روایت تاریخی این بازی، افسانه‌های حشاشین است. پس از بررسی محتوای بازی به این موضوع خواهیم پرداخت که این روایات تاریخی چیست و چگونه به فرهنگ اروپایی وارد شده و چگونه در بازی مورد نظر مجدداً ظهور یافته است؟ در این مقاله محتوای بازی «فرقه اساسین‌ها» با توجه به افسانه‌های حشاشین بررسی شده است تا روشن شود چه مقدار سازندگان بازی وامدار تاریخ و این روایات هستند. این که در بازی رایانه‌ای «فرقه حشاشین» کدام رخدادها و روایت‌های تاریخی به اجزای بازی تبدیل شده‌اند پرسش اصلی این پژوهش است. از دهه ۱۹۷۰ میلادی که بازی‌های رایانه‌ای متولد شده‌اند (ایجنفلت - نیلسن، اسمیت و توسکا، ۱۳۹۷: ۱۴۵). تا زمان ما سرعت پیشرفت این صنعت حیرت‌انگیز است که البته نشان از اقبال به بازی‌های رایانه‌ای است. بازی‌های رایانه‌ای از عمده‌ترین سرگرمی‌های کودکان و نوجوانان است (کوثری، آقازاده، سیدحسینی، ۱۳۹۷: ۱۰۷). به همین دلیل پژوهش در مورد فرم و محتوای بازی‌های رایانه‌ای ضروری است و نتایج اینگونه از تحقیقات می‌تواند در جهت تولید و ارتقاء کیفیت بازی‌های رایانه‌ای بومی مورد استفاده قرار گیرد.

پیشینه پژوهش

عرصه مطالعات گیم به‌ویژه در زبان فارسی همچنان فقیر است و اغلب تحقیقاتی که در این حوزه شده است از منظر علوم اجتماعی و روان‌شناسی است. مطالعه تطبیقی بازی با موضوعات دیگر به‌ویژه با تاریخ به‌ندرت یافت می‌شود. با این حال به برخی تحقیقاتی که مورد پژوهش این پژوهش یعنی بازی «فرقه اساسین‌ها»، نسخه نخست را کاویده‌اند و دیگر منابعی که مبنای مطالعات گیم به حساب می‌آیند اشاره می‌شود.

سایمون ایجنفلت - نیلسن، یوناس هایدی اسمیت و سوزانا پژاریس توسکا از اساتید دانشگاه کپنهاگ (۱۳۹۷) کتابی با عنوان «برای درک گیم‌های ویدئویی (مقدمه‌ای ضروری)» تألیف کرده‌اند. این کتاب جامع، مقدماتی برای مطالعات گیم‌های ویدئویی فراهم و بحث‌های اساسی و قابل توجهی را در این حوزه مطرح کرده است. هر فصل کتاب در صدد است به سؤالاتی اساسی از چیستی و چگونگی صنعت گیم و خود گیم، تاریخچه، زیبایی‌شناسی این بازی‌ها، نگاه فرهنگی، گیم‌هایی که دیگر سرگرمی نیستند و خطرات و ملاحظات روان‌شناختی و جامعه‌شناختی گیم‌ها پاسخ دهد. آن بخشی که می‌تواند به پژوهش حاضر بیشتر کمک کند، فصل هفتم کتاب است که به توضیح مسئله روایت و داستان گیم‌ها می‌پردازد. نویسندگان در این فصل ساختار روایی گیم، تفاوت بازی‌شناسی و روایت‌شناسی، نظریه‌های ادبی مرتبط و... را توضیح می‌دهند. آدام چپمن (۲۰۱۲) در «امتیازگذاری فرم بر محتوا، تحلیل تاریخی ویدئوگیم‌ها»؛ مسئله نیاز به رهیافتی غیر از تحلیل محتوای صرف و جدا از فرم بازی برای بررسی بازی‌های تاریخی پرداخته است. از نظر او بازی‌های رایانه‌ای صرفاً سرگرمی نیستند؛ بلکه تاریخ‌سازی هم انجام می‌دهند؛ به بیان دیگر درباره گذشته گفتمانی جدید شکل می‌دهند. نگاه او به فهم بهتر بازی‌های تاریخی و داشتن مبنایی نظری برای پژوهش به پژوهشگر یاری می‌رساند.

میرت کومل (۲۰۱۴) در این مقاله با مبنا قرار دادن نظریه شرق‌شناسی ادوارد سعید بازی «فرقه حشاشین» را تحلیل محتوایی کرده است و معتقد است در این بازی اتفاق دیگری رخ داده و آن خود - شرق‌گرایی^۱ است؛ به این معنا که برخلاف روال گذشته که دیگری عربی - اسلامی، نمادی از افراطی‌گری و تروریسم بوده است؛ این بار بازیکن یک فدایی را هدایت می‌کند که خود او در نقش آدم‌کشان ظاهر شده است و در مقابل جبهه قدرتمند دیگری (معبدیون) و برای هدفی قابل توجه نه صرفاً کشتن ترور می‌کند. این خود - شرق‌گرایی برخلاف شرق‌گرایی رایج به نسبت تصویری مثبت ارائه می‌کند و قهرمانان غرب‌گرایی را شکل می‌دهد.

فرانک جی. بوشمن (۲۰۱۶)، در مقاله «حقیقتی نیست، همه چیز مجاز است - تجسم اسماعیلیان نزاری در مجموعه بازی‌های فرقه اساسین‌ها» موفقیت یوبی سافت در تعادل میان واقعیت تاریخی و افسانه حشاشین را بررسی کرده و ستوده است. وی در این مقاله پس از تطبیق شخصیت‌های تاریخی و کاراکترهای بازی معتقد است سازندگان

بازی توانسته‌اند با موفقیت مانع برانگیخته‌شدن احساسات مذهبی مخاطبان شوند. در میان تحقیقات یاد شده، این پژوهش نزدیک‌ترین رویکرد را با پژوهش حاضر دارد. در میان منابع فارسی می‌توان به کوشش محمدحسن یادگاری (۱۳۹۹) با عنوان «بازی آغاز شده (روش‌های شناخت و تحلیل بازی‌های کامپیوتری)» اشاره کرد. این کتاب که بیشتر از منظر رشته ارتباطات و جامعه‌شناسی نگاشته شده است درصدد است وجوه مختلف بازی‌های رایانه‌ای را توضیح دهد و سپس روش‌های تحلیلی مانند تحلیل روایت، تحلیل نشانه‌شناسی، تحلیل ژانر، تحلیل پلتفرم و... را به مخاطب ارائه کند. بازی‌های متعددی نیز برای نمونه ارائه شده است.

نجفی شبانکاره (۱۳۹۰) در پایان‌نامه خود در رشته جامعه‌شناسی با عنوان «آسب‌شناسی بازی‌های رایانه‌ای: بازنمایی چهره اسلام و مسلمانان در این بازی‌ها» با استفاده از نظریه‌هایی چون نشانه‌شناسی، شرق‌شناسی، بازنمایی فرهنگی و... به بررسی تعدادی از بازی‌ها از جمله «فرقه اساسین‌ها» پرداخته است. از نظر وی بازی‌های مذکور تصویری اسلام هراسانه و منفی را بازتاب می‌دهند.

«بررسی تطبیقی ظرفیت‌های بازی‌سازی از ارداویراف‌نامه در مقایسه با متن و بازی دوزخ از کمدی الهی دانت» نوشته علیرضا پورشبانان و امیرحسین پورشبانان (۱۳۹۷) مقاله‌ای است که نویسندگان معتقدند باتوجه به شباهت‌های روایی ارداویراف‌نامه با کمدی الهی دانت، همان‌طور که بازی رایانه‌ای «دوزخ دانت» ساخته شده است، می‌توان با تقویت درگیری‌ها و خرده‌روایت‌ها، شخصیت ارداویراف‌نامه را به شخصیت بازی تغییر داد. نویسندگان همچنین گفته‌اند که از نظر فضاسازی، همان‌طور که «دوزخ» دانت آلیگیری برای بازی تصویرسازی شده است، ارداویراف‌نامه هم ظرفیت تصویرسازی مشابهی دارد.

مبانی نظری پژوهش

مقاله پیش‌رو در دسته مطالعات کیفی قرار می‌گیرد و به دلیل ماهیت تطبیقی خود نمی‌توان ادعا کرد که نظریه و چارچوب نظریه مشخصی در آن پایه تحلیل قرار گرفته است. در این دسته از مطالعات هدف اصلی مقایسه موارد (الف و ب یا بیشتر) به منظور پاسخ به پرسش‌های پژوهش است. منظور ما این نیست که نظریه‌ای برای تحلیل بازی‌های رایانه‌ای وجود ندارد؛ بلکه اعتقاد نویسندگان بر این است که نظریه‌های ارائه شده برای این پژوهش کاربردی نداشته‌اند و به بیان دیگر پرسش‌های این پژوهش مانع پایه قراردادن نظریه خاصی است. اگرچه به این دیدگاه همواره انتقاداتی وارد است؛ اما اغلب پژوهش‌های کیفی بدون ارجاع به

هیچ نظریه‌ای انجام می‌شود. (هنینک و همکاران، ۱۳۹۴: ۷۷) اصطلاحات تخصصی مربوط به بازی‌های رایانه‌ای و نیز تاریخی در این مقاله به کاررفته است که چارچوب مفهومی این پژوهش به حساب می‌آید و لازم است آن‌ها توضیح داده شوند.

بازی: میان پلی^۱ و گیم^۲، رابطه‌ی عموم و خصوص مطلق برقرار است به این صورت که هر گیمی، پلی است؛ اما هر پلی‌ای، گیم نیست. در زبان فارسی و بسیاری دیگر از زبان‌ها «بازی» برای هر دو واژه به کار می‌رود. بازی، واژه‌ای مبهم (در مقایسه با واژه گیم) است که عموماً اشاره به فعالیت به نسبت بی ساختار و غیر هدفمند رفتار بازیگوشانه کودکان (یا بزرگسالان) دارد (ایجنفلت - نیلسن و همکاران، ۱۳۹۷: ۲۱). گیم سطح بالاتر و پیچیده‌تری از بازی است. هر چند انسان و حیوان هر دو بازی (پلی) می‌کنند، تنها انسان است که گیم دارد... پلی، به خودی خود برای فرد مهم است؛ بردن و باختن ندارد؛ لذتش در خودش است و نه در بردن و باختن؛ قاعده‌های سخت و محکمی ندارد؛ چندان به زمان و مکان خاصی محدود نیست و فرد از انجام آن بیشتر لذت می‌برد؛ ولی در مقابل، در گیمی نظیر شطرنج، افراد در پی بردن و باختن‌اند؛ باید به قواعد بازی تن دهند؛ محدود به زمان و مکان مشخص‌اند و هنگام بازی کردن دچار تنش هستند... به‌خوبی روشن است که در مورد بازی‌های ویدئویی و رایانه‌ای ما با گیم طرف هستیم تا پلی (کوثری، ۱۳۹۰: ۱۱) شاید معادل کردن واژه گیم با بازی و واژه پلی با بازیچه مطلوب باشد. در این پژوهش، واژه بازی معادل با گیم به کاررفته است.

بازی رایانه‌ای: در پژوهش حاضر بازی‌های رایانه‌ای اصطلاحی است که تمام بازی‌های ساخته شده با و برای انواع رایانه را در برمی‌گیرد و بازیکنان با استفاده از انواع رایانه‌ها (سخت‌افزار، مانند: آرکید، کنسول، رایانه، تلفن همراه هوشمند) این ویدئوگیم‌ها (نرم‌افزار) را بازی می‌کنند. در حوزه مطالعات بازی‌های رایانه‌ای هنوز از نظر اصطلاح‌شناسی توافقی نیست. بسیاری از تعبیر ویدئو گیم^۳ و برخی از تعبیر بازی‌های رایانه‌ای^۴ و حتی گاهی صرفاً از واژه گیم استفاده کرده‌اند (کرافورد، ۱۳۹۷: ۱۸-۱۷). روایت: بسیاری از بازی‌ها به‌ویژه در گونه ماجراجویانه دارای روایت هستند که می‌تواند بر جذابیت و نیز انسجام و هماهنگی اجزای بازی و نیز بر آماده کردن قدم‌به‌قدم بازیکن برای تسلط بر بازی بیفزاید. «روایت زنجیره‌ای از وقایع به‌هم پیوسته است که قصه‌ای را شکل می‌دهند» (ایجنفلت - نیلسن و همکاران، ۱۳۹۷: ۴۱).

1. Play
2. Game
3. Video Game
4. Computer Games

مکانیک: شاید بتوان مجموعه کارهایی که در بازی می‌توان انجام داد مانند؛ کشتن، رانندگی کردن، بازیابی سلامتی را مکانیک بازی نامید. «هر چند واژه‌ای مبهم است می‌توان آن را به‌عنوان «افعال» یک گیم - یعنی کارهایی که بازیکن می‌تواند انجام دهد فهم کرد» (ایجنفلت - نیلسن و همکاران، ۱۳۹۷: ۳۶).

گیم‌پلی: گیم‌پلی واژه دقیقی نیست؛ اما به تأثیر کلی همه عناصر فعال بازی بر مخاطب دارد. اشاره به تجربه کل نگرانه از گیم و توانایی گیم برای هدایت توجه بازیکن دارد. (ایجنفلت - نیلسن و همکاران، ۱۳۹۷: ۴۲) در تعریفی دیگر، گیم‌پلی ویدئویی را می‌توان به حرکاتی که از فعل و انفعال بین قوانین و جغرافیا حاصل می‌شود تعریف کرد (کرافورد، ۱۳۹۷: ۱۸۰).

اکشن - ماجراجویی: بازی‌ها در گونه‌های متفاوتی دسته‌بندی می‌شوند. گونه در بازی‌های رایانه‌ای مقوله‌ای است که بر پایه ویژگی‌های مشترک مشخصی بنا می‌شود (ایجنفلت - نیلسن و همکاران، ۱۳۹۷: ۴۲). به‌طور کلی، گونه اکشن و گونه ماجراجویی مجزا از یکدیگر بوده و خود زیرگونه‌هایی دارند. اما بسیاری از بازی‌ها با موفقیت این دو گونه را ترکیب کرده‌اند؛ بنابراین چنین بازی‌هایی را که ویژگی هر دو گونه را داشته باشد اکشن - ماجراجویی می‌نامند.

در تعریف گونه اکشن که از محبوب‌ترین‌هاست به وجود مبارزه و نبرد، مهارت و هماهنگی دست و چشم بازیکن تأکید شده است. برخی گفته‌اند؛ بازی‌های اکشن شامل شخصیتی در محیط مجازی است که انسان بازیکن آن را کنترل می‌کند. ویژگی آن معمولاً نجات دادن جهان از نیروهای شیطانی با استفاده از سلاح‌های کشنده و پیمایش همراه با عصبانیت است. (Wolf, & Perron, 2014: 224). در گونه ماجراجویی (ماجرایانه)، بازی بر اساس روایتی ساخته شده است که شخصیت اصلی آن باید به کشف و حل معماها و رازها بپردازد. گفته‌اند بازی‌های ماجرایانه چند ویژگی دارند؛ داستان‌محور هستند، شخصیتی دارند که بازیکن آن را کنترل می‌کند، به پیمایش بازی ترغیب می‌کنند، تمرکزشان بر حل معماست و شیوه تعاملشان دست‌کاری اشیاء و پیمایش فضای بازی است (Wolf & Perron, 2014: 233). گیم‌های ماجراجویی نیاز به تفکر عمیق و صبر زیاد دارند و غالباً تهی از مبارزه هستند (ایجنفلت - نیلسن و همکاران، ۱۳۹۷: ۱۲۱).

چالش: از جمله عناصری که بازی‌ها را شکل می‌دهد چالش‌هاست. این موارد بازیکن را به چالش می‌کشند و او را درگیر می‌کنند. با توجه به گونه بازی‌ها، چالش‌های متفاوتی طراحی می‌شوند؛ از قفل‌ها، تله‌ها و سؤالات و معما گرفته تا درگیری‌های فیزیکی و کشتن حریفان قوی (فیل و اسکترگود، ۱۳۹۰: ۲۶).

بازی رایانه‌ای تاریخی: بازی‌هایی که موضوع آن‌ها بازنمایی گذشته واقعی و تاریخ باشد و لزوماً شاید به گونه خاصی محدود نباشد؛ اما اغلب گونه ماجراجویانه و استراتژی ظرفیت مناسب برای این گونه بازی‌هاست. تاکنون کمتر بازی‌ها را در قالب مضمون آن تقسیم‌بندی کرده‌اند؛ اما محققانی که با بازی‌های تاریخی مواجه شده‌اند اذعان کرده‌اند که بازی مذکور تاریخی است (ایجنفلت - نیلسن و همکاران، ۱۳۹۷: ۷۶؛ ۴۲: ۴۲، ۲۰۱۲: Champman). ما هر بازی‌ای را که در صدد باشد گذشته را به صورت نزدیک به واقع نشان بدهد و بازیکن را در فضای تاریخی قرار دهد، بازی تاریخی می‌دانیم.

نزاریان: اسماعیلیان نزاری یکی از شاخه‌های شیعه اسماعیلیه/ سبعیه از فرقه‌های اسلامی هستند که از شیعیان امامیه محسوب می‌شوند. اسماعیلیان در سال ۲۹۷ ه.ق. موفق به تأسیس خلافت فاطمی در مغرب جهان اسلام شدند و تا ۵۶۷ ه.ق. رقیب جدی خلافت سنی مذهب بغداد بودند. فاطمیان در سال ۴۸۷ ه.دچار اختلافی در جانشینی خلافت شدند. مطابق با نصّ خلیفه المستنصر بالله، فرزند ارشدش ابو منصور نزار، جانشین او بود؛ اما فرزند دیگرش ابوالقاسم احمد با کمک وزیر پر نفوذ فاطمیان، افضل با عنوان المستعلی بالله خلیفه جدید شد. از این تاریخ اسماعیلیان به دو دسته نزاریه و مستعلویه تقسیم شدند. (دفتری ۱۳۸۵: ۵۰ - ۵۲) رهبر نزاریان ایران که خلافت مستعلی را نپذیرفت، حسن صباح بود. نزاریان نام‌های نیز دیگری چون فداویه، فدائیان، باطنیه، حشیشیه و ملاحده داشته‌اند.

فرقه اساسین‌ها: بازی «فرقه حشاشین» (۲۰۰۷)، «کیش آدمکش»، «عقیده یک آدمکش»، «فرقه اساسین‌ها» یا «آیین قاتل» ترجمه‌های مختلف و البته ناصحیح سری بازی‌های رایانه‌ای «Assassin's Creed» است؛ از نظر نگارندگان دقیق‌ترین و صحیح‌ترین برگردان، «فرقه حشاشین» یا «فرقه اساسین‌ها» است.

جنگ صلیبی: در قرن یازدهم میلادی، مسیحیان در اندلس و سیسیل پیروزی‌ها کسب کرده بودند؛ امپراتور بیزانس، الکسیوس اول به خاطر پیشروی سلجوقیان از پاپ کمک خواست و «پاپ اوربان دوم در سال ۱۰۹۵ م. / ۴۸۸ ه. در کلرمون فرانسه، ندای جنگ با کفاری که زادگاه عیسی را آلوده کرده‌اند، سر داد و آنان را به جنگ مقدس بر ضد مسلمانان فراخواند.» (فوگل ۱۳۹۳: ۴۴۲ - ۴۴۱) سال بعد اولین جنگ صلیبی رخ داد (۱۰۹۶ - ۱۰۹۹ م. / ۴۸۹ - ۴۹۲ ه.).

شهسواران معبد/ معبدیون: در قرون وسطی وجود فرقه‌های مسیحی که هر یک آرمان‌هایی داشتند و به ساخت صومعه‌های ویژه خود می‌پرداختند، رایج بود. پس از

جنگ‌های صلیبی، با توجه به ارزش رهبانیت و جنگ مقدس، فرقه‌هایی شکل گرفت که رهبانیت و جنگاوری را با همدیگر در شخص ترکیب می‌کردند. دو فرقه برای دفاع از دولت‌های لاتینی در فلسطین سر برآورد، یکی شهبسواران معبد که به دست گروهی از شهبسوران فرانسوی تشکیل شد؛ اینان سوگند ایمانی یاد کردند تا به عنوان محافظ زوار شهر بیت المقدس خدمت کنند؛ شهبسواران در خانه‌ای نزدیک معبد سلیمان منزل کردند و دیری نگذشت که به تمپلار [معبدی - منسوب به معبد سلیمان] موسوم شدند و پاپ در سال ۱۱۲۸ آنان را به عنوان فرقه‌ای رهبانی به رسمیت شناخت. (فوگل، ۱۳۹۳: ۴۴۵) معبدیون توانسته بودند مؤسسه مالی بین‌المللی پدید بیاورند و پس از اتمام جنگ‌های صلیبی به اروپا بازگشتند. فیلیپ چهارم شاه فرانسه معبدیون را در سال ۱۳۰۷ م. منحل کرد (Khan Academy, knight Templar, 2017).

شهبسواران مهمان‌نواز: «فرقه‌ای دیگر به نام شهبسواران سن جان (قدیس یوحنا) به تأسیس مریض‌خانه‌ای برای مداوای زائران بیمار در سرزمین مقدس، نخستین گام را برای اعلام موجودیت خود برداشت... دیری نگذشت که به عنوان یک فرقه مذهبی - نظامی تصدیق و به شهبسواران هاسپیتالر [مهمان‌نواز] موسوم شدند.» (فوگل، ۱۳۹۳: ۴۴۶-۴۴۵). شهبسواران توتونی: فرقه نظامی - رهبانی شهبسواران توتونی در سال ۱۱۹۰ به هنگام محاصره قلعه عکا برای خدمات درمانی و پرستاری و نهایتاً تا سال ۱۱۹۸ با آمدن نیروهای جدید ژرمنی برای خدمات نظامی با نام «فرقه برادران خانه ژرمن متعلق به مریم مقدس» تأسیس شد (Urban, ۲۰۰۳: ۹-۱۳). ایشان در واقع ژرمن‌هایی بودند که در جنگ‌های صلیبی شرکت کردند. بعدها ایشان اراضی ساحلی شرق بالتیک را به قلمرو مسیحیت اضافه کردند و عاقبت دوک‌نشین پروس از ایشان تأسیس شد (فوگل، ۱۳۹۳: ۴۴۶).

۱۴ اصطلاح به عنوان چارچوب مفهومی برای فهم بهتر خواننده در این قسمت توضیح داده شد که در ادامه پژوهش مورد استفاده قرار گرفته است.

روش پژوهش

در مطالعات گیم به‌خاطر ماهیت گیم‌ها ضروری است روش پژوهش‌ها میان‌رشته‌ای باشد و برای همین در هر قسمت، روش متناسب با همان قسمت استفاده شده است. در قسمتی که افسانه‌های حشاشین و اوضاع و احوال منطقه شامات در زمان جنگ‌های صلیبی پژوهش شده از روش تاریخی پیروی شده است. این امر به‌خاطر این است که

بازی «فرقه حشاشین» بازی تاریخی است و گذشته را بازسازی کرده است. در روش تاریخی وقایع گذشته با استفاده از اسناد و مدارک معتبر بررسی و توصیف می‌شود (حافظ‌نیا، ۱۳۷۷: ۵۶). در این قسمت پژوهش‌های اطلاعات تاریخی تکمیل شده است و پژوهش‌های تاریخی فرهاد دفتری به‌عنوان پژوهشگر برجسته اسماعیلیه پایه پژوهش قرار گرفته است و با استفاده از دیگر روایت‌ها و در قسمتی دیگر اجزای بازی رایانه‌ای «فرقه حشاشین» را از روایت بازی تا شخصیت‌ها و فضا سازی آن به‌صورت مبسوط توصیف و تحلیل شده و بنابراین در این قسمت از روش توصیفی - تحلیل محتوا استفاده شده است. پس از این با رویکرد تطبیقی، تاریخ و بازی مقایسه و تحلیل شده است. در رویکرد تطبیقی دو پدیده الف و ب که با یکدیگر شباهت دارند، به‌صورت کامل بررسی می‌شود و سپس تفاوت‌ها و تشابهات آن در ارزیابی می‌شود. اغلب توجه به شباهت‌ها بیشتر از تفاوت‌هاست و از این جهت امکان دارد محقق دچار خطای علمی بشود و ظرافت‌ها را نادیده بگیرد. (پیراوی‌ونک، ۱۳۹۵: ۲) در این پژوهش شیوه هم‌سنجی لنزی به کار گرفته شده است. در این شیوه یکی از موارد پژوهش وزنه سنگین‌تری دارد و به بیان دیگر مورد الف وسیله‌ای برای بررسی مورد ب در نظر گرفته می‌شود (پیراوی‌ونک، ۱۳۹۵: ۶). در این پژوهش تاریخ اسماعیلیه و جنگ‌های صلیبی برای سنجش محتوای بازی «فرقه اساسین‌ها» استفاده شده است. جامعه پژوهش، بازی کامپیوتری تاریخی «فرقه حشاشین» است. روش نمونه‌گیری، انتخابی هدف‌دار است و به مطالعه نمونه موردی پرداخته شده است. عمده ابزاری که در این پژوهش مورد استفاده قرار گرفته، فیش‌برداری از منابع، اسناد و اطلاعات گردآوری‌شده مورد نیاز است. داده‌های مطالعه حاضر با روش کتابخانه‌ای از منابع متنوع گردآوری می‌شود. برای نمونه بازی «فرقه حشاشین» از ابتدا تا انتها بازی شده و تمام موارد ثبت و ضبط شده است. برای تجزیه و تحلیل نتایج از شیوه تحلیل کیفی استفاده خواهد شد. پس از گردآوری اطلاعات مورد نیاز از منابع و اسناد و توصیف دقیق آن‌ها، کوشش می‌شود به پرسش اصلی پاسخ داده شود.

یافته‌های پژوهش

در ادامه بازی «فرقه حشاشین» را از جهت روایت و داستان، فضا و گیم‌پلی بررسی و از اهداف بازی و چیستی آن صحبت خواهد شد. پس از آن افسانه‌های حشاشین مطالعه خواهد شد تا مشخص شود که این روایات چیست و چگونه به فرهنگ اروپایی

رسوخ کرده است و تا امروز نیز ادامه یافته و این بازی آن را بازتولید کرده است. در بخش آخر، بازی، افسانه و تاریخ را با یکدیگر تطبیق می‌دهیم تا ببینیم که این بازی چگونه توانسته است از ترکیب این موارد، بازی تاریخی به مخاطبان خود عرضه کند.

بازی «فرقه حشاشین»

سری بازی‌های «فرقه اساسین‌ها» در گونه اکشن - ماجراجویانه‌اند. اساس بازی بر تقابل و کشمکش دو گروه تمپلارها و اساسین‌هاست؛ دو جناحی که هر یک در تلاش برای حفظ و استفاده از قطعه عدن / سیب برای اهداف متفاوتی هستند، دارنده این شیئی که از موجوداتی قوی‌تر از انسان‌ها به‌جامانده، می‌تواند اراده دیگران را کنترل کند. تمپلارها در صددند با ازبین بردن اراده انسان‌ها، با استفاده از قطعه عدن، صلح و نظم جهانی برقرار کنند؛ اما اساسین‌ها مانعشان می‌شوند؛ هر چند آن‌ها هم در پی صلح هستند. چیزی که ما با آن مواجهیم، قرائتی کاملاً سکولار و البته پست‌مدرن است. بررسی این لایه از بازی هدف پژوهش حاضر نیست.

در جهان معاصر، شرکت «آبسترگو» با مدیریت تمپلارها، دستگاهی اختراع کرده است به نام آنیموس (واژه‌ای لاتینی به معنای روح) که با آن از طریق دی‌ان‌ای به حافظه نیاکان فرد دسترسی پیدا می‌کنند. شرکت آبسترگو، دزموند مایلز را که از نسل الطائر، یک فدائی قرن دوازدهم میلادی است، در اتاقی در شرکت محبوس کرده و دکتر وارن ویدیک همراه با لوسی استیلمن که مسئول پروژه دزموند مایلز هستند و یک هفته فرصت دارند تا کار را به سرانجام برسانند؛ وی را به خوابیدن روی دستگاه آنیموس وامی‌دارند تا با مشاهده حافظه نیای دزموند، الطائر، رد قطعه عدن را پی بگیرند. بازیکن الطائر و دزموند مایلز را هدایت می‌کند. داستان بازی در سال ۱۱۹۱ م. برمحور شخصیت دزموند مایلز و الطائر بن لااحد به بیان دیگر میان حافظه و تاریخ، امروز و گذشته جا به جا می‌شود. در دیگر نسخه‌های این بازی نیز همین قاعده تداوم دارد. (Menon 2015: 109) الطائر یک فدایی اهل شام و عضو فرقه است. در ابتدای داستان او به‌عنوان بهترین اساسین/ فدایی، همراه با دو فدایی دیگر، مالک و قادر به دستور المعلم (رهبر فرقه)، وارد معبد سلیمان (ع) می‌شوند تا شیئی را که «قطعه عدن» نام دارد، به دست بیاورند؛ پیش از آن که تمپلارها و رابرت سابلی به آن دست یابند. الطائر به جای تمرکز بر به دست آوردن «قطعه عدن» تلاش می‌کند رابرت را به‌عنوان بزرگترین دشمن فرقه بکشد. الطائر موفق نمی‌شود و از مالک و قادر جدا می‌افتد. الطائر تنها یک مسیر دارد؛ خروج از معبد و

بازگشت به مصیاف. الطائر به دلیل ناکامی و البته نقض قوانین فرقه در این مأموریت مهم، از موقعیت و امتیازاتش محروم می‌شود؛ اما بنابر تصمیم المعلم به او فرصتی داده می‌شود تا دوباره از نو، مراتب فرقه را طی کند. بازیکن با هدایت الطائر و اجرای ۱۰ مرحله که ۹ قسمت آن از طرف المعلم برای کشتن نه تمپلار است، گام به گام امتیازات و موقعیت سابق را به دست می‌آورد تا در مرحله نهایی بعد از کشتن المعلم، رهبر فدائیان شود. بازیکن/الطائر نه نفر را به عنوان نه تمپلار که هدفشان به دست آوردن و حفظ قطعه عدن است، در سه شهر ترور می‌کند: تمیر، ابوالنقود، جبیرالحکیم در دمشق، گارنیه نابلسی، ویلیام مونفروایی و استاد سیراند در عکا، طلال، مجدالدین و رابرت سابلی در بیت المقدس. هر کدام پیش از مرگ، با الطائر گفت‌وگو می‌کنند و نهایتاً الطائر متوجه می‌شود که رؤسای تمپلار به عنوان حافظان قطعه عدن، نه نه نفر، بلکه ده نفر بوده‌اند و شخص دهم همان المعلم است که قطعه عدن را در دست دارد. در پایان بازی، بازیکن/الطائر، المعلم را می‌کشد و خود رئیس فرقه و مالک قطعه عدن می‌شود.

بازی با این اعلامیه آغاز می‌شود:

«تیم سازندگان [این بازی] چندفرهنگی و با عقاید و باورهای مذهبی مختلف هستند که این اثر داستانی را با الهام از رویدادها و شخصیت‌های تاریخی ساخته، طراحی و تولید کرده‌اند.»

قواعد و مکانیک‌های بازی

قواعد بازی به این صورت است که فدایی باید با توجه به رهنمودهای المعلم و فرقه در سه شهر عکا، بیت المقدس و دمشق مأموریت‌های خود را انجام بدهد؛ هر شهر ۳ هدف برای ترور. رفیق به او می‌گوید که باید اطلاعاتی درباره هدف در سه نقطه شهر به دست بیاورد. رفیق، نماینده مستقیم المعلم در هر شهر است که با استقرار در پایگاه مخفی، فدائیان را در مأموریت‌هایشان راهبری می‌کند. برای الطائر/بازیکن بعد از انجام مأموریت‌هایش، هیچ کجای شهر به جز پایگاه، امن نیست؛ بنابراین الطائر/بازیکن باید به مقر نزاریان بازگردد و موفقیتش را به رفیق اعلام دارد.

فرقه سه اصل دارد (باودن، ۱۳۹۳، فصل هفتم)؛

۱. تیغت را از بدن بی گناهان دور بدار.
۲. در میان دیده‌ها پنهان شو.
۳. هرگز انجمن برادری [= فرقه] را به خطر نینداز.

به جز مورد سوم که تنها در خلال داستان بازی آشکارا قابل رؤیت است سازندگان بازی تلاش کرده‌اند دو اصل نخست را در قواعد بازی بگنجانند.

در تمام طول بازی بهترین مسیر و روش، پنهان بودن و عدم جلب توجه است تا الطائر/ بازیکن بتواند با استفاده از تیغ مخفی دشمنانش را بکشد. الطائر/ بازیکن اطلاعات را به چند شکل کسب می‌کند: اعتراف‌گیری، استراق سمع، دزدیدن نامه سری، نجات فدائی دیگر و گرفتن اطلاعات از او، کمک در انجام مأموریت و رقابت بر سر سرعت یا آزمون سریع بودن.

در فضای بازی ما ۴ شهر و قلعه داریم: مصیاف، دمشق، عکا و بیت‌المقدس. باید به این ۴ مورد، مسیرهای بین این‌ها که جاده‌ها، برج‌ها، مناطق جنگی میان صلیبی‌ها و مسلمانان (مانند ارسوف) و دهات را شامل می‌شود اضافه کرد. بازیکن فقط در مسیرهای رفت‌وآمد، پشت‌بام‌ها و مناطق مشخصی که جزء مأموریت الطائر باشد (مانند یک کلیسا و یا یک مدرسه) می‌تواند گردش آزادانه داشته باشد. هر شهر دارای نقشه‌ای است که به سه محله مطابق با ۳ هدف ترور تقسیم‌بندی شده است: بخش فقیر، بخش ثروتمند و بخش میانه. این قسمت با نام «نقشه حافظه» معرفی شده است. الطائر/ بازیکن با اولین ورود به هر محله، نقشه شهر را به صورت کامل ندارد و با پیشروی بازی روشن‌تر و کامل می‌شود. در هر شهر مکان‌های مرتفعی مانند برج‌ها و باروها و مناره‌ها هست که نقاط دیدی است که الطائر/ بازیکن باید از آن‌ها بالا رفته و از آن جا شهر را ببیند. بازیکن می‌تواند از بالای آن بپرد و بدون آسیب روی بستری از کاه بیفتد. الطائر مطابق با یکی از سه قانون فرقه (هرگز بی‌گناهی را نکش) به مردم عادی نباید آسیب بزند و بی‌گناهان را بکشد؛ اگر این کار را بکند از جانش کاسته می‌شود. از آنجایی که این بازی، اکشن است درگیری و جنگیدن با نظامیان و گاهی اهداف ترور، جزئی از قواعد بازی است. جنگیدن با نظامیان فقط در صورتی بهتر است که راهی جز آن نباشد یا جزئی از مأموریت برای کشتن هدف اصلی باشد. در باقی موارد الطائر باید تلاش کند با پنهان شدن در جای‌های خاصی مانند نشستن میان مردم یا پنهان شدن در توده‌های کاه و... از دست نظامیانی که در تعقیب او هستند، بگریزد (روش مطلوب) یا با همه سربازان بجنگد و همه را بکشد تا از مهلکه نجات پیدا کند (روش نامطلوب). با این همه، درگیری با شهبازان معبد حتی در غیر از مأموریت‌های بازی حتمی است. این شهبازان جلوی صندوق‌هایی ایستاده‌اند و گویا در حال مراقبت از صندوق‌ها هستند. شهبازان هر موقع الطائر را ببینند بی‌درنگ حمله می‌کنند و بازیکن باید ایشان را بکشد.

الطائر/ بازیکن به چند نوع اسلحه مجهز است: تیغ مخفی، شمشیر، خنجر و تیغ‌های پرتابی. سلاح‌های الطائر و مهارت‌های جنگیدن او با گذراندن هر مرحله و کشتن اهداف ترور بهبود می‌یابد. این کار را شخص المعلم با دادن شمشیرها، خنجر، تیغ‌های پرتابی و... انجام می‌دهد. تیغ مخفی از ابتدا تا انتها در دست چپ الطائر است. از ویژگی‌های جالب توجه، ارتباط فرقه و فدائی با عقاب است. نماد الطائر عقاب است. ظاهر لباس، نوع پرش بر روی اهداف مانند عقاب است و نیز بر فراز هر برج و بارویی که الطائر باید برود و از آن جا شهر را نظاره کند، عقابی در هوا در حال پرواز است. همچنین الطائر بینش خاصی در بازی دارد که با آن می‌تواند به‌نوعی باطن اشیا را ببیند و تحت عنوان «بینش عقاب» معرفی شده است.

روایت تاریخی فدائیان اسماعیلی و شکل‌گیری افسانه‌های حشاشین

بعد از انشقاق نزاری - مستعلوی در میان اسماعیلیان، حسن صباح رهبری نزاریان را بر عهده گرفت و به نمایندگی از امام غایب اسماعیلی (از نسل نزار) ایشان را راهبری کرد. حسن صباح، برای مقابله با سلجوقیان و قدرت نظامی عظیمشان، روش شورش مسلحانه را برگزیده بود و از آدم‌کشی به‌عنوان تاکتیکی برای رفع نابرابری نظامی سود می‌جست. این که فدائیان مخالفان و دشمنان خود را در هر محل می‌کشتند، در ارتباط با از خودگذشتگی فدائیان نزاری بود و باعث شد افسانه‌های اصلی نزاریان یعنی افسانه‌های آدم‌کشان یا حشاشین، در طی سده‌های میانه پرورانده شود (دفتری، ۱۳۸۵: ۵۹). پیش‌از این اتفاق تقابل میان فاطمیان (خلیفه شیعی) با عباسیان (خلیفه سنی) پیوسته در جریان بود؛ حتی فاطمیان توانسته بودند بغداد را به مدت یک سال تصرف کرده و خلیفه عباسی را فراری دهند. جدای از درگیری‌های نظامی میان دو اردوگاه، جدل‌های تبلیغاتی نیز همیشه بر ضد رقیب به کار گرفته می‌شد؛ خصوصاً مجادله‌گران سنی رسالات و کتاب‌ها برای بی‌اعتبار کردن اسماعیلیان می‌نوشتند؛ مانند رساله مستظهري غزالی. عباسیان چندین بار به اکراه یا رضا برخی از علمای نامدار را گرد هم آورده و از ایشان شهادت می‌گرفتند که فاطمیان دروغ‌پردازانی برای نابودی اسلام هستند و در این محضرها انواع تهمت‌ها ساخته و پرداخته شده و به جوامع اسلامی مخابره می‌شد تا مردم به سمت فاطمیان گرایش پیدا نکنند. (مانند محضر القادر بالله خلیفه عباسی به سال ۴۰۲ هـ ق (دفتری، ۱۳۸۵: ۴۴-۴۳). بعد از ظهور سلجوقیان مدافع اسلام سنی و انشقاق نزاری - مستعلوی موازنه میان دو اردوگاه به نفع خلیفه عباسی تغییر کرد و پس از این که صلاح‌الدین

در سال ۵۶۷ ه. ق. پایان خلافت فاطمی را اعلام کرد؛ دیگر مانعی برای نشر باورهای نادرست درباره اسماعیلیان نبود. گرچه نزاریان توانسته بودند به خوبی در ایران و شام تأثیر بگذارند؛ اما تلاشی برای مقابله با تهمت‌های دشمنان نشان نکردند. مخالفان مسلمان با انتشار و پخش وسیع اخبار و توصیفات انتقادآمیز و شماتت‌بار خود از ماوراءالنهر تا شمال افریقا که هدف از آنها بی اعتبار ساختن تمامی نهضت اسماعیلی بود، درباره اسماعیلیه «افسانه سیاهی» خاص خود ساختند و آنها را فرقه‌ای با بنیادگذاران مشکوک و مرموز، آداب و آیین‌های تشرف متدرج که سرانجام به بی دینی و تباهی گری می کشید، به تصویر درآوردند. (دفتری، ۱۳۸۵: ۱۰) با نگاه به منابع مسلمانان درمی یابیم که اگر به فدائیان، حشیشیه/ حشیشین/ حشیشی گفته اند نه به آن معناست که ایشان واقعاً حشیش مصرف می کرده اند. فدائیان برای انجام مأموریت‌های خود گاهی ماه‌ها صبر می کردند و اساساً در انجام مأموریتشان نیاز به هوشیاری و سرعت عمل داشته اند؛ طبیعی است که مصرف حشیش، مانع چنین امری است. (دفتری ۱۳۸۵: ۶۱ و نیز ۶۶-۶۴). این تعبیر، توهینی بود که به افراد سطح پایین جامعه گفته می شده است. می دانیم که استعمال حشیش در قرون ششم و هفتم هجری در جامعه رواج پیدا کرده بود به همین دلیل یکی از ویژگی های افراد سطح پایین جامعه، استعمال مواد مخدر و حشیش بود. صلیبیان گرچه حدود دو قرن مستقیماً با دنیای مسلمانان ارتباط برقرار کردند و در فضای این جوامع زیستند، اما هرگز در پی شناخت صحیح و معتبری از اسلام و مسلمانان برنیامدند. به وجود آمدن این افسانه‌ها به دو دلیل بود؛ اول آن که نزاریان با کشتن شخصیت‌های برجسته منفور بودند و دوم اینکه تبلیغات دشمنان نشان، بسیار گسترده بود؛ البته که خود نزاریان با سکوت خود در برابر اتهامات بر دامنه دشمنی‌ها افزودند. (دفتری، ۱۳۸۷: ۲۲).

اسماعیلیان نزاری شام کار نسبتاً دشوارتری داشتند و حدود ۵۰ سال طول کشید تا تحت رهبری راشدالدین سنان به موفقیت‌های قابل توجهی دست یابند. ایشان در موقعیت پیچیده منطقه شام، پیوسته با حاکمان مختلف مسلمان منطقه درگیر بودند تا این که صلیبیان هم به بازیگران سیاست آن روز اضافه شدند. صلیبیان و غریبان پس از این که با مسلمانان و فدائیان برخورد کردند شروع به انتقال و انتشار فوجی از قصه‌های خیالی درباره «آدمکشان» یا پیروان فدایی یک شیخ الجبل مرموز کردند. افسانه‌های «آدمکشان» یا «حشاشین» که ریشه در مخالفت کلی مسلمانان نسبت به اسماعیلیان، و برداشت‌های خیال‌آمیز خود اروپاییان از شرق داشت، به طور منظم و بدون وقفه در تمام طول سده‌های میانه تحول یافت. (دفتری، ۱۳۸۵: ۴). برخورد صلیبیان با

مسلمانان باعث بهبود و اصلاح درک غربیان از مسلمانان نشد (دفتری، ۱۳۸۵: ۱۰۰) و ایشان تصورات نادرست خود را با خود به اروپا بردند و این افسانه‌ها قبول عام یافت و رشد کرد. مردم گمان می‌کردند که آنچه در این افسانه‌ها آمده است توصیف درست از احوال مسلمانان و کارهای آنان است (دفتری، ۱۳۸۵: ۱۰۱).

تطبیق بازی «فرقه حشاشین» و «روایات تاریخی فرقه حشاشین»

گرچه در چشم‌اندازی وسیع‌تر درمی‌یابیم که استفاده از افسانه‌های حشاشین در داستان و روند این ویدئو گیم، مسیر دیگری را می‌پیماید، اما لازم است بررسی شود سازندگان این بازی چه تصویری از تاریخ ارائه کرده‌اند. در ادامه از سه زاویه محتوای بازی با تاریخ سنجیده می‌شود.

شخصیت‌های بازی

المعلم یا راشد الدین سنان و معروف‌ترین رهبر جامعه نزاری که در نزد صلیبیون به «شیخ الجبل» نامبردار گشته بود، جامعه نزاری شام را از نو سامان داد و قلعه‌ها و دژهای آن‌ها را مستحکم ساخت. (دفتری، ۱۳۸۵: ۷۳) جیمز ویتری از تاریخ‌نگاران متقدم صلیبی روایتی دارد که در آن گفته است، فدائیان به او شیخ می‌گفتند (دفتری، ۱۳۸۵: ۱۳۶-۱۳۵) المعلم نامی است که سازندگان بازی به او داده‌اند؛ احتمالاً با تأثیرپذیری از نام دیگر نزاریان که تعلیمه بود. حسن صباح نیاز همیشگی انسان را به معلمی موثق و مؤید من عند الله که دست کم از زمان امام جعفر صادق (ع) از عقاید اصولی و بنیادی شیعه بود، از نو مطرح ساخت (دفتری ۱۳۸۵: ۵۹ و عطاملک جوینی، ۱۳۸۷: ۷۸۸). فاطمیان دارالحکمتی در قاهره داشتند که در آنجا به آموزش داعیان خود می‌پرداختند تا این داعیان به نمایندگی از خلیفه فاطمی، الدعوة الهادیه را در نقاط مختلفی تبلیغ و پیروان امام فاطمی را راهبری کنند. احتمالاً به همین دلیل سازندگان بازی به او لقب المعلم داده‌اند. المعلم شخصیتی جدی، با ظاهری پیر اما دانشمند تصویر شده است و نیز یک چشمش نابینا و آسیب‌دیده است. او در فرقه هیچ مخالفی ندارد و همه گوش به فرمان او هستند؛ مگر الطائر که گاهی با پرسش‌هایش در صدد قانع شدن است. تصویر المعلم در بازی به عنوان مردی تشنه قدرت و ستمگر مثبت نیست و با شخصیت حقیقی تاریخی‌اش تفاوت دارد (Bosman, 2016: 23)؛ اما مطابق با منابع غربیان شخصیت او چنین است. وی در سال ۵۸۹ هـ. / ۱۱۹۳ م. درگذشت (ناصری، ۱۳۸۰: ۱۶۲). درحالی‌که در بازی، الطائر او را می‌کشد. جانشین حقیقی او یک داعی ایرانی به نام نصر یا ابونصر بود (دفتری، ۱۳۸۵: ۱۳۰).

الطائر بن لاحد (طائر فرزند هیچ کس)، شخصیت اصلی بازی است؛ یک فدائی جوان اهل شام، با شمایل و لهجه آمریکایی، کاراکتری که بازیکن در نقش او داستان را پیش می برد. وی گرچه ویژگی های یک فدائی را دارد، اما شخصیتی تاریخی نیست و پرداخته سازندگان بازی است. او شخصیتی مغرور، خودخواه و پرادها است که اعتماد به نفسی بالا دارد و معمولاً مسائل را با تفکر انتقادی به چالش می کشد؛ البته در پایان بازی او متواضع و خردمند می شود. الطائر در عین حال همه چیز را به پرسش می گیرد و بسیار شک می کند. بیشتر گفتارهایش نشان می دهد، خدانا باور است؛ هر چند تصریحی در گفته هایش نیست. او پس از کشتن المعلم رئیس حشاشین می شود که می دانیم از نظر تاریخی درست نیست.

رابرت سابلی (لرد سابل در غرب فرانسه)، از سال ۱۱۹۱ تا ۱۱۹۳ م. یازدهمین استاد اعظم شهسواران معبد و نیز لرد و حاکم قبرس بود. او در جنگ ارسوف در کنار پادشاه انگلستان، ریچارد بود و در برابر صلاح الدین جنگید. او در سال ۱۳۹۳ درگذشت. او در بازی نیز رئیس تمپلارها و دشمن اول حشاشین است، هیکلی تومنند، سری کچل و زخم خورده و لهجه فرانسوی دارد که در نهمین و آخرین مأموریت الطائر به دست او در ارسوف کشته می شود. الطائر در برابر شاه ریچارد، نقشه های رابرت را افشا می کند و شاه ریچارد اعلام می کند که قضاوت را به خدا می سپارد؛ سپس دستور می دهد الطائر و رابرت با یکدیگر بجنگند و الطائر او را می کشد.

مالک، در داستان بازی از فدائیان است که بعد از دست دادن دست چپش، در بیت المقدس، رابط فرقه یا رفیق است. او به خاطر از دست دادن برادرش با الطائر بسیار تند برخورد می کند؛ اما در انتهای بازی با تغییر الطائر بار دیگر دوست او می شود و به او را در شکست دادن المعلم یاری می دهد. وی بعدها نایب الطائر به عنوان رئیس حشاشین می شود.

قادر در داستان، برادر مالک است که در ابتدای بازی به خاطر تصمیم و رفتار اشتباه و مغرورانه الطائر در مأموریت به دست آوردن قطعه عدن به دست تمپلارها و رابرت سابلی کشته می شود.

ابوالنقود، در داستان بازی یکی از تمپلارها و ملک التجار و ثروتمندترین مرد دمشق است و شخصیتی فاسد و عیاش دارد که پیوسته مهمانی ترتیب می دهد. او هیکلی بسیار چاق، با عمامه ای بزرگ بر سر و لباس گران قیمتی تصویر شده است. در مهمانی آخر خود با شرابی مسموم و تیراندازان همه را می خواهد بکشد. بعید است که شخصیتی تاریخی باشد. طلال، از تمپلارها و سردسته کماندارانی در بیت المقدس و به ظاهر در خدمت

صلاح الدین است. او مسلمانان را اسیر می‌کند و تاجر برده است. او مدعی است با این کار خود می‌خواهد این بیچارگان را نجات بدهد.

جبیر الحکیم، از تمپلارها و چنان‌که از نامش پیداست دانشمندی مسلمان است. او دانشمند اعلم صلاح الدین است که کتاب‌ها را به‌عنوان مانعی در برابر کشف حقیقت و گمراه‌کننده در مدرسه شهر دمشق می‌سوزاند.

استاد سیراند، نخستین استاد اعظم شهسواران توتونی بود. این فرقه با الهام از تمپلارها و هاسپیتالرها در عکا شکل گرفت. در بازی او درصدد است که مانع پیاده‌شدن ناوگان دریایی و صلیبی‌های جدید بشود. او فردی خدانا‌باور و به‌شدت از مرگ هراسناک است. چهره و لهجه او آلمانی است.

صلاح الدین ایوبی، حاکم مصر و شام و فاتح بیت المقدس، در بازی صرفاً در گفت‌وگوها حاضر است و شهرهای دمشق و بیت المقدس از آن اوست. باتوجه‌به این که یکی از شخصیت‌های طراحی شده در «کتاب هنر» گویا صلاح الدین است (n.d, Hadgson & Knight): احتمالاً قرار بوده است نقشی مانند پادشاه ریچارد در بازی داشته باشد؛ ولی سازندگان تغییر نظر داده‌اند.

ریچارد شیردل پادشاه انگلستان، درگفت و گوها حاضر است و نیز دو بار در بازی نمایش داده شده است؛ یک بار در بازدید از عکا و آماده شدن برای نبرد با صلاح الدین که مشاجره‌ای با ویلیام مونفروایی دارد؛ و دیگر در منطقه جنگی ارسوف که الطائر پیش او می‌رود و در آن جا رابرت سابی را می‌کشد. به‌طور کلی در نقش تاریخی خودش به‌عنوان پادشاه انگلستان و احیاکننده مملکت لاتینی اوشلیم به مرکزیت عکا است. شخصیت او مثبت، شجاع، قاطع و معتقد تصویر شده است.

تمیر [طمیر؟]، در داستان، تاجر اسلحه در شهر دمشق و فردی بی‌رحم است. او در حال تهیه سلاح‌ها نه برای صلاح الدین بلکه برای تمپلارها است تا نظم نوین را برقرار کنند. او اولین تمپلاری است که الطائر می‌کشد، با چهره‌ای لاغر و پر چروک، با لباسی اشرافی و عمامه‌ای به سر تصویر شده است.

ویلیام اهل مونفروا (مونفروایی) در داستان بازی جانشین پادشاه ریچارد در عکا است و در پی خیانت. از نظر تاریخی در جنگ حطین اسیر می‌شود و بعداً به سال ۱۱۹۱ در صور می‌میرد. ویلیام پدر کونراد مونفروایی یکی از شاهان مملکت لاتینی اورشلیم است که ترور شد و غالب روایات آن را کار فدائیان دانسته‌اند. (دفتری، ۱۳۸۵: ۱۲۷) روشن است که در بازی جای او با پسرش عوض شده است.

گارنیه ناپلوسی، دهمین استاد اعظم شهبسواران مهمان‌نواز بود که در جنگ ارسوف همراه پادشاه ریچارد حاضر بود. در بازی به‌عنوان یک تمپلار به بهانه درمان افراد در تلاش است با دارو و روش‌هایی خاص حالتی را که قطعۀ عدن ایجاد می‌کند در افراد ایجاد کند. کار او در ظاهر به شکنجه می‌ماند؛ اما بعد از آن بیمارانش از او تشکر می‌کنند و به او استاد می‌گویند. در بازی هم او استاد بزرگ مهمان‌نوازان است؛ اما در اصل یکی از تمپلارها است.

مجدالدین در داستان بازی جانشین صلاح الدین و حاکم بیت المقدس است. وی با ارباب و کشتن، سعی در کنترل شهر دارد. شخصیتش به سلفی‌ها بسیار شباهت دارد. لباسی آبی و فاخر بر تن همراه با عمامه‌ای سفید بر سر دارد.

ماریا، همسر رابرت سابلی است که در آخرین مأموریت الطائر جای رابرت و با لباس او به بیت المقدس آمده تا هم در مراسم تدفین مجدالدین باشد و هم الطائر را بکشد. الطائر پیش از کشتن، کلاه‌خود او را برمی‌دارد و درمی‌یابد که او رابرت نیست؛ بنابراین پس از گفت‌وگویی برای کشف چنین فریبی او را رها می‌کند. در باقی داستان و در سری‌های بعدی این بازی، ماریا همسر الطائر می‌شود.

عباس، از فدائیان است که همچون الطائر بدون پدر و تحت نظارت المعلم بزرگ شده است. رابطه او و الطائر خصمانه است و در نهایت با حيله‌گری به‌صورت موقت رئیس فرقه می‌شود.

چنانچه دقت کنیم بیشتر شخصیت‌های مسیحی و صلیبی، شخصیت‌های تاریخی بوده‌اند و سازندگان بازی از آن‌ها روایت تازه‌ای در برابر مخاطب می‌گذارند؛ برعکس به جز سنان فریب‌کار و صلاح الدین که عملاً نقشی ندارد باقی شخصیت‌های مسلمان داستان، خیالی هستند. قابل حدس است که علت این مسئله مبنا قراردادن منابع صلیبی‌ها و غربی در پرداخت روایت بازی، یا عدم علاقه به ایجاد هر گونه حساسیت در میان مسلمانان است؛ بنابراین باید گفت؛ گرچه شخصیت اول بازی به‌طور قطع مسلمانی اسماعیلی است؛ اما مؤلفه‌های دینی و اعتقادی چندان در بازی ظهور ندارد. یوبی سافت تلاش کرده است که بازی تک‌بعدی درک نشود و حساسیت مذهبی خصوصاً مسلمانان را برنیزگیزد (Bosman, 2016: 15). در نمودار زیر جزئیات مربوط به شخصیت‌ها مشاهده می‌شود.

جدول ۱. شخصیت‌های بازی فرقه اساسین‌ها

	شخصیت‌های بازی	تاریخی	تخیلی (داستان)	نقش در بازی	نقش تاریخی
۱	ابوالنقود		*	ملک التجار شهر دمشق	—
۲	تمیر		*	تاجر اسلحه در شهر دمشق	—
۳	جبیرالحکیم		*	دانشمندی مسلمان در شهر دمشق	—
۴	رابرت سابلی	*		رئیس ارشد فرقه تمپلارها	استاد اعظم شهسواران معبد از ۱۱۹۱ تا ۱۱۹۳
۵	ریچارد شیردل	*		شاهی معتقد و رهبر مسیحیان در مقابل صلاح الدین، باظهاری مقتدر تصویر شده است.	پادشاه انگلستان که در جنگ سوم صلیبی نقش مهمی داشت.
۶	سپیراند	*		استاد شهسواران توتونی در عکا	نخستین استاد اعظم شهسواران توتونی
۷	صلاح الدین	*		شاه و رهبر مسلمانان در مقابل ریچارد — نمایش داده نشده است	سلطان ایوبی مصر و شام و فاتح بیت المقدس
۸	الطائر بن لاحد		*	فدائی ارشد فرقه اساسین‌ها — جانشین المعلم	—
۹	طلال		*	تاجر برده در بیت المقدس	—
۱۰	عباس		*	یک فدائی — رقیب الطائر	—
۱۱	قادر		*	یک فدائی	—
۱۲	گارنیه نابلوسی	*		استاد اعظم شهسواران مهمان‌نواز	استاد اعظم شهسواران مهمان‌نواز
۱۳	مالک		*	یک فدائی — نایب الطائر	—
۱۴	المعلم	*		رئیس و استاد حشاشین — یکی از تمپلارها — کسی که قطعه عدن را در اختیار دارد	راشد الدین سنن، شیخ الجبل و رهبر محبوب و پر نفوذ نزاریان شام
۱۵	مجدالدین		*	والی بیت المقدس در غیاب صلاح الدین	—
۱۶	ویلیام مونفروایی	*		جانشین شاه ریچارد در غیاب او در عکا	پدر کونراد مونفروایی، پادشاه مملکت لاتینی اورشلیم

نکات تاریخی در بازی فرقه‌اساسین‌ها

در بازی دو گروه اساسین‌ها و تمپلارها دشمن اصلی یکدیگر هستند؛ اما در واقعیت، فدائیان با شهبسواران معبد و شهبسواران مهمان‌نواز هر دو درگیر بودند و البته گاهی به توافق هم می‌رسیدند. فدائیان خصوصاً پس از مرگ سنان به شهبسواران مهمان‌نواز خراج می‌دادند (ناصری طاهری، ۱۳۸۷: ۲۴۹-۲۴۶؛ دفتری ۱۳۸۵: ۱۲۰-۱۱۸) بنابراین چندگانگی سیاسی - نظامی آن زمان به دوگانگی عمیق‌تر و فرقه‌ای در روایت بازی تبدیل شده است. در بازی، فدائیان یکدیگر را رفیق و برادر خطاب می‌کنند که از نظر تاریخی صحیح است. (ناصری طاهری، ۱۳۸۷: ۲۳۳-۲۳۲) در بازی، قلعه مصیاف، دفتر المعلم و مرکز فدائیان هر شهر، دارای کتابخانه است و در قلعه مصیاف تعدادی کتابدار، کتاب‌ها را واری و مراقبت می‌کنند. کتابخانه‌های نزاریان معروف بوده است و ایشان بنا بر علم‌دوستی و عقل‌گرایی مذهب اسماعیلی، آثار غنی‌ای پدید آورده بوده‌اند. مشهورترین شخصی که از این کتاب‌ها بهره برده است خواجه نصیرالدین طوسی است که اخلاق ناصری را در طی سکونت ۳۰ ساله‌اش در الموت نوشته است.

از نظر لباس، فدائیان با لباس مبدل به اهداف خود نزدیک می‌شدند؛ گاه در لباس مردم عادی، گاه در لباس صوفیان و گاه در لباس تجار، چنان‌که کنراد دومونفروا (پادشاه اورشلیم) را دو فدائی در لباس راهبان کشتند. (ناصری طاهری، ۱۳۸۷: ۲۴۳) در بازی نیز لباس الطائر و باقی فدائیان به گونه‌ای است که می‌تواند بحالت دعا میان عالمان دینی (راهبان - روحانیون) پنهان شود؛ گرچه تفاوت لباس در بین اعضای مختلف فرقه را نباید نادیده گرفت. حشاشین، شهبسواران مهمان‌نواز، شهبسواران معبد، شهبسواران توتونی، سربازان ریچارد و نظامیان مسلمان پوشش مخصوص به خود را دارند. لباس مردم لباس سنتی است و این که تا چه حد با لباس رایج آن دوره مطابقت دارد، قابل بررسی جداگانه است.

در طراحی شهرها و قلعه‌ها دقت‌های فراوانی به چشم می‌خورد؛ بناها، برج و باروها، مناره‌ها، مساجد، کلیساها و کنیسه‌ها، دروازه‌ها و... تداعی کننده فضای قرن دوازده میلادی می‌تواند باشد؛ اما تصورات خام و بعضاً اشتباهی هم دیده می‌شود؛ چنان‌که پرچم دمشق، پرچم عثمانیان است و یکی از مکان‌های شهر، مسجد پاشاست. بین روحانیان مسلمان و راهبان توافقی ماهوی نیست. مسلم است که شهرها و قلعه‌های متعددی در آن زمان در شامات وجود داشته است؛ چنان‌که قلاع الدعوة فداییان در شمال غربی شام تاده قلعه صعب العبور داشته‌اند. رصافه، قدموس، مینقه، کهف، باناس و مصیاف برخی از مهم‌ترین این قلعه در زمان جنگ‌های صلیبی بوده است. (ناصری طاهری، ۱۳۸۷، بخش چهارم، اسماعیلیان نزاری و جنگ‌های صلیبی)

فدائیان اغلب با کارد و همراه با غافلگیری به کشتن دشمن خود می‌پرداختند و لزوماً همیشه موفق نمی‌شده‌اند. این مسئله حتی تا زمان ابن بطوطه که دیگر فدائیان چندان استقلالی نداشتند همچنان ادامه داشته است. ابن بطوطه به استفاده کارد سمی فداییان در مأموریت‌هایشان اشاره کرده است و بیان داشته که ایشان همیشه موفق نمی‌شده‌اند. (طنجی، ۱۳۹۵: ۱۳۰-۱۲۹) در بازی الطائر/ بازیکن به‌عنوان بهترین فدائی همیشه باید موفق شود و از مهلکه بگریزد؛ اما همان‌طور که بیان شد، گاهی باید در مأموریت‌های فرعی، فداییانی را که در مأموریت خود شکست خورده‌اند یاری کند. بیان شد که قابلیت در بازی برای بازیکن/ الطائر طراحی شده با عنوان «بینش عقاب» که آن را می‌توان «بصیرت» دانست. با این قابلیت الطائر می‌تواند فراتر از ظاهر، دوست و دشمن و هدف را تشخیص دهد و به تعبیر خود بازی، حس ششمی است که نیای بازیکن/ الطائر با آن مردم اطرافش را درک می‌کرده است. نظامیان و سربازان، قرمز، دوستان، آبی، شخصی که اطلاعات دارد، سفید و هدفی که باید کشته شود، زردرنگ دیده می‌شود. بسیار جالب است که آن را با مسئله باطن‌گرایی در کیش اسماعیلیان مقایسه کنیم. اصولاً اسماعیلیان به تفسیر باطنی و تأویل امور، اعتقاد تام داشتند و امام را مرجع درست تفسیر باطنی می‌دانستند به همین دلیل، یکی از نام‌هایشان برای توهین به ایشان «باطنی» است. به نظر می‌رسد این که در بازی، الطائر می‌تواند با بصیرت، حالتی از باطن را ببیند، به‌خاطر فدائی بودن اوست؛ چرا که مهم‌ترین بحث در مدرسه اعتقادی اسماعیلیان، تأویل یا تفسیر باطنی عقاید دینی است. (ناصری طاهری، ۱۳۸۷: ۷۰-۶۹) در انتهای بازی دزمووند مایلز نیز به این قابلیت دسترسی پیدا می‌کند و نوشته‌ها و نمادهایی را به رنگ قرمز بر کف شرکت و دیوار اتاقی که در آن زندانی می‌شود می‌بیند؛ حال آن که دیگران نمی‌توانند ببینند. جدای از «بینش عقاب»، لباس، نوع پرش‌ها و حالت الطائر با عقاب شباهت دارد. در کتاب هنر این بازی (Hodgson & Knight, n.d) به تصمیم طراحان شخصیت بازی برای ارتباط داشتن ظاهر الطائر با عقاب اشاره شده است و طرح‌ها با حالت‌هایی از عقاب تطبیق داده شده است. این موضوع گرچه به صورت مبسوط‌تر قابل تحقیق است؛ اما از نظر ما این ایده از نام قلعه الموت و اشاره حسن صباح به آشیانه عقاب گرفته شده است. الموت که نخستین و مهم‌ترین قلعه نزاریان بود، در زبان دیلمیان به معنای آشیانه عقاب است (عظاملک جونی، ۱۳۸۷: ۷۸۶؛ دهخدا، بی‌تا)

یکی از نام‌های فدائیان، ملاحده بود. حسن فرزند محمد که بعداً خود را امام نزاریان

خواند، در منابع اسماعیلی چنین نامیده می‌شود: حسن ذکره السلام. وی کسی بود که اعلام کرد از این پس دور قیامت رسیده است و دیگر رعایت احکام شرع لازم نیست. کسانی که مقام امامت را درک کرده‌اند، اکنون در بهشت، و باقی در جهنم هستند. این دوره با روزگار حکمرانی راشدالدین سنان مقارن بود. این اعلام باعث شد نزاریان هم منزوی‌تر شوند و هم کاملاً منفور و مطرود و از این پس به ایشان ملاحده گفته شد. (دفتری، ۱۳۸۵: ۷۲-۷۱) در بازی؛ چنان که متذکر شده‌ایم، هیچ عمل عبادی و مذهبی از جانب اساسین‌ها دیده نمی‌شود؛ همچنین شعار فرقه از رمان الموت ولادیمیر بارتول اخذ شده چنین است: «هیچ چیزی حقیقی نیست، هر چیزی مجاز است». بوسمن (۲۰۱۶) آن را در ارتباط با نظریه قیامت دانسته است که از نظر نویسنده نیز پذیرفتنی است؛ اما از طرفی تلاش یوبی سافت برای برنینگیختن حساسیت مذهبی و ارائه قرائت سکولار در لایه دیگری از روایت بازی هم قابل بررسی جداگانه است.

بیان کردیم که در بازی الطائر نباید بی‌گناهان و مردم عادی را بکشد. او فقط نظامیان، شهبسواران معبد اهداف مأموریت‌های نه‌گانه را می‌کشد. این که فدائیان با مردم عادی کاری نداشتند حقیقتی تاریخی است. نزاریان تنها دشمنان سرسخت و پرنفوذ خود از طبقات بالای جامعه مانند دیوان‌سالاران عالی‌رتبه، روحانیون سنی، امرای لشکری و رؤسای شهرها را هدف تیغ خود قرار می‌دادند. قتل‌های ایشان کورکورانه و بی‌هدف نبود. (رضاییان، ۱۳۷۷: ۳۳) پس می‌توان گفت سازندگان بازی این واقعیت را با دو تفاوت در گیم‌پلی بازی قرار داده‌اند: ۱. نزاریان چه در مأموریت خود موفق می‌شدند و ناموفق، زنده نمی‌ماندند و قصاص می‌شدند؛ درحالی که در بازی الطائر/ بازیکن همواره پس از کشتن هدف از مهلکه می‌گریزد و پنهان می‌شود. ۲. الطائر/ بازیکن علاوه بر اهداف اصلی می‌تواند هر نظامی‌ای را بکشد.

جدول ۲. ظهور متفاوت برخی عناصر تاریخی و افسانه‌ای در بازی فرقه اساسین‌ها

		تاریخی	بازی فرقه اساسین‌ها	افسانه‌های حشاشین
۱	رفیق	فدائیان یکدیگر را رفیق خطاب می‌کردند	در بازی فدائیان به یکدیگر رفیق می‌گویند.	-
۲	خنجر	فدائیان با خنجر هدف خود را می‌کشتند.	فدائیان با خنجر هدف خود را می‌کشتند.	شیخ الجبل، خنجری طلایی و متبرک شده را به فدائی اهدا می‌کرد تا با آن هدفش را بکشد.
۳	پوشش عالمان دینی	فدائیان متناسب با منطقه و موقعیت، تغییر لباس می‌داده‌اند؛ اما در ماجرای قتل کونراد مونفریوایی، پادشاه مملکت لاتینی اورشلیم لباس راهبان پوشیدند بر تن داشتند.	اساسین‌ها لباسشان به لباس راهبان شبیه است. سیرباز، کشیشی را به‌خاطر شباهت لباسش متهم به اساسین بودن می‌کند و او را می‌کشد.	-
۴	بصیرت (بینش عقاب)	در مذهب اسماعیلیان تفسیر و تأویل باطنی بسیار مهم است، به همین دلیل یکی از نام‌های ایشان را باطنی گفته‌اند.	با این قابلیت الطائر/ دزموند مایلز/ بازیکن می‌تواند دوست و دشمن را تشخیص دهد و چیزهایی ببیند که دیگران نمی‌توانند ببینند.	-
۵	نظریه قیامت	حسن ذکرة السلام اعلام کرد که قیامت شده است و دیگر نیازی به رعایت احکام شرع نیست. حسن نوسلمان آن را لغو کرد.	شعار فرقه چنین است: «چیزی حقیقت نیست، همه چیز مجاز است»	با زنان مختلف هم‌بستر می‌شوند و امور اخلاقی را زیر پا می‌گذارند.
۶	کشتن و ترور	حسن صباح و پیروانش کشتن دشمنان پر نفوذ و والامرتبه را به‌عنوان شیوه‌ای برای جبران ضعف نظامی فدائیان در برابر ایشان به کار می‌بردند. ایشان به غیر نظامیان و افراد پایین مرتبه کاری نداشتند.	المعلم دستور قتل ۹ انسان قدرتمند را با عنوان موانع برقراری صلح به الطائر می‌دهد. الطائر بازی‌باز هر نظامی‌ای را می‌تواند بکشد؛ اما حق ندارد مردم عادی را بکشد.	فدائیان هر کسی که سر راه ببینند می‌کشد.

بازتاب عناصر افسانه‌های حشاشین در بازی

فرهاد دفتری (۱۳۸۵) در پژوهش جامع خود پنج عنصر اصلی در افسانه‌های حشاشین از تاریخ‌نگاران صلیبی و غربی در طی زمان حدود سیصد سال ردیابی کرده است. این پنج عنصر با محتوای بازی مقایسه می‌شود.

نخست، حشاشین از کودکی تعلیم خاصی مانند یادگیری زبان‌های مختلف می‌بینند تا در بزرگسالی دستورات شیخ را اجرا کنند. ایشان کودکان را از والدین جدا می‌کنند و در مکان‌های خاص و پنهانی چنان آن‌ها را آموزش می‌دهند که در نهایت از شیخ، اطاعت بی‌چون و چرا داشته باشند (دفتری ۱۳۸۵: ۱۲۳). در بازی مورد بحث هیچ کودکی دیده نمی‌شود؛ اما در داستان زندگی الطائر، او و عباس زیر نظر مستقیم المعلم آموزش می‌بینند؛ چرا که هر دو به نوعی یتیم هستند. علاوه بر این، پس از دادن فرصت دوباره به الطائر، المعلم به او می‌گوید: «از تمام دارایی‌های خلع شدی، از رتبه‌ات هم همین‌طور دوباره یه کارآموزی، یه کودک. همون‌طور که در نخستین روز پیوستن به فرقه بودی.» (باودن، ۱۳۹۳: فصل هشتم) همچنین المعلم در انتهای بازی که با الطائر درگیر می‌شود به صراحت از کشتن کسی که مانند فرزند خود پرورش داده است، اظهار تأسف می‌کند؛ بنابراین بازتولید این افسانه در بازی مشاهده می‌شود.

دو دیگر، حشاشین چنان‌که نامشان می‌گوید، داروهای مخدری چون حشیش استفاده می‌کرده‌اند و شیخ پیش از اعلام مأموریت شراب مخدری به ایشان می‌نوشاند و آن‌ها را به بهشت ساختگی می‌برد و بعد از مدتی برمی‌گرداند و به او می‌گفت، در صورتی که مأموریت شیخ را انجام دهد، دوباره آن بهشت را می‌بیند. در بازی، استعمال هیچ ماده مخدری دیده نمی‌شود؛ اما دو مورد اشاره غیرمستقیم به چشم می‌آید. چنان‌که ذکر شد، در ابتدای بازی، المعلم، الطائر را کشت؛ اما بعد، الطائر خود را سالم و ایستاده در دفتر المعلم و مقابل او دید و از وضعیت خود تعجب کرد. در این جا المعلم به او می‌گوید: «چیزی که می‌خواستم بینی دیدی و بعد مثل یک‌مرده خوابیدی به رحم مادر بازگشتی تا شاید از خواب بیدار و دوباره متولد بشی» (باودن ۱۳۹۳، فصل هشتم) بوسمن (۲۰۱۶: ۱۸) این واقعه را در رابطه با استعمال داروهای مخدر دیده است که نگارندگان نیز با آن هم سو هستند. در بخش دیگر، گارنیه ناپلوسی در مریض‌خانه عکا، بیماران را دچار حالت‌های خاصی می‌کند به صورتی که بعد از به‌هوش آمدن از او تشکر کرده و او را استاد خطاب می‌کنند؛ الطائر از آن متعجب است. المعلم که مرجع پاسخ به سؤالات الطائر و دیگر اساسین‌ها است می‌گوید: «رهبران

همیشه راه‌هایی پیدا می‌کنند تا دیگران از ایشان فرمان ببرند... الطائر، گیاهانی هستند گیاهانی از سرزمین‌های دوردست که می‌توانند عقل را زائل کنند. لذتی که به دست می‌دهند، طوری است که فرد برده‌شان می‌شود... [الطائر:] پس فکر می‌کنید به این مردان مخدر داده بوده‌اند؟ یا چیز خور شده بوده‌اند؟ [المعلم:] آگه واقعاً آن طور که توصیف کردی باشد، بله. دشمنانم نیز من را به چیزی مشابه آن متهم کرده‌اند.» (باودن، ۱۳۹۳، فصل سیزدهم). بوسمن (۲۰۱۶: ۱۸)، استفاده‌ی المعلم از قطعه‌ی عدن را در از بین بردن اراده‌ی دیگران، به همین افسانه مربوط دانسته؛ اما از نظر نویسندگان چنین امری خطاست؛ چرا که لازم است میان آن روایتی که بازی سازان در ادامه پرداخته‌اند، و آنچه که با الهام از افسانه‌های حشاشین و پرورش آن تصویر کرده‌اند، تمایز قائل شد. پرداختن به قطعه‌ی عدن و دنیایی که تمپلارها و اساسین‌ها در آن دشمن همدیگرند، سطح دیگری از لایه‌ی این بازی است و به شکلی دیگر و مجزا باید بررسی شود. هرچند این که گفته‌اند، شیخ الجبل جادو می‌کند و او را دارای کرامت دانسته‌اند، بی‌ارتباط با این بخش از داستان نیست.

سه دیگر، حشاشین گوشت خوک می‌خورند، با تمام زنان ارتباط برقرار می‌کنند و از انجام اعمال خلاف اخلاق ابایی ندارند. (دفتری، ۱۳۸۵: ۱۷۱) می‌دانیم که اگر چنین تهمت‌هایی بوده است، به‌خاطر اعلام «قیامت» حسن ذکرة السلام بود. در بازی فرقه‌ی اساسین، ما شاهد هیچ یک از این موارد نیستیم. اما در رمان بازی در احوال الطائر (باودن، ۱۳۹۳، فصل سی و ششم) اشاره دارد که الطائر با زنان هم‌بستر می‌شده است. چنان‌که گفتیم در مرحله‌ای که بازیکن/ الطائر باید رابرت سابلی را در بیت المقدس بکشد، به‌جای او و در لباس او یک زن (ماریا) با الطائر می‌جنگد و در نهایت نیز الطائر می‌گذارد او برود. طبق داستان او ماریا زن رابرت است که بعداً همسر الطائر می‌شود. ما در بازی، هیچ عمل عبادی از حشاشین شاهد نیستیم؛ مگر در حد سلام و دعا. قرائت سکولار بازی با این افسانه قابل تطبیق هست.

چهار دیگر، گفته‌اند حشاشین به فرمان شیخ خود، از برج‌ها و باروها به پایین می‌پرند و در جا، جان خود را از دست می‌دهند. ریشه‌ی این اتفاق بر می‌گردد به روایتی درباره هانری دو شامپانی پادشاه مملکت لاتینی اورشلیم که در سال ۱۱۹۴ در راه انطاکیه دعوت شیخ الجبل را برای ملاقات پذیرفت. در این زمان راشد الدین سنان درگذشته بود و جانشین او ابونصر/ ابومنصور در قلعه‌ی کهف از هانری دو شامپانی میزبانی کرد. نقل شده است که در این ملاقات به فرمان شیخ تعدادی از فدائانش از

بلندی‌های قلعه به پایین پریدند (دفتری، ۱۳۸۵: ۱۳۰). این پرش‌های مرگبار در بازی، بارها انجام می‌شود. در ابتدای بازی پس از حملهٔ تمپلارها به رهبری رابرت سابلی به مصیاف برای پس گرفتن قطعهٔ عدن، رابرت، المعلم را تهدید می‌کند تا قطعهٔ عدن را به او بدهد وگرنه آن‌قدر قلعه را در محاصره می‌گیرد تا همه بمیرند. در مقابل المعلم پاسخ می‌دهد که مردانش از مرگ هراسی ندارند؛ به همین منظور به سه فدایی - که یکی الطائر است - دستور می‌دهد، خود را از بالای برج قلعه به دره پرت کنند. فدائیان با دستان باز خود را به پایین می‌اندازند؛ اما نمی‌میرند؛ بلکه به نقطهٔ پنهانی که با حجمی از کاه پوشانده شده است می‌افتند. پرش‌های مرگبار جزئی از مکانیک بازی است؛ بنابراین پرش‌ها دیگر مرگبار نیستند؛ چرا که توده‌هایی از کاه طراحی شده است در نتیجه الطائر یا دیگر فدائیان، بر آن فرود می‌آیند، بدون آسیب.

پنجم، شیخ الجبل در قلعهٔ خود باغی ساخته است بسیار زیبا که در آن همهٔ لذایذ و کامیابی‌ها برآورده می‌شود، آبروها و فواره‌ها دارد و در آن دوشیزگان زیبا حاضرند. این باغ بهشت برای اولین بار در سفرنامه مارکوپولو آمده است و تا پیش از آن بیشتر اشاره به باغ و بهشت آن جهانی می‌شد. (دفتری به نقل از مارکوپولو، ۱۳۸۵: ۱۹۰) در بازی چنین فضایی مشاهده می‌شود؛ به‌طوری‌که در پشت قلعهٔ مصیاف و مشرف به دره، باغ زیبایی هست با معماری و کاشی‌کاری زیبا و آراسته به آبروها و چشمه و فواره‌ها و در آن زنانی تقریباً نیمه‌برهنه، دوبه‌دو در حال گفت‌وگو هستند. واضح است که این افسانه در بازی بازسازی شده است. البته هیچ فدایی در آن نیست و ورودی آن برای الطائر مسدود نیست. در قسمت نهایی که عنوانش «بهشت» است، الطائر و المعلم، در این باغ با یکدیگر می‌جنگند. آن باغی که غربی‌ها آن را بهشت تصویر کرده‌اند چیزی نبود جز ابتکار حسن صباح و جانشینانش در احداث چشمه‌ها و کاشت درختان میوه و کشتزارهایی در داخل قلعه تا هنگام محاصره و کمبود آذوقه، قحطی پیش نیاید. واضح است که این قلعه‌ها با چنین ابتکاری دل‌انگیز می‌شدند؛ اما بهشتی که فدائیان را وعده می‌دادند، بهشت اخروی بود که همه مسلمانان آن را فهم می‌کردند.

در پایان باید افزود؛ از نقدهای مهم به پژوهش فرهاد دفتری، عدم ردگیری این افسانه و شایعات مربوط به فدائیان در منابع مسلمانان است که دفتری به این روایات نپرداخته است. برای مثال حمدالله مستوفی صاحب تاریخ‌گزیده گفته است که فدائیان هر مسلمانی که به دستشان برسد می‌کشند. چنین روایاتی نشان‌دهندهٔ ترس مردم آن زمان نسبت به نزاریان است. (رضاییان، ۱۳۷۷: ۳۳)

جدول تطبیقی ۳. عناصر اصلی «روایات تاریخی فرقه حشاشین» و روایت بازی «فرقه اساسین‌ها»

		تاریخی	بازی فرقه اساسین‌ها	افسانه‌های حشاشین
۱	عقیده تعلیم	اسماعیلیان از نظر فکری و اعتقادی، آموزش می‌دیدند و سپس به‌عنوان مبلغ (داعی) به مناطق مختلف اعزام می‌شدند و مردم را به مذهب خود فرامی‌خواندند. حسن صباح خود یکی از این داعیان بود.	در محوطه قلعه مصیاف میدان آموزش نظامی وجود دارد - تعلیم از کودکی در داستان زندگی الطائر دیده می‌شود؛ همچنین او با گذراندن مجدد مهارت‌ها و انجام نه ترور، دوباره مراتب فرقه را طی می‌کند.	حشاشین افراد را از کودکی در مکان‌های مخفی و با آموزش‌های خاصی مانند فراگیری زبان‌های مختلف تعلیم می‌داند و پیوسته با وعده بهشت فریبشان می‌داند.
۲	استعمال حشیش / مخدر	حشیشیه لقبی بود که ابتدا خلیفه فاطمی به ایشان داد؛ اما نویسندگان دیگری نیز این لفظ را برای نزاریان شام استفاده کرده‌اند. این عنوان اساساً لقبی برای افراد سطح پایین جامعه بود که برای تحقیر به فدائیان اطلاق شد.	در ابتدای بازی المعلم خنجرى در بدن الطائر فرومی‌کند؛ بعد او در دفتر المعلم به هوش می‌آید و از زنده‌بودن و سالم‌بودنش تعجب می‌کند. همچنین گارنیه نابالوسی بیمارانش را با دارویی خاص مطیع خود می‌کند.	فدائیان پس از مصرف حشیش خود را به کشتن می‌دادند - شیخ الجبل فدائیان را با دارو و مخدر بیهوش می‌کرد و در بهشت ساختگی قرار می‌داد.
۳	بی‌دینی و عدم پایبندی به اخلاق	عقیده قیامت که حسن ذکرة السلام اعلام کرد باعث شد که نزاریان بیش‌ازپیش مورد تهمت به نقض شریعت بشوند. از آن تاریخ به ایشان ملاحده (ملحدان) گفته شد.	مستقیماً اثری از آن نیست؛ اما شعار «هیچ چیز حقیقی نیست، هر چیزی مجاز است» می‌تواند مربوط به عقیده قیامت باشد.	حشاشین گوشت خوک می‌خورند، در امور جنسی بی‌بندوبار هستند و اعمال خلاف اخلاق انجام می‌دهند.
۴	پوش‌های مرگبار	در برخی منابع صلیبی، ابونصر، رهبر نزاریان شام در حضور پادشاه مملکت لاتینی اورشلیم برای ترساندن ایشان از درگیری با نزاریان به تعدادی از فدائیان دستور می‌دهد خود را از بالای قلعه به دره بیندازند و ایشان هم اطاعت می‌کنند.	بازیکن/ الطائر پس از صعود از مکان‌های مرتفع چون برج‌ها و مناره‌ها برای دیدن شهر و کامل‌شدن نقشه بازی از سکویی به پایین می‌پرد و روی توده‌های کاه بدون آسیب فرود می‌آید.	شیخ فدائیان هنگام حضور رقیب یا دشمن، به فدائیان دستور می‌دهد تا از بلندی به دره بپرند و در جا بمیرند. حشاشین جان خود را فدای شیخ خود می‌کنند.
۵	باغ بهشت	وعده اخروی دینی بود که همه مسلمانان آن را درک می‌کردند.	در پشت قلعه مصیاف باغی همراه با فواره‌ها و چشمه‌ها طراحی شده است بسیار زیبا که در آن زنانی دوه‌دو مشغول گفت و گو هستند.	شیخ حشاشین در مقرش بهشتی ساخته بوده که در آن همه لذت‌ها فراهم شده و او پیش از مأموریت دادن به فدائیان، ایشان را بی‌هوش می‌کرد سپس در آن قرار می‌داد.

بحث و نتیجه گیری

یافته‌های مقاله نشان داد که بازی «فرقه حشاشین» مبنای روایت خود را مبتنی بر افسانه‌های حشاشین و در دوره جنگ‌های صلیبی در منطقه شامات قرار داده است. این بازی در چند شاخه روایت تاریخی را به عنصری از بازی تبدیل کرده است:

۱. شخصیت‌های تاریخی چون راشد الدین سنن، رهبر نزاریان شام، ریچارد شاه انگلستان، صلاح الدین ایوبی، رابرت اهل سابل استاد اعظم شهسواران معبدی و... را در روایت خود به خوبی جای داده است.

۲. مکان‌های تاریخی مهم آن زمان چون بیت المقدس، عکا، دمشق و قلعه مصیاف (پایگاه نزاریان) همراه با برخی جزئیات شهری و معماری، و نیز ساختمان‌های خاصی مانند مسجد الاقصی، مسجد جامع اموی را در آن‌ها بازسازی کرده‌اند.

۳. افسانه‌های حشاشین را که در غرب به خوبی پرداخته شده و محبوب بوده است، پایه روایت و مکانیک بازی گذاشته‌اند. گزاره‌هایی چون ترور با خنجر، ترور با لباس مبدل، فداکردن جان به فرمان شیخ، باغ بهشت ساختگی و اعلام قیامت امام نزاری را به ترتیب به تیغ مخفی، پوشش لباس در لباس راهبان، پرش از بلندی‌ها بر روی کاه، باغ زیبای پشت قلعه مصیاف و روایت سکولار، به عناصر بازی تبدیل کرده‌اند.

ساخت و طراحی بازی‌های رایانه‌ای مهارت و تخصص است و هنگامی که این موضوع و محتوای بازی بخواهد از تاریخ الهام بگیرد؛ پژوهش تاریخی ضرورت پیدا می‌کند. در ابتدا بازی «فرقه اساسین‌ها» از جنبه‌های روایت، مکانیک‌ها، گیم‌پلی و قواعد بازی تشریح شد. سپس مبنای تحلیل را با شرح تحقیقات فرهاد دفتری، پژوهشگر فرقه اسماعیلیه درباره تاریخ حشاشین استوار شد و در نهایت این دو، تطبیق داده شد. برای نمونه نشان داده شد که نیمی از شخصیت‌های بازی؛ مانند الطائر، مالک، تمیر و... که اکثراً در دسته مسلمانان‌اند در تاریخ نیستند و مرگ برخی از شخصیت‌های واقعی مانند رابرت سابل، ویلیام مونفروایی و راشد الدین سنن به دست نزاریان نبوده است. آنچه با تاریخ منطبق بود از آنچه عمداً یا سهواً بر ساخته سازندگان بازی بود جدا شد. مشخص شد که این بازی افسانه‌های حشاشین را بازتولید کرده است و خود حلقه‌ای جدید است از زنجیره این روایات. مسیری که در این نوشتار برای تحلیل و بررسی بازی طی شد نسبتاً دشوار بود؛ اما تلاش شد که نتایج دقیق باشد. برخی از پژوهشگرانی که بازی «فرقه اساسین‌ها» را کاویده‌اند این بازی را برگرفته از رمان «الموت» بارتولد دانسته‌اند؛ اما در اینجا بازی با پژوهشی علمی

درباره خاستگاه افسانه‌های حشاشین تطبیق داده شد و ریشه‌ها شناسایی و مطالعه شد. از نظر نگارندگان، بازی «فرقه اساسین‌ها» نمونه بسیار مناسبی از یک بازی رایانه‌ای موفق تاریخی است.

امید است پژوهش انجام شده برای بازی‌سازی که به تاریخ و ساخت بازی‌های تاریخی علاقه‌مندند و نیز پژوهشگران گیم سودمند بوده تا نمونه‌ای برای مطالعات تطبیقی در حیطه گیم در آینده باشد.

منابع و مأخذ

ایجنفلت - نیلسن، سایمون، هایدی اسمیت، یوناس و پژاریس توسکا، سوزانا (۱۳۹۷). برای درک گیم‌های ویدئویی (مقدمه‌ای ضروری)، ترجمه سید مهدی دبستانی. تهران: انتشارات دانشگاه صداوسیما جمهوری اسلامی ایران.

باودن، الیور (۱۳۹۳). فرقه اساسین‌ها (نهضت مخفی). ترجمه بهنام حاجی‌زاده. تهران: آذرباد.

پورشبانان، علیرضا و امیرحسین پورشبانان (۱۳۹۷). «بررسی تطبیقی ظرفیت‌های بازی‌سازی از ارداویراف‌نامه در مقایسه با متن و بازی دوزخ از کمندی الهی دانت»، پژوهش‌های ادبیات تطبیقی. ۶ (۴)، ۱۰۴ - ۱۲۴.

پیراوی‌ونک، مرضیه (۱۳۹۵). بهار و تابستان. «معرفی معیار برای تحقیق تطبیقی مبتنی بر دیدگاه کری واکر». مطالعات تطبیقی هنر، ۱۱، ۱۰ - ۱۰.

حافظ‌نیا، محمدرضا (۱۳۸۷). مقدمه‌ای بر روش تحقیق در علوم انسانی. تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت).

جوینی، عطاملک و علاءالدین بن بهاء‌الدین (۱۳۸۷). تاریخ جهان‌گشای جوینی. با تصحیح محمد بن عبدالوهاب قزوینی. تهران: هرمس.

دفتری، فرهاد (۱۳۸۵). افسانه‌های حشاشین یا اسطوره‌های فدائیان اسماعیلی. ترجمه فریدون بدره‌ای. تهران: نشر فرزاد روز.

دفتری، فرهاد (۱۳۹۳). مختصری در تاریخ اسماعیلیه: سنت‌های یک جماعت مسلمان. ترجمه فریدون بدره‌ای، تهران: نشر فروزان روز.

رضاییان، علی (۱۳۷۷ آذر). «نقدی بر کتاب: افسانه‌های حشاشین». کتاب ماه و تاریخ جغرافیا، ۱۴، ۳۱ - ۳۳. طنجی، ابوعبدالله محمد بن عبدالله. (۱۳۹۵). سفرنامه ابن بطوطه: تحفه الانظار فی غرائب الامصار. ترجمه محمدعلی موحد. تهران: نشر کارنامه.

فوگل، جکسن اشیگل (۱۳۹۳). تمدن مغرب‌زمین. ترجمه محمدحسین آریا. تهران: مؤسسه انتشارات امیرکبیر.

فیل، جان و اسکترگود، مارک (۱۳۹۰). مبانی طراحی مرحله بازی. ترجمه طه رسولی. تهران: دنیای بازی.

کوثری، مسعود (۱۳۸۹). عصر بازی (بازی‌های ویدئویی و رایانه‌ای در جامعه معاصر). تهران: دریاچه نو.

کوثری، مسعود؛ معصوم آقازاده و سیدمحمدعلی سیدحسینی (۱۳۹۷). «سنجش نگرش مردم ایران در خصوص بازی‌های رایانه‌ای (مقایسه نگرش افراد مورد مطالعه در رده سنی ۷ تا ۴۰ سال)». مطالعات علمی فرهنگ - ارتباطات، سال ۱۹. شماره ۴۱: ۱۲۰ - ۹۱.

ناصری، عبدالله (۱۳۸۰). «راشدالدین سنان، پیشوای بزرگ اسماعیلیان شام در جنگ‌های صلیبی». فصلنامه جهان اسلام. شماره ۷: ۱۶۸ - ۱۳۷.

ناصری طاهری، عبدالله (۱۳۸۷). نقش اسماعیلیان در جنگ‌های صلیبی. تهران: فقتوس.

مطالعه تطبیقی محتوای بازی «فرقه اساسین‌ها» و افسانه‌های حشاشین

نجفی شبانکاره، فریدون (۱۳۹۰). آسیب‌شناسی بازی‌های رایانه‌ای «بازنمایی چهره اسلام و مسلمانان در این بازی‌ها». پایان‌نامه کارشناسی ارشد. گروه جامعه‌شناسی. دانشکده اقتصاد و علوم اجتماعی. دانشگاه شهید چمران اهواز.

هنینک، مونکه، هاتر، اینگه و بیلی، اجی (۱۳۹۴). روش‌های تحلیل کیفی. تهران: سروش (صداسیمای جمهوری اسلامی ایران).

یادگاری، محمدحسن (۱۳۹۹). بازی آغاز شده. تهران: شرکت انتشارات سوره مهر.

Assassin's Creed. (2007). Ubisoft Montreal.

Bosman, F. G. (2016). 'Nothing is true, everything is permitted' The portrayal of the Nizari Isma'ilis in the. Online – Heidelberg Journal of Religions on the Internet, 10, 6-26.

Champman, A. (2012, SPRING). Privileging Form Over: Analysing Historical VideoGames. Journal of Digital Humanities, 1(2.).

Comel, Mirt (2014, january), Orientalism In Assanssin's Creed: Self-orientalized The Assassins From Forerunners Of Modern Terrorism Into Occiedentilized Heroes. Teorija In Praksa, 72-90

Champman. Adam (n.d.). about Assassin's Creed. Retrieved from <https://www.ubisoft.com/en-us/game/assassins-creed-1/>

Frank. G. Bosman, David Knight. (2007). 'Nothing is true, everything is permitted.' The portrayal of the Nizari Isma'ilis in the Assassin's Creed game series (N a).

Knights Templar, World History. (2017, 05 25). Khan Academy.

Menon, Lakshmi. (2015). History First-hand: Memory, the Player and the Video Game Narrative in the Assassin's Creed Games. Rupkatha Juornal. 6,1, 107-113.

Urban, Willaim. (2003). The Teotonic Knights. London: Greenhill Books.

Wolf, J.P Mark & Perron, Bernard. (2014). The Routledge companion to video game studies. New York: Routledge.

Wikipedia, the free encyclopedia. (n.d.). Robert IV of Sablé. Retrieved from https://en.wikipedia.org/wiki/Robert_IV_of_Sabl

Wikipedia, the free encyclopedia. (n.d.). https://en.wikipedia.org/wiki/Teutonic_Order Retrieved from https://en.wikipedia.org/wiki/Teutonic_Order

Wikipedia, the free encyclopedia. (n.d.). Assassin's Creed Retrieved from https://en.wikipedia.org/wiki/Assassin%27s_Creed

A Study on Lyotarian Event in Meta- Cinema, Case Studies: “Close- Up” and “Through the Olive Trees”

Tooraj Rabbani, Ph.D. student in Philosophy of Art, Arts Faculty, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran. Email: Toorajrabbani@gmail.com

Fateme Shahroodi, Assistant Professor, Arts Faculty, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran (Corresponding Author)

Email: pajoooheshhonor@yahoo.com

Esmail Baniardalan, Associate Professor, Art Research Department, University of Arts, Tehran, Iran. Email: Bani.ardalan@yahoo.com

Abstract

In analysis and critique of “art”, Lyotard employs the “event” as a concept that attributes singularity, uniqueness, liberation from conventions and customs, indefiniteness, and instantaneity. In his opinion, events manifest themselves in ways that defy genre conventions and thus attest to the unrepresentable, as the main duty of a postmodern work of art. This qualitative and archival study, based on Abbas Kiarostami’s meta-cinema works Close-Up (1990) and Through the Olive Trees (1994), seeks how events may represent the unrepresentable. It revealed that the reviewed films had employed a variety of techniques, including technical interruptions in audio and video, as well as innovative narrative techniques that challenge the conventional and classic narrative form time and again, thereby integrating meta-cinema and the concept of Lyotard’s event. As a result, the method of attesting to the unrepresentable was studied as an intermediary of the event by creating a cinematic form that defies conventional filmmaking traditions and principles. It thus confirms the unrepresentable as the main idea of Lyotard’s views on art.

Keywords

Event, Meta-Cinema, Lyotard, Close- Up, Through the Olive Trees.

مطالعه‌ای بر رخداد لیوتاری در فراسینما

نمونه‌های موردی: فیلم‌های «کلوزآپ» و «زیر درختان زیتون»^۱
تورج ربانی^۲، فاطمه شاه‌رودی^۳، اسماعیل بنی‌اردلان^۴

چکیده

لیوتار در بحث نقد و تحلیل هنر، از مفهوم «رخداد» با ویژگی‌هایی مانند غرابت و منحصر به فرد بودن، رها از امور پیشین و مرسوم، نامتعیین و لحظه‌ای بودن، بهره می‌جوید تا به واسطه آن قواعد ژانرهای از پیش مقرر را متلاشی و «گواهی دادن بر وجود امر نمایش‌ناپذیر» را به عنوان رسالت اثر هنری پسامدرن محقق کند. در این مقاله به شیوه کیفی، با روش کتابخانه‌ای و با تکیه بر فیلم‌های کلوزآپ (۱۳۶۹) و زیر درختان زیتون (۱۳۷۳) از ساخته‌های عباس کیارستمی، به عنوان آثاری فراسینمایی، تلاش شد تا به این پرسش در آثار فراسینمایی پاسخ داده شود که چگونه رخدادها موجب نمایش «امر نمایش‌ناپذیر» می‌شوند. نتایج این پژوهش در مورد تلفیق فراسینما و مفهوم رخداد نزد لیوتار با تکیه بر نمونه‌های سینمایی ذکر شده با ویژگی‌هایی مانند وقفه‌های فنی در صدا، تصویر و شگردهای نوآورانه در روایت و اشاره به فیلم و فرایند فیلمسازی که بارها فرم متعارف روایت‌گری کلاسیک و سنتی را به چالش کشیده - نشان می‌دهد که در فراسینما، به میانجی رخداد و از طریق خلق فرمی سینمایی که از سنت‌ها و قواعد مرسوم در فیلمسازی پیروی نمی‌کند، گواهی دادن بر وجود و نمایش امر نمایش‌ناپذیر به عنوان ایده اصلی آراء لیوتار در باب هنر محقق می‌شود.

واژگان کلیدی

رخداد، فراسینما، لیوتار، کلوزآپ، زیر درختان زیتون.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۸/۲۱ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۱۰/۲۷

۱. این مقاله برگرفته از رساله دکتری نویسنده اول با عنوان «مطالعه مفهوم فراسینما در سینمای پس از انقلاب ایران با تأکید بر آراء لیوتار» است که به راهنمایی نویسنده دوم و مشاوره نویسنده سوم در دانشکده هنر دانشگاه آزاد اسلامی (واحد تهران مرکزی) به انجام رسیده است.

۲. دانشجوی دکتری فلسفه هنر، دانشکده هنر، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران
Toorajrabbani@gmail.com

۳. استادیار دانشکده هنر، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسئول)
pajooreshonar@yahoo.com

۴. دانشیار گروه پژوهش هنر، دانشگاه هنر، تهران، ایران
Bani.ardalan@yahoo.com

مقدمه

درک پدیده‌ای به نام فراسینما^۱ به معنای سینمایی که موضوعش خود سینماست، از طریق مطالعه مفهوم رخداد^۲ در اندیشه ژان فرانسوا لیوتار (۱۹۲۵-۱۹۹۸)^۳ هدف اصلی از تحقیق و نگارش است. نقطه عزیمت تحقیق امر پسامدرن^۴ است، لیوتار فیلسوف فرانسوی از نامدارترین فلاسفه و اندیشمندان انتقادی نیمه دوم قرن بیستم میلادی به شمار می‌آید، «شهرت جهانی او به واسطه انتشار اثری به نام وضعیت پسامدرن: گزارشی درباره دانش (۱۹۷۹) به دست آمد. این اثر یکی از جنجال برانگیزترین آثار لیوتار به شمار می‌آید و بسیاری آن را یکی از کتب مقدس اندیشه پسامدرن به حساب آورده‌اند» (Lash, 2014: 40). لیوتار با نگارش وضعیت پسامدرن در واقع نخستین مانیفست پسامدرنیسم را تدوین کرد. در این کتاب او اظهار می‌دارد که جهان از آغاز دهه ۱۹۷۰ وارد وضعیت جدیدی شده است، وضعیتی که مغایر با وضعیت دوران مدرن، ماقبل مدرن، کلاسیک و سنتی است. وی این وضعیت جدید را وضعیت پسامدرن می‌نامد: وضعیت تشکیک و تردید، وضعیت بی‌اعتمادی و بی‌ایمانی و وضعیت عدم اطمینان و ناباوری نسبت به هرآنچه که در وضعیت‌های پیشین وجود داشت (نوذری، ۱۳۸۵: ۲۰۸). او با دسته‌بندی شیوه‌های نمایش به واقع‌گرایی، مدرنیسم^۵ و پسامدرنیسم تلاش کرد صورت‌بندی جدیدی از هنر به‌ویژه مدرن و پسامدرن ارائه کند. به باور لیوتار «مدرنیسم به دنبال آن است تا نمایش دهد چیزی نمایش‌ناپذیر وجود دارد؛ اما اثر پسامدرن از طریق گواهی دادن بر وجود امر نمایش‌ناپذیر نه در قالب چیزی از دست‌رفته در محتوای یک اثر، بلکه در قالب نیرویی که شیوه‌های سنتی روایتگری یا بازنمایی را متلاشی و ساختارهای هنری و بازی‌های زبانی مستقر را مضمحل می‌کند» (مالپاس، ۱۳۸۸: ۷۴).

با در نظر گرفتن نظر لیوتار در باب هنر پسامدرن در سویی دیگر چنین است که فراسینما، با افشای تمهیدات فیلمیک و آشکارسازی تصویر به‌عنوان یک برساخته در پی تلاش برای ارائه نسخه‌ای از خودآگاهی است که می‌تواند منطبق با تعریف لیوتار از امر پسامدرن باشد و این کار به میانجی آنچه لیوتار «رخداد» می‌نامد، انجام می‌شود مقوله‌ای که از شناخت احکام تأملی نزد کانت^۶ آغاز می‌شود. او از مواجهه با چیز جدید و شگرف

1. Meta-Cinema

2. Event

این واژه در متون مختلف به «رویداد»، «واقعیه» و «رخداد» ترجمه شده است که در اینجا رخداد به دلیل نزدیکی به وجه نمایشی آن برگزیده شده است. لیوتار در جستار «امر والا و آوانگارد» در سال ۱۹۸۴ برای نخستین بار از این واژه بهره برده و به تبیین ابعاد آن در اثر هنری پرداخته است.

3. Jean-François Lyotard

4. Postmodern

5. Modernism

6. Immanuel Kant

نزد کانت به تعریف تجربه‌ای خاص تحت عنوان مفهوم رخداد پرداخت. او در توضیح رخداد چنین می‌گوید: «چیزی که نمی‌توانیم قاعده‌مندش کنیم این است که چیزی اتفاق می‌افتد.^۱ به زبان ساده‌تر روی می‌دهد [...] نه یک رخداد عمده به معنای رسانه‌ای، نه حتی یک رخداد کوچک، بلکه تنها یک اتفاق یا رخداد» (Lyotard, 1991: 90).

با نگاهی به تعاریف لیوتار از امر پسامدرن و رخداد و همچنین توجه به آنچه در خصوص فراسینما در مطالعات فیلم تعریف شده است، پژوهش حاضر پی پاسخ به این پرسش در آثار فراسینما است که چگونه رخدادها موجب نمایش «امر نمایش‌ناپذیر» می‌شوند. فهم دقیق‌تر این موضوع به کمک مطالعه دو فیلم «زیر درختان زیتون» و «کلوزآپ» صورت می‌گیرد، جایی که مؤلف هر دو فیلم با مداخله‌ای آگاهانه رخدادهایی را پدید آورده و موجبات نمایش امر نمایش‌ناپذیر را فراهم می‌کند؛ بنابراین فراسینما که اشاره به روند تصنعی بودن یک فیلم دارد، در ترکیب با رخداد را می‌توان هم ارز نمایش امر نمایش‌ناپذیر در اندیشه لیوتار ارزیابی کرد.

پیشینه پژوهش

فرا فیلم از مفاهیم نسبتاً جدید در مطالعات سینمایی به حساب می‌آید. در این حوزه می‌توان از مقاله آزاد ارمکی و اخلاق پناه (۱۳۹۰) تحت عنوان «سینما درباره سینما: متاسینما در سینمای ایران پس از انقلاب اسلامی و مجادله بر سر خود سینما» نام برد که به نسبت میان سینما و جامعه در فرآیند تجربه مدرنیته در سال ۱۳۹۰ پرداخته‌اند. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که «سینمای ایرانی از همان روزی که آغاز شد تا به امروز درگیر مجادله بر سر جایگاه سینما در جامعه بوده است» (آزاد ارمکی و خالق پناه، ۱۳۹۰: ۹۲). هاشمی و فیروزی (۱۳۹۶) نیز در مقاله‌ای با عنوان «خودبازتابی و کارکردهای آن در سینما» ضمن بر شمردن انواع شگردهای خودبازتابی در فیلم‌ها، کارکرد هر یک را تحلیل و بررسی کرده و چنین نتیجه می‌گیرند که «خودبازتابی می‌تواند زمینه‌ساز تجدید حیات ژانرهای فرسوده شود یا از مصالح عامی استفاده کند که آن‌ها را به فرم‌های معتبر و قابل احترام تبدیل سازد» (هاشمی و فیروزی، ۱۳۹۶: ۱۰۰). در مقاله‌ای دیگر به قلم نصیری‌هانیس و همکاران (۱۳۹۹) با عنوان «فرا فیلم و نسبت «خود» و «دیگری» در سینمای عباس کیارستمی»، ضمن مطالعه سینمای عباس کیارستمی به تأثیر تفاوت ساختاری فرا فیلم‌ها در نوع بازنمایی «دیگری» پرداخته شده است و نتیجه‌گیری چنین بوده که «در فرا فیلم‌های کیارستمی به سبب ویژگی‌های خودبازتابی و خود انتقادی، نسبت «خود» و «دیگری»، لویناسی و دیگر آیین است که این

1. Something happens

امر حاکی از ساختاربندی مجدد نظم گفتمانی مستقر جامعه در نسبت با "دیگری" است» (نصیری‌هانیس و همکاران، ۱۳۹۹: ۲۲۷). همچنین ربانی (۱۳۹۴) در پایان‌نامه خود با عنوان «مطالعه مقوله فراسینما در سینمای ایران» با طراحی یک مدل بر مبنای مناسبات تولیدی در طبقه‌بندی فرافیلیم‌ها و مطالعه آن در سینمای ایران چنین نتیجه گرفته است که «سینمای ایران نیز سهم بزرگی در ترویج این رهیافت داشته، به‌طوری‌که از ابتدای پیدایش‌اش گرایش‌های فراسینمایی داشته است» (ربانی، ۱۳۹۴: چکیده)؛ اما در باب مطالعه بر اندیشه‌های لیوتار در هنر، می‌توان به مقاله احمدی و بختیاریان (۱۴۰۱) با عنوان «رابطه هنر و سیاست از دیدگاه ژان فرانسوا لیوتار» اشاره کرد که در آن می‌کوشند تا نقش سازنده هنر و رابطه آن با سیاست و عدالت را روشن ساخته و توضیح می‌دهند که چگونه از نظر لیوتار نقش هنر، برهم‌زدن اجماع و زمینه‌سازی برای بیان آرای جدید درباره هر رخداد است تا به این ترتیب، امر نمایش‌ناپذیر به نمایش درآید (احمدی و بختیاریان، ۱۴۰۱: ۲۹). عزیزیان‌گیلان (۱۳۹۲) نیز در مقاله‌ای تحت عنوان «درس‌های فیلسوف هنرمند: دوشان، بورن، نیومن و فرانسیس به روایت لیوتار»، ضمن شرح آرا لیوتار چنین نتیجه می‌گیرد که «هنر پسامدرن مورد نظر لیوتار جوای این است که ضمن حذف تجربه زیباشناختی از چارچوب تاریخی آن و از اسارت فراروایت‌ها رهایی یابد و در عوض بر برخورد فردی سیالی با رویدادی منحصربه‌فرد و نامتعیین متکی باشد که به موجب آن اثر هنری خارج از هر نوع چارچوبی است» (عزیزیان‌گیلان، ۱۳۹۲: ۷۴). در حوزه مطالعات فیلم صادقی‌پور (۱۳۹۸) در مقاله خود تحت عنوان «فلسفه فیلم از دیدگاه ژان فرانسوا لیوتار» به چهار مقاله لیوتار درباره سینما عطف به نظریه موتاژ آیزنشتاین پرداخته است (صادقی‌پور، ۱۳۹۸: ۱۱۵). در موضوع رخداد نیز رشوند (۱۳۹۰) در پایان‌نامه خود با عنوان «بررسی اندیشه‌های ژان فرانسوا لیوتار در حوزه هنرهای تجسمی» ضمن محور قرار دادن اندیشه‌های لیوتار در باب هنرهای تجسمی، چنین نتیجه می‌گیرد که «لیوتار مدافع هنر آوانگارد بوده و هنر مقبول نزد او هنری است که توانایی بر آشفتن ژانر گفتمان مستقر را داشته باشد» (رشوند، ۱۳۹۰: ۷۳).

مبانی نظری پژوهش

پسامدرنیسم

پسامدرنیسم مفهوم چالش برانگیزی است و نمی‌توان برایش مفهوم روشن و دقیقی در نظر گرفت. «عرصه‌ای در هنر است که با خلاقیت و درهم شکستن قواعد، زمینه‌های جدید و غیر قابل پیش‌بینی را پدید می‌آورد و دائم در حال تغییر است و همین ویژگی سبب

می‌شود که توضیح آن در قالب تعاریف کلاسیک هنر امری پیچیده به نظر رسد و بیان تعریف واحدی از آن ناممکن گردد. تعاریفی که تاکنون درباره پسامدرنیسم ارائه شده‌اند همانند خود آن دارای ابهام، چند پهلویی، گسستگی، استعاره، کنایه، ابهام، طنز و... هستند. در عصر پسامدرن در شرایطی هنر مورد تحقیق قرار می‌گیرد که دیگر هیچ سبکی غالب نیست، بلکه بدیهه‌سازی‌های بی‌پایان، تنوع مضامین، تقلید مهوع سبکی، طنز، تجاهل و شوخ‌طبعی در هنر متجلی شده است» (نوذری، ۱۳۸۵: ۹۱). لیوتار اعتقادی به تفاوت ماهوی و تقدم و تاخر زمانی میان مدرن و پسامدرن ندارد و معتقد است که «پسامدرن جزیی از مدرن است. از نظر وی این دو در هم تنیده شده‌اند و رابطه‌ای پیچیده با یکدیگر دارند و چنانچه ما به این امر معتقد باشیم که اثر مدرن در ابتدا پسامدرن است، می‌توانیم دریابیم که پسامدرنیسم به معنای پایان مدرنیسم نیست، بلکه «مترادف مدرنیسم در حال زایش و تولد است و این وضعیتی است پایدار و مداوم و مستمر» (لیوتار، ۱۳۸۴: ۳۱).

حال باید پرسید که اگر پسامدرنیسم جنبشی فراتر از مدرنیسم نیست، پس چیست؟ لیوتار پاسخ می‌دهد «بی‌شک بخشی از جنبش مدرن و در اینجا برای بیان دیدگاه خود از مفهوم والا^۱ در نزد کانت استفاده می‌کند. مفهومی که کانت در کتاب نقد قوه داوری^۲ خود به عنوان یک بخش از زیبایی‌شناسی بدان پرداخته است» (کالینیکوس، ۱۳۸۲: ۳۶). در باب نقد و تحلیل هنر «لیوتار مدرنیسم و پسامدرنیسم را در مقابل واقع‌گرایی قرار می‌دهد و هر دو را اشکال بالقوه مختل‌کننده‌ای می‌داند که کارشان نمایاندن وجود چیزی است که نمود ناپذیر است. نشان دادن این که در آنچه نه می‌توانیم ببینیم و نه می‌توانیم نشان دهیم چیزی هست که می‌توانیم درکش کنیم. منظور وی این است که آثار هنری مدرن و پسامدرن، به جای بازآفرینی آنچه بلافاصله قابل تشخیص است، از طریق گریز زدن به آنچه یک فرهنگ به خصوص و واپس‌زده یا از امکانات معمول ارتباطی خود حذف کرده، قدرت شناخت را بر هم می‌زنند؛ به عبارت دیگر، این آثار عمدا دشوار و بر هم زننده‌اند و شیوه‌های نمایاندن و فهمیدن را به چالش می‌کشند» (مالپاس ۲، ۱۳۸۸: ۳۷). به سخن دیگر چنین برمی‌آید که لیوتار به دنبال بدیلی برای مفاهیم آشنا در هنر است تا قدرت شناخت را از مخاطب بگیرد و این به شکلی طبیعی فعال‌کننده حوزه اندیشه در هنگامی است که مخاطب با اثر هنری روبرو می‌شود. مخاطب در این لحظه باید با مولفه‌های جدیدی روبرو شود که به سادگی قادر به تحلیل آن نیست. لیوتار این بدیل را در دوشکل مدرن و پسامدرن یافته است.

1. Sublime
2. Critique of Judgment

خودبازتابی؛ مشخصهٔ پسامدرنیسم در سینما

یکی از جنبه‌های بحث‌برانگیز پسامدرنیسم، مقولهٔ «خوداندیشی» یا «بازتابندگی» و اصطلاحات مترادف با آن یعنی خود-ارجاعی و خود-بازتابندگی است. هیلاری لاوسن^۱ در کتاب «خوداندیشی پسامدرن»، خاستگاه این بحران و نیرو، انگیزه و ضرورتش را مدیون خوداندیشی می‌داند و بیان می‌دارد که «خوداندیشی شکلی از خودآگاهی» است (لاوسن، ۱۳۸۶: ۹).

چنانکه استم^۲ مفهوم خودبازتابندگی را در حالت کلی، بیانگر قابلیت‌های خود بازتابندهٔ زبان‌ها، رسانه‌ها و هنرهای مختلف می‌داند: بنا به تعاریف مرسوم، خودبازتابندگی در هنر بر فرآیندهایی ناظر است که ذیل آنها، متون هنری می‌کوشند تا تولید، تالیف، تأثیرات بینامتنی و فرآیندهای متنی‌شان را به پیش‌زمینه آورند و از این طریق سازوکار خود را مرئی سازند (Stam, 2005: 204). به عبارتی دیگر فرآیندی است که در طی آن متون به فرایندهای کلی مربوط به خود اشاره داشته و آن را افشا می‌کنند. منافی از نقطه نظر مخاطب به این نکته اشاره می‌کند که «آشنایی مخاطب با فرم‌های از پیش تعیین شده و قراردادی، سبب‌ساز فرآیند ادراکی همواری می‌شود که به علت همین هموار بودن، کمترین توجه ممکن را به خود معطوف ساخته و در نتیجه تا حد امکان نامرئی و غیربازتابنده می‌ماند؛ بنابراین عدول از فرم‌های متعارف همانا نمایانگر تلاشی است که در جهت فراتر رفتن از این فرم‌ها و فراهم آوردن امکان‌های بازتابنده است» (توانای منافی، ۱۳۹۱: ۲۱۲). از سویی دیگر سینما خودبازتابندگی را دقیق‌تر و غنی‌تر از هر رسانهٔ هنری دیگر به تصویر می‌کشد، زیرا از روش‌هایی بهره می‌برد که بیش از هر روش دیگری دست او را برای انواع خودبازتابندگی باز می‌گذارد. خودبازتابندگی در سینما موضوع تازه‌ای نیست و از آغاز پیدایش سینما همواره وجود داشته است و در فرافیلیم‌ها متجلی می‌شود، فیلم‌هایی که به شیوه‌ای خودآگاهانه توجه مخاطب را ابتدا به خود و سپس به تصنعی بودن خود به مثابه اثر جلب می‌کنند.

«فراسینما» یا «فرافیلیم» که در ملاحظات مربوط به نظریهٔ فیلم به طور مترادف بکار برده می‌شوند، اول بار توسط نورمن هالند^۳ (-۱۹۲۷)، منتقد ادبی آمریکایی، در سال ۱۹۶۲، در مقاله‌ای با عنوان فیلم، فرافیلیم و نا-فیلم^۴ مطرح شد (Holland, 1962: 410).

1. Hillary Lawson

2. Robert Stam

3. Norman N. Holland

4. Film, Meta-Film and Un-Film

این اصطلاح به دنبال ظهور اصطلاح «فراتئاتر»^۱ در هنرهای نمایشی ابداع گردید.^۲ درواقع ایده نمایش سینما در سینما، به دنبال ایده «بازی در بازی» یا «نمایش در نمایش» در تئاتر رخ داد (Rothwell, 1987: 1).

پیشوند «فرا» برابر نهاد meta در زبان انگلیسی است که ریشه یونانی دارد و به معنی after (بعد از، پس از، در پی)، beyond (آن سوی، ماوراء) behind (باقی، بعد از، دیرتر از) است. (merriam webster, nd) در ساده‌ترین شکل وقتی این پیشوند قبل از هر واژه‌ای بیاید، اشاره به چیزی بعد از چیز دیگر یا خود آن چیز که همان واژه باشد، دارد (Holland, 1962: 406) به معنی وسیع اصطلاح، فرا اشاره به نوعی «خود-آگاهی» دارد و به همراه هر واژه‌ای بیاید چنین سویه معنایی به آن می‌افزاید؛ مانند فراسینما که «اشاره به سینمایی دارد که معطوف به خود است» (Tobisch, 2003: 8) و توجه را معطوف به وضعیت خود به عنوان یک مصنوع یا محصول می‌سازد. فراسینما، سینمایی درباره سینما است و محصولش فیلمی است که خود را موضوع کار خود قرار می‌دهد. به همین ترتیب پاینده نیز در تعریف فراداستان به نکته‌ای مهم اشاره می‌کند مبنی بر اینکه آنچه در رمان‌ها و فیلم‌های پسامدرن کانونی می‌شود، اساساً خود نگارش رمان یا تولید فیلم است و نه آگاهی نویسنده یا فیلمساز (پاینده، ۱۳۸۶: ۵۵)، از موضوعی که در حال بیان و یا بازنمایی آن است.

هیوارد^۳ فیلم‌های سینمای رایج و رسمی^۴ را آن دسته از آثار سینمایی می‌داند که واقعیت فریبنده‌ای را خلق کرده و بینندگان خود را از طریق تکنیک‌های فنی و روایتی تحت تأثیر قرار می‌دهند (هیوارد، ۱۳۹۱: ۱۸۰). فرافilm برخلاف این گونه از آثار، اشاره به آن دسته از فیلم‌هایی است که به جای پنهان کردن ماهیت فیلمی خود، به شیوه‌های مختلف و به ویژه با پرداختن به مسائل فیلمسازی، تخیلی یا تصنعی بودن خود را برجسته می‌کنند (پاینده، ۱۳۹۴: ۲۳۲-۲۳۱). اشاره به تصنعی بودن را می‌توان هم ارز نمایش امر نمایش ناپذیر در اندیشه لیوتار ارزیابی کرد. چنانکه در مطالعات سینمایی نیز «فرافilm‌ها نه نشانه شکست خلاقیت در سینما و نه علامت پایان طبیعی زندگی سینما که روشی است که هنرمندان این آثار را قادر می‌سازد که قلمروهای قدیم و جدید را به شیوه معاصر و از زوایای گوناگون بررسی کنند» (El Ghazouani, 2012: 25).

1. Meta-Theatre

۲. اصطلاح متاتئاتر یا فراتئاتر اولین بار توسط لیونل ابل (Lionel Abel) در سال ۱۹۶۰ عنوان شد.

3. Susan Hayward

4. Mainstream Cinema

رخداد

رخداد یا رویداد در نظریات سایر فلاسفه معاصر حضوری پررنگ داشته است و لیوتار نیز بدان پرداخته، اما برای آشنایی با آنچه لیوتار به عنوان رخداد بدان توجه می‌کند، لازم است تا ریشه این مقوله را در اندیشه او جستجو کرد. رخداد برای لیوتار از شناخت احکام تاملی نزد کانت آغاز می‌شود. کانت در نقد قوه داور، مفهوم حکم تاملی را مطرح می‌کند تا شیوه‌های واکنش انسان‌ها به تجربه‌های زیبایی شناسانه را شرح دهد. بر طبق این مباحث، تفاوت میان حکم تعینی و حکم تاملی ناشی از شیوه‌های گوناگونی است که از طریق آنها این ارتباط میان مفاهیم و تجربه‌ها پدید می‌آید. لیوتار با تشریح احکام تعینی و تاملی نزد کانت استدلال می‌کند که «احکام تاملی الگویی برای فلسفه پسامدرن‌اند. گفتمان فلسفی از یک قاعده اساسی تبعیت می‌کند، این قاعده که باید در جستجوی قاعده‌اش باشد» (Lyotar, 1989: 394).

در خصوص چگونگی این امر مالپاس چنین تبیین می‌کند که: «یک حکم تعینی که در واقع ما بیشتر اوقات با این نوع سر و کار داریم، هنگامی پدید می‌آید که یک تجربه جدید را در ساختار مفهومی موجود خود جای دهیم؛ یعنی احکام تعینی اغلب به فرآیندهای شناخت ارتباط دارند. یا به عبارت دیگر شناخت یک چیز حاصل توانایی ایجاد ارتباط میان تجربه‌های جزئی از آن با مفاهیمی است که از پیش داریم [...] بر خلاف احکام تعینی احکام تاملی وقتی شکل می‌گیرند که چیزی جدید، متفاوت، یا شگرف ظاهر می‌شود و می‌کوشیم درکی از چیستی یا معنای آن به دست آوریم. تجربه‌ای خاص روی می‌دهد و ما به ناچار مجبوریم به جستجوی راهی براییم تا آن را در چارچوب مفاهیم قرار دهیم. این مسئله ممکن است در ارتباط با یک اثر هنری مدرن روی دهد که انتظارات ما را برهم می‌زند. (در واقع بر طبق استدلال هر دوی کانت و لیوتار این مسئله می‌تواند در تمامی تجربه‌های زیبایی شناسانه اتفاق بیفتد)» (مالپاس، ۱۳۸۸: ۱۴۹).

لیوتار در جستار «امر والا و آوانگارد» ضمن بررسی امر والا، به تبیین اصطلاح رخداد می‌پردازد. از نظر لیوتار، «رویداد [رخداد] امری گریزان و غیر قابل بیان است و هرگونه چارچوب موجد بازنمایی را از هم فرو می‌پاشد. رویداد [رخداد] یک شیء یا وضع نیست، بلکه وقفه‌ای حداقل در فضا / زمان است. او رسالت بنیادی امر والا را که عبارت از ارائه گواهی تجسمی یا بیانگرانه نسبت به امر بیان نشدنی است، طرد نمی‌کند. امر بیان نشدنی در آنجا، در واژه دیگر یا زمان دیگر نیست، بلکه اینجاست: در آن (چیزی که) رخ می‌دهد. در تعیین هنر تجسمی، امر نامعین، "آن چه رخ می‌دهد"

همانا رنگ است و تصویر. رنگ، تصویر به عنوان پیشامد یا رویداد [رخداد]، قابل بیان نیست و باید به این امر گواهی داد» (Lyotard, 1991: 81). در واقع یک رخداد چیزی است که ژانرهای گفتمان مستقر را به چالش کشیده و موجب می‌شود همه عواملی که آن را پدید آورده‌اند، باز اندیشی شوند. در واقع از جهات بسیار نقطه آغازین هر نوع پسامدرنیسم است. بیل ریدینگز^۱، یکی از معتبرترین مفسران آثار لیوتار، رخداد را اینگونه تعریف می‌کند که یک رخداد به معنای واقعی کلمه، یک اتفاق است [...] یعنی یک رخداد این واقعیت یا مسئله است که چیزی اتفاق می‌افتد، به گونه‌ای که پس از آن هیچ چیز هرگز دوباره مثل قبل نخواهد بود. رخداد هر گونه چارچوب ارجاع از پیش موجود را که ممکن است درون آن بازنمایی یا فهم شود، در هم می‌شکند. رخدادگی رخداد یعنی یگانگی اساسی اتفاق افتادن، این که "اتفاقی می‌افتد" با مفهوم "آنچه دارد اتفاق می‌افتد" تفاوت دارد (مالپاس، ۱۳۸۸: ۱۳۸-۱۳۷).

رخدادی که در نظر لیوتار، هنرمند باید به دنبال آن باشد ترکیب‌هایی است که رخداد را محقق می‌سازد. «موضوع هنر دیگر در انحصار مدل‌ها نیست، بلکه می‌کوشد این واقعیت را عرضه کند که امر نمایش‌ناپذیر وجود دارد؛ هنر دیگر از طبیعت تقلید نمی‌کند، بلکه از نظر برک^۲ عبارت از واقعیت بخشیدن به پیکره‌ای است که بالقوه در زبان حضور دارد» (Lyotard, 1991: 81). چنانکه دووینو^۳ نیز معتقد است که رابطه نزدیک اثر هنری و یک رویداد [رخداد]، نتایج مهم دیگری هم دارد، زیرا "رویداد" [رخداد] به معنی چیزی است که واقعی و غیر منتظره، ناگهانی و غیر عادی و غیر قابل پیش‌بینی باشد (دووینو، ۱۳۹۲: ۱۶۵-۱۶۴). اثر هنری پسامدرن اثری نیست که بر طبق قواعد یک ژانر گفتمان از پیش مقرر شکل بگیرد. به عکس، این اثر در تلاش برای نمایش دادن این که چیزی نمایش‌ناپذیر وجود دارد، به جستجوی شیوه‌های جدید بیان قواعد جدید برای نمایشگری برمی‌آید. «اثر هنری پسامدرن همچون رخدادی ظاهر می‌شود که آنچه تا کنون قواعد نمایشگری هنری تلقی شده را بر هم می‌زند و به چالش می‌کشد و در نتیجه این توانایی را دارد که ژانرهای گفتمان جدید و افق‌های جدیدی برای دانش و سیاست ایجاد کند» (مالپاس، ۱۳۸۸: ۱۲۳). در همین راستا «شیوه‌های سنتی تشخیص صدق قاصرند از درک چنین رخدادهایی و فقط می‌توانند آنها را همچون خطا در نظر بگیرند. این از آن روست که به پیروی از رنه دکارت^۴ در پی

1. Bill Readings
2. Edmund Burke
3. Jean Duvignaud
4. René Descartes

شناسایی واضح و متمایز چیزها هستند، در حالی که رخدادها مواجهاتی مبهم و تکان دهنده هستند با احساسات و ماده» (ویلیامز، ۱۳۹۷: ۱۵۶). در چنین شرایطی «وظیفه نقادی این است که بر شگفتی‌های رخداد گواهی دهد و از تبیین رخدادها با استفاده از شیوه‌های مستقر دانش خودداری کند» (مالپاس، ۱۳۸۸: ۱۶۱). «رخداد با لحظه حال یا اکنون^۱ مرتبط است و به عبارتی رخداد بودن رخداد، غرابت و منحصر به فرد بودن ریشه‌ای اتفاق است. روی دادن یا رخ می‌دهد^۲ متمایز از چیزی که رخ می‌دهد یا اتفاق می‌افتد^۳ است. رخداد ما را بدون معیار وامی‌نهد و نیازمند حکم نامتعیین است» (Readings, 2006: 117). از نظر لیوتار، در بررسی رخداد، ابتدا نباید به چستی و معنای آن توجه کرد، زیرا رویداد [رخداد] به قلمرو حس یا واقعیت تعلق ندارد، بلکه باید به آنچه اتفاق افتاده توجه کرد و به عبارتی آنچه اتفاق می‌افتد از اینکه چه چیزی اتفاق افتاده پیشی می‌گیرد، رخداد به عنوان علامت سوالی قبل از رویداد [رخداد] یا اتفاق^۴ به عنوان یک پرسش قرار می‌گیرد (Lyotard, 1991: 90). به عبارتی نمی‌توان از شناخت امور پیشینی رخداد سخن گفت، بدین دلیل که امری نامتعیین است. رخداد همچون پادزهری علیه کلیت‌سازی عمل می‌کند و عبارت است از «تجربه فوریتی^۵ که همیشه گشوده و نامتعیین است» (Grant & Newall, 2008: 180).

بنابر آنچه ذکر شد می‌توان مشخصه‌های رخداد از منظر لیوتار را به طور کلی بدین صورت برشمرد:

- ماهیت رخداد غرابت و منحصر بفرد بودن آن است.
- رخداد رها از امور پیشین و مرسوم است، به عبارت دیگر رخداد هیچ چیز را از پیش نمی‌پذیرد.
- رخداد نامتعیین است و در هیچ چارچوبی نمی‌گنجد.
- رخداد فرضیات ذهن درباره زمان را خنثی می‌سازد و بر لحظه گواهی می‌دهد.
- رخداد سعی می‌کند تا این حقیقت را نشان دهد که چیزی غیر قابل بازنمایی و نمایش وجود دارد.

بنابراین نتیجه تلفیق امر پسامدرن و مفهوم رخداد نزد لیوتار را می‌توان چنین بازنویسی کرد که در نظر او اثر هنری پسامدرن اثری نیست که بر طبق قواعد یک ژانر

1. Now

2. It happens

3. What is happening

4. Happening

5. Experience of the Immediate

گفتمان از پیش مقرر شکل بگیرد. به عکس، این اثر، در تلاش برای نمایش دادن این که چیزی نمایش ناپذیر وجود دارد، به جستجوی شیوه‌های جدید بیان قواعد جدید برای نمایشگری بر می‌آید. شیوه‌هایی برخوردار از رخداد. اثر هنری پسامدرن همچون رخدادی ظاهر می‌شود که آنچه تاکنون قواعد نمایشگری هنری تلقی شده را بر هم می‌زند و به چالش می‌کشد و در نتیجه این توانایی را دارد که ژانرهای گفتمان جدید و افق‌های جدیدی برای مقولات مطرح در هنر ایجاد کند.

روش پژوهش

در این مقاله ابتدا با توصیفی از تعاریف تثبیت شده در حوزه پسامدرنیسم به تحقیق در گزاره‌ها و نظریه‌های حاکم بر آراء لیوتار به ویژه در باب هنر پرداخته شده است. سپس مفاهیم بنیادین فیلم و سینما در ارتباط با مسئله تحقیق با گزاره‌های کلی مورد تحلیل قرار گرفته و سرانجام گزاره‌های فلسفی در دو نمونه موردی مورد تحلیل و نتیجه‌گیری قرار گرفته‌اند. با توجه به مطالب فوق، این تحقیق از دیدگاه هدف از نوع بنیادی بوده و از نظر ماهیت به شیوه توصیفی - تحلیلی انجام شده است. اطلاعات آن به روش کتابخانه‌ای و مشاهده فیلم جمع‌آوری و به شیوه کیفی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است.

تحلیل و بررسی

فیلم «کلوزآپ»

کلوزآپ یا نمای نزدیک (۱۳۶۸) فیلمی ۹۰ دقیقه‌ای و از مهم‌ترین آثار عباس کیارستمی به شمار می‌رود. این اثر براساس رویدادی واقعی ساخته شده است. داستان فیلم را می‌توان چنین خلاصه کرد: فردی به نام «حسین سبزیان» خود را به مادر خانواده آهن‌خواه به عنوان محسن مخملباف، کارگردان بزرگ سینمای ایران، معرفی کرده و به بهانه ساختن فیلم به منزل آنها می‌رود. در روز اول، سبزیان از پسر خانواده می‌خواهد در فیلمی که قصد دارد بسازد، نقشی به عهده بگیرد و از خانه نیز عنوان لوکیشن استفاده کند. روز بعد تمرین صحنه‌ها آغاز می‌شود؛ اما پدر خانواده از طریق دوستانش هویت واقعی سبزیان را بر ملا می‌کند. یک خبرنگار به همراه دو مامور وارد ماجرا می‌شوند و برای دستگیری مرد کلاهبردار و تهیه خبر به خانه مذکور می‌روند. سبزیان دستگیر و خبر منتشر می‌شود. عباس کیارستمی با اطلاع از موضوع در دیدار با خانواده آهن‌خواه آنها را راضی به ساخت فیلمی درباره این ماجرا می‌کند. در دادگاه کیارستمی به همراه گروهش از روند آن فیلمبرداری می‌کنند. سبزیان و خانواده آهن‌خواه هر کدام موضوع

را روایت می‌کنند که بخشی از آن به صورت فلش‌بک دیده می‌شود، سبزیان در دادگاه گناهکار تشخیص داده می‌شود، اما او با رضایت شاکی آزاد می‌شود. مخملباف حقیقی مقابل در زندان از او استقبال می‌کند و هر دو راهی خانه خانواده آهن‌خواه می‌شوند.

تحلیل فیلم

یکی از دلایلی که فیلم کلوزآپ را می‌توان به عنوان فیلمی پسامدرنیستی قلمداد کرد، رفت و برگشت روایی میان واقعیت جاری و واقعیت فیلمیک است. تلاش برای یافتن این نکته که خبرنگار در حال بازی کردن نقش است یا خود حقیقی‌اش را ابراز می‌کند؟ خبرنگاری که به دنبال خبری است که آشوب در سینما به پا می‌کند. کدام سینما و چه آشوبی؟ حسین سبزیان کیست؟ کسی که در دادگاه در حال دفاع از خود است، کارگر اخراجی است یا همچنان در تلاش است نقش مخملباف را بازی کند؟ تلاش مخاطب برای رسیدن به پاسخ این سوالات بی‌فایده و این مسیر نامتعیین یکی از مشخصه‌های آثار پسامدرنیستی است. از سویی دیگر، استفاده از فرم مستند، شنیده شدن صدای خارج از قاب کارگردان و گفت‌وگوهای مستقیم سبزیان با دوربین در دادگاه در میان پاسخ به سوالات قاضی، اشاراتی مستقیم و آگاهی بخش به مخاطب مبنی بر فیلم بودگی است و باعث می‌شود اثر در زمره آثار فرافilm قرار گیرد. فیلم قصه‌گو آغاز می‌شود و تا تیتراژ به قاعده مرسوم پیش می‌رود؛ اما پس از تیتراژ شکل دیگر روایی‌اش در فرمی واقعگرایانه و مستند بروز پیدا می‌کند. این رخدادی است که آنچه گفته شده را نادیده می‌گیرد و به جستجوی تازه می‌پردازد. در همان لحظات اولیه، مخاطب با نشانه‌هایی به جز آنچه دیده روبرو می‌شود؛ مانند حرکت دسته‌جمعی سربازان برای مقابل دوربین قرار گرفتن در صحنه‌ای که گفت‌وگویی از بیرون کادر با یک سرباز در پیش‌زمینه تصویر در حال انجام است، سربازانی که گویا می‌خواهند دیده شوند یا مورد پرسش قرار بگیرند. این رخدادی درونی و خلاف جریان قصه‌گویی مرسوم است که فیلم از ابتدا تا قبل از شروع تیتراژ در پیش گرفته بود.

از سرباز مقابل دوربین درباره متهم بازداشتی سوالاتی پرسیده می‌شود، اما «کیارستمی صحنه بازسازی شده دستگیری سبزیان را با زیرکی در نقطه‌ای دیگر از فیلم خود گنجانده و با چنین تمهیدی به نوعی در روایت کلاسیک ماجرا دخل و تصرف می‌کند. این اتفاق، داستان‌سرایی خطی و سنتی را به چالش کشیده و با ایجاد ترکیبی از تصاویر واقعی و غیرواقعی، برای مخاطب بستری از عدم قطعیت می‌سازد» (Onala, 2001: 36). ترکیب

میان تصاویر واقعی و غیرواقعی به میانجی رخدادهای گوناگون و متوالی متجلی شود، گویی از چیزی که از قبل گفته شده در آنی مضمحل می‌شود.

در سکانس پایانی فیلم کلوزآپ، مخملباف همراه با سبزیان با گلدانی در دست سوار بر موتور به سمت منزل خانواده آهن‌خواه می‌روند. در طول این سکانس، کارگردان و گروهش به تعقیب موتورسیکلت می‌پردازند. به مخملباف حقیقی، میکروفونی وصل شده تا صدای آن‌دو ضبط شود. مخاطب متوجه صحبت کیارستمی و عواملش پیرامون قطعی صدا در برخی از لحظه‌های گفت‌وگوی مخملباف و سبزیان می‌شود. وقفه‌های صوتی پایانی فیلم و به دنبال آن صدای موسیقی که هرگز در فیلم وجود نداشت، (موسیقی در حال مدد به کارگردان برای اثبات وجود مشکل فنی است) و بازگشت دوباره صدا که تلاشی برای استفاده از روش‌های سینمایی برای جا انداختن موقعیت وقفه صوتی ناخواسته است، درحالی‌که قابل تکرار بودن ضبط این صحنه از بدیهیات فیلمسازی است و اصرار کارگردان برای همان یک برداشت ضبط شده، ناظر بر این هدف است که او می‌خواهد حوادث واقعی جلوه کنند. یک رخداد صوتی برای اضمحلال جریان حاکم نه تنها بر فیلم بلکه بر ذهنیت و شناخت مخاطب از پدیده‌ای به نام سینما، گویی دیالوگ خبرنگار در ابتدای فیلم که بناست با این خبر آشوبی در سینما به پا شود، آشوبی است در فرم تازه که در ذهن سینمایی مخاطب برپا می‌شود. روزن‌بام نیز اعتقاد دارد که نوع صدابرداری این صحنه باعث شده است تا در روایت داستانی گفت‌وگوهای آن دو اختلال ایجاد شده و به نوعی داستان در این فیلم شکست بخورد. این صحنه می‌تواند یک دعوت‌نامه نیز برای مخاطبان باشد تا همیشه انتظار یک نقطه اوج را در روایت داستانی نداشته باشند (Rosenbaum, 2003: 17)؛ به عبارت دیگر، نظر روزن‌بام مبنی بر انتظار برآورده نشده مخاطب، حاکی از وجود جریان اضمحلال است. قطعی صدا در بین گفت‌وگوی مخملباف و سبزیان، تداعی کننده اضمحلال ژانر مستقر از طریق پدیده‌ای رها از امور پیشین و مرسوم و منطبق با رخداد لیوتاری است.

چنانکه گفتیم عدول از فرم‌های متعارف امکان‌های بازتابنده‌ای ایجاد می‌کند که به موجب آنها مولف می‌تواند از این طریق رخدادی را ظاهر کند. بدینگونه، کیارستمی در این فیلم بارها روایت‌گری قاعده‌مند و سنتی را به چالش می‌کشد و با ترکیب تصاویر واقعی و غیرواقعی، برای مخاطب بستری از رخدادهای می‌سازد. او به حرکات، نماها و رویدادهایی اجازه شکل‌گیری می‌دهد که از روایت ساختارمند می‌گریزند. کیارستمی با تغییر مداوم قواعد روایت‌پردازی قراردادی و آشنای سینما به وسیله ایجاد وقفه در صدا و

تصویر، رخدادهای متوالی می‌آفرینند. با تکیه بر تعاریف رخداد مانند نامتعیین بودن، رها از امور مرسوم و تکیه بر نمایش امر نمایش ناپذیر، مصادیق زیر قابل اعتناست:

۱. فیلم به سبک فیلم‌های واقع‌گرا آغاز می‌شود اما بعد از پایان تیتراژ آغازین با ظهور کارگردان و شنیدن صدایش در حال مصاحبه، تمامی تصورات مخاطب بهم می‌خورد و یکباره احساس می‌کند با فیلم مستندی روبه‌رو شده است.

۲. وسایل فیلمبرداری بارها در طول فیلم دیده می‌شود؛ مثلاً میکروفن و بوم صدابرداری که در نماهای مصاحبه‌ای بارها وارد تصویر می‌شود. ضمن آنکه در سکانس پایانی مشخص از صدابردار و کارگردان به میکروفن خراب مخملباف اشاره می‌کنند.

۳. کیارستمی در ابتدای سکانس دادگاه، جایگاه دوربین و چگونگی قاب‌بندی و لنزهای مورد استفاده‌اش را برای سبزیان شرح می‌دهد.

۴. در سکانس محاکمه در دادگاه، کارگردان در پرسش و پاسخ قاضی و متهم دخالت کرده و از متهم می‌خواهد پاسخ دقیق‌تری به سوالات بدهد؛ یعنی در لحظه‌ای که مخاطب واقعی بودن صحنه دادگاه را باور کرده است، دچار این شبهه می‌شود که شاید این صحنه توسط کیارستمی، کارگردانی شده است. سبزیان در حال بازی کردن است اما بازی را انکار می‌کند و خود خودش را معرفی می‌کند و اینجا نمایش امر نمایش ناپذیر آغاز شده و درجا خاتمه می‌یابد.

تمامی این موارد خلاف عادت را می‌توان از یک منظر نزدیک به رخداد در تعریف لیوتار دانست. در واقع مولف در طول نمایش فیلم، مخاطب را دعوت به پذیرش قواعد مکرری کرده و با تغییر ناگهانی این قواعد از فرم‌های آشنا نزد مخاطب عدول کرده است.

فیلم «زیر درختان زیتون»

فیلم «زیر درختان زیتون» محصول ۱۳۷۳، اثر عباس کیارستمی، نگاهی داستانی در فرمی مستند به وقایع پشت‌صحنه فیلم «زندگی و دیگر هیچ» دیگر ساخته او است که در هیچ جای فیلم به آن اشاره نمی‌شود. فیلم در مدت زمان ۱۰۳ دقیقه به فعالیت یک گروه فیلمسازی در روستای کوکر از استان گیلان چند روز بعد از زلزله رودبار و منجیل می‌پردازد. در آغاز فردی رو به دوربین خود را «محمدعلی کشاورز» و کارگردان یک فیلم معرفی می‌کند. او به همراه منشی صحنه، در حال انتخاب بازیگر دختر جوان از میان دانش‌آموزان مدرسه است. فیلمبرداری آغاز می‌شود و بازیگران منتخب از عهده اجرای نقششان به دلایل متعدد بر نمی‌آیند. از جمله اینکه بین بازیگر زن و مرد اصلی فیلم که از

اهالی روستا هستند، رابطه دیگری نیز وجود دارد. بازیگر نقش مرد، «حسین» موضوعی را برای کارگردان تعریف می‌کند. در روز بعد و در حالیکه کارگردان در صحنه فیلم منتظر است که بازیگران دیالوگ‌هایشان را ادا کنند، حسین بازیگر مرد در تلاش است تا «طاهره» بازیگر زن را مجاب به ازدواج کند. تلاشی بی‌ثمر که با تکرار و خستگی گروه فیلمبرداری بی‌نتیجه می‌ماند و در صحنه پایانی حسین به دنبال طاهره که به خانه‌اش می‌رود، طاهره در میان درختان زیتون ناپدید می‌شود، اما حسین دوان‌دوان مسیر رفته را باز می‌گردد.

تحلیل فیلم

فیلم با گفت‌وگوی کارگردان با دوربین آغاز می‌شود و در ادامه دوربین سیال در میان دختران دبیرستانی است. گویی دوربین وجود ندارد و نمای نقطه نظر کارگردان است که دیده می‌شود؛ اما در گفت‌وگویی میان دختری دبیرستانی و کارگردان و به میانجی رخدادی در گفت‌وگو، وجود دوربین بار دیگر افشا می‌شود. اشاره به فیلم بودن فیلمی که مخاطب با آن روبه‌رو است، پایه اصلی روایت را تشکیل می‌دهد. فیلم از همان لحظات ابتدایی معرفی شخصیت کارگردان که در حال انتخاب بازیگر است تا آخرین نمای فیلم در یک رفت و آمد میان صحنه‌های واقعی و صحنه‌های فیلم در حال ساخته شدن است؛ به عبارت دیگر ما در حال تماشای فیلمی درباره مصائب آقای کشاورز کارگردان هستیم که فیلمی درباره زندگی یک زوج تازه ازدواج کرده پس از زلزله می‌سازد و همزمان فیلم او را نیز می‌بینیم و به این ترتیب رخدادهایی لیوتاری مکرر در فضای بین جهان واقعی (جهان آقای کشاورز کارگردان) و جهان داستانی (جهان فیلم آقای کشاورز کارگردان) در پی هم می‌آیند و آنقدر این توالی تداوم دارد که آنچه سینمای رایج است، فراسینما می‌شود.

به نظر می‌رسد کارگردان پس از برخورد با حسین عاشق پیشه، داستان اصلی خودش را کنار گذاشته و داستان حسین و عشقش به طاهره را پیگیری می‌کند. هر چند نشانه‌ای مستقیم دال بر این تصمیم دیده نمی‌شود، اما اینکه کارگردان درون فیلم، فیلمنامه جهان داستانی را به نفع احساسات جهان واقعی (که البته جهان نمایشی است) کنار گذاشته و در نتیجه بدون تغییر فرمی ذهن مخاطب را به سوی داستانی جدید هدایت کند، خارج از قواعد شناخته شده و مرسوم و رها از مقدمات روایی فیلم است، گویی بازی رخدادهای توانمند در جریان است و یکی به دیگری بدل می‌شود.

آن هنگام که حسین در ماشین در حال حرکت برای کارگردان سرگذشت خویش را روایت می‌کند و نماهای ذهنی راوی به مخاطب نشان داده می‌شود تا اینکه ناگهان در مقابل دوربین گروه فیلمبرداری در روند ساخت فیلم ناخواسته اختلال ایجاد می‌کند،

هم نحوه آشنایی او با گروه فیلمسازی افشا می‌شود و هم با صدای کات و به واسطه رخداد، مخاطب دوباره از جهان واقعی به جهان تری پرتاب می‌شود. در صحنه‌ای دیگر گفت‌وگوی کارگردان با فرهاد، بازیگر دیگر فیلم، در دامن طبیعت و روایتی که کارگردان از خلق و خوی اهالی روستا بیان می‌کند به ظاهر ساده اما به واسطه یک تکنیک صوتی، رخدادی تازه را به نمایش در می‌آورد. امرنمایش ناپذیر که همانا «عدم انعکاس صدا در کوهستان» است و محال به نظر می‌رسد به یاری تمهیدی صوتی به نمایش گذاشته می‌شود. صدای سلام و خداحافظی انعکاس دارد، اما آزمایش کلمات دیگر منجر به انعکاس و پاسخ ضمنی نمی‌شود. اگر این عدم دریافت پاسخ را قرینه عدم پاسخ طاهره به حسین در صحنه فیلم در حال ساخت دانسته و به آن پیوند بزنیم، آنگاه رخدادی در تثبیت و تخریب ژانر مستقر توان قابل شناسایی است.

در فصل پایانی فیلم، جایی که دختر از میان درختان در حال عبور است و پسر به دنبال او به سرعت می‌رود، گفت‌وگویی میانشان شکل می‌گیرد که مخاطب آن را نمی‌شنود، برعکس تمام گفت‌وگوهایی که در طول فیلم این دو با یکدیگر دارند و مخاطب از آنها مطلع می‌شود. این امر شامل دو دسته گفت‌وگویی می‌شود که به ظاهر دو جنس متفاوت دارند، یکی آن دسته گفت‌وگوهایی مرتبط با ایفای نقش در فیلمی به کارگردانی محمدعلی کشاورز و دسته دوم گفت‌وگوهایی که بیرون از فیلم در حال ساخت و متعلق به جهان واقعی است. (هرچند می‌دانیم که این دسته دوم هم متعلق به جهان نمایشی است). این گفت‌وگوها غالباً در نماهای نزدیک و متوسط نشان داده می‌شوند و محتوای آن بر مخاطب آشکار است، اما این روش مرسوم فیلم در صحنه پایانی تبدیل به نمایی خیلی دور و بدون صدای گفت‌وگوها می‌شود. در این پایان‌بندی تمامی حوادثی که تا آنجا آشکارا در نماهای متوسط و نزدیک روایت شده بود، ناگهان به یک نمای خیلی دور تبدیل شد، اتفاقی عامدانه از سوی مولف تا آنچه تاکنون مخاطب با آن خو گرفته است را به بازی بگیرد، بازی رها از امر مرسوم و تاکید بر امر غیر قابل بازنمایی و نمایش که در اینجا سرانجام عشق و تمنای پسر از دختر بازمانده از یک زلزله است. بهتر است تاکید شود ازدواجی که در جهان فیلم در حال ساخت پنج روز از آن گذشته است، اینجا به هیچ انگاشته شده، بازیگران در شکل شخصیت‌های واقعی به هم می‌رسند، اما نه در یک نمای نزدیک مانند جهان نمایشی بلکه در یک نمای خیلی دور و در شکل رخدادی نامنتظر.

بحث و نتیجه‌گیری

از نظر لیوتار هنر پسامدرن به جستجوی اشکال و فرم‌های جدید می‌پردازد تا نشان دهد که چیزهایی نامرئی وجود دارند که قابل نشان دادن نیستند. آثار هنری پسامدرن ضمن اشاره به محدودیت‌های ادراک حسی به بیننده یا مخاطب تکانه یا شوکی وارد می‌کنند و او را به وجود این محدودیت‌ها حساس‌تر می‌نمایند؛ زیرا این آثار قوانین و قراردادهای مرسوم نهادها را در هم می‌شکنند. به همین دلیل این دسته از آثار هنرمندان پسامدرن شکل رخداد را به خود می‌گیرند و آنها را نمی‌توان به کمک قوانینی از پیش مستقر داوری و نقادی نمود؛ بنابراین در نقادی هنر پسامدرن، آنچه مهم می‌نماید این است که در انتظار امری غیره منتظره باشیم. مفهوم رخداد نزد لیوتار با ویژگی‌هایی مانند غرابت و منحصر بفرد بودن، رها از امور پیشین و مرسوم، نامتعین، در فیلم خودبازتابنده یا فراسینمایی موجب ارائه گواهی بر وجود امر نمایش‌ناپذیر می‌گردد. در واقع در خصوص پرسش اصلی این پژوهش که چگونه رخدادها در آثار فراسینما موجب نمایش «امر نمایش‌ناپذیر» می‌شوند می‌توان چنین گفت که رها بودن از امور پیشین و مرسوم در انگاره رخداد در فیلم‌ها موجب تغییر بیان سینمایی است و در فرافilm‌ها به واسطه اینکه فیلم در حال اشاره به خویش است و خویش چیزی جز فیلم نیست، از این رو، رخداد علاوه بر تغییر بیان سینمایی موجب تغییر اشاره به خود نیز می‌شود و این دو تغییر توأمان است که تبدیل به نمایش امر جدید نادیدنی خواهد شد. به عنوان نمونه کیارستمی در فیلم‌هایی مانند کلوزآپ و زیر درختان زیتون با تمهیدات مختلف و شگردهای نوآورانه‌اش بارها فرم متعارف داستان و به‌طور کلی روایت‌گری کلاسیک و سنتی را به چالش می‌کشد. او از طریق ایجاد خلل‌ها و وقفه‌های فنی در صدا و تصویر یا تغییر ناگهانی در شیوه روایت فیلم در واقعیت و داستان فیلم‌هایش دخل و تصرف کرده و جلوه‌ای نوین به نحوه ارائه واقعیت می‌بخشد و مخاطب را به آن میزان که انتظار ندارد، غافلگیر می‌کند و بدینگونه خبر از امرنمایش‌ناپذیر می‌دهد و موجب لذت هنری می‌شود که همان ویژگی‌هایی است که در رخداد از منظر لیوتار وجود دارد. در پایان اما روایت مالپاس مکمل بحث خواهد شد که معتقد است هدف اصلی نوشته‌های لیوتار این است که با این برآشوبندگی‌ها، به آرای گوناگون و شیوه‌های جدید تفکر، نوشتن و عمل در جهان امکان ظهور دهند. هنر و ادبیات، با نمایش دادن این که چیزی نمایش‌ناپذیر وجود دارد، می‌توانند شیوه‌های مستقر نوشتار یا به نمایش درآوردن جهان را دگرگون کنند.

منابع و مأخذ

- آزادارمکی، تقی و کمال خالقیپناه (۱۳۹۰). «سینما درباره سینما: متاسینما در سینمای ایران پس از انقلاب اسلامی و مجادله بر سر خود سینما». فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات. شماره ۷: ۹۵-۷۱.
- احمدی و بختیاران (۱۴۰۱). «رابطه هنر و سیاست از دیدگاه ژان فرانسوا لیوتار». فلسفه تحلیلی. شماره ۱۹: ۵-۳۰.
- پاینده، حسین (۱۳۸۶). پسامدرن و فیلم: نگاهی به ساختار و صناعات فیلم میکس، چاپ اول. تهران: هرمس.
- پاینده، حسین (۱۳۹۴). گفتمان نقد، مقالاتی در نقد ادبی. چاپ سوم. تهران: انتشارات نیلوفر.
- توانای منافی، کیوان (۱۳۹۱). «بررسی امکان‌های بازتابندگی هنری به منظور بازنمایی اخلاقی دیگری فرودست؛ مطالعه موردی "کلوزآپ - نمای نزدیک" عباس کیارستمی». فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات. شماره ۸: ۲۲۳-۱۹۹.
- دوونو، ژان (۱۳۹۲). جامعه‌شناسی هنر. ترجمه مهدی سبحانی. چاپ ششم. تهران: نشر مرکز.
- ربانی، تورج (۱۳۹۴). مطالعه مقوله فراسینما در سینمای ایران. پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته سینما، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه تربیت مدرس.
- رشوند، سمیه (۱۳۹۰). بررسی اندیشه‌های ژان فرانسوا لیوتار در حوزه هنرهای تجسمی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته فلسفه هنر. دانشکده هنرهای کاربردی، دانشگاه هنر.
- صادقی‌پور، محمدصادق (۱۳۹۸). «فلسفه فیلم از دیدگاه ژان فرانسوا لیوتار»، مطالعات میان‌رشته‌ای ارتباطات و رسانه، شماره ۲: ۱۴۰-۱۱۵.
- کالینیکوس، آکس (۱۳۸۲). نقد پست‌مدرنیسم. ترجمه اعظم فرهادی. چاپ اول، مشهد: نشر نیکا.
- لاوسن، هیلاری (۱۳۸۶). خوداندیشی پسامدرن. ترجمه سینا رویایی. چاپ اول. تهران: نشر مروارید.
- لیوتار، ژان فرانسوا (۱۳۸۴). تعریف پسامدرن برای بچه‌ها (مکاتبات حد فاصل سال‌های ۱۹۸۲-۱۹۸۵). ترجمه آذین حسین‌زاده. چاپ اول. تهران: نشر ثالث.
- عزیزیان‌گیلان، حامد (۱۳۹۲). «درس‌های فیلسوف هنرمند: دوشان، بورن، نیومن و فرانسیس به روایت لیوتار». کیمیای هنر. شماره ۲: ۷۸-۶۳.
- مالپاس، سایمون (۱۳۸۸). پسامدرن. ترجمه بهرام بهین. چاپ اول. تهران: نشر ققنوس.
- مالپاس، سایمون ۲ (۱۳۸۸). ژان فرانسوا لیوتار. ترجمه بهرنگ پورحسینی. چاپ اول. تهران: نشر مرکز.
- نصیری‌هانیس، جلال؛ نادر شایگان‌فر و احمد الستی (۱۳۹۹). «فرافیلیم و نسبت خود و دیگری در سینمای عباس کیارستمی». فصلنامه علمی مطالعات فرهنگ - ارتباطات. شماره ۲۱: ۲۵۴-۲۲۷.
- نوذری، حسینعلی (۱۳۸۵). صورت‌بندی مدرنیته و پست‌مدرنیته. چاپ دوم. تهران: انتشارات نقش جهان.

ویلیامز، جیمز (۱۳۹۷). فهم پساساختارگرایی، ترجمه محمدجواد سیدی. چاپ اول. تهران: نشر نیماژ.

هاشمی، محسن و مریم فیروزی (۱۳۹۶). «خودبازتابی و کارکردهای آن در سینما»، نامه هنرهای نمایشی و موسیقی. شماره ۱۴: ۸۷-۱۰۲.

هیوارد، سوزان (۱۳۹۱). مفاهیم کلیدی در مطالعات سینمایی. ترجمه فتاح محمدی. چاپ چهارم. زنجان: نشر هزاره سوم.

El Ghazouani, Anas. (2012). How Meta-Films Can Serve Cinema. Balking Institute of Technology School of Planning and Media Design Department of Culture and Communication.

Holland, Norman. (1962). "Film, Metafilm, and Un-Film." The Hudson Review, Vol. 15, no. 3, New York: Hudson Review.Inc.

Lash, Scott. (2014). Sociology of postmodernism. Routledge.

Lytotard, Jean-Francois. (1989). "Judiciosness in Dispute, Or Kant after Marx." Oxford & Cambridge: UK & USA. Blackwell.

Lytotard, Jean-Francois. (1991). The Inhuman: Reflections on Time. London: Polity Press.

Onala, H. (2011). Tracing the Truth within the Blurring Borders of Fiction and Documentar. Jordan: Yasar University press.

Grant, p., Newall, D. (2008). Art History: The Basics. London:UK, New York: USA.Routledge.

Readings, Bill. (2006). Introducing Lyotard: Art and Politics. London: UK, New York: USA. Routledge.

Rosenbaum, J. (2003). The cinema of Abbas Kiarostami. Chicago: UI press.

Rothwell, Kenneth S. (1987). "Representing King Lear on Screen: from Metatheatre to Meta-cinema." Cambridge University Press.

Stam, R., Burgoyne, R., Flitterman-Lewis, S. (2005). New Vocabularies in Film Semiotics: Structuralism, Post-Structuralism and Beyond. Oxfordshire: Routledge

Tobisch, J. (2003). Film within Film - Self Reflexivity in European Auteur Cinema. Munich: GRIN Verlag.

Website:

Retrieved from Merriam Webster. (nd). <https://www.merriam-webster.com>.

Representation of “Honorable Jealousy” in Iranian cinema of the 1390

Seyedeh Samaneh Razavi, Master of Family Law, Sisters Campus of Imam Sadiq University (AS) (Corresponding Author) Email: razavi.s124@gmail.com

Mohsen Johari, Ph.D. student of culture and communication, researcher of the Rushd center of Imam Sadiq University (AS). Email: Mohsen.johar313@gmail.com

Abstract

Honorable zeal is one of the social-cultural components of different societies, including Iranian society. In recent decades, with the expansion of feminist ideas, this issue has been critically analyzed, and its overflow can be seen in the art of cinema. The present research has been carried out with the aim of investigating the representation of honorable zeal in the Iranian cinema of the 1390s, using Fairclough's discourse analysis method. This method includes three stages of description, interpretation and explanation, during which the formal features of the text are examined in the description stage, the interdiscourses in the interpretation stage, and the influence of macro-social structures in the explanation stage. For this purpose, 3 films “Daughter's House”, “Father's House” and “Parvaneh's Swimming” were selected and analyzed from the series of films released in the 1390s with a purposeful sampling method. The results indicate that in the light of the effects of the process of globalization on Iranian cinema, the development of feminist literature, the cultural policies of international film festivals, the development of the urban middle class in Iran and the cultural policies of the government of moderation, the issue of honor zeal in the cinema of Iran in the 1390s has been represented as an irrational phenomenon with absolutely harmful consequences and The creator of the authoritarian relationship between men and women.

Keywords

Zeal, honor, women, cinema, representation, discourse analysis.

بازنمایی «غیرت ناموسی» در سینمای دهه ۱۳۹۰ ایران

سیده سمانه رضوی^۱، محسن جوهری^۲

چکیده

غیرت ناموسی یکی از مؤلفه‌های فرهنگی - اجتماعی جوامع مختلف، از جمله جامعه ایرانی است. این موضوع در دهه‌های اخیر و با بسط اندیشه‌های فمینیستی، بیش از پیش به صورت انتقادی تحلیل شده که سرریز آن در هنر سینما قابل مشاهده است. پژوهش پیش رو با هدف بررسی بازنمایی غیرت ناموسی در سینمای دهه ۱۳۹۰ ایران، با روش تحلیل گفتمان فرکلاف انجام شده است. این روش شامل سه مرحله توصیف، تفسیر و تبیین است که طی آن در مرحله توصیف، ویژگی‌های صوری متن، در مرحله تفسیر بیناگفتامانیت‌ها و در مرحله تبیین، تأثیر ساختارهای کلان اجتماعی بررسی می‌شود. بدین منظور ۳ فیلم خانه دختر، خانه پدری و شنای پروانه از مجموعه فیلم‌های اکران شده در دهه ۱۳۹۰ با شیوه نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شده و مورد تحلیل قرار گرفتند. نتایج حاکی از آن است که در پرتوی تأثیرات فرایند جهانی شدن بر سینمای ایران، بسط ادبیات فمینیستی، سیاست‌های فرهنگی جشنواره‌های سینمایی بین‌المللی، توسعه طبقه متوسط شهری در ایران و سیاست‌های فرهنگی دولت اعتدال، موضوع غیرت ناموسی در سینمای دهه ۱۳۹۰ ایران به مثابه پدیده‌ای غیر عقلانی با تبعات مطلقاً زیان‌بار و برساننده رابطه اقتدارگرایانه مرد نسبت به زن، بازنمایی شده است.

واژگان کلیدی

غیرت، ناموس، زنان، سینما، بازنمایی، تحلیل گفتمان.

مقدمه

غیرت ناموسی یکی از مؤلفه‌های فرهنگی - اجتماعی جوامع مختلف بشری، از جمله جامعه ایرانی، است که از یک سو ریشه در طبیعت و فطرت انسانی دارد، از طرف دیگر به صورت تاریخی در بسیاری از فرهنگ‌ها و سنن اجتماعی به مثابه یک ارزش پایه‌ای شناخته می‌شود و از سوی دیگر واجد یک منشأ مستحکم الهیاتی و دینی است.

همان‌طور که اشاره شد، غیرت ناموسی در جامعه ایرانی یک ارزش محوری است و در همین راستا «هاله‌ای از اوصاف مطلوب و مثبت فردی و اجتماعی، غیرت ناموسی مرد ایرانی را احاطه کرده و مردان، با غیرتمندی خود، آن اوصاف و همبسته‌های آنها را در خود اثبات می‌کرده‌اند. همبسته‌هایی مثل مردانگی، شرف، عزت، آبرو و ناموس‌پرستی. صفت «بی غیرت» نیز به منزله یک استیگمای داغ اجتماعی - فرهنگی قدرتمند، در جهت تقویت چنین برداشتی عمل کرده است و مرد ایرانی بسیاری از کنش‌های غیرتمندانه را برای فرار از این استیگمای سنگین، بروز داده است» (شهابی و اعطاف، ۱۳۹۳: ۱۲۷).

پدیده غیرت ناموسی در دهه‌های اخیر متأثر از جریان جهانی‌سازی^۱ و تأثیرات آن بر هنر ایران و همچنین بسط و توسعه اندیشه فمینیسم^۲ در محافل نخبگانی جامعه ایرانی، بیش از پیش از یک منظر انتقادی^۳ مورد تحلیل و بررسی قرار گرفته است. یکی از مولفه‌های مهم جریان جهانی‌سازی در عرصه هنر، تأکید بر بازنمایی بی‌پروای مسائل جنسی است و طبعاً چنین هنری نمی‌تواند سر سازگاری با مقوله غیرت ناموسی داشته باشد. «هنر معاصر غرب، با همه امکانات و رسانه‌ای نوینش، بر آن است همواره بر ادعای خود نسبت به موضوعات چالش برانگیزی نظیر آزادی، محیط‌زیست، خطرات هسته‌ای و فمینیسم، بیگانگی انسان و ماشین و فجایع انسانی تأکید کند؛ اما بیش از هر چیز دو نکته اساسی در آثار آن به چشم می‌خورد. یکی سعی در تجاری کردن و عمومی کردن هنر و دیگری تأکید آشکار بر بازنمایی مسائل جنسی» (رضائی نبرد، ۱۳۹۱: ۱۷۶).

از سوی دیگر به نظر می‌رسد که رفتارهای متعصبانه، افراطی و توأم با خشونت عده‌ای، با عنوان غیرتمندی و تعصب ناموسی که قتل‌های ناموسی مصداق اتم آن به شمار می‌روند، زمینه مساعدی را جهت توسعه تحلیل‌های انتقادی در این حوزه فراهم کرده است. «در تحلیل علل وقوع قتل‌های ناموسی علل فرهنگی و اجتماعی متعددی دخالت دارند که مهم‌ترین آن‌ها با توجه به ساختار فرهنگی و اجتماعی، حاکمیت

1. Globalization

2. Feminism

3. Critical

مردسالاری و بزرگسالاری در خانواده، فقر شدید فرهنگی، تعصب شدید و بیجا به آیین‌های قومی و تبعیض بین زنان و مردان و وجود آیین‌های فرهنگی برای ازدواج اجباری ازجمله خون‌بس و ناف بریدن و اعتقاد غیرقابل‌انکار به این آیین‌ها حتی از سوی ذکور تحصیل کرده خانواده‌ها و طوایف می‌باشند» (بهرامی، ۱۳۹۵: ۱).

عرصه هنر^۱ و رسانه^۲ به صورت عام و هنر سینما^۳ به صورت خاص، به صورت طبیعی، بازتاب‌دهنده تغییرات فکری و فرهنگی و نشان‌دهنده تلاش‌هایی است که این راستا صورت می‌گیرد؛ بدین ترتیب در موضوع موردنظر این پژوهش نیز هنر سینما نشان‌دهنده دیدگاه‌های انتقادی نسبت به مفهوم غیرت ناموسی بوده و به خوبی نمایانگر تلاش‌هایی است که سعی می‌کند بازنمایی^۴ خاصی از این مقوله ارائه کند. به صورت خاص مسئله غیرت ناموسی به واسطه پیوند عمیقی که با فرهنگ عرفی و دینی جامعه ایرانی دارد در سینمای ایران به صورت مضاعف موردتوجه قرار گرفته و از زاویه‌های مختلفی به آن نگریسته شده است. ظرفیت بالای مسائل مرتبط با موضوع غیرت در تولید درام نیز باعث اقبال بیشتر سینماگران ایرانی به موضوعات مرتبط با این حوزه شده است. «سینما در بجهت یک گسیختگی غریب در تاریخ اجتماعی ایران وارد مملکت شد و الفبای این صنعت نیز از غرب آمد؛ ولی برخی عوامل زیبایی‌شناسی بومی و ملی در فرایند توسعه سینما بر آن تأثیرگذار بود... از همان ابتدای کار سینما، نهاد خانواده و مسائل ناموسی به مثابه پرحرمت‌ترین و مخفی‌ترین ارزش‌ها مورد یورش قرار گرفت... چون فرد آسان‌گیر عامی، اگرچه مشتاق نگاه‌های عاطفی بود، درعین حال حرمت نوامیس خود را سخت پاس می‌داشت و با قهرمان فیلم که در تعقیب متجاوز این حریم بود همدلی می‌کرد» (محبی و علی‌عسکری، ۱۳۷۹: ۲۲۳).

بدون شک سیاست‌گذاری^۵ در عرصه هنر و رسانه و نسبت آن با حوزه زنان و خانواده با محوریت موضوع غیرت ناموسی، در وهله نخست نیازمند آن است که شناخت دقیقی از وضعیت چالش‌های گفتمانی موجود در این حوزه وجود داشته باشد. همچنین باید تحلیل درستی از صورت‌بندی^۶ روابط قدرت^۷ که از سویی منشأ تولید گفتمان‌های مذکور قرار می‌گیرد و از سوی دیگر توسط گفتمان‌های موردنظر بازتولید

1. Art
2. Media
3. Cinema
4. Representation
5. Policy Making
6. Formation
7. Power

می‌شوند به دست آید. بر اساس آنچه گفته شده، پژوهش حاضر درصدد آن است تا از دریچه بررسی آثار سینمایی دهه ۱۳۹۰ سینمای ایران، به تحلیل و بررسی این موضوع پردازد که سینمای این دهه چگونه به بازنمایی مقوله غیرت ناموسی می‌پردازد. همان‌طور که اشاره شد بازنمایی غیرت ناموسی در سینمای ایران، از سویی بازتاب (برخی) گفتمان‌های موجود پیرامون این موضوع است و از سوی دیگر بازتولیدکننده گفتمان‌های مذکور در فضای اجتماعی به حساب می‌آید. به همین دلیل مقاله پیش‌رو درصدد آن است که تحلیل آثار سینمایی را پُلی به سوی فهم گفتمان‌های موجود در حوزه موضوع غیرت ناموسی در جامعه ایرانی قرار دهد. این پژوهش که با روش تحلیل گفتمان انجام شده کوشش می‌کند تا پس از نقب‌زدن از تحلیل فیلم به مثابه متن^۲ به گفتمان‌های اجتماعی، گفتمان‌های مذکور را نیز در بافت^۳ کلان اجتماعی تحلیل کند و از این منظر به دلالت‌های روابط قدرت در تولید گفتمان‌های موردنظر پردازد. بر اساس آنچه گفته شد سؤال اصلی این پژوهش عبارت است از:

- غیرت ناموسی چگونه در سینمای دهه ۱۳۹۰ ایران بازنمایی شده است؟
- همچنین سؤالات فرعی پژوهش حاضر عبارت‌اند از:
- آثار سینمایی دهه ۱۳۹۰ ایران در سطح متنی چگونه به بازنمایی غیرت ناموسی پرداخته‌اند؟
- چه گفتمان‌هایی بر آثار سینمایی دهه ۱۳۹۰ درباره موضوع غیرت ناموسی حاکم است؟
- گفتمان‌های حاکم بر آثار سینمایی دهه ۱۳۹۰ ایران تجلی و بازتولیدکننده چه نحوی از روابط قدرت حاکم بر جامعه هستند؟

پیشینه پژوهش

بررسی پیشینه پژوهش حاکی از آن است که پژوهش‌های اندکی با اتخاذ یک رهیافت اجتماعی به بررسی موضوع غیرت ناموسی پرداخته‌اند. در این بین نزدیک‌ترین پژوهش انجام شده نسبت به موضوع مقاله حاضر، پایان‌نامه دهقانی محمودآبادی (۱۳۹۹) است. او در پایان‌نامه خود با عنوان «بررسی آسیب‌شناختی بازنمایی غیرت مردانه در شبکه‌های اجتماعی»^۴ با استفاده از روش‌های تحلیل محتوای کیفی^۵ و تحلیل مضمون^۶ به بررسی موضوع غیرت ناموسی در شبکه‌های اجتماعی^۷ پرداخته است.

1. Discourse analysis

2. Text

3. Context

4. Social Networks

5. Qualitative Content Analysis

6. Thematic Analysis

7. Social Networks

همان‌طور که از عنوان این اثر معلوم است، پژوهشگر این پایان‌نامه بر روی موضوع شبکه‌های اجتماعی متمرکز بوده و به تحلیل آثار سینمایی نپرداخته است. همچنین وی پژوهش خود را با روش تحلیل مضمون انجام داده و به تبع این روش، کمتر به بررسی صورت‌بندی‌های گفتمانی این حوزه و زمینه‌های اجتماعی آن پرداخته است.

همچنین شهابی و اعطاف (۱۳۹۳) در مقاله‌ای با عنوان «مطالعه پدیدارشناسانه^۱ نگرانی مردان از ایژه‌سازی و خودایژه‌سازی زنان» با اتکا به رویکردی پدیدارشناسانه سعی در کشف فهم مردان از پدیده غیرت ناموسی کرده‌اند. واضح است که آنچه در این پژوهش موضوعیت داشته نحوه پدیدارشدن موضوع غیرت ناموسی در مردان بوده است نه شیوه بازنمایی اجتماعی آن در رسانه‌ها.

علاوه بر آنچه گفته شد مرتضوی و همکاران (۱۳۹۶) در مقاله‌ای با عنوان «نشانه‌شناسی^۲ داستان مصور جنسی» به تحلیل نشانه‌شناختی داستان‌های مصور تارنماهای پورنوگرافیک^۳ پرداخته است. نتایج این پژوهش حاکی از آن است که متأثر از این نوع پیام‌های رسانه‌ای، پدیده بی‌غیرتی ناموسی در جامعه ایرانی در حال ظهور است. این پژوهش مستقیماً به موضوع غیرت ناموسی نپرداخته؛ بلکه افول این پدیده در جامعه را به مثابه نتیجه وضعیت تولید و مصرف فرهنگی در جامعه ایران امروز دانسته است.

روش پژوهش

با توجه به اینکه پژوهش پیش‌رو در صدد شناسایی نظم گفتمانی^۴ حاکم بر آثار سینمایی دهه ۱۳۹۰ ایران در موضوع غیرت ناموسی است و تلاش می‌کند که نسبت این نظم گفتمانی را با شرایط اجتماعی و روابط قدرت مورد بررسی قرار دهد، در این پژوهش از روش تحلیل گفتمان انتقادی^۵ فرکلاف^۶ استفاده است. «تحلیل گفتمان، رویکردی به تحلیل زبان است که هدف آن آشکارسازی روابط قدرت و فرایندهای ایدئولوژیکی در زبان‌شناسی می‌باشد» (آقاگل‌زاده، ۱۳۸۵: ۱۱).

همان‌طور که گفته شد در این پژوهش از رویکرد فرکلافی به تحلیل گفته بهره برده می‌شود. فرکلاف از مفهوم گفتمان^۷ به سه معنای مختلف یاد می‌کند. گفتمان در انتزاعی‌ترین

1. Phenomenologically

2. Semiotics

3. Pornographic

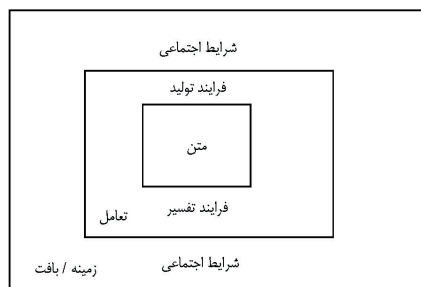
4. Discourse Order

5. Critical Discourse Analysis

6. Norman Fairclough

7. Discourse

حالت خود به کاربرد زبان به مثابه پرکتیس اجتماعی^۱ اشاره دارد. معنای دوم گفتمان، نوعی کاربرد زبان در یک حوزه خاص است؛ مانند گفتمان‌های سیاسی یا گفتمان‌های علمی و سوم که عمدتاً در موارد انضمامی به کار برده می‌شود گفتمان، اسمی قابل شمارش است که به روش سخن گفتنی اطلاق می‌شود که به تجربیات برآمده از یک منظر خاص معنا می‌بخشد (فیلیپس، ۱۳۹۵: ۱۱۹-۱۱۸). در نسبت با این سه معنا از گفتمان، تحلیل گفتمان انتقادی فرکلافی در سه مرحله توصیف^۲، تفسیر^۳ و تبیین^۴ صورت می‌پذیرد.



شکل ۱. مدل سه بعدی تحلیل گفتمان فرکلاف (فیلیپس، ۱۳۹۵: ۱۲۱)

براین اساس توصیف به بررسی ویژگی‌های صوری متن و مواردی از قبیل واژگان، دستور زبان^۵، ساختارهای تعاملی متن، استعاره‌ها^۶، نظام نوبت‌گیری و ... می‌پردازد. در مرحله تفسیر، متن به مثابه بخشی از یک گفتمان مورد تحلیل واقع می‌شود. رابطه گفتمان‌ها با فرایندهای منازعه و روابط قدرت به مرحله سوم یعنی تبیین مربوط می‌شود (فیلیپس، ۱۳۹۵: ۱۵۲).

در این پژوهش برای نمونه‌گیری از شیوه نمونه‌گیری هدفمند^۷ استفاده شده است. به این ترتیب از میان مجموعه آثار اکران شده در دهه ۱۳۹۰ سینمای ایران سه فیلم «خانه دختر»، «شنای پروانه» و «خانه پدری» که بیش از سایر آثار با موضوع پژوهش مرتبط بوده و موضوع غیرت ناموسی در آن‌ها بسیار برجسته بوده است انتخاب شده و مورد تحلیل قرار گرفتند. در فرایند تحلیل داده ابتدا و در مرحله توصیف، ساختارهای زبانی و نشانه‌ای حاکم بر این آثار بررسی شدند. در گام تلاش شد صورت‌بندی گفتمانی موجود در این آثار سینمایی استخراج شوند. نهایتاً در مرحله تبیین کوشش شد تا ریشه‌های

1. Social Practice
2. Description
3. Interpretation
4. Explanation
5. Grammar
6. Metaphors
7. Purposive Sampling

فرهنگی، اجتماعی و سیاسی مؤثر در تولید این متون هنری رسانه‌ای بررسی شود.

جدول ۱. فیلم‌های بررسی شده در مقاله و تعداد صحنه‌های منتخب آن‌ها

نام فیلم	سال تولید	تعداد صحنه‌های منتخب
خانه دختر	۱۳۹۳	۲
شنای پروانه	۱۳۹۸	۵
خانه پدری	۱۳۹۸	۴

چارچوب مفهومی

مقاله حاضر به لحاظ مفهومی بر دو مفهوم کلیدی «بازنمایی» و «غیرت ناموسی» ابتناء دارد. بدین جهت در ادامه، هرکدام از این دو مفهوم به صورت نسبتاً تفصیلی بررسی می‌شوند. در این میان مفهوم غیرت ناموسی در دو رویکرد اسلامی و فمینیستی مورد بررسی و تحلیل قرار می‌گیرد.

بازنمایی

استوارت هال^۱، جامعه‌شناس و نظریه‌پرداز فرهنگی بریتانیایی، «بازنمایی را به معنای استفاده از زبان برای بیان نکته معناداری درباره جهان می‌داند. فرایندی که معنا^۲ از طریق آن تولید و بین اعضای یک فرهنگ مبادله و توزیع می‌شود. در نتیجه معنا به واسطه نظام بازنمایی شکل می‌گیرد و ساخته می‌شود» (مهدی‌زاده، ۱۳۸۷: ۲۲). وی بازنمایی را به همراه تولید، مصرف، هویت^۳ و مقررات، بخشی از چرخه فرهنگ می‌داند (Hall, 1997: 15). عمده توجه استوارت هال در اثر معروفش به نام بازنمایی (۱۹۹۷) ناظر به این نکته است که رابطه پویای بین بازنمایی و تخیل و لذت، چگونه در تصویرپردازی رسانه‌های توده‌ای^۴ عمل می‌کند و این تصاویر، کلیشه‌های مربوط به هویت و دیگری را چگونه تولید می‌کند و تداوم می‌بخشد (میلنر و براویت، ۱۳۸۵: ۸۱). به این ترتیب مفهوم دیگری یکی از ابعاد مهم مفهوم بازنمایی محسوب می‌شود که استوارت هال آن را از گرامشی^۵ اخذ کرده و یکی از مباحث محوری مطالعات فرهنگی^۶ تبدیل نموده است (Rojek, 2003: 113).

از دیدگاه دن لافی^۷ بازنمایی به معنای برساخت واقعیت از طریق زبان است.

1. Stuart Hall

2. Meaning

3. Identity

4. Mass Media

5. Antonio Gramsci

6. Cultural Studies

7. Dan Laughey

به عنوان مثال، رسانه، واقعیت‌های جنسیتی همانند تفاوت بین مردان و زنان را از طریق رمزگان و قراردادهای نمایش مجدد بر می‌سازد. از نظر وی نمی‌توان چندان بر تفاوت شدید بین امر واقعی و بازنمایی‌های امر واقعی تأکید کرد (لافی، ۱۳۹۶: ۳۷۱). به بیان دیگر بازنمایی در پی فهم این واقعیت است که چگونه جهان به لحاظ اجتماعی ساخته و برای ما و از طریق ما به شیوه‌های معناداری بازنمایی می‌شود (بارکر، ۱۳۹۶: ۳۷). توجه به این نکته ضروری است که «ممکن است بازنمایی را نوعی کژنمایی بینگاریم. این کژنمایی در عرضه و ساخت هویت صورت می‌گیرد. این نحو از طرح‌ریزی و ساخت مفاهیم در مورد مسائلی چون جنسیت^۱، نژاد^۲ یا سکسوالیته^۳، مفاهیمی مربوط به بازنمایی هستند» (ادگار و سچ‌ویک، ۱۳۸۷: ۶۵). به این ترتیب مفهوم بازنمایی بر این نکته تأکید می‌کند که «انواع بازنمایی‌های رسانه‌ای، از هر دیدگاهی، قابل انتقاد هستند؛ زیرا رسانه‌ها خود در معرض انواع نفوذ منابع قدرتمند و سازمان‌یافته قرار دارند» (دالگرن، ۱۳۹۰: ۳۱) مطالعات فرهنگی نگرشی بر سازنده درباره بازنمایی دارد. از منظر فوکویی^۴ (آن‌گونه که در مطالعات فرهنگی در بریتانیا تکوین یافته است) می‌توان گفت که بازنمایی همواره در یک گفتمان صورت می‌پذیرد (استوری، ۱۳۸۵: ۲۸-۲۷).

غیرت ناموسی

از نظر ابن فارس واژه غیرت دارای دو ریشه است، یکی از این دو ریشه به معنای صلاح، اصلاح و منفعت است و ریشه دیگر بر اختلاف بین دو چیز دلالت دارد (ابن فارس، ۱۴۰۴ ه. ق، ج ۴: ۴۰۴). طریحی غیرت را تنفر و ناپسند دانستن کسی از شرکت دیگران در امری دانسته که سخت آن را دوست دارد و مورد علاقه‌اش است می‌داند (طریحی، ۱۳۷۵، ج ۳: ۴۳۲). غیرت در لغت فارسی عبارت است از «تأثیرپذیری همراه با بغض و کینه و تیرگی دل که انسان معمولاً زمانی درکش می‌کند که احساس کند فرد محبوب وی، توجه یا محبتش را معطوف شخص دیگری کرده است» (عمید، ۱۳۹۲: ۱۷۹۳). همان‌طور که گفته شد، مفهوم غیرت ناموسی از طرفی واجد جایگاه مهمی در ادبیات دینی است و از سوی دیگر موضوعی است که از قابلیت زیادی برای تحلیل در پرتوی نظریات فمینیستی برخوردار است. بدین جهت در ادامه مفهوم موردنظر در دو رویکرد اسلامی و فمینیستی بررسی شده است.

1. Gender
2. Race
3. Sexuality
4. Michel Foucault

رویکرد اسلامی

در ادبیات دینی، غیرت، حس درونی است که آفرینش برای محافظت و نگهبانی از حریم خانواده و پاسداری از نسل، در وجود مرد نهاده است (اسحاقی، ۱۳۸۶: ۲۹). بر اساس آموزه‌های اخلاق اسلامی، غیرت و حمیت، یعنی تلاش در نگهداری آنچه که حفظش ضروری است. این صفت در قالب مطلوبش از شجاعت، بزرگ‌منشی و قوت نفس انسان سرچشمه می‌گیرد و یکی از ملکه‌های نفسانی انسان محسوب می‌شود (مظفر و دیگران، بی‌تا: ۲۶۶). ملااحمد نراقی در کتاب معراج السعاده، علاوه بر غیرت درباره زنان، غیرت درباره دین، آبرو و مال را هم بیان کرده است. به باور او، مؤمنان نباید از خانواده خود غافل شوند و درباره امری که عاقبت آن به فساد منجر می‌شود، نباید اهمال کنند (نراقی، ۱۳۶۶: ۱۵۳-۱۵۲).

واژه غیرت در قرآن کریم به صورت مستقیم به کار نرفته است، ولی آیت الله ناصر مکارم شیرازی، یکی از مراجع تقلید شیعه و مفسر قرآن کریم، آیات ۶۰ تا ۶۲ سوره احزاب را بیان‌کننده این مفهوم دانسته‌اند که در آن، «منافقان، بیمار دلان و شایعه‌پراکنان درباره زنان پاکدامن»، به مجازات شدید، تبعید و قتل تهدید می‌شوند (مکارم شیرازی، ۱۳۸۶: ۴۳۴-۴۳۳).

شهید مطهری به منزله یکی از اندیشمندان دینی معاصر در توضیح معنای غیرت دینی چنین می‌گوید: «غیرت نوعی پاسبانی است که آفرینش برای مشخص بودن و مختلط نشدن نسل‌ها در بشر نهاده است. سر اینکه مرد حساسیت فوق‌العاده‌ای در جلوگیری از آمیزش همسرش با دیگران دارد، این است که خلقت مأموریتی به او داده است تا نسب را در نسل آینده حفظ کند» (مطهری، ۱۳۹۸: ۵۶). «مرد بر خلاف آنچه به نظر می‌رسد در عمق روح خود از ابتذال زن و تسلیم و بی‌ارادگی او متنفر است و همیشه عزت و بی‌نیازی و بی‌اعتنایی زن نسبت خود را ستوده است» (مطهری، ۱۳۸۶: ۲۰۲).

از نگاه علامه طباطبایی «اسلام مسئله غیرت و تعصب را باطل معرفی نکرده؛ بلکه اصل آن را حفظ نموده، زیرا غیرت ریشه در فطرت انسان دارد و اسلام هم دین فطرت است، ولی در جزئیات آن دخالت کرده است و فرموده آن قدر از غیرت و تعصب که مطابق با فطرت است، حق است و شاخ و برگ که اقوام به آن داده‌اند، باطل است، این اولاً و در ثانی همین ودیعه فطری را یعنی غیرت و تعصب را از هر سویی به سوی خدای تعالی برگردانیده و سپس موارد بسیاری که دارد همه را در یک قالب ریخت و آن قالب عبارت است از توحید، مثلاً یکی از موارد تعصب، تعصب درباره مردان است که زنان درباره آنان تعصب می‌ورزند، یکی دیگر درباره زنان است که مردان نسبت به آنان غیرت و تعصب به خرج می‌دهند، یکی دیگر

درباره اطفال و کودکان و به طور کلی فرزندان است که پدران و مادران درباره آنان تعصب می‌ورزند، همه اینها را رنگ توحید داد، به این معنا که هر جا تعصب ورزیدن، خداپسند باشد، باید تعصب ورزید، هر جا نباشد نباید اعمال کرد» (طباطبایی، ۱۳۷۸، ج ۴: ۶۷۴).

رویکرد فمینیستی

در ابتدا ارائه تعریفی کلان از نظریات فمینیستی، ضروری به نظر می‌رسد. «نظریه فمینیستی، نظام فکری عام و همه‌جانبه‌ای درباره حیات اجتماعی و تجربه انسان از دیدی زن‌محور است. نظریه فمینیستی از دو جهت زن‌محور است نخست، نقطه شروع هر نوع کندوکاوی در این نظریه، وضعیت و تجربیات زنان است. دوم این نظریه در پی توصیف جهان از دیدگاه خاص زنان است» (ریتزر، ۱۳۹۳: ۶۰۷).

نقد فمینیستی امروز، محصول مستقیم جنبش زنان در دهه ۶۰ است. این جنبش در آغاز بر اهمیت بازنمایی تصویر زنان در ادبیات تأکید داشت و بر مبارزه و به چالش کشیدن اقتدار و یکپارچگی این تصویر همت گماشت. عمده تلاش نقد فمینیستی دهه ۷۰ مصروف تشریح آنچه پدرسالاری^۱ خوانده می‌شد گردید. مفهومی که به شیوه‌ای از تفکر فرهنگی در مورد مردان و زنان دلالت دارد که در جهت تداوم نابرابری جنسیتی^۲ عمل می‌کند. با فرارسیدن دهه ۸۰ فمینیسم و رویکردهای انتقادی آن دستخوش تغییرات مهمی شد. یکی از این تغییرات مهم این است که فمینیست‌ها نقطه تمرکز خود را از حمله به شرح مردانه از جهان، به کشف طبیعت جهان و چشم‌انداز زنانه از آن تغییر داده و بازسازی شیوه بازنمایی سرکوب شده تجربه زنانه پرداختند (امامی، ۱۳۹۸: ۳۲۱-۳۲۰). یکی از موضوعاتی که فمینیسم به آن توجه قابل توجهی داشته، نظریه‌پردازی درباره مردانگی^۳ است. از نگاه فمینیسم، مردان متولد نمی‌شوند؛ بلکه به طریق اجتماعی به وجود می‌آیند. مردان به گونه‌ای اجتماعی می‌شوند که آنها را تشویق و قادر به کسب قدرت می‌کند. مردان یاد می‌گیرند که به منظور حفظ قدرت خود از اجبار، خشونت و اذیت و آزار استفاده کنند (سیدمن، ۱۳۹۵: ۲۹۴-۲۹۳) براین اساس، شکل‌گیری تقابل و تضاد شدید میان مرد و زن به ارائه تصویری خشن، سلطه‌گر و خشونت‌طلب از جنس مذکر می‌انجامد (عظیم‌زاده اردبیلی و ذبیحی بیدگلی، ۱۳۹۶: ۱۶۸-۱۶۷).

از نگاه فمینیست‌ها، اخلاق سنتی، حامی فرودستی زنان است. از منظر آنان

1. Patriarchy
2. Gender Inequality
3. Masculinity

«فضیلت برشمردن صفاتی مانند اطاعت و فرمان‌برداری، سکوت، شکیبایی و وفاداری برای زنان در اخلاق سنتی، برای ایجاد، تداوم و سهولت فرایند سلطه‌گری مردان و سلطه‌پذیری زنان تعبیه شده است» (رودگر، ۱۳۹۶: ۱۷۲).

نهاد خانواده و ازدواج، نهادی است که توسط برخی از نحله‌های فمینیستی از این جهت که عامل انقیاد و فروستگی زن به شمار می‌رود، به‌شدت مورد نقادی قرار گرفته است. فمینیست‌های رادیکال، با نهاد خانواده مخالف‌اند و بر آنند که ازدواج نهادی است که انقیاد مستمر زنان را لحاظ اقتصادی، مالی، حقوقی، سیاسی و عاطفی تضمین می‌کند. از دید برخی فمینیست‌های رادیکال، حتی عشق هم به نهادی که آسیب‌پذیری، وابستگی و تعصب را افزایش می‌دهد محکوم است. یکی از مسائل مورد تأکید در میان فمینیست‌های رادیکال و لیبرال، حق زن بر کنترل بدن خود است. از نگاه آنان زنان باید قدرت کنترل موالید خود را به‌صورت فردی داشته باشند و هر نوع کنترل اجتماعی تحت سلطه مردان مردود است (مشیرزاده، ۱۳۸۵: ۲۸۶-۲۸۵).

تحلیل داده‌ها

همان‌طور که گفته شد در روش تحلیل گفتمان انتقادی فرکلاف، فرایند تحلیل داده‌ها در سه سطح توصیف، تفسیر و تبیین صورت می‌گیرد. براین اساس در ادامه سه نمونه انتخاب شده از آثار سینمای ایران در دهه ۱۳۹۰ ابتدا به‌صورت مورد به‌مورد در مرحله توصیف، بررسی می‌شوند و سپس گام‌های تحلیلی تفسیر و تبیین در قبال آن‌ها به‌صورت کلی صورت می‌گیرد.

توصیف

در این بخش، با توجه به پرسش اصلی پژوهش، به بررسی و تحلیل ویژگی‌های صوری متن پرداخته می‌شود. در این بخش هرکدام از آثار سینمایی به‌صورت مجزا به لحاظ ویژگی‌های صوری، مورد بررسی قرار می‌گیرند.

خانه دختر

این فیلم داستان دختری به نام سمیرا است که قصد دارد با منصور ازدواج کند، در روز پیش از عروسی مادر منصور سمیرا را برای معاینه جهت بررسی بکارت نزد دکتر زنان می‌برد؛ اما سمیرا که از این موضوع شوکه شده است از این کار ممانعت کرده و در خیابان اقدام به خودکشی می‌کند، پس از اطلاع مرگ وی به دو هم‌کلاسی‌اش آن‌ها به دنبال دلیل مرگ دوست خود می‌روند؛ اما دلیل خودکشی از طرف پدر سمیرا مخفی می‌شود.



تصویر ۱. فیلم سینمایی خانه دختر

جدول ۲. مفاهیم استخراج شده از فیلم سینمایی خانه دختر

مفاهیم	شرح صحنه/ دیالوگ	ردیف
غیرت ناموسی، عامل فروپاشی روانی مرد غیرت ناموسی، عامل نابودی عشق زوجین به یکدیگر	منصور به سمیرا (داخل اتومبیل در حال انجام کارهای مربوط به برگزاری مراسم عقد): دستت رو بده. سمیرا به منصور: نج. نامحرمی هنوز! منصور به سمیرا: فردا عقده دیگه! دستت رو بده. سمیرا به منصور: خوب تا فردا. منصور به سمیرا: ای پرو! سمیرا به منصور: واقعیت خوب. منصور به سمیرا: یعنی میخوای بگی تا حالا هیچ نامحرمی دستت رو نگرفته. سمیرا به منصور: من فکر کردم گذشته من مربوط به خودمه و برات مهم نیست که تا شب عروسمون نپرسیدی. منصور به سمیرا (همراه با مکث و تأنی زیاد): هیچ وقت یه چیزهایی رو به من نگو. هیچ وقت، هیچ وقت. من جنبه‌اش رو ندارم. من به هم می‌ریزم. من ممکنه کرم بیفته تو مغزم و یه چیزهایی ازت بپرسم. اگه پرسیدم هیچی نگو. همیشه از خودت تعریف کن. من نمیخوام هیچ چیز بدی درباره تو بشنوم. من ممکنه بگم بگو عیب نداره. تیرپ این آدم‌های بی غیرت رو بردارم! اما خودم رو می‌شناسم، داغون میشم. سمیرا به منصور: خوب اگه عاشقم باشی نمیشی. منصور به سمیرا: نه دیگه. بحث نکن. بگو باشه. سمیرا به منصور: باشه.	۱

مفاهیم	شرح صحنه/ دیالوگ	ردیف
مذهب، عامل غیرت ناموسی، سنت‌های خانوادگی، عامل غیرت ناموسی، عامل غیرت ناموسی، اضطراب و نگرانی زن غیرت ناموسی، عامل خودکشی زن	مادر، خواهر و خاله منصور که هر سه محجبه هستند، به بهانه رفتن به آرایشگاه و بدون ارائه توضیح قبلی به سمیرا، او را جهت بررسی بکارت، به مطب پزشک زنان می‌برند. مادر منصور بیشتر از سایر زنان حاضر در سکانس، ظاهر مذهبی دارد. او یک روسری بزرگ مشکلی با گل‌های سفید بر سر دارد. همچنین دست‌های او از میج به پایین با دست‌کش‌های مشکلی پوشیده شده است. مادر منصور به سمیرا: عزیزم. این قدر نگران نباش. این دکتره خانومه. فقط یک دقیقه شما رو معاینه می‌کنه. همین. من دخترم مرضیه رو هم آوردم پیش همین خانم دکتر. اصلاً نگران نباش. خاله منصور به سمیرا: بهت بر نخوره. رسم خانوادگیه دیگه عزیز دلم ... سمیرا که به شدت مضطرب و پریشان است، مطب دکتر را ترک می‌کند و در خیابان اقدام به خودکشی می‌کند.	۲

در این فیلم، سمیرا دختر جوان و معصومی است که قربانی اصرار بیجای خانواده همسرش، منصور، برای معاینه بکارت می‌شود. مادر منصور زنی است که بسیاری از نشانه‌های ظاهری یک زن مذهبی را دارد. مادر، خواهر و خاله منصور، با استناد به ضرورت انجام یک سنت فAMILIARY مبنی بر بررسی بکارت عروس، پیش از عقد، سمیرا را به مطب دکتر متخصص زنان می‌کشاند. سمیرا که ظاهر و لحنی بسیار مضطرب دارد از مطب دکتر می‌گریزد و تن به معاینه نمی‌دهد و نهایتاً پس از خروج از مطب، در خیابان خودکشی می‌کند. منصور اگرچه با اصرار خانواده‌اش نسبت به بررسی بکارت سمیرا مخالف است اما گویی او نیز از فضای حاکم بر خانواده‌اش متأثر است. منصور در سکانسی که همراه با سمیرا در اتومبیل هستند و جهت خرید عقد به بازار می‌روند، درحالی که لحن و حالات چهره‌اش حاکی از نوعی تشویش ذهنی است، از سمیرا می‌خواهد هیچ‌گاه از روابط پیش از ازدواجش به او چیزی نگوید. منصور در یک دیالوگ مهم و کلیدی، با بیان اینکه ممکن است در مواردی خودش را مثل افراد بی‌غیرت نشان دهد و از سمیرا بخواهد همه چیز را در باره گذشته‌اش به او بگوید، بین خودش و افرادی که آنها را بی‌غیرت می‌خواند مرزبندی^۱ و غیریت‌سازی می‌کند.

شنای پروانه

پروانه به گاراژ صافکاری برادرشوهرش حجت می‌رود و از او می‌خواهد تا جلوی همسرش هاشم را بگیرد. هاشم به‌خاطر فیلمی که از شنای پروانه در استخر در فضای مجازی پخش شده است، به همراه نوچه‌هایش برای انتقام‌جویی به استخر

1. Boundary Maintenance

رفته و مشغول تخریب آن است. در راه بازگشت از استخر، هاشم پروانه را با ضرباتی می‌کشد. دادگاه حکم به اعدام هاشم می‌دهد. حجت و پدرش برای رضایت گرفتن نزد پدر پروانه می‌روند. پدر پروانه می‌گوید فقط در صورتی رضایت می‌دهد که پخش‌کننده فیلم پیدا شود. پلیس گفته است سیم کارتی که اولین بار فیلم را پخش کرده است متعلق به فردی به نام رضا زارع است که اخیراً از کمپ ترک اعتیاد فرار کرده است. حجت همراه مصیب، دوست صمیمی هاشم، به دنبال رضا می‌گردند. ولی دوستان رضا می‌گویند او مرده است. حجت با راهنمایی هاشم، به سراغ افرادی که با هاشم کار می‌کرده‌اند، می‌رود. از جمله اشکان که کارگاه تولید مشروب دارد و شاپور که یک قمارخانه را اداره می‌کند. ولی هر دو نفر دست‌داشتن در قضیه پخش فیلم را رد می‌کنند. روز بعد پلیس تمام افرادی که حجت به سراغ آنها رفته است را دستگیر می‌کند. نوحه‌های آن‌ها حجت را مسئول گزارش آن‌ها به پلیس می‌دانند و به خانه او حمله می‌کنند. حجت به همراه شوهرخواهرش محمد افرادی در محل که سابقه آدم‌فروشی داشته‌اند را می‌رباید و تحت فشار قرار می‌دهد. اکبر کنتی، یکی از ربوده‌شدگان اعتراف می‌کند گزارش کار او بوده است که به دستور زنی که ادعا می‌کرده است که همسر صیغه‌ای حجت است، انجام داده است. حجت زن را با تصادفی ساختگی به گاراژ خودش می‌کشانند و تحت فشار قرار می‌دهد. زن اعتراف می‌کند فیلم گرفتن از پروانه و اجیر کردن اکبر را با تهدید مصیب انجام داده است. حجت مصیب را می‌رباید. مصیب به همه چیز با انگیزه انتقام‌جویی از هاشم اعتراف می‌کند و می‌گوید چند سال قبل هاشم چند نفر را اجیر کرده است که مصیب را برپایند و به او تجاوز کنند. او همچنین می‌گوید دستگیر شدن حجت به جرم قاچاق و به دنبال آن سقط جنین و نازا شدن افسانه، همسر حجت، هم زیر سر هاشم و مصیب بوده است. همچنین می‌گوید حجت چند بار هم ناخواسته بار شیشه برای آنها قاچاق کرده است. حجت مقداری پول از مصیب می‌گیرد تا او را آزاد کند. سه کیلو و نیم شیشه (مقداری که حکم آن اعدام است) تهیه می‌کند و آن را در خانه مصیب جاسازی می‌کند و پلیس مصیب را دستگیر می‌کند. در آخرین صحنه فیلم حجت به خانواده‌اش می‌گوید نتوانسته است پخش‌کننده فیلم را پیدا کند.



شکل ۲. فیلم سینمایی شقایق پروانه

جدول ۳. مفاهیم استخراج شده از فیلم سینمایی شقایق پروانه

ردیف	دیالوگ/ صحنه	مفاهیم
۱	باران شدیدی می بارد. پروانه با چشمانی اشک بار روی صندلی عقب اتومبیل نشسته، حجت در حال رانندگی است و هاشم درحالی که به یک نقطه خیره است کنار او نشسته است. هاشم به پروانه: چیکار کردی پروانه؟ چیکار کردی؟ پروانه به هاشم: دورت بگردم من. چیکار کردم مگه؟ گناه من اینه که شنا یاد چهارتا بچه دادم. هاشم به پروانه درحالی که سرش را به نشانه حسرت تکان می دهد: بی آبروم کردی پروانه. بی آبروم کردی. پروانه به هاشم: نگو! تو رو فاطمه زهرا نگو! وقتی تو اینو میگی فکر می کنم دیگه هیچ کسی رو ندارم. هرچی می کشیم از این محله می کشیم. خوش به دل شما که رفتین از این محله، راحت شدید و دارین زندگی تون رو می کنید. میریم از این محله. ما هم میریم از این محله. تلفن همراه حجت می لرزد و صدای آن باعث تشدید عصبانیت هاشم می شود. حجت تلفن را جواب می دهد و با پدر و مادرش صحبت می کند. هاشم سرش را با دو دستش گرفته است. پروانه با نگاهی مضطرب و البته پرمحبت، دستش را روی شانه هاشم گذاشته است. هاشم ناگهان از کوره درمی رود و شروع به زدن پروانه می کند و او را به قتل می رساند.	غیرت ناموسی، عامل اضطراب و نگرانی غیرت ناموسی، عامل عصبانیت غیرت ناموسی، عامل خشونت فردستی مرد و فرودستی زن ضعف فرهنگی، عامل غیرت ناموسی زن، قربانی غیرت ناموسی مرد غیرت ناموسی، عامل قتل (دیگرکشی) ناموسی

ردیف	دیالوگ/ صحنه	مفاهیم
۲	مادر حجت و هاشم به شدت در حال گریه و بی قراری کردن است و در این حالت می گوید: حجت پروانه کو؟ هاشم کو؟ بدبخت شدیم؟ هاشم بدبخت شد. هاشم بی آبرو شد. در این بین گفتگوهایی بین پدر و مادر حجت و هاشم ردوبدل می شود. مادر در جملاتی سعی رد مقصر نشان دادن پروانه دارد؛ ولی پدر هاشم را مقصر می داند و می گوید: پروانه سیاه بخت نبود. ما سیاه بختش کردیم که انداختیمش کنار اون گرگ. مادر: همه عالم و آدم می دونن که هاشم نفسش برای پروانه می رفت. بچه ام جنون گرفته بود و دست خودش نبود. پدر: این حرف ها رو به من نزن طوبی خانم. برو به اون برادر گریه گور شده اش بگو که از هفت سالگی نشوندش پای بساط عرق. بعد هم گفت برو تو محله عربده بکش که همه بفهمن خواهرزاده پرویز کافر هستی.	فشار اجتماعی ناشی از بی آبرویی، عامل بروز و ظهور خشونت بار غیرت ناموسی تربیت ناصحیح، عامل غیرت ناموسی خرده فرهنگ الواتی، عامل غیرت ناموسی
۳	پلیس هاشم را دستبند به دست می آورد. مادر هاشم روی صندلی های نشسته و گریه می کند. پدر هاشم دست پدر پروانه را گرفته و از او خواهش و التماس می کند. هاشم نعره می کشد و از پلیس می خواهد یک دقیقه با پدرزنش صحبت کند. او در این حالت می گوید: به ابوالفضل حیرون بودم، حالم دست خودم نبود اون شب. پروانه که زنم نبود، پروانه زندگیم بود. احمد آقا تو من رو می شناسی، یه عمر همه تو اون محل دست به سینه من و میستادن. منم می رفتم خونه و دست به سینه پروانه و میستادم، نوکری اش رو می کردم. من کمتر از گل بهش نگفتم. فقط اون بی ناموس ها فهمیدن اون ریشه منه. ریشه ام رو زدن احمد آقا. من نمی دونم کار کیه، به ابوالفضل نمی دونم، پیدا کنم کشتمش. من تو چهار سال گذشته احمد آقا، هیچ وقت این جوری رد نداده بودم که نفهمم چیکار می کنم. احمد آقا بگذار یه چیزی بهت بگم. من نمی خوام ازت رضایت بگیرم، مولای رضایت نده، یعنی همین فردا صبح تو من رو آویزونم کنی، راحت میشم. فقط میخوام حلالم کنی. من نمی تونستم ببینم یه شهر لخت زن من رو دیده.	اصطلاح بی ناموس به مثابه یک فحش برانگیختن غیرت ناموسی، شیوه ای برای دشمنی ورزیدن افراد با یکدیگر

در این فیلم، پروانه دختر جوان و معصومی است که به دلیل پخش شدن فیلمش در استخر، توسط همسرش هاشم به قتل می رسد. هاشم، به خرده فرهنگی تعلق دارد که در آن الواتی، خشونت، مشروب خوری، قمار و ... اموری رایج و متداول هستند و البته دال غیرت ناموسی هم در این خرده فرهنگ بسیار برجسته است. در قسمت های مختلفی از فیلم، کلیدواژه «بی ناموس»، به مثابه یک ساخت واژگانی واجد بار ارزشی بسیار منفی به کار می رود. در سکانس های مختلفی، شخصیت های فیلم با استفاده از این ساخت زبانی سعی در غیرت سازی با یک دیگری بسیار منفور دارند. «بی آبرویی»، واژه دیگری است که در برخی از سکانس های فیلم به مثابه واژه ای با بار ارزشی منفی و در راستای توجیه گری خشونت هاشم علیه پروانه توسط شخصیت هایی مانند مادر هاشم به کار برده می شود.

خانه پدری

ملوک دختر جوان یک خانواده سستی است که به دلایل ناموسی، پدرش کلبحسن خواهان مرگ او است و برای اینکار به پسر کوچکش به نام محتشم گفته تا قبری در زیرزمین حفر کند تا برای پاک کردن ننگ و حفظ آبروی خانواده، ملوک را دور از چشم مادر و خواهرانش کشته و در آنجا دفن کنند.



شکل ۲. فیلم سینمایی خانه پدری

جدول ۴. مفاهیم استخراج شده از فیلم سینمایی خانه پدری

ردیف	دیالوگ/ صحنه	مفاهیم
۱	فیلم با ورود ملوک - دختری باروبند - از بیرون به داخل خانه آغاز می شود ملوک مضطرب و نگران است. پدر او را به زیرزمین هدایت می کند، ملوک در زیرزمین می بیند که محتشم (برادرش) در حال کندن زمین است. او متوجه می شود که پدر چه قصدی دارد، دستپاچه مانع حضور پدر و برادر در زیرزمین می شود؛ اما ممانعت او فایده ای ندارد، او که دائماً گریه می کند و مضطرب است قصد دارد از زیرزمین خانه خارج شود؛ ولی پدرش اصرار دارد که باید کار بافتن قالی را به اتمام برساند.	سنت ایرانی، عامل غیرت ناموسی
۲	ملوک درحالی که گریه می کند و به شدت نگران این است که توسط پدرش کشته شود، الگوهایش را از دستش درمی آورد و به برادرش محتشم می دهد و می گوید: الگوهایم مال تو. فقط راستش رو بگو. آقا میخواد منو بکشه؟ محتشم خطاب به ملوک: اینها رو میخوام چیکار؟ ملوک خطاب به محتشم: مگه تو برادرم نیستی؟ محتشم: نه! تو واسمون آبرو گذاشتی؟	مخدوش شدن آبرو، عامل زوال روابط عاطفی خانوادگی
۳	برادر کلبحسن که از کشته شدن ملوک توسط برادرش مطمئن نیست به سراغ صندوقچه ای در زیرزمین خانه می رود که در آن وسائل برگزاری تعزیه است. او از این صندوقچه یک شمشیر بیرون می کشد و به پسرش می دهد و از او می خواهد شمشیر را در محل خاک سپاری ملوک فرو کند و ببیند که آیا شمشیر خونی می شود یا خیر.	فرهنگ دینی، عامل غیرت ناموسی

خانه پدری، نام کنایه آمیزی است که برای این فیلم انتخاب شده و حاکی از فرهنگ پدرسالار و مردسالار در جامعه ایرانی است. به تعبیر دیگر، خانه پدری که به صورت طبیعی باید امن ترین مکان برای زندگی یک دختر باشد در سایه پدرسالاری ابتدا به قتلگاه سپس و قبرستان او تبدیل می شود. در این فیلم کلبه حسن که تمامی نشانه های یک فرد مذهبی را دارد به دلیل اتهامی اثبات نشده دختر خود را به شکل خشنی به قتل می رساند. ملوک قبل از کشته شدن توسط پدرش، به بافتن یک فرش ایرانی مشغول بود، فرشی که نماد فرهنگ و سنت ایرانی است. به این ترتیب، فیلم ریشه رفتار وحشیانه کلبه حسن و پسرش محتشم را به سنت ایرانی بازمی گرداند. استفاده از شمشیر تعزیه برای اطمینان از کشته شدن ملوک توسط عمو و پسرعموی او نیز حاکی از آن است که از نگاه فیلم، مذهب، عامل دیگری است که به تضییع حق زن در جامعه ایرانی می انجامد.

تفسیر

همان طور که پیش تر توضیح داده شد مرحله تفسیر در تحلیل گفتمان انتقادی فرکلاف «به رابطه بین تعامل و بستر اجتماعی و در واقع به تعیین اجتماعی فرایندهای تولید، تفسیر و تأثیرهای اجتماعی آنها مرتبط است» (محمدپور، ۱۳: ۴۶۶). تحلیل و بررسی نمونه های مورد نظر، حاکی از آن است که در تمامی آثار مذکور، پدیده غیرت ناموسی، به مثابه امری با بار ارزشی مطلقاً منفی بازنمایی شده است. یکی از وجوه این بازنمایی منفی، صورت بندی ارائه شده از منشأ و مبدأ پدیده غیرت ناموسی است. در گفتمان حاکم بر این آثار سینمایی، منشأ غیرت ناموسی هرگز به یک امر طبیعی یا فطری که ریشه در اعماق وجود انسان دارد بازمی گردد؛ بلکه نقطه شروع غیرت، به مثابه یک برساخته اجتماعی، سنت های جاهلانه حاکم بر جامعه ایرانی یا لااقل برخی از خرده فرهنگ های موجود در این جامعه، دین و تربیت های نادرست خانوادگی است. این آثار سینمایی با نگاهی انتقادی به بخش عمده ای از هنجارها و سنت های حاکم بر جامعه ایرانی نگریسته اند، به نحوی که گویی شیوه زیست سنتی در جامعه ایرانی، آمیخته با نوعی ستم جنسیتی نسبت به زنان در غالب پدیده غیرت ناموسی است. به این ترتیب در این تقریر گفتمانی، سنت در جامعه ایرانی به مثابه نوعی بدویت و عقب ماندگی اجتماعی بازنمایی می شود که از دل آن پدیده غیرت ناموسی به وجود می آید. در این صورت بندی، انتساب غیرت ناموسی به دین به هیچ وجه از بار منفی این پدیده نمی کاهد؛ چرا که در این رویکرد دین الزاماً مطابق با خیر فردی و اجتماعی نیست و چه بسا در مواردی به کلی در برابر آن باشد. به تعبیر دیگر آثار سینمایی مذکور

عمدتاً دین را به مثابه نوعی تحجر و بنیادگرایی غیرعقلانی بازنمایی می‌کنند و پس از آن ریشه غیرت ناموسی را به آن ارجاع می‌دهند. به این ترتیب در این گفتمان، ترکیب و امتزاج فرهنگ سنتی ایرانی و دین، یک فضای اجتماعی مردسالار و ضدزن را می‌سازد که از ابزار غیرت ناموسی برای به بند کشیدن هرچه بیشتر زنان بهره می‌برد.

در گفتمان حاکم بر آثار سینمایی مورد بحث، نسبت اخلاق و غیرت ناموسی به نحو خاصی صورت‌بندی می‌شود. در این گفتمان برخلاف گفتمان دینی، غیرت ناموسی و اخلاق دو امر متعارض هستند به نحوی که افراد مدعی غیرتمندی ناموسی، معمولاً کش‌های اخلاق‌مدارانه‌ای نداشته و چه بسا کاملاً خلاف آن عمل می‌کنند. فاصله غیرت ناموسی و اخلاق در این گفتمان به قدری زیاد می‌شود که حتی تحریک غیرت ناموسی، به ابزاری برای کینه‌جویی و انتقام افراد از یکدیگر تبدیل می‌شود. بر این اساس، غیرت ناموسی که در ادبیات دینی به مثابه یکی از ارکان اخلاق مؤمنانه محسوب می‌شد در این گفتمان به امری ضد اخلاقی بدل می‌شود.

بعد دیگری این صورت‌بندی گفتمانی، نتایج و پیامدهای پدیده غیرت ناموسی است که البته به صورت طبیعی با مبدأ و منشأ آن دارای ارتباط است. بر این اساس، پدیده غیرت ناموسی که ریشه در ضعف‌های فرهنگی اجتماعی جامعه ایرانی دارد طبعاً پیامدهای و نتایج سوء زیادی نیز برای افراد و جامعه به همراه دارد. در این گفتمان، پدیده غیرت ناموسی به شدت در هم‌نشینی با خشونت بازنمایی می‌شود به نحوی که این خشونت یا منجر به خودکشی می‌شود یا به دیگرکشی ختم می‌شود. با توجه به این که در تمامی این آثار مرد به لحاظ بهره‌مندی از قدرت در جایگاه فرادست و زن در جایگاه فرودست قرار دارد، مسلماً قربانی اصلی این خشونت‌ها زنان هستند. نسبت گفتمانی برقرار شده بین دال‌های غیرت و خشونت، منجر به برقراری نسبت خاصی بین دو مقوله غیرت و قانون می‌شود. به این ترتیب نوعی تضاد و تعارض شدید بین این دو دال به وجود می‌آید به نحوی که غیرت‌ورزی ناموسی، انواع و اقسام قانون‌شکنی‌ها را در پی دارد و سوژه غیرتمند، سوژه‌ای قانون‌گریز و حتی قانون‌ستیز بازنمایی می‌شود. در این سازماندهی گفتمانی، غیرت همچنین منجر به فروپاشی روانی و عصبی مرد و زن می‌شود. به همین دلیل است که سوژه غیرتمند در این آثار به سوژه روان‌پریشی تبدیل می‌شود که رفتار او از هیچ نوع عقلانیتی تبعیت نمی‌کند. بر این اساس «روزبه‌روز از تقدس جایگاه پدری و مادری در سینمای ایران کاسته می‌شود و در حد یک نقش فرودستانه به آنها نگریسته می‌شود. مقوله احترام از این نقش‌ها منفک شده و پدری

خوب است که کمتر اعضای خانواده‌اش را کنترل می‌کند و به آزادی بی‌حد و حصر اعتقاد و التزام دارد. در حقیقت در این وضعیت نقش نظارتی مدیر خانواده مورد تهاجم جدی قرار می‌گیرد» (مستغاثی، ۱۳۹۹: ۶۹). در این آثار سینمایی غیرت ناموسی به نابودی روابط عاطفی بین افراد، از جمله روابط عمیق عاطفی خانوادگی می‌انجامد. براین اساس غیرت ناموسی و عشق دو دال متضاد و متعارض محسوب می‌شوند و از آنجاکه دال عشق همیشه واجد یک معنای مثبت برای مخاطب است، دال غیرت ناموسی که در تعارض با آن قرار دارد واجد معنای منفی می‌شود. در چنین شرایطی بر خلاف گفتمانی دینی، غیرت ناموسی نه تنها باعث تقویت نهاد خانواده نمی‌شود؛ بلکه به تضعیف و حتی نابودی آن منجر می‌شود. «آرامش بخشی و ایجاد امنیت خاطر، از کارکردهای اصلی ازدواج است و حاصل از تولید مودت و رحمت از مهم‌ترین ثمرات روحی و عاطفی آن به شمار می‌آید چه اینکه دور شدن از آرمش و سکینه، به سرعت به تضعیف ارکان هویتی آن می‌انجامد. یکی از روندهای عمومی سینمای ایران در بازنمایی ازدواج، دور کردن آن از مدار تسکین و نزدیک کردن به مدار تنش و اضطراب است» (جعفری، ۱۳۹۴: ۱۰۷).

تبیین

این مرحله به رابطه بین تعامل و بستر اجتماعی و در واقع به تعیین اجتماعی فرایندهای تولید، تفسیر و تأثیرهای اجتماعی آنها مرتبط است (تیتشر، ۲۰۰۵: ۱۵۰-۱۵۱). بررسی و تحلیل آثار سینمایی مورد نظر این پژوهش حاکی از آن است که آثار مذکور بازنمایی کننده نوع خاصی از روابط قدرت در تعاملات میان فردی موجود در جامعه ایرانی است. «تحت تأثیر گرایش‌های روشنفکرانه در سینمای ایران، عدم اطاعت از مرد در جهت مقابله با آنچه مردسالاری نامیده می‌شود ترویج می‌شود؛ لیکن باید اذعان نمود ریاست مرد بر خانواده یک امتیاز یا برتری برای او محسوب نمی‌شود؛ بلکه یک مسئولیت است که در راستای حفظ سلامت و استحکام خانواده به کار برده شود» (طالب‌زاده و اشجع، ۱۳۹۹: ۱۸۰). از منظر این آثار نوعی رابطه نابرابر قدرت بین زن و مرد در جامعه ایرانی وجود دارد. در این نوع رابطه نابرابر قدرت، مرد در موقعیت برتر، فرادست و قدرتمند قرار داشته و زن در موقعیت ضعیف، اوبژگی و فرودستی قرار دارد. «تحلیل این متون نشان می‌دهد که علی‌رغم اشتغال، استقلال فردی، موقعیت تحصیلی و منزلتی مناسب، پروبلماتیک زن‌بودگی، نخست با نمایش مناسک گونه جنسیت، به صورت فرودستانه قابل طرح است. علاوه بر این، نتایج این پژوهش

حاکمی از آن است که سازوکار فرودستی زنان مرموزتر، خطرناک‌تر و پنهانی‌تر شده است» (حسن‌پور و یزدخواستی، ۱۳۹۴: ۳۶). در این نوع از نظم روابط قدرت، پدیده غیرت ناموسی ابزاری در دست مردان است که با استفاده از آن سوژگی و فرادستی خود را نسبت به زنان تثبیت می‌کند. به تعبیر دیگر از منظر این آثار سینمایی غیرت ناموسی ابزاری در دست سوژه مردانه است که از آن برای منقاد کردن زنان بهره می‌برد.

به نظر می‌رسد که این فهم از روابط قدرت در جامعه ایرانی، ناشی از مجموعه‌ای از تحولات اجتماعی، به‌خصوص رشد طبقه متوسط شهری در این جامعه است. «نتایج تحقیق نشان می‌دهد که دو بعد اعتقادی و پیامدی، رابطه معکوس و ضعیفی با پایگاه اقتصادی و اجتماعی افراد دارد به‌صورتی که افراد لایه بالای طبقه متوسط میزان کمتری از دین‌داری را نسبت به دو لایه متوسط و پایین از خود نشان می‌دهند. همچنین بین دو متغیر تحصیلات و هزینه خانوار و بعد پیامدی و اعتقادی دین‌داری رابطه معکوسی وجود دارد» (برهان، سرایی و سیف‌اللهی، ۱۳۹۷: ۳۳). به تعبیر دیگر با بسط یافتن طبقه متوسط شهری در جامعه ایران که واجد نگاه ارزشی متفاوتی نسبت به ارزش‌های سنتی جامعه ایرانی هستند، نگرش انتقادی نسبت به موضوع غیرت ناموسی نیز توسعه پیدا کرده است. این طبقه اجتماعی متأثر از ارزش‌های اجتماعی غرب مدرن، از دیدگاه‌های انتقادی نسبت به وضعیت زنان که با ادبیات فمینیسم در جهان رشد کرده است به شدت متأثر شده و این دیدگاه را بر وضعیت زنان ایرانی تطبیق می‌دهند. باتوجه به پیوند عمیق موجود بین اهالی هنر سینما و طبقه متوسط شهری، دیدگاه انتقادی این طبقه به سرعت و با وضوح در سینمای ایران نیز ظهور یافته است.

به نظر می‌رسد که جشنواره‌های بین‌المللی سینمایی و جوایز هدفمند آن‌ها به مجموعه‌ای از فیلم‌های ایرانی نیز در جهت‌دهی به سینمای ایران در پرداختن به مقوله غیرت ناموسی تأثیرگذار بوده است. بررسی نحوه بازنمایی ارائه شده از فرهنگ و هویت ایرانی در فیلم‌های موفق سینمای ایران در جشنواره‌های بین‌المللی، به‌خوبی بیانگر آن است که مولفه‌های فرهنگی ایرانی اسلامی در این آثار به نفع راهبردهای فرهنگی و سیاسی جشنواره‌های مذکور تعدیل شده و یا تغییر داده شده است. «میزان ارائه شاخص‌های فرهنگ ایرانی یعنی آداب رسوم، نمادهای آداب و رسوم، فرهنگ عامه و ضرب‌المثل، صنایع دستی، باورها، اشعار، مفاخر، اسطوره‌ها و نمادهای ملی، بین صفر درصد تا ۳/۳ درصد است. به لحاظ شاخص‌های فرهنگ دینی، یعنی ارزش‌ها، باورها و احکام اسلامی، نمادهای اسلامی - شیعی، نام‌ها و القاب اسلامی - شیعی و

آیین‌ها و مراسم اسلامی - شیعی، میزان ارائه متغیرها بین کمتر از نیم درصد تا ۳/۳ درصد نوسان دارد» (محمدی مهر و بیچرانلو، ۱۳۹۳: ۱۷۲).

زمینه سیاسی اجتماعی دیگری که به نظر می‌رسد نقش بسیار مهمی در بازنمایی موردنظر از غیرت ناموسی در سینما ایفا می‌کند، سیاست‌های فرهنگی دولت‌های یازدهم و دوازدهم است. بخش عمده‌ای از آثار سینمایی دهه ۱۳۹۰ متأثر از سیاست‌های فرهنگی هنری این دولت تولید و اکران شدند. البته بخشی از این آثار سینمایی اکران شده در این دهه، در زمان دولت‌های پیشین تولید شده بودند؛ ولی سیاست‌های فرهنگی دولت موسوم به اعتدال، نقش زیادی در اکران آنها داشت. سیاست‌های فرهنگی دولت اعتدال در عرصه زنان و خانواده، متأثر از رویکردهای غربی متداول در این عرصه، دارای رنگ و بوی فمینیستی بود. سیاست‌های دولت مذکور در سینما نیز بر ترویج ارزش‌های اجتماعی زندگی مدرن ابتناء داشت. براین اساس، صورت‌بندی گفتمانی غیرت ناموسی در سینمای دهه ۱۳۹۰ ایران در این بستر سیاسی و سیاستی فرصت بروز و ظهور یافت.

بحث و نتیجه‌گیری

مقاله پیش‌رو درصدد بررسی بازنمایی صورت‌گرفته از غیرت ناموسی در سینمای دهه ۱۳۹۰ ایران، در پرتوی تحلیل روابط قدرت و شناسایی زمینه‌های اجتماعی و فرهنگی مؤثر در شکل‌گیری این صورت‌بندی گفتمانی بود. در این راستا با استفاده از شیوه نمونه‌گیری هدفمند، سه فیلم سینمایی «خانه دختر»، «خانه پدری» و «شنای پروانه» که موضوع غیرت ناموسی در آنها بروز و ظهور زیادی داشت، با استفاده از روش تحلیل گفتمان فرکلاف، در سه مرحله توصیف، تفسیر و تبیین مورد بررسی قرار گرفت. در مرحله توصیف، کاوش در ساختارهای زبانی و نشانه‌ای موجود در متن، در مرحله تفسیر، دستیابی به یک فهم کلان از گفتمان ایجاد شده توسط متن و در مرحله تبیین، زمینه‌های اجتماعی مؤثر بر شکل‌گیری روابط قدرت و تولید متن مورد بررسی و تحلیل واقع شد. نتایج پژوهش حاضر حاکی از آن است که در این آثار سینمایی، موضوع غیرت ناموسی به‌مثابه یک امر اجتماعی و فرهنگی، با بار ارزشی بسیار منفی بازنمایی شده است. منفی بودن بار ارزشی مقوله غیرت ناموسی در سینمای دهه ۱۳۹۰ ایران از توجه به صورت‌بندی‌های گفتمانی ارائه شده ناظر به مبدأ و منشأ این پدیده، نسبت غیرت ناموسی با مقوله‌های اخلاق و قانون و همچنین نتایج و پیامدهای فردی، خانوادگی و

اجتماعی آن به دست می‌آید. در این صورت‌بندی گفتمانی، منشأ غیرت ناموسی به اموری مانند سنت‌های جاهلانه حاکم بر جامعه ایرانی، دین و تربیت‌های نادرست خانوادگی باز می‌گردد. بدین ترتیب، بازنمایی منفی غیرت ناموسی در سینمای دهه ۱۳۹۰ ایران با ارائه یک تقریر سیاه از نقطه آغاز و مبدأ شکل‌گیری این پدیده شروع می‌شود.

بازنمایی غیرت ناموسی در سینمای دهه ۱۳۹۰ به نحوی است که آن را به مثابه امری مغایر اخلاق و قانون نشان می‌دهد. به این ترتیب در آثار سینمایی موردنظر، افرادی غیرت‌ورز معمولاً مرتکب کنش‌های غیراخلاقی و غیرقانونی می‌شوند که برجسته‌ترین آنها قتل ناموسی است. بر این اساس عناصری همچون «تعصب‌های قبیله‌ای و ناموسی، نظارت اجتماعی شدید بر زنان، ساختار خشن جامعه سنتی، فرهنگ پدرسالاری و ... مؤثرترین عوامل رخ دادن قتل‌های ناموسی محسوب می‌شود» (دلاور و کوهزادیان، ۱۳۹۸: ۷۵). در این سازماندهی گفتمانی، غیرت منجر به فروپاشی روانی مرد و زن، نابودی روابط عاطفی بین زوجین و نابودی نهاد خانواده می‌شود. به این ترتیب گفتمان حاکم بر سینمای دهه ۱۳۹۰ سینمای ایران، نه تنها غیرت ناموسی را عامل پاسداشت و صیانت خانواده نمی‌داند؛ بلکه آن را مخل زندگی خانوادگی انسان معرفی می‌کند.

صورت‌بندی گفتمانی صورت گرفته از مقوله غیرت ناموسی در سینمای ده ۱۳۹۰ ایران به نحوی است که در آن روابط قدرت به نفع اقتدار مرد و در راستای انقیاد زن سامان می‌یابد. «از گذار دو فضای گفتمانی سنت و تجدد، نظم گفتمانی جنسیتی و روابط قدرت نهفته در این سلسله‌مراتب، باعث فرودستی زنان و سپس مقاومت آنها در برابر در برابر فرادستی مردان شده است» (طبیعی و تقی‌نژاد اصفهانی، ۱۳۹۹: ۱۸۵). به نظر می‌رسد که این صورت‌بندی گفتمانی از مقوله غیرت ناموسی و تأکید بر غیرت به منزله عصیتهایی منافی آزادی انسانی را می‌توان از جمله تأثیرات فرایند جهانی شدن بر سینمای ایران ارزیابی کرد. تأثیرات فرایند جهانی شدن بر سینما توجه پژوهشگرانی در سایر کشورهای جهان را نیز به خود جلب کرده است تا جایی که برای نمونه بریندا بوز^۱ هم در مقاله‌ای با عنوان «مدرنیته، جهانی شدن، جنسیت و شهر: خوانشی از سینمای هند» (۲۰۰۸) به تبیین تأثیرات فرایند جهانی شدن در هند پس از استعمار و تأثیرات آن بر بازنمایی‌های صورت گرفته از امر جنسی در سینمای این کشور پرداخته است (Bose, 2008, p:35).

به عنوان عامل دیگر تأثیرگذار بر وضعیت موجود بازنمایی غیرت ناموسی در سینمای ایران، می‌توان از سیاست‌های فرهنگی جشنواره‌های بین‌المللی فیلم در حوزه

پرداختن به امر جنسی در عرصه سینما یاد کرد. جشنواره‌های فیلم، ابزاری برای سیاست‌گذاری فرهنگی محسوب می‌شوند، چراکه در تولید، توزیع و مصرف معناها، نمادین نقش‌آفرینی می‌کنند و این توانایی را دارند که بر انگاره‌های ذهنی سازندگان محتوا و مخاطبان اثرگذاری کنند. جشنواره‌هایی چون «جوایز اسکار»، «جوایز امی» و «جوایز گلدن گلوب» نه تنها نقشی تعیین‌کننده در صنعت سینما و تلویزیون آمریکا دارند، بلکه فضای فرهنگی کشورهای دیگر را نیز متأثر می‌کنند. مراسم اختتامیه این جشنواره‌ها یک رویداد رسانه‌ای تمام‌عیار است که از تلویزیون بسیاری از کشورها پخش می‌شود. دستور کار جشنواره‌های معتبر، به مباحث متعددی در کشور میزبان و دیگر کشورها دامن می‌زند؛ چنان‌که برنده شدن «جدایی نادر از سیمین» ساخته اصغر فرهادی در اسکار به بحث‌های دامنه‌داری در فضای فرهنگی ایران منتهی شد. جشنواره‌های فیلم نه تنها سنجه‌ای برای درک تغییرات فرهنگی، بلکه نیرویی در شکل‌دادن، پیش‌بردن و مشروعیت دادن به این تغییرات است (اکبرزاده جهرمی، ۱۳۹۷: ۱۲۵). بررسی جشنواره‌های مختلف جهانی فیلم در جهان نشان‌دهنده آن است که بسیاری از جشنواره‌های مذکور، در لایه سیاست‌گذاری و به تبع در اجرا، حامی گرایش‌های جنسی خاصی با محوریت توسعه و ترویج آزادی مفرط جنسی هستند. این سیاست‌ها تا جایی ادامه یافت که در اوایل دهه ۱۹۷۰ میلادی، به ظهور جشنواره‌های فیلم اروتیک در نیویورک، سانفرانسیسکو و آمستردام منجر شد (Gorfinkel, 2006:59).

دیگر عامل معرفتی مؤثر در صورت‌بندی گفتمانی مذکور از غیرت در سینمای ایران، بسط نسبی ادبیات فمینیستی در مجامع نخبگانی و حتی عمومی ایران است. به این ترتیب، با امتداد یافتن دیدگاه فمینیستی در بین فیلمسازان ایرانی، آنان مقوله غیرت ناموسی را به مثابه عاملی برای انقیاد زن در برابر مرد تحلیل کرده و در آثار سینمایی خود بازنمایی می‌کنند. در لایه فرهنگی و اجتماعی نیز، رشد روزافزون طبقه متوسط شهری در جامعه ایرانی و البته سیاست‌های فرهنگی، هنری و اجتماعی دولت‌های یازدهم و دوازدهم در شکل‌گیری این تقریر اجتماعی مؤثر است.

منابع و مأخذ

- ادگار، اندرو؛ و سج ویک، پیتر (۱۳۸۷). مفاهیم بنیادی نظریه فرهنگی. (مهران مهاجر و محمد نبوی، مترجمان). تهران: آگه.
- اکبرزاده جهرمی، سیدجمال‌الدین (۱۳۹۷). نقش جشنواره‌های فیلم در سیاستگذاری فرهنگی تحلیل محتوای کیفی جشنواره تلویزیونی جام جم و جوایز گلدن گلوب. مطالعات فرهنگی و ارتباطات، ۵۳ (۱۴)، ۱۶۶-۱۳۲.
- امامی، سید مجید (۱۳۹۸). سنت‌های نظری معاصر در تحلیل فرهنگی. تهران: دانشگاه امام صادق (ع).
- بارکر، کریس (۱۳۹۶). مطالعات فرهنگی: نظریه و عملکرد. ترجمه نسیم حمیدی و مهدی فرجی. تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.
- برهان، رضا؛ حسن سرایی و سیف‌الله سیف‌اللهی (۱۳۹۷). بررسی میزان دینداری سرپرستان خانوار طبقه متوسط شهری مورد مطالعه شهر تهران. دین و ارتباطات، ۵۴ (۲۵)، ۶۹-۳۳.
- بهرامی، مرجان. (۱۳۹۵). بررسی عوامل فرهنگی و اجتماعی قتل‌های ناموسی (مطالعه موردی: استان خوزستان) (پایان‌نامه کارشناسی ارشد). دانشکده انشگاه آزاد اسلامی واحد نراق، دانشگاه دانشکده حقوق و علوم سیاسی.
- جعفری، علی (۱۳۹۴). آسیب‌شناسی بازنمایی ازدواج در سینمای ایران. تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
- حسن‌پور، آرش و بهجت یزدخواستی (۱۳۹۴). پروبلماتیک زن بودگی؛ نمایش جنسیت و برساخت کلیشه‌های اخلاقی زنانه در سینمای ایران. مطالعات فرهنگ - ارتباطات، شماره ۱۶: ۶۸-۳۳.
- دلاور، علی و قاسم کوهزادیان (۱۳۹۸). تحلیل مقایسه‌ای و اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر قتل‌های ناموسی با سایر قتل‌ها. پژوهش‌های اطلاعاتی و جنایی، شماره ۱۴: ۹۴-۷۵.
- دهقانی محمودآبادی، جواد (۱۳۹۹). بررسی آسیب شناختی بازنمایی غیرت مردانه در شبکه‌های اجتماعی (پایان‌نامه کارشناسی ارشد). قم: دانشگاه باقرالعلوم علیه السلام.
- رضائی‌نبرد، امیر (۱۳۹۱). بررسی تأثیرات جهانی شدن بر هنر معاصر غرب از (۱۹۶۰ تا زمان حاضر). مطالعات راهبردی سیاستگذاری عمومی، شماره ۳: ۹۹-۱۱۷.
- شهابی، محمود و وحید اعطاف (۱۳۹۳). مطالعه پدیدارشناسانه نگرانی مردان از ایژه‌سازی و خود- ایژه‌سازی زنان. جامعه‌شناسی ایران، شماره ۱۵: ۱۵۲-۱۲۶.
- طالب‌زاده، نادر و ابوالفضل اشجع (۱۳۹۹). تاریک، روشن؛ تصویر خانواده در سینمای ایران. تهران: انتشارات کانون اندیشه جوان.
- طباطبایی، محمدحسین (۱۳۷۸). تفسیر المیزان (جلد چهارم). ترجمه محمدباقر موسوی. قم: جامعه مدرسین حوزه علمیه قم. دفتر انتشارات اسلامی.

طبیعی، منصور و رعنا محمدتقی‌نژادصفهانی (۱۳۹۹). زنانگی، ایدئولوژی و مقاومت در برابر فرودستی تحلیل گفتمان فرودستی زنان در سینمای ایران با تکیه بر نظریه خودمداری. زن در فرهنگ و هنر. شماره ۱۲: ۲۱۷-۱۸۵.

- الطریحی، فخرالدین بن محمدعلی (۱۳۷۵). مجمع البحرین و مطلع النیرین (جلد سوم). تهران: مکتبه المرتضویه.
- فرکلاف، نورمن (۱۳۹۸). تحلیل گفتمان انتقادی. ترجمه روح الله قاسمی. تهران: اندیشه احسان.
- فیلیپس، لوئیز (۱۳۹۵). نظریه و روش در تحلیل گفتمان. ترجمه هادی جلیلی. تهران: نشر نی.
- لافی، دن (۱۳۹۶). موضوعات کلیدی در نظریه رسانه ها. ترجمه یونس نوربخش. تهران: شرکت انتشارات علمی و فرهنگی.
- محبی، سیده فاطمه و فاطمه علی عسکری (۱۳۷۹). نمای آگینه: مجموعه مقالات همایش زن و سینما. (جلد دوم). تهران: انتشارات سفیر صبح.
- محمدپور، احمد (۱۴۰۰). ضد روش، زمینه های فلسفی و رویه های عملی در روش شناسی کیفی. تهران: لوگوس.
- محمدی مهر، غلامرضا و عبدالله بیچرانلو (۱۳۹۳). بازنمایی فرهنگ ایران در فیلم های ایرانی تحسین شده در جشنواره های بین المللی. مطالعات فرهنگ - ارتباطات، شماره ۱۵: ۱۷۶-۱۵۵.
- مرتضوی، سید محمود؛ محمدعلی مومبینی و جلال عراقی (۱۳۹۸). نشانه شناسی داستان مصور جنسی. *International Multidisciplinary Journal of Pure Life*، شماره ۶: ۱۶۷-۱۵۵.
- مستغاثی، سعید (۱۳۹۹). در گفت و گو با سعید مستغاثی؛ سینمای ایران و معضل غفلت از غیرت در خانواده. ، پاسدار اسلام، ۴۶۳-۴۶۴ (۳۹)، ۶۹-۶۸.
- مطهری، مرتضی (۱۳۹۸). مسئله حجاب. تهران: صدرا.
- مظفر، محمدرضا؛ مهدی بن ابی ذر نراقی و محمد کلاتر (بی تا). جامع السعادات (جلد یکم). بیروت: مؤسسه الأعلی للمطبوعات.
- مهدی زاده، سید محمد (۱۳۸۷). نظریه های رسانه، اندیشه های رایج و دیدگاه های انتقادی. تهران: همشهری.
- نراقی، احمد بن محمد مهدی (۱۳۶۶). معراج السعاده در اخلاق. تهران: بدرقه جاویدان.

Bose, B. (2008). Modernity, Globality, Sexuality, and the City: A Reading of Indian Cinema. *The Global South*, 2(1), 35-58. <http://www.jstor.org/stable/40339281>

Gorfinkel, E. (2006). Wet Dreams: Erotic Film Festivals of the Early 1970s and the Utopian Sexual Public Sphere. *Framework: The Journal of Cinema and Media*, 47(2), 59-86. <http://www.jstor.org/stable/41552463>

Hall, S (1997). *The Work of Representation*, In *Cultural Representation and Signifying Practice*, Sage Publication.

Rojek, C2003(). *Stuart Hall*, Polity Publications.

Titscher, S. and et al, (2005), *Methods of Text and Discourse Analysis*, London: Sage Publications Ltd.

Contents

Communication Dimensions of Rituals in the Modern World: The Communicative Process in Arba'een Pilgrimage

Seyed Mohamad Tabatabaei, Mohamad Reza Rasouli, Seyed Vahid Aqili, Nasim Majidi Ghahrodi. 7

Adolescents' Dual Identities in Cyber-Real space (Case Study: Secondary School Students in Ardabil Province)

Behjat Shahabi Anbaran, Ali Jafari, Shahnaz Hashemi, Mohammad Soltanifar 35

Identifying the drivers affecting the future of virtual social networks in the face of mass media

Hazhir Fathi, Faezeh Taghipour, Nafiseh Vaez..... 65

Identifying remote work and home quarantine solutions from the point of view of female faculty members In the days of Corona with a phenomenological approach

Bahare Nasiri 103

A comparative study of the content of the game “ Assassin’s Creed “ and The Assassin Legends

Masood Mohammadzadeh Tehrani, Mohsen Marasy 139

A Study on Lyotarian Event in Meta- Cinema, Case Studies: “Close- Up” and “Through the Olive Trees”

Tooraj Rabbani, Fateme Shahroodi, Esmail Baniardalan 173

Representation of “Honorable Jealousy” in Iranian cinema of the 1390

Seyedeh Samaneh Razavi, Mohsen Johari, 195





of Culture Studies - Communication

Vol .24, Series.93, No.61, Spring 2023

Research Institute of Culture, Art and Communication Ministry of Culture and Islamic Guidance

Managing Director:

Zaeri, Qasim(Ph.D)

Editor in Chief:

Entezari, Ali (Ph.D)

Editorial Board:

Esfandiari, Shahab (Ph.D)

Entezari, Ali (Ph.D)

khaniki, Hadi (Ph.D)

Khojasteh Bagherzadeh, Hassan

Aghili, Seyed Vahid (Ph.D)

Fayyaz, Ebrahim (Ph.D)

Karami Ghahi, Mohammadtaghi (Ph.D)

Nourbakhsh, Younes (Ph.D)

Yasini, seyedeh Raziye (Ph.D)

Executive Director:

Mehri, Roghayeh

Editor:

Shafiekhani, Shahnaz

Graphic Designer:

Khalili, Hamed

Printing House:

New window

Editorial Office

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

Tel: (021) 88919186

Fax: (021) 88893076

website: <http://jccs.ir>

International Editorial Board

Semati Mehdi (Ph.D)

kamalipour Yahya (Ph.D)

Mohsen Mohammad (Ph.D)



IRANIAN ASSOCIATION
OF CULTURAL STUDIES &
COMMUNICATIONS



Research Center for Culture,
Art and Communication
Ministry of Culture and Guidance



This journal is indexed in
the Islamic World Science
Citation Database (ISC).

Cultur-Communication Studies is published
by Institute of Culture, Art and Communication
(Ministry of Culture and Islamic Guidance).

The aim of this journal is to provide a forum for
communication professionals to discuss about
cultural issues. The statements and opinions
expressed in this journal do not necessarily
represent the views of the publisher.