

نماینه پژوهش

دوره جدید، سال هشتم |
شماره سوم و چهارم | پاییز و زمستان ۱۴۰۰ |
قیمت ۳۰۰۰۰۰ ریال |

● دنیای صوت و تصویر در آستانه ورود به عصر جدید/

محمد مهدی عسگریور

● فضای مجازی و تغییرات کنشگری در فرایند تمدنی/

دکتر محمدرضا بهمنی

● مسئله فرهنگی؛ امید به همبستگی و هویت یابی در نظم نوین

تمدن اسلامی - ایرانی / در گفت و گو با سجاد صفارهرندی

● مسئله فرهنگی و چالش های آن در ایران / در گفت و گو با ایرج فیضی

توئیترو روزنامه نگاری / دیراج مورتی، ترجمه دکتر اسماعیل افقهی

● بررسی عملکرد نمایشگاه های کتاب استانی (۱۳۸۷ تا ۱۳۹۶)/

سلمان انصاری زاده، ابراهیم حیدری

● نگاهی به مدل اطلاع یابی ساولینن (الیس) در بافت محیط: بررسی مفاهیم/

دکتر احمد شعبانی، حسین ادبی فیروزجاه

● الگوی مصرف و توزیع فرهنگی تولیدات سینمایی در دوران پسادیدجتال/

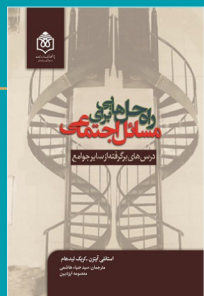
علیرضا تابش، سید جمال الدین اکبرزاده جهرمی، امیررضا تجویدی

● بی تفاوتی یک انتخاب ناگزیر/

جبار رحمانی، محمدرضا سرگلزایی، فاطمه علمدار

با نقد و بررسی آثار:

اسماعیل غلامی پور



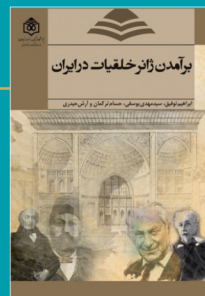
آیتزن، استانی و کریک لیدهام (۱۳۹۹).
راه حل هایی برای مسائل اجتماعی:
درس هایی برگرفته از سایر جوامع. ترجمه
سیدضیاء هاشمی و معصومه ایزدین. تهران:
انتشارات پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.

حسین فیروزجاه



مارتین لستر و دیگران (۱۳۹۸).
رسانه های نوین: درآمدی
انتقادی. ترجمه احسان
شاه قاسمی. تهران: پژوهشگاه
فرهنگ، هنر و ارتباطات.

زینب قادری



توفیق، ابراهیم، سیدمهدی بیوسفی،
حسام ترکمان و آرش حیدری
(۱۳۹۸). برآمدن ژانر خلیقات در
ایران. تهران: پژوهشگاه فرهنگ هنر
و ارتباطات.

بسم الله الرحمن الرحيم

نمایه پژوهش

فصلنامه تخصصی

دوره جدید، سال هشتم، شماره سوم و چهارم
شماره مسلسل ۴۱، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات
وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

مدیر مسئول: قاسم زائری
سر دبیر: داریوش مطلبی

هیأت تحریریه:

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



پژوهش فرهنگ، هنر و ارتباطات
وزارت فرهنگ، هنر و ارتباطات

مدیر داخلی: کتابون قهرمانی
گرافیسیت و صفحه آرا: علیرضا کرمی
ویراستار فارسی: آنا حمیدی
ویراستار انگلیسی: شهناز شفیع خانی

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

صندوق پستی: ۶۴۷۴-۱۴۱۵۵

تلفن: ۸۸۹۱۹۱۷۹-۰۲۱

نماینر: ۸۸۸۹۳۰۷۶-۰۲۱

رایانامه: namayeh@ricac.ac.ir

بهای تک شماره: ۳۰۰۰۰۰ ریال

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



درباره مجله:

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

محورهای موضوعی فصلنامه:

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

اشتراک:

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





■ سخن سردبیر

- نمایشگاه کتاب تهران در دورهٔ پسا کرونا؛ حضوری، مجازی یا ترکیبی / داریوش مطلبی..... ۵

■ یادداشت تحلیلی

- دنیای صوت و تصویر در آستانهٔ ورود به عصر جدید / محمدمهدی عسگریور..... ۹
- فضای مجازی و تغییرات کنشگری در فرایند تمدنی / محمدرضا بهمنی..... ۱۳

■ گفتگو

- مسئلهٔ فرهنگی؛ امید به همبستگی و هویت‌یابی در نظم نوین تمدن اسلامی - ایرانی در گفت‌وگو با سجاد صفارهرندی..... ۲۷
- مسئلهٔ فرهنگی و چالش‌های آن در ایران در گفت‌وگو با ایرج فیضی..... ۳۵

■ مقاله

- توئیترو روزنامه‌نگاری / دیراج مورتی، ترجمه دکتر اسماعیل افقهی..... ۴۵
- بررسی عملکرد نمایشگاه‌های کتاب استانی از دیدگاه ناشران، مشارکت‌کنندگان، کارشناسان و برگزارکنندگان نمایشگاه‌های کتاب استانی (۱۳۸۷ تا ۱۳۹۶) / سلمان انصاری‌زاده، ابراهیم حیدری..... ۷۳
- جامعه‌شناسی مردم‌مدار در مقابل بازار / مایکل بوراوی، ترجمهٔ بهمن باینگانی..... ۹۳
- نگاهی به مدل اطلاع‌یابی ساولینتن (الیس) در بافت محیط: بررسی مفاهیم / احمد شعبانی، حسین ادبی فیروزجاه..... ۱۰۷
- ارزیابی به‌کارگیری مؤلفه‌های کتابخانهٔ سبز در کتابخانه‌های دانشگاهی / فاطمه رضایی منش، محسن حاجی زین العابدینی، امیررضا اصنافی..... ۱۳۱

■ نشست

- الگوی مصرف و توزیع فرهنگی تولیدات سینمایی در دوران پسادیجیتال..... ۱۶۱
- بی‌تفاوتی یک انتخاب ناگزیر..... ۱۷۵

■ نقد کتاب

- جنگ رسانه‌های اجتماعی؛ سلاح‌هایی برابر برای همه / جلال خوش‌چهره..... ۱۸۹
- رسانه‌های نوین: درآمدی انتقادی / حسین بصیریان جهرمی..... ۱۹۷
- اسلکتیویست (انقلاب هشتگ‌ها): قواعد کنشگری سایبری برای اسلکتیویست‌ها / زینب قادری..... ۲۰۳
- برآمدن ژانر خلیقات در ایران (یک جامعه‌شناسی غیرخودمانی) / سعیده زادقناد..... ۲۱۳
- راه‌حل‌هایی برای مسائل اجتماعی / اسماعیل غلامی پور..... ۲۱۹
- پیگیر اخبار نباشید / امیدعلی مسعودی..... ۲۲۷

- تازه‌های پژوهش / سماء کشاورز دیزجینی..... ۲۳۳

- تازه‌های کتاب / سماء کشاورز دیزجینی..... ۲۴۵



نمایشگاه کتاب تهران در دورهٔ پسا کرونا حضور، مجازی یا ترکیبی

• داریوش مطلبی

سردبیر

در چهار دههٔ بعد از پیروزی انقلاب اسلامی نمایشگاه کتاب همواره اهمیت زیادی داشته است، به طوری که برخی از کارشناسان حوزهٔ فرهنگ آن را مهم‌ترین رویداد فرهنگی چهار دههٔ اخیر می‌دانند. حضور فعال پدیدآورندگان و ناشران در کنار حضور میلیونی علاقه‌مندان به کتاب جایگاه ویژه‌ای به این رویداد عظیم فرهنگی داده است. اکنون که در آستانهٔ برگزاری دومین نمایشگاه مجازی کتاب تهران هستیم، دو مسئله ذهن فعالان و کارشناسان حوزهٔ کتاب را به خود مشغول کرده است. اول، برگزاری دومین دورهٔ نمایشگاه مجازی کتاب با توجه به مزیت‌ها، کاستی‌ها، قوت‌ها و ضعف‌های نمایشگاه اول و گام‌هایی که باید برای برپایی بهتر آن برداشت؛ دوم، وضعیتی که نمایشگاه کتاب تهران در دورهٔ بعد از کرونا خواهد داشت. در این یادداشت نگارنده، مسئلهٔ اول را به متولیان برگزاری که سال‌ها است در این حوزه فعال‌اند واگذار می‌کند و تنها به مسئلهٔ دوم می‌پردازد.

آنچه محتمل است و آرزوی همهٔ فعالان صنعت کتاب و نشر است، برگزاری حضوری نمایشگاه در دورهٔ پسا کرونا، با حضور میلیونی بازدیدکنندگان و علاقه‌مندان است؛ ولی آیا می‌توان تجربهٔ دورهٔ کرونا را به این راحتی کنار گذاشت و دوباره به روال سابق برگشت؟ بسیاری از صاحب‌نظران در اظهار نظرهای خویش، دنیای پس از کرونا را عصر جدیدی از حیات بشری دانسته‌اند و معتقدند جهان بعد از کرونا به هیچ‌وجه شبیه به جهان قبل از آن نخواهد بود. آیا این باور و تأکید صاحب‌نظران، تنها جنبهٔ قهری اپیدمی و پیامدهای آن را مدنظر دارد یا تجربیاتی را که تصمیم‌سازان، برنامه‌ریزان و فعالان در این دوره کسب می‌کنند و از اهمیت بالایی برخوردار است نیز در نظر دارد. تصور نگارنده بر این است که تجربیات کسب شده در این دوره، بسیاری از فعالیت‌ها و فرایندها را تغییر داده و این حوزه بسیار مهم‌تر از سایر تأثیرات پاندمی کرونا است.

فصلنامه

نمایشگاه
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

در ۳۲ سال گذشته برگزاری نمایشگاه کتاب تهران، به صورت حضوری، که بیشتر شبیه به فروشگاه بزرگ با یک سری برنامه‌های جانبی بود، همواره موافقان و مخالفان بسیاری داشته است که پیش از این در یادداشت‌ها و گفت‌وگوهایی که نگارنده و دیگران داشته‌اند و منتشر کرده‌اند به آنها پرداخته شده است و نیازی به طرح مجدد آنها نیست. جنبه‌ای از نمایشگاه که بیش از همه محل نقد بود و البته محل تأمل؛ این مسئله بود که آیا نمایشگاه کتاب تهران را می‌توان به معنای واقعی آن چنان که نمایشگاه کتاب فرانکفورت، لندن و... هستند. نمایشگاه کتاب بنامیم؟ یا فروشگاه‌های بیش نیست؟ برخی آن را نمایشگاه کتاب می‌دانستند و معتقد بودند اقتضائات ایران اجازه برگزاری نمایشگاهی را چون نمایشگاه فرانکفورت به عنوان نمایشگاه معیار نمی‌دهد و برگزاری نمایشگاه با همین شیوه برای ایران مناسب‌تر است و برخی آن را محل ایراد می‌دانستند و معتقد بودند جایگاه درخوری به عنوان نمایشگاه ندارد و کارکردهای نمایشگاهی در آن مشاهده نمی‌شود.

یکی از مهم‌ترین نقدهایی که صاحب نظران مطرح می‌کنند به مسیر رشد نمایشگاه برمی‌گشت و اینکه در ۳۲ سال گذشته تحول چندانی را شاهد نبوده‌ایم و وقتی آن را با نمایشگاه‌های بزرگ مثل نمایشگاه کتاب فرانکفورت مقایسه می‌کردند مدافعان روش برگزاری نمایشگاه ۳۲ سال گذشته بر این اصرار داشتند که نمایشگاه فرانکفورت نیز مانند نمایشگاه کتاب تهران در ابتدای فعالیت، بازار مکاره‌ای بزرگ برای فروش کتاب بوده و به مرور زمان جایگاه نمایشگاهی خود را به معنای واقعی پیدا کرده و امروزه بزرگ‌ترین و مؤثرترین نمایشگاه کتاب دنیا است. گردش مالی نمایشگاه کتاب فرانکفورت، که به مدت پنج روز برگزار می‌شود، به اندازه چندین سال گردش مالی بازار نشر کتاب ایران است. نمایشگاهی که از سراسر جهان فعالان حوزه نشر و کتاب، خبرنگاران، نویسندگان و همچنین ارائه‌دهندگان خدمات چاپ و نشر در آن حضور پیدا می‌کنند و برای حضور خود، برنامه‌ریزی سالانه و بلندمدت دارند. در حقیقت آنچه نمایشگاه کتاب فرانکفورت را به بزرگ‌ترین نمایشگاه کتاب دنیا تبدیل کرده است، نه فروش مستقیم کتاب بلکه تبادل حق نشر (کپی‌رایت)، شکل‌گیری همکاری‌های بین پدیدآورندگان و ناشران، مشارکت آژانس‌های ادبی در عرضه محتوا در سطح جهانی، جریان‌سازی در عرصه تولید محتوا و آماده‌سازی بسترهای حقوقی و اقتصادی در حوزه کتاب است.

در ایران به طور طبیعی بسیاری از بسترهایی که برگزاری نمایشگاهی در ابعاد نمایشگاه کتاب فرانکفورت را فراهم کنند، وجود ندارد. در چنین وضعیتی آیا باید عطای برگزاری نمایشگاه، به معنای واقعی کلمه، را به لقایش ببخشیم؟ و تنها خودمان را به برگزاری فروشگاه‌های بزرگ، با حضور میلیونی مردم، ازدحام و شلوغی بی‌مورد و حضور عرضه‌کنندگان مواد غذایی و تنقلات دل‌خوش کنیم؛ یا بایسته است تدبیر دیگری

فصلنامه

نمایش
پژوهشدوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

اندیشیده شود تا نمایشگاه در محیطی آرام و محلی برای گفت‌وگوی فعالان حوزهٔ نشر و پدیدآورندگان و به عبارتی محل تأمل و اندیشه برگزار شود.

برمی‌گردم به مناقشه‌ای که در ابتدای صحبت خویش به آن اشاره کردم. مسئله‌ای که بسیاری از ناشران بزرگ و برخی نویسندگان صاحب‌نام در خصوص نمایشگاه کتاب مطرح می‌کنند؛ فروشگاه بودن آن و اینکه امکان تعامل با فعالان عرصهٔ محتوا و تولید کتاب را فراهم نمی‌کند، در بوتهٔ نقد قرار می‌دهند و در مواقعی آن را مذمت می‌کنند. برگزاری اولین دورهٔ نمایشگاه مجازی با هدف فروش آثار ناشران، تجربهٔ نسبتاً موفق بود که نشان می‌داد برای گردهمایی ناشران و فروش مستقیم کتاب لزوماً نیازی به برپایی حضوری نمایشگاه کتاب و اتلاف آن همه هزینه و وقت نیست و می‌شود با هزینه‌ای بسیار اندک، با کیفیت بهتر برگزار گردد؛ بدون اینکه هزینه‌ای بر مردم، ناشران و سازمان‌ها تحمیل شود. البته به‌طور طبیعی تجربهٔ اول مسائل و مشکلات خاص خود را داشت که در دورهٔ بعد انتظار می‌رود از ضعف‌ها کاسته و بر قوت‌ها افزوده شود.

نگارنده در ۲۵ دوره از ۳۲ دورهٔ برگزاری نمایشگاه کتاب تهران، مشارکت مستقیم داشته و از نزدیک شاهد شور و شوق ناشران، فعالان حوزهٔ نشر، پدیدآورندگان و البته شرکت باعلاقهٔ مردم بوده و همچنین گلایه‌های بسیاری از پدیدآورندگان، فعالان حوزهٔ کتاب و برخی ناشران را از شلوغی و مشکلات موجود، بعینه مشاهده کرده است. تجربهٔ مشارکت در ۲۵ دوره برگزاری نمایشگاه و البته شرکت در دوره‌های متعدد نمایشگاه‌های بین‌المللی به‌ویژه نمایشگاه کتاب فرانکفورت نشان می‌دهد در وضعیت فعلی نشر ایران بایسته است به هر دو جنبه، یعنی فروش و هم نمایشگاه (تعامل پدیدآورندگان و فعالان حوزه کتاب با ناشران) به‌صورت هم‌زمان توجه شود و این مسئله نه با نمایشگاه حضوری محقق می‌شود و نه با نمایشگاه مجازی صرف.

برگزاری اولین دورهٔ نمایشگاه مجازی کتاب در سال ۱۳۹۹ و تدارک برگزاری نمایشگاه دوم در سال ۱۴۰۰ که به‌زودی برگزار خواهد شد؛ نور آمیدی را در ذهن نگارنده ایجاد کرد و امید می‌رود با تدبیر مسئولان و افزودن برخی امکانات برای دسترسی به اطلاعات بیشتر از کتاب، مطالعهٔ خلاصهٔ کتاب، مشاهدهٔ فهرست مطالب، حتی تورق الکترونیکی کتاب‌ها و مطالعهٔ بخش‌های مختلف کتاب بدون امکان دریافت و بارگیری و با لحاظ کردن مسائل امنیتی (که به راحتی قابل تأمین است)، بخش فروشگاه‌های نمایشگاه بعد از دوره کرونا همچنان به‌صورت مجازی ادامه یابد. با توجه به اتفاق مبارک یعنی برگزاری اولین دورهٔ نمایشگاه مجازی که در سایهٔ پاندمی کرونا رخ داد و ما شاهد برگزاری نسبتاً موفق آن بودیم، به نظر می‌رسد امکان برگزاری نمایشگاه‌های بعدی کتاب، بعد از دورهٔ کرونا به‌صورت ترکیبی (حضوری و مجازی به‌صورت هم‌زمان) فراهم است. در این وضعیت، نمایشگاه حضوری، محلی برای تبادل نظر و همفکری بین اهالی کتاب، پدیدآورندگان،

ناشران و فعالان مرتبط با کتاب، نظیر آژانس‌های ادبی، کتابداران، پژوهشگران، ناقدان، کتاب‌فروشان و سایر کنشگران حوزه کتاب خواهد بود و فروش کتاب در بستر الکترونیکی پیگیری خواهد شد. در چنین حالتی می‌توان تعداد روزهای نمایشگاه حضوری را کاهش داد، فضای اختصاص یافته را مدیریت کرد و هزینه‌های برگزاری نمایشگاه را کاهش داد. در حقیقت در این نگاه بخش فروش از طریق مجازی و مبتنی بر پلتفرم نمایشگاه مجازی انجام خواهد شد و تنها ناشران حرفه‌ای و نسبتاً حرفه‌ای که علاوه بر فروش تمایل دارند با سایر کنشگران حوزه کتاب تعامل و گفت‌وگوی مستقیم و رودررو داشته باشند در نمایشگاه حضوری، غرفه‌ای را اجازه خواهند کرد. هزینه‌های اختصاص داده شده از سوی دولت برای حضور مردم و همچنین اجاره فضا، آماده‌سازی و... می‌تواند صرف امور مهم‌تری شود؛ از جمله ارسال پستی کتاب و رساندن آن به دست مردم، **تجهیز کتابخانه‌ها** و برای سایر مسائل زیرساختی و فرهنگ‌سازی.

کارشناسان و متخصصانی که در نمایشگاه‌های بین‌المللی شرکت کرده‌اند و از نزدیک شاهد تعاملات رودررو و مستقیم اهالی کتاب، ناشران، پدیدآورندگان، آژانس‌های ادبی، مترجمان و غیره بودند، نیک می‌دانند که برگزاری نمایشگاه حضوری تنها برای نمایش کتاب و بحث و گفت‌وگو درباره آن، ثمرات بسیار زیادی دارد که فروش کتاب در نمایشگاه مانعی در راه رسیدن به این منافع است و البته برگزاری نمایشگاه در شکل ۳۲ سال گذشته به عنوان فروشگاه کتاب، نه تنها کمکی به شکل‌گیری نشر حرفه‌ای نمی‌کند؛ بلکه مانعی در راه آن محسوب می‌شود. در نهایت اینکه، برگزاری نمایشگاه‌های برخط یا ترکیبی در دوره پسا کرونا راه حل بسیاری از مشکلات صنعت نشر در ایران است و بایسته است تأمل بیشتری از سوی مسئولان در این خصوص صورت گیرد. تا که قبول افتد و در نظر آید (والسلام).

دنیای صوت و تصویر در آستانه ورود به عصر جدید

• محمدمهدی عسگرپور^۱

اگر نگوئیم که در حوزه انتشار صوت و تصویر وارد عصر جدیدی شده ایم، دست کم می توانیم بگوئیم با تحولی شگرف مواجهیم.

با مرور روند یک صد سال گذشته هرازگاهی با تحولاتی در حوزه انتشار صدا یا تصویر یا صدا و تصویر توأمان مواجه شده ایم که در دوره خودش تحولی بزرگ تلقی می شده و برخی آن را عصر جدید نامیده اند و با گذشت زمان معلوم شده اطلاق واژه عصر جدید در مقایسه با تحول شگرف مفهوم بزرگ تری است.

فراموش نکنیم جریان مواجهه مخاطبین با فیلم ها و سریال ها در چند دهه تقریباً یک قالب مشخص داشته و سیر تحولات عملاً در یک چارچوب شکل می گرفته، برای مثال در سینما هرچند تحولات زیادی در حوزه صدا و تصویر به وجود آمده ولی مخاطبین سال ها است در سالن تاریک به تماشای فیلم ها (اغلب سینمایی و با زمان ۹۰ تا ۱۴۰ دقیقه) می نشینند یا مخاطبان تلویزیون در قاب تلویزیون (زمانی در ابعاد نزدیک به مربع و حالا در ابعاد مستطیل کشیده) به تماشای برنامه های تلویزیونی قبلاً با امواج آنالوگ و بعدها دیجیتال می نشینند. پس اگر در مورد عصر جدید یا تحول شگرف صحبت می کنیم لابد نه تنها جریان تولیدات بلکه قالب های انتشار هم دگرگون خواهند شد.

چند سالی است که جریان نمایش بر مبنای درخواست مخاطب (VOD) به عنوان یک شیوه جدید جای خود را در بازار پیدا کرده است. این جریان در ابتدا شکل ساده تری داشت و امروزه با بهره گیری از شبکه های اینترنتی و پلتفرم های نوین به یک موضوع بسیار مهم و تأثیرگذار تبدیل شده است، به گونه ای که تأثیرگذاری اش ابتدا بازار سینما را تحت تأثیر قرار داد و پس از آن به سراغ تلویزیون و رسانه های دیگر رفت.

فصلنامه
نمایش
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

۱. نویسنده، کارگردان، تهیه کننده سینما و تلویزیون و دبیر انجمن صنفی شرکت های نمایش آنلاین (وی اودی - آی پی تی وی) (mehdi.asgarpour@yahoo.com)

براساس اطلاعات سایت‌های مختلف، در چند سال اخیر صنعت سینمای جهان به‌خصوص در حوزهٔ سالن‌ها به‌شدت تحت تأثیر این بازار نوظهور قرار گرفته و گاهی تا مرز ورشکستگی هم پیش رفته است.

در کشور ما به‌تبع بسیاری از تحولات فناورانه در ابعاد جهانی که گاهی با تأخیر و البته آمیخته با ساختار وطنی بروز پیدا می‌کند، عرصهٔ نمایش خانگی که قبل‌تر، عمدتاً شامل فیلم‌های سینمایی اکران شده بود رنگ و بویی تازه یافت و جریان سریال‌سازی و دیگر قالب‌هایی که پیش‌تر تنها در تلویزیون (کاملاً حاکمیتی) تجربه شده و قابل فهم بود، خود را یک جریان جدید معرفی کرد.

اما به این دلیل که زیرساخت‌های قانونی و سیاست‌گذاری مشخصی هم برای این عرصه (مثل بسیاری از عرصه‌های فرهنگی) وجود نداشت، منازعاتی برای کنترل و نظارت بر آن شکل گرفت و باعث شد این جریان نوظهور بیش از آنکه به گسترش طبیعی خود فکر کند، درگیر مسائل حاشیه‌ای شود و این مزیت که ایران جزء معدود کشورهای صاحب پلتفرم‌های نمایشی با پشتوانهٔ امکانات و عوامل داخلی و بومی حرفه‌ای (که قبل‌تر در سینما و تلویزیون شکل گرفته بود) است، بیشتر تحت تأثیر اقدامات محدودکننده قرار گرفت.

در حال حاضر با وضعیتی مواجهیم که این عرصه از یک سو به‌طور جدی گسترش بیشتری را می‌طلبد و از سوی دیگر عوامل تهدیدکننده و تحدیدکنندهٔ آن بسیار متنوع است.

در مقیاس سریال‌های تلویزیونی که در سال‌های اخیر با افت چشمگیر مخاطبان صداوسیما مواجه شده‌اند، عرصهٔ نمایش‌های آنلاین به دلایل مختلف که شاید بخشی از آن به کیفیت برنامه‌های تلویزیونی برمی‌گردد و بخش‌های دیگر آن به مسائل اجتماعی، سیاسی و فرهنگی درمجموع با رشد کمی مخاطب مواجه بوده است و احتمال آن وجود دارد که با تسهیل جریان سیاست‌گذاری‌ها و نظارت‌های حاکمیتی این رشد بسیار فزاینده باشد.

در دو سال گذشته که جهان با همه‌گیری ویروس کرونا مواجه شد، بسیاری از کسب‌وکارها شرایط ناگزیر و غیرقابل‌باوری را تجربه کردند، برخی خود را تا حدی با شرایط جدید هماهنگ کردند، برخی محو شدند، برخی هم به حالت تعلیق درآمدند، هرچه که بود غالب مردم جهان دریافته‌اند که باید برای تعاملات اجتماعی و کسب‌وکار به شیوه‌های جدیدتری فکر کنند و به این تفکر که ممکن است از این پس وجه عمدهٔ تعاملات، قابل تکرار مثل گذشته نباشد، به‌عنوان یک نظریه توجه شد.

در این دوره و در غیاب جریان اکران‌های سینمایی، مخاطبین صداوسیما افزایش نیافتند، اما نمایش‌های آنلاین رشد بیشتری پیدا کردند. بر مبنای آمار پلتفرم‌های

عرصهٔ نمایش‌های آنلاین به دلایل مختلف که شاید بخشی از آن به کیفیت برنامه‌های تلویزیونی برمی‌گردد و بخش‌های دیگر آن به مسائل اجتماعی، سیاسی و فرهنگی درمجموع با رشد کمی مخاطب مواجه بوده است

فصلنامه

نمایش
پژوهشدوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

ایرانی، فقط در حوزه تولیدات، حدود ده هزار نفر افراد حرفه‌ای مستقیم و غیرمستقیم مشغول فعالیت بودند. روندی که کم‌وبیش ادامه دارد.

در حوزه نمایش هم در همین دو سال مخاطبین هزاران دقیقه از محصولات پلتفرم‌ها را تماشا کردند و چندبرابر آن هم در رسانه‌های مختلف (به‌ویژه شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان) عمدتاً غیرقانونی تماشا شدند.

این جریان بدون تردید به محیط خود شکلی جدید خواهد داد و اینجاست که می‌توان گفت ای‌بسا بر مبنای این مدل استفاده از محتوی، شیوه نمایش و سخت‌افزارها هم شاید به‌زودی تغییر کنند و اساساً تجربه تماشای آثار نمایشی و غیرنمایشی با آنچه تا همین چند سال پیش جزء بدیهیات بود دگرگون شود. درک این موقعیت مهم حلقه مفقوده بسیاری از تصمیم‌گیری‌هاست، بسیاری از ناهنجاری‌های فعلی به سردرگمی سال‌های دورتر حاکمیت در مواجهه با ویدیو و بعدها شبکه‌های ماهواره‌ای برمی‌گردد که غایت فعالیتش، ایجاد محدودیت و مجازات بود.

بهبتر است سیاست‌گذاران بدانند حضور پلتفرم‌های خارجی با زبان فارسی و با استفاده از اینترنتی که نمی‌توان به‌سادگی محدودش کرد بسیار نزدیک است. با آنچه ذکر شد، به نظر می‌رسد برای گسترش منطقی این حوزه نوظهور باید شرایط درستی برای قانون‌گذاری شکل گیرد، رهاکردن این پدیده و سپردن سرنوشتش تنها به یک نهاد به نوعی رفع تکلیف است بدون در نظر گرفتن تبعات گسترده آن که شاید بخش قابل توجهی از آن هنوز به منصف ظهور نرسیده و البته وقتی از قانون‌گذاری می‌گوییم فقط مشخص کردن فضاهای ممیزی رایج نیست، بلکه توجه به کل اکوسیستم است که مسائلی از قبیل ورود پلتفرم‌های جدید، قاچاق آثار، توجه به حقوق مؤلفین، شورا‌های داوری و حل اختلاف، تعیین حقوق ذی‌نفعان و... را نیز شامل می‌شود.

بهبتر است

سیاست‌گذاران

بدانند حضور

پلتفرم‌های خارجی

با زبان فارسی

و با استفاده از

اینترنتی که نمی‌توان

به‌سادگی محدودش

کرد بسیار نزدیک

است.

فضای مجازی و تغییرات کنشگری در فرایند تمدنی

• محمدرضا بهمنی^۱

درآمد

گروه مطالعات فرهنگی و تمدنی دانشگاه باقرالعلوم (ع)، برگزاری دوره‌های آموزش کارگاهی ناظر به مباحث تمدنی را در دستور کار قرار داده است. دوره دوم این برنامه، در آذرماه ۱۴۰۰ با همکاری مرکز توسعه فرهنگ و هنر در فضای مجازی با عنوان «تمدن اسلامی و فرهنگ معاصر» برگزار شد. یکی از ارائه‌کنندگان این دوره کوتاه‌مدت، دکتر محمدرضا بهمنی بودند که مطالبی را ذیل موضوع «فضای مجازی و تغییرات کنشگری در فرایند تمدنی» بیان کردند. در این ارائه، ابتدا چستی تمدن و عوامل مؤثر بر تمدن‌ها از عوامل طبیعی گرفته تا انسانی ذکر شد؛ سپس چهار ویژگی تحلیل در مقیاس تمدنی شامل تحلیل جامع‌نگر، نظام‌واره، تحلیلی-تاریخی و آینده‌نگر عنوان شد. در ادامه با بیان ابعاد مختلف کنشگری و نیز ویژگی‌های عصر فضای مجازی، تغییرات کنشگری در این فضا در سطوح مختلف شرح داده شد. متن این ارائه در ادامه آمده و از نظر خوانندگان محترم می‌گذرد.

واژه‌های کلیدی: فضای مجازی، چستی تمدن، تغییرات کنشگری در فرایند تمدنی، ارتباطات

فصلنامه

نمایه
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

۱۳

چیستی تمدن

عنوان مورد گفت‌وگو فضای مجازی و تغییرات کنشگری در فرایند تمدن است. در مورد چیستی تمدن، مطابق با آنچه در خصوص فرهنگ گفته می‌شود، تعاریف متنوع و گوناگونی وجود دارد. چنین مناقشه‌هایی همزاد مباحث فرهنگی و تمدنی مطرح شده است. پرسش نخست این است که مقصود از تمدن چیست؟ بنا بر مطالب و مقالاتی که در این زمینه وجود دارد، می‌توان تعاریف موجود در حوزه تمدن را به چهار گروه ذیل طبقه‌بندی کرد:

۱. تمدن به مثابه پدیده تاریخی: گروه نخست که به نوعی پیشینه و طرفداران بیشتری در حوزه مطالعات تمدنی کشور دارد تمدن را به مثابه پدیده تاریخی می‌داند. گروهی از تعاریف در این فضای تاریخی هستند. با کمی دقت نظر روشن می‌شود بخشی از منابعی که در کشور تولید شده، نگاهی میراثی به موضوع تمدن دارد یا برخی از حلقه‌های مطالعات تمدنی در گروه‌های تاریخ در دانشگاه‌ها و مراکز پژوهشی شکل گرفته است. اینها قرائنی هستند که نشان می‌دهند می‌توان بخشی از تعاریف تمدن را با تعبیر تمدن به مثابه پدیده تاریخی ذکر کرد.

۲. تمدن به مثابه فرایند حرکت به وضعیت برتر: از گروه دوم می‌توان به عنوان تمدن به مثابه فرایند نام برد. بحث‌های مرسوم دوگانه مدنیت و بربریت و... (که البته نقدهای فراوانی بر آن وارد است) تمدن را از زوایای که حرکت اجتماعی از نقطه‌ای به نقطه دیگر است، قلمداد می‌کند و چنین تصویری از آن دارد. از این رو، بخشی از تعاریف در این حوزه است و در این مجال در مورد این فرایند، کنشگران آن و چگونگی تغییرات کنشگران با توجه به تحولات فضای مجازی و ظرفیت‌ها و چالش‌های این فضا صحبت خواهد شد.

۳. تمدن به مثابه نظام‌واره‌های اجتماعی: گروه سوم تعاریف را به اعتبار مباحث و گفت‌وگوهایی که در این زمینه مطرح شده تحت عنوان تمدن به مثابه نظام‌واره‌های اجتماعی یاد می‌کنیم. بخشی از مباحث در حوزه تمدن این است که تمدن‌ها برآیند و مجموعه‌ای از نظام‌های اجتماعی هستند که باید نظامی مفهومی با یکدیگر داشته باشند.

۴. تمدن به مثابه مناسبات انسانی: گروه چهارم، تمدن به مثابه مناسبات انسانی است. اگر چه ما در بحث‌های تمدنی از فرایندها و نظام‌واره‌های اجتماعی صحبت می‌کنیم؛ اما از منظر نگارنده، مفهوم مرکزی و مشترکی در همه تعاریف وجود دارد و آن نقش انسان، مناسبات او و کنشگری‌های انسانی است.

تمدن‌ها اغلب پیرامون منابع آبی و در بخش‌هایی از طبیعت مانند دریاها و رودخانه‌ها شکل می‌گرفتند. موضوع آب بسیار مهم است و حتی امروزه در کشور ما نیز مشاهده می‌شود که این موضوع از چه اهمیت بالایی برخوردار است.

فصلنامه

نمایه پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

۱۴

۱. تفصیل این طبقه‌بندی را نگارنده در پیشگفتار کتاب چیستی تمدن آورده است. (جمعی از نویسندگان (۱۳۹۸). چیستی تمدن. قم: نشر پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی)

البته می‌توان به این چهار مورد، گروه و دسته‌بندی‌هایی نیز افزود. لکن در این مجال در مورد دو گروه تمدن به مثابه فرایند و تمدن به مثابه مناسبات انسانی سخن به میان خواهد آمد.

عوامل مؤثر بر تمدن‌ها

زمانی‌که صحبت از فرایند می‌شود، سیر تطور تمدن‌ها و عوامل تأثیرگذار بر آن در فرایند شکل‌گیری، بلوغ و افول مطرح می‌گردد. به تعبیری دیگر، فراز و فرود تمدن‌ها در گرو چه عواملی است؟ در این بحث، تنوعی از عوامل و گونه‌هایی از طبقه‌بندی مطرح می‌گردد که در دو گروه به آنها اشاره می‌شود. گروه نخست عواملی طبیعی هستند که در فراز و فرود تمدن‌ها و شکل‌گیری، تعالی و افول آنها مؤثرند و گروه دیگر عوامل انسانی هستند. در مورد گروه نخست بحث‌ها و مؤلفه‌های مختلفی ذکر می‌شود که به برخی از آنها اشاره می‌شود:

۱. عوامل طبیعی

تمدن‌ها اغلب پیرامون منابع آبی و در بخش‌هایی از طبیعت مانند دریاها و رودخانه‌ها شکل می‌گرفتند. موضوع آب بسیار مهم است و حتی امروزه در کشور ما نیز مشاهده می‌شود که این موضوع از چه اهمیت بالایی برخوردار است. به‌تازگی نقشه‌ای مطالعاتی پیرامون موضوع آب منتشر گردیده و نشان می‌دهد مسائل و چالش‌هایی در مورد آب در خاورمیانه وجود دارد. برخی از کشورها مانند چین، آبراه‌هایی مصنوعی ایجاد می‌کنند که امکان استمرار زیست شهری فراهم شود. این موضوع حکایت از آن دارد که قطعاً آب یکی از عوامل طبیعی است. از عوامل طبیعی دیگر می‌توان به خاک و انرژی نیز اشاره کرد. به هر روی، بخشی از مناقشات کشورها مربوط به بحث انرژی است و ممکن است در آینده این مناقشات بیشتر شود. مؤلفه دیگر، حوادث و بلایا است که می‌توان از دو منظر الهیات و بحث‌های طبیعی، عمران، معماری و شهرسازی آن را بررسی کرد. این چند مورد از جمله عوامل کلیدی و مهم در حوزه طبیعت هستند که در شکل‌گیری، بقاء، استمرار و افول تمدن‌ها تأثیر داشته‌اند.

۲. عوامل انسانی

در دسته دوم از عوامل مؤثر در فراز و فرود تمدن‌ها که در حیطه رفتارهای انسان و گروه‌های انسانی قابل تبیین است. به رفتار فردی، رفتارهای اجتماعی و سبک زندگی و نیز به علم و فناوری (به عنوان محصول تفکر و اندیشه انسان) می‌توان اشاره داشت.

در دسته دوم از عوامل مؤثر در فراز و فرود تمدن‌ها که در حیطه رفتارهای انسان و گروه‌های انسانی قابل تبیین است. به رفتار فردی، رفتارهای اجتماعی و سبک زندگی و نیز به علم و فناوری (به عنوان محصول تفکر و اندیشه انسان) می‌توان اشاره داشت.

در عوامل فردی، روحیه کار و تلاش از جمله مؤلفه‌های کلیدی و حیاتی هستند. رهبر معظم انقلاب در بحث‌های تمدنی مقایسه‌ای بین تمدن اسلامی و غرب را مطرح نموده‌اند و سخت‌کوشی، تلاش و کار را از عوامل و ظرفیت‌های تمدن غرب دانستند. مؤلفه‌های انگیزه و اراده نیز در عوامل فردی بسیار تعیین‌کننده هستند. در حوزه اجتماعی الگوهای ارتباطات اجتماعی، الگوهای حکمرانی و سبک زندگی بسیار مهم و کلیدی هستند.

در راستای بحث‌های تمدنی، رهبر معظم انقلاب در سخنرانی خود در خراسان شمالی، به موضوع سبک زندگی به تفصیل پرداخته‌اند. در نگاه و منطق تحلیلی رهبری در حوزه تمدن، موضوع سبک زندگی گره‌خوردگی بالایی با موضوع تمدن دارد و توجه ایشان به این مسئله بسیار درست است.

خاستگاه علم و فناوری به تعبیری مربوط به عوامل انسانی است که تحت عنوان مؤلفه علم و فناوری مطرح شد. این دو مؤلفه در دوران معاصر از عوامل مهم در چگونگی حرکت تمدنی در کشور ما و جهان اسلام است که ممکن است به آن توجه شود. در ذیل بحث علم و فناوری، می‌توانیم عصرها و دوره‌هایی را در حرکت‌های تمدنی جوامع بشری مانند عصر کشاورزی، صنعتی و عصر اطلاعات و فضای مجازی مطرح کنیم. بحث دیگر تولید، فراوری و نوآوری‌هایی است که در این حوزه مهم هستند و باید از آنها نام برد. این موارد یک اطلس کلی در مورد فراز و فرود تمدنی است.

ویژگی‌های تحلیل در مقیاس تمدنی

تحلیل در مقیاس تمدنی دارای چه ویژگی‌هایی است؟ پرسشی است که مطرح است و ممکن است در بحث‌ها به آن اشاره شده باشد. اگر بخواهیم توصیفی در مورد تحولات عصر تمدنی از گذشته تا اکنون داشته باشیم، با چه مقیاس‌هایی می‌توان این تحلیل‌ها را انجام داد؟ اگر به طور مشخص بخواهیم در مورد عصر فضای مجازی و نسبت آن با بحث‌های تمدنی صحبت کنیم با چه مقیاس‌ها و شابلون‌هایی می‌توان این تحولات را دید و بررسی کرد؟ چگونه می‌توان نقاط تماس آن را با بحث‌های تمدنی پیدا کرد؟

ویژگی‌ها و مؤلفه‌های گوناگونی ممکن است در تعریف مقیاس و تحلیل در مقیاس تمدنی مطرح شوند که به چهار ویژگی آن اشاره می‌شود:

۱. تحلیل جامع‌نگر و کلان

تحلیل در مقیاس تمدنی، یک تحلیل جامع‌نگر و کلان است. عوامل کلیدی فراز و فرود تمدن‌ها باید استخراج و نظام ارتباطی آنها با یکدیگر دیده شوند. نقشه‌برداری

در راستای
بحث‌های تمدنی،
رهبر معظم انقلاب
در سخنرانی خود در
خراسان شمالی،
به موضوع سبک
زندگی به تفصیل
پرداخته‌اند. در
نگاه و منطق
تحلیلی رهبری
در حوزه تمدن،
موضوع سبک
زندگی گره‌خوردگی
بالایی با موضوع
تمدن دارد و
توجه ایشان به
این مسئله بسیار
درست است.

فصلنامه

نمایه
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

از بالا و نگاه کردن به موضوع ها به صورت تصویر تلسکوپی و از دور یکی از الزاماتی است که در بحث های تمدنی باید از آن استفاده کرد.

۲. تحلیل نظام‌واره

نظام‌وارگی، ویژگی دوم شکل دهنده تحلیل ها در مقیاس تمدنی است. در تحلیل جامع و در تحلیل کلان، باید تلاش کرد که اسکنی حداکثری انجام شود و بستری فراهم گردد که عوامل مهم و کلیدی از قلم نیفتد و استخراج و فهرست شود. نکته ویژگی دوم در نسبت سنجی بین عوامل مختلف است و این نسبت سنجی می تواند به ما کمک کند که تحلیل های خود را از تحلیل های خرد و بخشی جدا کنیم و به سمت تحلیل های کلان و جامع نگر پیش رویم.

۳. روند تحلیلی - تاریخی

ویژگی سوم را می توان تحلیل روندی - تاریخی نام گذاری کرد. بایستی عوامل کلیدی به صورت حداکثری شناسایی شده و علاوه بر یافتن تناسب نظام‌وارگی و نسبت آن با عوامل دیگر، باید تحلیل روند داشت و تغییرات عوامل و نسبت آن را با عوامل فراز و فرود سنجید. بدانیم که چه تمدنی کجا در نقطه افول یا اوج قرار گرفته و نسبت آن با عوامل طبیعی و انسانی دیگر چه بوده و کدام یک از این عوامل مؤثرتر بوده است.

۴. تحلیل آینده‌نگر

آینده‌نگری در بحث های تمدنی جایگاه ویژه ای دارد. موضوع چشم اندازها در کشورهای مختلف موضوع روشنی است. در تدوین چشم اندازها، مباحثی مانند اینکه با چه سناریوها و اتکا به چه ظرفیت هایی و با لحاظ کدام یک از عوامل طبیعی و کنشگری های مناسبات انسانی چه تصویری برای آینده ترسیم کنیم و ظرفیت قلمروهای حکمرانی را برای تحقق آن چشم انداز به کار ببریم، مطرح می شود. در کشور ما، با توجه به نزدیک شدن به پایان چشم انداز اول ۱۴۰۴، تیمی در مجموعه دبیرخانه مجمع تشخیص مصلحت نظام و مراکز دیگر مشغول بررسی این موضوع هستند که در افاق ۱۴۵۰ چه تصویرسازی و چشم اندازی در مسیر حرکت جمهوری اسلامی ایران وجود خواهد داشت. برای مثال، در بیانیه گام دوم، رهبر معظم انقلاب دو فراز کلی و توصیفی از گذشته و تحلیلی از ظرفیت های کشور مطرح می کنند که به نوعی یک سناریوسازی برای مسیر حرکت و گام دوم انقلاب است.

۵. کنشگری تمدنی

امروزه می‌توان از عصرهای تحولی در زیست بشری یا عصرهای تمدن بشری تحت عنوان عصر اطلاعات و فضای مجازی یاد کرد. اگر تمدن، محصول کنشگری و مناسبات کنشگران در قلمروهای تمدنی مختلف باشد و آن را یک فرض در نظر بگیریم؛ در عصر پیش رو چه ویژگی‌هایی را می‌توان احصاء کرد و از آنها خوانش‌های تمدنی داشت و چه تأثیری بر کنشگری‌ها داشته و خواهد داشت؟ منظور از کنشگری و مؤلفه‌هایی که در ذیل مبحث کنشگری قابل ذکر است چیست؟ بحثی کلی در مورد تنوع کنشگران تمدنی است. اینکه تمدن، محصول فعل کنشگران و مناسبات آنها با یکدیگر است.

• سطوح کنشگری

پیش از هر بحثی می‌توان در مورد کنشگران یک سطح بندی انجام داد.

- سطح حاکمیتی

ما یک سطح از کنشگری حاکمیتی داریم. اینکه تمدن‌ها تا چه میزان متأثر از رفتار کارگزاران و رفتار کنشگران حاکمیتی هستند و تا چه حد خوب است که تمدن‌ها تحت تأثیر کنشگران لایه‌های حاکمیتی باشند؛ بنابراین لایه‌ای از سطح کنشگری تمدنی، کنشگری سطح حاکمیتی است.

- سطح عمومی

سطح دیگر کنشگری عمومی است و مراد از آن سطح عمومی و اجتماعی است که محل شکل‌گیری و تعالی تمدن‌ها است. در عصر فضای مجازی چه اتفاقی رخ می‌دهد و چه تأثیراتی دارد؟ بخشی از این موارد تأسیسی و بخش دیگر تغییراتی است که رخ داده است.

- پسامجازی

اگر در عصر کشاورزی و صنعتی، دو لایه کلان کنشگری حاکمیتی و عمومی مطرح بود؛ در عصر فضای مجازی می‌توان دو ویژگی دیگر را به این سطح بندی اضافه کرد. یکی از آنها تغییراتی است که در مناسبات این دو سطح با یکدیگر رخ داده و دیگری سطح سومی از سطح کنشگری است که برجسته شده و آن سطح فراحاکمیتی است. ما با شرایطی مواجه شده‌ایم که در زیست‌بوم امروز تمدن‌ها نمایان شده و سطح کنشگری فراحاکمیتی را پررنگ‌تر نموده است. حال آنکه در عصرهای پیشین تمدنی، چنین چیزی وجود نداشته است.

اگر در عصر کشاورزی و صنعتی، دو لایه کلان کنشگری حاکمیتی و عمومی مطرح بود؛ در عصر فضای مجازی می‌توان دو ویژگی دیگر را به این سطح بندی اضافه کرد. یکی از آنها تغییراتی است که در مناسبات این دو سطح با یکدیگر رخ داده و دیگری سطح سومی از سطح کنشگری است که برجسته شده و آن سطح فراحاکمیتی است.

فصلنامه

نمایه پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

• تنوع کنشگران تمدنی

اگر بخواهیم تنوع کنشگران را در مقایسه با این سطح بندی استقراء کنیم، بایستی به کارگزاران حاکمیتی در الگوهای مختلف حاکمیتی کشورهای مختلف، تولیدگران علم و فناوری، مردم و اقشار مختلف جوامع و اجتماعات انسانی پرداخت. اگر در عصرهای قبل، از تولیدگران علم و فناوری به عنوان کنشگران صحبت می کردیم و قابل استقراء و بررسی بود، در عصر فضای مجازی، فناوران و کنشگرانی که در حوزه تولیدگران و فناوری باشند، کنشگرهای پررنگ تری شده اند. امروز شاهد هستیم که پلتفرم ها و الگوریتم ها به عنوان کنشگران کلیدی در حوزه حرکت های تمدنی نقش آفرینی می کنند و به قدری پررنگ شده اند که در حوزه اقتصاد صحبت از اقتصاد پلتفرمی به میان می آید. در حوزه مدیریت رفتارهای کنشگران در دو لایه حکومتی و عمومی صحبت از چپستی و چگونگی الگوریتم ها و سازوکارهایی است که در مدیریت مبتنی بر ظرفیت های فضای مجازی در قلمروهای حاکمیتی و تمدنی و از حیث نقش های پلتفرمی و الگوریتم ها برجسته تر می شوند.

• قلمروهای کنشگری

مؤلفه دیگری که ذیل بحث کنشگری قابل ذکر است، قلمروهای کنشگری است. به تعبیری قلمروهایی در منطق طبقه بندی حوزه های اجتماعی نیز مطرح است. حوزه هایی مانند فرهنگ، هنر، اقتصاد، سیاست، امنیت، تجارت، علم و فناوری مؤلفه هایی در حوزه های مختلف در قلمروهای تمدنی گوناگون هستند. در این میان، مؤلفه ای را که هر روز پررنگ تر می شود نیز به آن می افزاییم و آن قلمرو مقررات گذاری ها است. قلمرویی که محصول درهم تنیدگی حوزه های مختلفی مانند سیاست در اقتصاد، سیاست در امنیت، علم با فرهنگ و هنر است. این درهم تنیدگی ها که محصول فضای مجازی است، رفتارهای حاکمیتی را نیازمند حوزه جدید از کنشگری کرده و آن حوزه تنظیم گری است.

• پیشران قدرت های کنشگری

پیشران های کنشگری مؤلفه ای است که ذیل کنشگری می توان مطرح نمود. در عصر تمدنی پیشامجازی، موضوع قدرت دفاعی مطرح بوده و در هر عصری در حوزه تجهیز ظرفیت های دفاعی به اقتضای شرایط و چالش ها و منازعات، برای سیانت از ظرفیت های تمدنی، مسائلی مطرح بوده است. پیشران هایی در حوزه علم، فناوری، صنعت و ظرفیت های حوزه اقتصاد نیز وجود دارند که برجسته تر از مؤلفه های دیگری هستند. اما قدرت شبکه سازی و شبکه ای شدن در عصر فضای مجازی، پیشرانهای

امروز شاهد هستیم
که پلتفرم ها و
الگوریتم ها به
عنوان کنشگران
کلیدی در حوزه
حرکت های تمدنی
نقش آفرینی می کنند
و به قدری پررنگ
شده اند که در حوزه
اقتصاد صحبت از
اقتصاد پلتفرمی به
میان می آید.

فصلنامه

نمایه
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

است که گاهی پیشران‌های دفاعی و اقتصادی را تحت تأثیر قرار می‌دهد. همچنین پیشران دیگری که در شرایط پسامجازی می‌توان مطرح کرد، قدرت داده و اطلاعات است. در حدی که تعبیرهایی مانند حکمرانی داده و اطلاعات، بسیار پررنگ شده است.

۶. فضای مجازی و تغییرهای کنشگری

اگر بخواهیم از این سطوح کنشگری، تنوع کنشگران، قلمروهای کنشگری و پیشران‌های کنشگری، چند مؤلفه در توصیف حوزه کنشگری یاد کنیم، در مسیر حرکت تمدنی جمهوری اسلامی ایران و مناسبات تمدنی جهان اسلام از چه تغییراتی می‌توان صحبت کرد؟ ظرفیت‌ها و چالش‌ها و تأثیرات آن بر هر یک از قلمروها و سطوح کنشگری چیست و تحولات حال حاضر و عصر مجازی را با چه رویکردهایی می‌توان تحلیل کرد؟

• رویکردهای تحلیل تحولات فضای مجازی

صحبت از تحولات فناورانه و تحولات فضای مجازی، حدوداً از سه دهه پیش در کشور ما مطرح شده است. در این خصوص می‌توان از پنج رویکرد نام برد که هرکدام از آنها به لحاظ دوره زمانی تقدم و تأخرهایی دارند و مرزبندی میان آنها دشوار است. - رویکرد فناورانه و سخت‌افزاری

یکی از رویکردها، رویکرد فناورانه و سخت‌افزاری است که تقریباً در سال‌های نخست ورود و ظهور این بحث‌ها بسیار پررنگ و برجسته بود. اساساً این تحولات را از جنس تحولات سخت‌افزاری و زیرساختی می‌توان دید که چنین چیزی را در دسترس قرار می‌دهد و در نهایت موضوع و پایگاه آن فناوری است. ساختارسازی‌های اوایل و اواسط دهه هفتاد در کشور به‌ویژه در شورای انفورماتیک، متأثر از همین نگاه بود. آیا این رویکرد به اتمام رسید و نقش خود را از دست داد؟ خیر. همچنان وجود دارد و باید به عنوان یک مؤلفه کلیدی به آن توجه شود.

- رویکرد صیانتی و امنیتی

رویکرد دوم، رویکرد صیانتی و امنیتی است. به اعتبار تحلیل‌های فناورانه و الزامات، ضرورت‌ها و ویژگی‌های فناورانه که این عصر داشته و با توجه به شرایط و اقتضائات اگر مؤلفه‌هایی را فناورانه ببینیم، چالش‌هایی بین حاکمیتی و درون حاکمیتی بروز کرد و سبب شد که رویکردهای صیانتی و امنیتی به موضوع تحولات فناورانه و شبکه‌های زیرساختی مطرح شوند.

- رویکرد اقتصادی

رویکرد سوم، رویکرد اقتصادی و کسب‌وکاری است که تحولات فضای مجازی

فصلنامه

نمایه
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

با عینک اقتصادی و کسب و کاری قابل تحلیل است و از این زاویه می‌توان در مورد ظرفیت‌هایی بالا و چالش‌های پرخطر صحبت کرد. از شکل‌گیری ظرفیت‌های جدید مثل ظرفیت اقتصاد پلتفرمی و مواردی مانند آن تا چالش‌های رمزارزها و ارزهای جدید و... در اینجا مطرح است که ظرفیت‌های تمدنی در فرایند کنشگری و نیز چالش‌های تمدنی را می‌تواند ایجاد کند.

- رویکرد فرهنگی- اجتماعی

کمتر از یک دهه است که اهمیت مباحث فرهنگی- اجتماعی در فضای مجازی مطرح شده و به عنوان یک رویکرد قابل طرح است. در تبیین اهمیت این رویکرد، خوب است به موضوع شبکه ملی اطلاعات اشاره شود. هم مطالبه رهبر معظم انقلاب و هم موضوعی محوری است. به گونه‌ای که این رویکرد سبب شد در معماری نخست شبکه ملی اطلاعات (مصوبه سال ۹۵ شورای عالی فضای مجازی) تغییراتی ایجاد شود. به طوری که معماری مذکور که حاوی دو لایه زیرساخت و خدمات پایه می‌شد، در معماری ثانوی (مصوبه سال ۱۴۰۰)، دو لایه محتوا و خدمات کاربردی به آن افزوده شد.

- رویکرد تمدنی

می‌توان رویکرد پنجمی را به رویکردهای تحلیل تحولات فضای مجازی افزود؛ به نحوی که با برخی تفاوت‌ها دربردارنده آن چهار رویکرد باشد و آن رویکرد تمدنی است. تحلیل تحولات فضای مجازی با رویکرد تمدنی می‌تواند هشدارهایی را در پی داشته باشد، اما نویدهایی هم می‌دهد که جدی‌تر به این تحولات بنگریم. اینکه به کدام کفه ترازوی چالش‌ها و ظرفیت‌ها ضریب بیشتری بدهیم، تحلیل‌های متفاوتی را رقم می‌زند. در ایام کرونا چالش‌هایی شکل گرفت و تا جایی پیش رفت که گفته شد، کرونا یک پروژه طراحی شده است برای ایجاد استیلای قدرت‌های جهانی بر بستر فضای مجازی. از دیگر سو، دفاع از ظرفیت‌های این فضا امکاناتی را برای جبران تعطیلی‌های آموزشی، چالش‌های اقتصادی و... ایجاد کرد.

• ویژگی‌های عصر مجازی

از زاویه رویکرد تمدنی در تغییر و تحولات فضای مجازی چند ویژگی شایان ذکر است؛ زیرا شرایطی که در آن قرار داریم حائز این ویژگی‌ها است و این ویژگی‌ها در طیفی از سویه ظرفیت‌ها تا سویه چالش‌ها قابل تحلیل است.

ویژگی اول، شبکه‌ای شدن ارتباطات انسان است. با توجه به پیچیده شدن شبکه ارتباطات و مناسبات انسانی، این مناسبات در لایه‌های مختلفی قابل ذکر است. تغییر الگوی مناسبات، تنوع پیدا کردن و پیچیده شدن آنها است. مناسبات

در ایام کرونا
چالش‌هایی
شکل گرفت و
تا جایی پیش
رفت که گفته
شد، کرونا یک
پروژه طراحی شده
است برای
ایجاد استیلای
قدرت‌های جهانی
بر بستر فضای
مجازی.

فصلنامه

نمایه
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

انسان با انسان و انسان با طبیعت نیز در آن وجود دارد. مثلاً پدیده اینترنت اشیاء ظرفیت و چالشی است که می‌توان در خصوص آن از منظر تمدنی گفت‌وگو کرد. ویژگی دوم، تبدیل شدن مخاطب به کاربر است. همان‌گونه که بیان شد، لایه‌های کنشگران با یکدیگر تغییرپذیر است و این‌گونه نیست که مانند عصر صنعتی و کشاورزی در حوزه فرهنگ بگوییم که یک سویه حاکمیتی و یک سویه غیرحاکمیتی دارد. در عصر صنعتی مخاطب است و در عصر کنونی تعیین‌کننده سیاست و برنامه‌هایی در حوزه فرهنگ. تبدیل شدن نقش مخاطب به کاربر در حوزه‌ای مانند رسانه و کاربر بودن کنشگر در تحولات فضای مجازی در حوزه فرهنگ چالش‌ها و ظرفیت‌هایی ایجاد کرده است.

ویژگی سوم، سریع شدن تحولات است که در عصرهای تمدنی پیشین شاهد آن نبودیم. از ویژگی دیگر، تحت عنوان شکل‌گیری مخازن داده و اطلاعات یاد کرده‌اند. یکی از دلایل مدافعان طرح صیانت از حقوق کاربران در فضای مجازی، در این ناحیه قرار می‌گیرد. صحبت اصلی دوستان و مدافعان این طرح این است که ما در شرایطی قرار داریم که پلتفرم‌ها، مخازن داده‌های عمومی، شخصی و حاکمیتی در دسترس قرار گرفته و اگر از آنها صیانت نشود، بحران‌های حکمرانی را پیش رو خواهیم داشت. از سوی دیگر، مخازن داده در لایه‌های مختلف حاکمیتی ظرفیت‌های شناختی‌ای ایجاد کرده‌اند و شما با تحلیل داده‌ها می‌توانید شناختی را از حوزه سیاست، امنیت و فرهنگ به دست آورید که کارگزاران حاکمیتی پیش‌از این چنین ظرفیتی را در اختیار نداشته‌اند.

ویژگی آخر، ظهور رسانه‌های نوین است. از درهم‌تنیدگی رسانه‌های مختلف سنتی و کلاسیک، شاهد بروز رسانه‌های نوینی هستیم که می‌تواند ظرفیت و چالش تمدنی ایجاد کند و مصادیق آن قابل طرح است.

• تغییرات کنشگری

در بحث تغییرات کنشگری، با توجه به توصیفی که از ویژگی‌های فضای مجازی و رویکرد تحلیل بیان شد، توضیحاتی در چهار مورد بیان می‌شود که می‌تواند تکمیل شود.

- در سطح فرد و خانواده

حدود یک دهه است که ما با پدیده افزایش شاخص فردگرایی درگیر هستیم و نمی‌دانیم که چه چالش‌هایی ممکن است ایجاد کند. این موضوع می‌تواند پیامدهای تمدنی و تأثیراتی در خانواده و جمع‌های خانوادگی داشته باشد. در اینجا بحث سواد رسانه‌ای و زیست مجازی مطرح می‌شود.

از درهم‌تنیدگی رسانه‌های مختلف سنتی و کلاسیک، شاهد بروز رسانه‌های نوینی هستیم که می‌تواند ظرفیت و چالش تمدنی ایجاد کند و مصادیق آن قابل طرح است.

فصلنامه

نمایه پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

چالش دیگری که ممکن است در سطح فرد و خانواده مطرح شود و به نوعی تغییر کنشگری است، چالش حریم خصوصی است. فروریختن مرزهای خصوصی، بحثی است که می‌تواند تحلیل تمدنی برای آن رخ دهد و تحلیل‌های تغییرهای کنشگری در آن مطرح باشد. برآیند این دورا می‌توان تحت عنوان چالش حریم خانواده مطرح کرد. مؤلفه دیگری که در سطح فرد و خانواده قابل ذکر است، پدیده شهرت است و به لحاظ روان‌شناختی و جامعه‌شناختی پدیده‌ای قابل مطالعه است. تأثیرات سلبریتی‌ها و چهره‌ها از حیث تحلیل‌های جامعه‌شناختی، روان‌شناختی و تحلیل‌ها و چالش‌های اقتصادی مطرح شده و رفتار آنها سبب مقررات‌گذاری‌های بسیار سخت شده است. مثلاً برای رفتاری که یک چهره فضای مجازی در حوزه تبلیغات دارد، چگونه می‌توان مقررات‌گذاری کرد که بشود در فضای کنشگری‌های اجتماعی آن را مدیریت کرد؟

- در سطح سازمان‌ها و ساختارها

بخش دوم تغییرات، در سطح سازمان‌ها و ساختارها است. یکی از حوزه‌هایی که در بحث تمدنی وجود دارد، نظام‌واره‌های اجتماعی است. نظام‌های اجتماعی از یک سو در تعاریف حوزه تمدنی و از سوی دیگر از حیث کنشگری مطرح می‌شوند. سازمان‌ها در حرکت‌های تمدنی، کنشگران مهمی هستند. با توجه به تغییرهای به وجود آمده و به اعتبار ظرفیت‌ها و چالش‌های فضای مجازی، سازمان‌ها در حوزه‌های مأموریتی خود از رفتارهای مداخله سخت به سمت رفتارهای حوزه نرم حرکت می‌کنند. این موضوع در حوزه فرهنگ و امنیت نیز مطرح است و در حوزه امنیت، مؤلفه‌های شناختی در حال پررنگ‌تر شدن هستند.

در حوزه تغییرات سازمانی، تغییرات ساختارهای سازمانی وجود دارد. اساساً ساختارهای سیاسی، اقتصادی و امنیتی در حال تغییرات جدی هستند. در مورد ظرفیت شبکه‌سازی، باید به فرایند بلاک چین^۱ هم اشاره‌ای شود. به واسطه این فضا، امکان‌هایی می‌تواند فراهم شود که حتی در قوای سه‌گانه تغییراتی رخ دهد. درهم‌تنیدگی و ظرفیت‌های فناورانه می‌تواند به خدمت تقویت نقش مردم درآید.

تغییر سومی که در حوزه سازمان‌ها و ساختارها می‌توان مطرح کرد، تغییر موازنه بخش خصوصی با بخش حاکمیتی در ساختارهای حکمرانی است. به قدری این موضوع حائز اهمیت است که در حوزه اقتصاد، فرهنگ و دیگر حوزه‌ها با چالش‌های به‌روز مواجه هستیم؛ به‌طوری‌که شاهدیم موازنه ساختارهای بخش خصوصی و بخش‌های دولتی به‌شدت در حال به‌هم‌ریختن است و به‌طور طبیعی می‌تواند تحلیل‌های تمدنی بر آن رخ دهد و تصمیم‌گیری‌هایی از این زاویه مطرح شود.

فصلنامه

نمایه پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

- در سطح حکمرانی - درون حاکمیتی

گروه سوم تغییرات، کنشگری در حوزه حکمرانی با قید درون حاکمیتی است. یک نکته آن ظهور و نقش آفرینی بازیگران جدید مانند فناوران، پلتفرم‌ها و الگوریتم‌ها در حوزه حکمرانی است.^۱ تغییر دیگری که در حوزه حکمرانی می‌توان از آن یاد کرد، حرکت به سمت شیشه‌ای شدن حکمرانی است. شیشه‌ای شدن حکمرانی یعنی شفافیتی که به اقتضای جریان داده و شبکه‌ای شدن رخ می‌دهد و چالش‌هایی که لایحه‌های کارگزاری و حاکمیتی به اعتبار این موضوع با آن مواجه می‌شوند و ضرورت اینکه باید شفافیت و رفتارهای شفاف رخ دهد؛ به گونه‌ای که بتوان از حکمرانی شیشه‌ای صحبت کرد. البته قانون‌گذار، دسترسی آزاد به اطلاعات در کشور ما را تصویب کرده است و اکنون تا حدودی اجرا می‌شود؛ ولی به هر روی، فاصله بسیار زیاد است. باید طبق قانون، تمام دستگاه‌ها اطلاعات خود را در دسترس عموم قرار دهند و هر کس هر داده‌ای را از دستگاه‌های حاکمیتی نیاز داشته باشد، طبق قانون باید آن دستگاه آن را در اختیار او قرار دهد. تحلیل داده‌ها نیز بسیار جالب توجه است و می‌توان دید که کدام یک از دستگاه‌ها ورود نکرده‌اند.

نکته دیگر، قوت گرفتن کنشگری مردمی در تصمیم‌گیری‌های حاکمیتی است. اگر مثلاً ما همچنان مجلس را به عنوان یک الگوی مؤثر در حوزه تصمیم‌گیری داشته باشیم؛ می‌تواند ظرفیتی ایجاد شود که مردم در قانون‌گذاری‌هایی که در مجلس انجام می‌گیرد نقش قابل توجهی ایفا کنند. امکان شکل دهی شبکه‌های ارتباطی نخبگانی و عمومی در حوزه تصمیم‌گیری بسیار مؤثر است. اکنون سازوکار این موضوع فراهم نشده است؛ ولی در طرح صیانت، کنشگری و رفتار مردم در شبکه‌های اجتماعی و مجازی در چگونگی پیگیری این موضوع بسیار تأثیرگذار بود.

تغییر دیگری که می‌توان از آن یاد کرد، نظارت‌پذیر شدن حکمرانان و کارگزاران حاکمیتی است و مؤلفه دیگر، تغییر مفهوم و قلمرو امنیت در حوزه‌های تمدنی و قلمروهای تمدنی است. برای مثال، موضوعی که در مورد بنزین به وجود آمد یا ناشی از ضعف زیرساخت‌های حوزه شبکه‌ای یا نفوذپذیر بودن سامانه‌هایی بود که برای این موضوع رخ داده بود. این کار ممکن بود بلافاصله به یک بحران امنیتی در کشور تبدیل شود؛ مانند اتفاقی که حدود یک سال قبل برای کشور ونزوئلا رخ داد و سیستم برق آنجا به دلیل حمله امنیتی به کل مختل شد. به هر روی تعریف و قلمرو

تغییر دیگری
که می‌توان از
آن یاد کرد،
نظارت‌پذیر شدن
حکمرانان و
کارگزاران حاکمیتی
است و مؤلفه دیگر،
تغییر مفهوم و قلمرو
امنیت در حوزه‌های
تمدنی و قلمروهای
تمدنی است.

۱. اکنون دو جریان در لایه بین‌المللی شکل گرفته و عنوان آن کارگاه باز و کارگاه بسته است. یک جریان آن کشورهایی مانند آمریکا و برخی کشورهای اروپایی است که صورت زیبایی دارد و آن این است که اساساً مدیریت فضای مجازی باید در اختیار بخش خصوصی باشد ولی واقعاً در پس این قضیه یک نوع استیلای فناورانه مبتنی بر فضای مجازی نهفته است. جریان دیگر هم که شامل روسیه، ایران، چین و... است می‌گویند این گونه نیست که حاکمیت‌ها نقش حداقلی در مدیریت آن داشته باشند.

امنیت، به منظور شبکه‌ای شدن بسیار مهم است.

- در سطح فراحاکمیتی، با تأکید بر جهان اسلام

سطح چهارم تغییرات، سطح فراحاکمیتی با تأکید بر جهان اسلام است؛ چرا که تغییراتی در لایهٔ فراحاکمیتی رخ داده و پررنگ خواهد شد. برجسته‌تر شدن قدرت داده و اطلاعات، برجسته‌تر شدن قدرت شبکه‌سازی، تغییر از مداخلات سخت به مداخلات نرم، از جمله مواردی هستند که ممکن است در خوانش‌های اسلامی از حیث خوانش و تحلیل تهدیدها و تحلیل فرصت‌ها رخ دهد.

به همان نسبتی که در قلمروهای درون حاکمیتی نقش مردم افزایش یافته و خواهد یافت، در لایهٔ فراحاکمیتی نیز به همین صورت است. در جهان اسلام ظرفیت‌های شبکه‌سازی مبتنی بر فرصت‌هایی که در این حوزه وجود دارد، می‌تواند شکل گیرد و شبکه‌های تخصصی‌تر به وجود بیایند و سپس می‌توان تأثیر آن بر حرکت‌های تمدنی را مشاهده کرد. شبکه‌های موضوعی در لایه‌های نخبگانی و اجتماعی بحثی است که می‌توان از آن به استفاده از ظرفیت شبکه‌سازی برای شکل‌گیری امت اسلامی پل زد. این موضوع در جهان اسلام می‌تواند موضوعی کاملاً قابل مطالعه باشد و محل بررسی است.

زیست‌بوم اقتصادی جدیدی در جهان اسلام می‌تواند شکل گیرد. صحبت‌هایی مانند ارز دیجیتال جهان اسلام و... مطرح است و می‌تواند تحلیل و بررسی شود. شکل‌گیری الگوهای جدید دادوستدهای فرهنگی و تمدنی مقوله‌ای است که می‌توان مبتنی بر ظرفیت‌هایی که در جهان اسلام وجود دارد به آن پرداخت. در این مجال، تلاش شد که تنها یک ساختار مفهومی ارائه شود. این ساختار مفهومی می‌تواند مقدمه‌ای برای شکل‌گیری طرح‌ها و گفت‌وگوهای علمی پیرامون تأثیر تحولات فضای مجازی بر الگوهای حکمرانی در نظر گرفته شود. به تبع چنین بحثی، پژوهشگران و مراکز تمدن‌پژوهی می‌توانند در نسبت‌سنجی میان تحولات فضای مجازی و تغییرات کنشگری‌های تمدنی، به مطالعات جدید بپردازند.

جمع‌بندی

اگر با تحلیل از مقیاس تمدنی، سطوح کنشگری را از نظر بگذرانیم؛ خواهیم دید که علاوه بر سطح حاکمیتی و عمومی، امروزه سطح پسامجازی نیز از اهمیت شایان‌ذکری برخوردار است. شبکه‌ای شدن ارتباطات، تبدیل مخاطب به کاربر و افزایش سرعت تحولات فضای مجازی موجب شده کنشگری در این فضا نیز با تغییراتی همراه باشد. این تغییرات را در چهار سطح فرد و خانواده، سازمان‌ها و ساختارها، حکمرانی- درون حاکمیتی و در سطح فراحاکمیتی با تأکید بر جهان اسلام می‌توان ارزیابی نمود.

شبکه‌های موضوعی
در لایه‌های نخبگانی
و اجتماعی بحثی
است که می‌توان
از آن به استفاده از
ظرفیت شبکه‌سازی
برای شکل‌گیری امت
اسلامی پل زد. این
موضوع در جهان
اسلام می‌تواند
موضوعی کاملاً
قابل مطالعه باشد و
محل بررسی است.

فصلنامه

نمایه
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

در سطح فرد و خانواده با پدیده فردگرایی و شهرت‌گرایی و چالش حریم خصوصی و حریم خانواده در این فضا مواجهیم. کنشگری در سطح سازمان‌ها و ساختارها مداخله سخت را به تنظیم‌گری سوق داده است، تغییرات ساختاری در نظام‌های اجتماعی و سازمان‌ها رقم زده و موجب تغییر موازنه بخش خصوصی و سازمان‌های دولتی شده است. این تغییرات اما در سطح حکمرانی و درون حاکمیتی ابعاد تازه‌ای می‌یابد: ظهور بازیگران جدید، شیشه‌ای شدن حکمرانی، قوت‌گرفتن کنشگری مردمی، نظارت‌پذیر شدن حکمرانان و تغییر مفهوم و قلمرو امنیت حکمرانی از پیامدهای این تحولات است.

آخرین سطح از تغییرهای کنشگری به عرصه‌ای فراحاکمیتی و با تأکید بر جهان اسلام اشاره دارد. تغییرهای الگوهای مداخلات بین‌حاکمیتی و تغییرات تنازع قدرت، پررنگ شدن نقش ملت‌ها از دولت‌ها، شکل‌گیری زیست‌بوم اقتصادی جدید و شکل‌گیری الگوی جدید دادوستد فرهنگی از تغییرهای این سطح است. تنها نگاه جامع، نظام‌مند و آینده‌نگرانه به این پدیده با تحلیلی تاریخی است که می‌تواند در این برهه وضعیت موجود و مسائل جدیدی را که با آنها مواجه شده‌ایم به خوبی تبیین کند و مسیری به سوی حل یا کاستن از آسیب‌های آنها بگشاید.

تنها نگاه جامع،
نظام‌مند و آینده‌نگرانه
به این پدیده با
تحلیلی تاریخی است
که می‌تواند در این
برهه وضعیت موجود
و مسائل جدیدی
را که با آنها مواجه
شده‌ایم به خوبی
تبیین کند و مسیری
به سوی حل یا کاستن
از آسیب‌های آنها
بگشاید.

مسئله فرهنگی؛ امید به همبستگی و هویت‌یابی در

نظم‌نوین تمدن اسلامی-ایرانی

در گفت‌وگو با سجاد صفارهرندی

(مدیر پژوهشکده فرهنگ و هنر اسلامی حوزه هنری انقلاب اسلامی)

● گفت‌وگوکننده: یوسف سرافراز

درآمد

خانواده در مقام نهاد و مقوم فرهنگ جامعه یکی از مهم‌ترین موضوعات فرهنگ است که همواره مطرح بوده است. مناسبات و تعاملات درون آن و روندهای اخیر به تغییرات وسیعی دامن زده است. مسئله هویت (ملی، دینی و قومی) از چالش‌های مهم فرهنگی و اجتماعی در کشور است که لازم است روی آن تمرکز شود. مسئله اصلاح نظام‌های حکمرانی و وضعیت اقتصادی، اشتغال، کار و مانند آن قطعاً می‌توانند بر محیط فرهنگی، احساس امید و همبستگی اجتماعی و تقویت و گرم‌شدن روابط خانوادگی هم تأثیر بگذارند. در این گفت‌وگو از زوایای مختلف، به مسئله فرهنگ در کشور پرداخته شده است. تعریف فرهنگ، مسائل فرهنگی، مسئله‌شناسی فرهنگی و دلایل بروز و ظهور برخی آسیب‌های فرهنگی کشور مورد توجه قرار گرفته و راهکارهای برون‌رفت از این آسیب‌ها ارائه شده است. فضای مجازی و رسانه‌های جدید و دگرگونی‌های فناورانه یکی از محورهای گفت‌وگو است که مصاحبه‌شونده ضمن اشاره به تغییر ذائقه مصرف رسانه‌ای جامعه در دوران جدید به خلأهای این حوزه پرداخته است.

واژه‌های کلیدی: مصرف و دگرگونی‌های رسانه‌ای، انسان‌رسانه، امید و نشاط اجتماعی، رسانه‌های مجازی و واقعی، شبکه‌های اجتماعی، سجاد صفارهرندی

فصلنامه

نمایه
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰



مشکلی که امروزه و به‌ویژه در پنج سال اخیر با آن روبه‌رو بوده‌ایم این است که ما در ساختن یک چشم‌انداز امیدوارکننده، که افراد با آن برانگیخته شوند و تلاش‌های خود را برای زندگی فردی و اجتماعی متمرکز کنند و با نشاط در جامعه حضور پیدا کنند، موفق نبوده‌ایم.

■ هنگامی که به وضعیت فرهنگی کشور می‌اندیشید چه دغدغه‌هایی به ذهنتان خطور می‌کند و چه نگرانی‌هایی دارید؟ به عبارت بهتر از دید شما مسائل فرهنگی کشور چه مسائلی‌اند؟

ما در حوزه امید اجتماعی با مشکل روبه‌رو هستیم و به‌واسطه اینکه در دوران گوناگون چشم‌اندازهایی مطرح شده است که از دید من یک مسئله جدی و اساسی است. اگر بخواهیم ماجرا را از منظر تاریخی ببینیم پس از مشروطه و دوره پهلوی اول و در دهه بیست نهضت ملی شدن نفت را داشتیم و پس از آن در دهه چهل نوسازی پهلوی دوم و در دهه پنجاه، توسعه و انقلاب اسلامی و دگرگونی‌های پس از آن را در کشور شاهد بودیم. در دوره اخیر یعنی ریاست جمهوری روحانی بحث برجام و آشتی با دنیا و مانند آن مطرح شد. درست است که اینها رخدادهای سیاسی هستند اما هریک از آنها چشم‌اندازی را به روی جامعه باز می‌کرده است و براساس آن دست‌کم بخش‌هایی از جامعه احساس امیدواری می‌کردند. مشکلی که امروزه و به‌ویژه در پنج سال اخیر با آن روبه‌رو بوده‌ایم این است که ما در ساختن یک چشم‌انداز امیدوارکننده، که افراد با آن برانگیخته شوند و تلاش‌های خود را برای زندگی فردی و اجتماعی متمرکز کنند و با نشاط در جامعه حضور پیدا کنند، موفق نبوده‌ایم. بخشی از موضوع که در ذائقه مصرف رسانه‌ای جامعه ما نیز ریشه دارد این است و یک نوع خاص از مصرف رسانه‌ای در کشور رواج پیدا کرده است که بخشی از آن ناخودآگاه و بخشی دیگر از سوی نیروها و جریان‌هایی در خارج از مرزهای کشور برنامه‌ریزی شده است که منظم و منسجم احساس ناامیدی، خودکم‌بینی و ناتوانی را به فضای اجتماعی جامعه ایران تزریق کنند و ویژگی آن این است که حتی آنها هم به هدف خود نرسیده‌اند. هدف آنها این بود که مردم از وضعیت زندگی خود راضی نباشند و این موضوع شاید سبب شود به حرکت درآیند و اوضاع تغییر کند؛ اما رخدادی که روی داده این است که بخش قابل توجهی از مردم حتی به تغییر هم امید ندارند

فصلنامه

نمایه
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

۲۸

به عبارت دیگر نه امیدی به درون سیستم دارند و نه به تغییر آن. البته نباید کلی‌گویی کرد، تمامی این حرف‌ها و مفاهیم مانند امید و ناامیدی نسبی است اما همان‌گونه که ناامیدی از شرایط درونی و وضع کنونی زیاد است، ناامیدی از وضعیت احتمالی پس از تغییر این سیستم و پیامدها و نتایج آن هم زیاد است و این ناامیدی خود را در قالب میل به مهاجرت و کندن و رفتن و جداسدن از موجودیت کنونی یا رفتن به سمت پروژه‌های قمارگونه فردگرایانه مبتنی بر موفقیت‌های فردی غیراجتماعی یا ضداجتماعی نشان می‌دهد. برای نمونه استقبال ناگهانی از بازار بورس و رمزارزها به امید اینکه کاری کنیم که یک شبه ثروتمند شویم. هیچ‌یک با پی‌ریزی اساس و نظام یک زندگی متوازن، متعادل، بالنده و کارا سازگار نیست و در بسیاری از مواقع نتیجه شکست‌ها و ناکامی‌ها در هریک از این موقعیت‌ها تزییق بیشتر ناامیدی است چراکه به هرروی قمار دو رو دارد. از دید من مسئله امید بسیار جدی است و نظام فرهنگی ما باید یکی از اهداف مهمش سرمایه‌گذاری و دقت روی این موضوع باشد یکی از کارهای نهادهای فرهنگی باید گشودن چشم‌انداز تازه امید در برابر مردم باشد و البته مسئولیت این کار تنها بر عهده دستگاه‌های فرهنگی کشور نیست؛ یعنی درحالی‌که علل و عوامل زمینه‌ای و واقعی برانگیزاننده ناامیدی در افراد وجود دارند غیرمنطقی است که انتظار داشته باشیم نهادهای فرهنگی با امکانات خود که رسانه و آموزش است امیدآفرینی کنند. از سوی دیگر حتماً باید رخدادهای امیدبخشی در شرایط انضمامی و واقعی روی دهد، اما گاهی اوقات به نظر می‌رسد بخشی از این ناامیدی که ما با آن روبه‌رو هستیم حتی متناسب با شرایط نیست یعنی میزان ناامیدی بسیار بیشتر از اندازه بدون واقعی شرایط است. اینجا جایی است که باید سازوکارهای فرهنگی به حرکت درآیند و کار خود را درست انجام دهد و نقش خود را ایفا کند.

■ در سخنان‌تان از رسانه و اشکال گوناگون آن مانند رسانه‌های مجازی و واقعی و شبکه‌های اجتماعی گفتید. از دید شما جامعه ما در نسبت با رسانه چه وضعیتی دارد و با چه مسائل در مورد آنها روبه‌رو هستیم؟

دگرگونی‌های فناورانه، ذائقه مصرف رسانه‌ای جامعه را به شکل جدی تغییر داده و به عبارت دیگر حکمرانی ما در گذشته برای تنظیم اینکه چه چیزهایی در مدار سمع و نظر بینندگان و شنوندگان قرار بگیرد امکاناتی در اختیار داشت که اکنون از دست رفته‌اند. ما امروزه وارد فضایی شده‌ایم که فضای رها و بی‌قیدوبندی است البته این موضوع اقتضای ذاتی آن است حتی نیروها و قدرت‌های مسلط بر این فضا در سطح دنیا نیز با چالش‌های این بی‌قیدوبندی روبه‌رو هستند؛ به عبارت دیگر این تنها مشکلی نیست که با آن روبه‌رو هستیم. از طرفی این یک مشکل عام و فراگیر است. در

از دید من مسئله
امید بسیار جدی
است و نظام
فرهنگی ما باید یکی
از اهداف مهمش
سرمایه‌گذاری و
دقت روی این
موضوع باشد
یکی از کارهای
نهادهای فرهنگی
باید گشودن
چشم‌انداز تازه امید
در برابر مردم باشد
و البته مسئولیت
این کار تنها بر
عهده دستگاه‌های
فرهنگی کشور
نیست.

فصلنامه

نمایه
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

چنین فضایی دستگاه‌ها و نظام‌های رسانه‌ای ما باید در سمت و سوهای مهمی سبک و روش خود را در خصوص عادت‌ها و شیوه‌های پیشین و هر آنچه در گذشته بوده تغییر دهند. این حرف به این معنی نیست که ارزش‌ها تغییر کنند؛ اما شیوه‌ها، ملاحظات راهبردی و راهکارهای رسانه‌ای ما باید تغییر کنند و بخشی از موجودیت و صحنه‌ای باشند که در آن سخنان و تصاویر و روایات گوناگون وجود دارد. اکنون برای ما ممکن نیست که بگوییم ما باید تنها روایتگر موجود در صحنه باشیم. حتماً تعارض روایات و ازدحام تصاویر وجود دارد و روایت و تصویری می‌تواند تأثیر بیشتری از خود بر جای بگذارد و نقش خود را در ذهن مخاطب حک کند که روایت غنی‌تر و فراگیرتر و حتی از لحاظ ارزش‌های زیبایی‌شناسی و هنری نیرومندتر باشد. به همین دلیل دستگاه‌های رسانه‌ای ما باید در مقابل اوضاع کنونی خود را بازآرایی کنند و فهم تازه‌ای از کار خود به دست آورند. ضمن اینکه بخش زیادی از رسانه هم در دنیای کنونی از چارچوب سنتی نهادی و سازمانی خود خارج شده است و ما امروزه با انسان رسانه‌ها روبه‌رو هستیم. در این زمان انسان رسانه‌ها هستند که بدون سازمان‌دهی خاصی بخش زیادی از امور رسانه‌ای را در جامعه ما پیش می‌برند که به شکل فردی و براساس علاقه‌مندی‌ها و انگیزه‌هایشان محتوای رسانه‌ای تولید می‌کنند و مخاطبان خود را محیط تازه‌ای که به وجود آمده است مؤثر و مفید باشیم.

■ از دید شما انعکاس مسائل رسانه‌ای که به آنها اشاره کردید در جامعه چگونه بوده است؟ با دگرگونی‌هایی که در رسانه به وجود آمده است جامعه چه تغییراتی کرده است؟

از دید من واکنش جامعه ما به تغییرات رسانه‌ای دوگانه و سویه است. جامعه ما هم‌زمان شیفته این تغییرها و از آنها متنفر است یعنی از یک سو افراد احساس می‌کنند در مقایسه با گذشته حال خوبی ندارند. این حجم از اطلاعات و تصویر و خبر که معمولاً هم بد هستند و مسائل و مشکلاتی مانند احساس منفی و از بین رفتن حریم‌های خصوصی و برخی آداب و عادات سنتی و ملاحظات خانوادگی در روابط عاطفی را که به وجود آمده جامعه درک می‌کند و آن را حس می‌کند؛ اما از سوی دیگر طعم و مزه نوعی از آزادی، اختیار و انتخابگری را چشیده است که نمی‌خواهند آن را از دست دهند برای همین است که در برابر طرحی مانند صیانت جبهه می‌گیرد و به آن واکنش شدیدی نشان می‌دهد درحالی‌که حتی چندوچون مفاد و محتوای آن برای جامعه روشن نیست. چون چیزی را که تجربه کرده است باوجود تمامی رنج و دردهایش نمی‌خواهد از دست دهد.

در این زمان
انسان رسانه‌ها
هستند که بدون
سازمان‌دهی
خاصی بخش زیادی
از امور رسانه‌ای را
در جامعه ما پیش
می‌برند که به شکل
فردی و براساس
علاقه‌مندی‌ها
و انگیزه‌هایشان
محتوای رسانه‌ای
تولید می‌کنند و
مخاطبان خود را
دارند.

فصلنامه

نمایه
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

■ در ابتدا از امید اجتماعی گفتید به نظر می‌رسد این موضوع با بحث نشاط اجتماعی ارتباط دارد. وضعیت نشاط اجتماعی در کشور ما چگونه است؟

یکی از ابعاد این مشکل، امید به ضعفی برمی‌گردد که در حوزه نشاط اجتماعی داریم. دگرگونی‌های سبک زندگی ناشی از گسترش شهرنشینی، مشاغل اداری، پشت میزنشینی و مانند آن است که نتیجه اینها ثابت و راکد بودن و نبود تحرک و فعالیت‌های ورزشی است. موقعیت ما در برخورداری از نشاط اجتماعی چندان مطلوب نبود و در دوران کرونا نیز در بسترها و زمینه‌های تحقق نشاط اجتماعی گسست و خلأ به وجود آمده است. از دورهمی‌ها و روابط خانوادگی بگریزید (که تاندازه‌ای کم‌رنگ شده است) تا برنامه‌هایی مانند شرکت در رویدادهای فرهنگی، جشن‌ها، جشنواره‌ها، استادیوم‌های ورزشی، برنامه‌های آئینی و مناسکی جمعی که بستر بروز و ظهور نشاط اجتماعی است. در این روزها حذف و کم‌رنگ شدن این فعالیت‌های اجتماعی به وضعیت خمودگی و رکود جسمی و ذهنی بخش‌های زیادی از جامعه منجر شده است. من با شما موافقم که موضوع امید و نشاط باهم ارتباط نزدیک و تنگاتنگی دارند.

■ از تغییرهای سبک زندگی گفتید. در این زمینه با چه مسائلی روبه‌رو هستیم؟

زمانی صحبت از این بود که ساختار مناسبات خانواده از جمعی که دور هم نشست‌اند و باهم صحبت می‌کنند و به حرف بزرگ‌تر خانواده هم گوش می‌دهند به نیم‌دایره‌ای که به دور تلویزیون حلقه زده‌اند تبدیل شده است و تلویزیون عضو محوری و سخن‌گوی خانواده‌ها شده است. این یکی از تغییرهایی قلمداد می‌شد که در الگوی مناسبات خانوادگی به وجود آمده است.

پیش‌تر ما این‌را آسیب و گسست از سنن خانوادگی می‌دانستیم اما در دگرگونی‌های تازه‌ای که تجربه کرده‌ایم اوضاع از این هم یک مرحله بدتر شده است، اگر در گذشته همه باهم به یک نقطه واحد در خانه چشم می‌دوختند اکنون هرکسی یک صفحه تلویزیون کوچک در دست دارد و به تنهایی آن‌را می‌بیند. این فردیت و پیامدهای تعاملی آن تأثیر خود را روی مناسبات خانوادگی و ویژگی‌های فردی و روحی می‌گذارد که نتیجه آن آسیب‌های روانی و اجتماعی است و از مسائل جدی مربوط به نظام مصرف رسانه‌ای است که در مورد آن سخن گفتیم. وجوه دیگری هم دارد مانند مسئله نبود تحرک و مشکلات مربوط به سلامت که به واسطه قواعد زندگی شهری به وجود آمده است و همه آسیب‌هایی هستند که در دگرگونی‌های سبک زندگی با آن روبه‌رو هستیم.

► موقعیت ما در برخورداری از نشاط اجتماعی چندان مطلوب نبود و در دوران کرونا نیز در بسترها و زمینه‌های تحقق نشاط اجتماعی گسست و خلأ به وجود آمده است.

■ اگر بخواهید از میان مسائلی که بیان کردید، اولویت‌بندی کنید کدام یک در اولویت است؟

به باور من اولویت نخست، موضوع امید و در نسبت و ذیل و همراه آن مسئله تأکید بر مشترکات و هم‌سرنوشتی و تلاش برای التیام‌دادن، کم‌رنگ‌کردن و رفوکردن خطوط تعارضی است که درون جامعه وجود دارد. ساخت هویت مشترک روی نقاط پیرنگ مسئله ملی و هویت دینی و معاصر و هم‌سرنوشت بودن و تجارب مشترکی که باهم گذرانده‌ایم که در مجموع نام آن را «تعلق هویتی» می‌گذارم و تعلق و تعهد جمعی را در رأس مسائل می‌گذارم و از دید من این مهم‌ترین مسئله‌ای است که نظام فرهنگی ما باید روی آن تمرکز کند. در امتداد این مسئله فرهنگ کار و کوشش مهم است که آن هم با مسئله امید نسبت دارد.

مسئله برانگیزانندگی در عمل؛ البته کار هم جنبه‌های گوناگون دارد منظور من هم فقط کار اقتصادی نیست می‌تواند کار هنری، علمی، تجاری، تولیدی و عمرانی ارزشمند باشد. تلاش برای اینکه کار در آن زمینه بستر اصلی شکل‌دهی به زندگی فرد باشد و استواری در کار و انجام‌دادن آن به بهترین شکل ممکن به جای صرف رفع تکلیف. باید به کار به عنوان مقوله تحقق‌بخش عالی‌ترین ظرفیت‌ها و استعداد‌های وجودی فرد نگاه کرد. موضوع دیگر خانواده است که البته از مهم‌ترین داشته‌های ماست. از دید من، خانواده یکی از مسائلی است که در کنار برخی موارد دیگر مانند احساسات و آئین‌های دینی وجود دارد. به باور من چیزی که جامعه ما را حفظ کرده است استحکام و قوت خانواده است باید از آن مراقبت کرد و برای آن تمهیداتی در نظر گرفت. گرایش‌هایی که در اجتناب از تشکیل خانواده وجود دارد مسئله و خطر است و باید در حوزه فرهنگ به آنها اندیشید. برخی از بدعت‌های غیرمتناسب با فرهنگ و سنت ما در حوزه خانواده و ازدواج (حتی اگر از سوی اقلیت و گروه‌های کوچک مطرح شده باشند)، مسئله‌ای است که باید به رسمیت شناخته شود و در خصوص آن سیاست‌گذاری صورت بگیرد. باید بر زیبایی‌ها و درستی‌های نهاد خانواده و فرزندآوری تأکید شود و روی آنها کار شود. از دید من باید روی تولید و تجدید نسل هم به عنوان یکی از شئون زیبایی خانواده کار جدی انجام شود.

■ در سخنانان از هویت جمعی گفتید چیزی که شاید بتوان نام آن را هویت ایرانی-اسلامی گذاشت. از دید شما این هویت در جامعه کنونی چه مسائلی دارد؟ وضعیت آن چگونه است؟

در مجموع شکاف‌های سیاسی، نارضایتی‌ها، ناکامی‌ها و همراه‌شدن این مسائل و مشکلات با برخی طرح‌های دشمنانه سبب شده که احساس کنیم این هویت تهدید

ساخت هویت
مشترک روی نقاط
پیرنگ مسئله ملی و
هویت دینی و معاصر
و هم‌سرنوشت بودن
و تجارب مشترکی
که باهم گذرانده‌ایم
که در مجموع نام
آن را «تعلق هویتی»
می‌گذارم و تعلق
و تعهد جمعی را
در رأس مسائل
می‌گذارم و از دید
من این مهم‌ترین
مسئله‌ای است که
نظام فرهنگی ما باید
روی آن تمرکز کند.

فصلنامه

نمایه
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

شده و به آن زخم‌هایی وارد شده است و به عبارت دیگر، توان جمع‌کنندگی گذشته خود را ندارد. یکی از راهکارهای اصلی حل این مشکل و مسئله این است که بتوانیم با وجود تمام ناکامی‌ها و شکست‌هایی که با آن روبه‌رو هستیم فراتر از مسائل روزمره بر این هویت تأکید کنیم و تعلق به هویت ملی و دینی و تاندازه‌ای وضعیت سیاسی روز را تعالی ببخشیم. باید بدانیم که در عین اتکا به این هویت می‌توان معترض و ناراضی بود اما نباید به آن خدشه وارد کرد. از دید من در مورد هویت جمعی این یک نکته مهم و اساسی است.



■ مسائل گوناگونی مانند خانواده، امید، هویت، نشاط و رسانه‌ها مطرح شد. برای اینکه سیاست‌گذار فرهنگی بتواند به این مسائل پاسخ دهد یا آنها را به سمت حل شدن و بهتر شدن هدایت کند باید چه کند؟ راهکارها چه هستند؟ برای نمونه در برنامه هفتم توسعه باید چه رخدادی روی دهد؟

حقیقت این است که سیاست فرهنگی چندان دغدغه مطالعاتی من نبوده است و با الزامات و لوازم آن آشنا نیستم و به همین دلیل شاید نتوانم پیشنهادهایی از جنس بندها و محورهای سیاستی ارائه دهم. شاید نکات کلانی به ذهن من خطور کند که بتوان آن را برای به کار بردن در این فضا تفسیر کرد. از دید من یکی از چیزهایی که می‌تواند نقش تعادل و حتی آرامش بخشی داشته باشد بازخوانی گسترده تاریخ معاصر خودمان و دیگر کشورها، جامعه‌ها و تمدن‌ها است. فراز و فرودها و گشایش‌های پس از فروبستگی که در تاریخ صد ساله اخیر بسیار داشته‌ایم یا آن دوره‌های بالنده و زایا و پرتب‌وتابی که پس از دوران ناامیدی فراگیر به وجود آمده‌اند و مطالعه همین مسائل در تاریخ جوامع و ملل دیگر در دنیا می‌تواند کمک کند. دادن بینش تاریخی و تزریق آن به جامعه که می‌تواند از خلال آموزش و رسانه باشد یکی از مواردی است که در تقویت احساس هویت جمعی نقش‌آفرین است و هم اینکه به عنوان یک عنصر مقابله با ناامیدی می‌تواند به کار آید. نکته دیگر از دید من این است که بخشی از مسائل حوزه فرهنگ را باید بیرون از این حوزه حل کرد. اگر تغییرات و اصلاحات واقع در حوزه توزیع مواهب اقتصادی و اجتماعی و به وجود آوردن فرصت‌های پیشرفت و ترقی، فراهم کردن شرایط مناسب برای کسب و کار و خودشکوفایی فراهم شود تاندازه‌ای می‌توان امیدوار بود که بخشی از مسائل فرهنگی کشور هم در مسیر حل و فصل شدن قرار گیرد؛ البته نمی‌خواهم بگویم فرهنگ تابع اقتصاد است و صرف درست شدن شرایط عینی و مادی مسائل فرهنگی هم خودبه‌خود حل می‌شود اما دست‌کم برخی از گره‌ها و عقده‌های کنونی در فضای فرهنگی جامعه از این راه امکان این را پیدا می‌کند که در مسیر گشوده شدن قرار بگیرد به همین دلیل مسئله اصلاح

اگر تغییرات و
اصلاحات واقع در
حوزه توزیع مواهب
اقتصادی و اجتماعی
و به وجود آوردن
فرصت‌های
پیشرفت و ترقی،
فراهم کردن
شرایط مناسب
برای کسب و کار و
خودشکوفایی فراهم
شود تاندازه‌ای
می‌توان امیدوار
بود که بخشی از
مسائل فرهنگی
کشور هم در مسیر
حل و فصل شدن قرار
گیرد.

فصلنامه

نمایه
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

نظام‌های حکمرانی و وضعیت اقتصادی، اشتغال، کار و مانند آن قطعاً می‌تواند بر محیط فرهنگی و احساس امید و هم‌بستگی اجتماعی و تقویت و گرم‌شدن روابط خانوادگی هم تأثیر بگذارد.

مسئله فرهنگی و چالش‌های آن در ایران در گفت‌وگو با ایرج فیضی (رئیس پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات اجتماعی جهاد دانشگاهی)

• گفت‌وگوکننده: یوسف سرافراز^۱

درآمد

مسائل فرهنگی بسیار پیچیده هستند و لازم است دقیق و از زوایای مختلف بررسی شوند. دکتر ایرج فیضی مادی‌گرایی را اصلی‌ترین آسیب فرهنگی ایران در وضعیت فعلی و آن را ریشه سایر مشکلات فرهنگی می‌داند. به اعتقاد وی، بحران‌های اقتصادی در کشور ریشه بسیاری از مسائل و مشکلات اجتماعی و فرهنگی هستند که در برخی جهات باعث کم‌رنگ شدن ارزش‌های اخلاقی در جامعه شده است. در حوزه‌های خانواده، دین‌داری، ارزش‌های اخلاقی و سبک زندگی هم دچار مسائل فرهنگی ذیل همین مسئله مادی‌گرایی شده‌ایم.

واژه‌های کلیدی: مسائل فرهنگی، مادی‌گرایی، فرهنگ ایران، ایرج فیضی

از دید من مهم‌ترین مسئله ما در حوزه اجتماعی-فرهنگی، نوعی مادی‌گرایی حاد و شدید است و اگر بخواهیم تخصصی و به معنای دقیق علمی آن را مطرح کنیم شرایط آنومیکی است که شاید بتوان گفت به شکل خاص حدود یکی دو دهه است که جامعه ما را درگیر کرده است و در ساختار اجتماعی و فرهنگی ما متأسفانه رسوخ کرده و مانده است.



■ از نگاه شما مسائل فرهنگی کشور شامل چه مواردی می‌شوند؟

در تمام دنیا و در همه جوامع هنگامی که به مسائل اجتماعی و فرهنگی نگاه می‌کنیم با طیف گسترده‌ای از مسائل روبه‌رو می‌شویم و این وضعیت مختص ایران نیست، یعنی این گونه نیست که گمان کنیم تنها ما با انواع و اقسام مشکلات روبه‌رو هستیم و این خاص کشور ماست. اینها مسائلی هستند که در تمام دنیا کم‌وبیش و با میزان‌های متفاوت وجود دارد. مسائل اجتماعی، فرهنگی و انسانی پرشمارند و در تمامی کشورهای دنیا وجود دارند و البته برای هر پژوهشگری براساس تجارب شخصی و دانش و چارچوب‌های نظری ممکن است برخی مسائل برجسته‌تر باشند و برخی دیگر کم‌رنگ‌تر و کم‌اهمیت‌تر؛ بنابراین تأکید می‌کنم ما با مجموعه‌ای از مسائل روبه‌رو هستیم نه یک مسئله. از دید من مهم‌ترین مسئله ما در حوزه اجتماعی-فرهنگی، نوعی مادی‌گرایی حاد و شدید است و اگر بخواهیم تخصصی و به معنای دقیق علمی آن را مطرح کنیم شرایط آنومیکی است که شاید بتوان گفت به شکل خاص حدود یکی دو دهه است که جامعه ما را درگیر کرده است و در ساختار اجتماعی و فرهنگی ما متأسفانه رسوخ کرده و مانده است. از دید من در حوزه فرهنگی این مسئله، مهم‌ترین چالش ماست. اینکه چرا من چنین دیدگاهی دارم در ادامه به آن خواهم پرداخت.

وضعیت فرهنگی و اجتماعی جامعه بسیار تحت تأثیر دگرگونی‌ها و تحولات اقتصادی است. ریشه بسیاری از مسائل و مشکلات اجتماعی و فرهنگی ما هم همین بحران‌های اقتصادی است. برای تبیین این وضعیت، می‌توان از دو دیدگاه نظری در جامعه‌شناسی سود جست؛ نخست نظریه آنومی دورکیم است که شوربختانه به خوبی شناخته نشده و این عدم شناخت یا شناخت ناقص، منحصر به ایران هم نیست مردم دگر کشورها هم در مورد این نظریه را بد فهمیده‌اند و از این نظریه برداشت درستی مطابق آنچه خود دورکیم بیان کرده، نشده است. عموماً، آنومی را معادل بی‌هنجاری تلقی می‌کنند. درحالی‌که بی‌هنجاری یا تضعیف هنجارها و مانند آن پیامد آنومی است نه خود آنومی.

فصلنامه

نمایه
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

معنای آنومی از دیدگاه دورکیم نوعی مادی‌گرایی نامحدود و بی‌انتهای حرص، رقابت و هیجانی است که برای دستیابی به خواسته‌ها و آرزوهای بی‌حد و حصر به وجود می‌آید. به گفته دورکیم در شرایط آنومیک افراد نمی‌دانند حد مشروع و متعارف خواسته‌ها و آرزوهایشان باید تا کجا باشد. به عبارت دیگر حد و حدود به هم می‌ریزد. تعریفی که دورکیم از یک جامعه سالم و متعادل دارد این است که هر طبقه و قشر و گروهی جایگاه خود را می‌دانند و به عبارت دیگر می‌دانند تا کجا باید بخواهند، حد خواسته‌هایشان مشخص است و خواسته‌هایشان حد و اندازه دارد و براساس چارچوب حاکم بر جامعه حد خود را می‌دانند؛ اما در شرایط آنومیک به عبارت دیگر نظام اجتماعی قدرت خود را از دست می‌دهد و چارچوب‌های اجتماعی و هنجاری اعتبار خود را از دست می‌دهند. دورکیم آنومی را معادل آرزوهای بی‌حد و حصر مادی می‌داند و این وضعیتی است که جامعه امروز ما گرفتارش است و امروز شرایط آنومیک را در جامعه تجربه می‌کنیم.

اگر بخواهیم از زاویه‌ای دیگر به مبانی نظریه این بحث پردازیم باید به نتایج نیم قرن مطالعات اینگلهارت و تیمش با نام پیمایش جهانی ارزش‌ها توجه کنیم. نتایج پیمایش جهانی ارزش‌ها نشان می‌دهد امنیت و رفاه اقتصادی عوامل تعیین‌کننده‌ای در تغییرات ارزشی و جهت‌گیری ملت‌ها بوده‌اند. جوامعی که ناامنی و فقر را تجربه می‌کنند متمرکز بر ارزش‌های مادی هستند. جوامع اروپایی در مقطعی فاقد امنیت و رفاه بودند؛ یعنی در شرایط اقتصادی نامناسبی قرار داشتند، جنگ جهانی رخ داده بود و ناامنی وجود داشت و مردم رفاه نداشتند؛ اما پس از جنگ جهانی دوم شرایط تغییر کرد و نسلی که پس از آن به دنیا آمد نسلی بود که هم در رفاه اقتصادی بود و هم امنیت داشت. به همین دلیل اولویت‌ها و ارزش‌های این نسل تغییر کرد. اولویت نسل قبلی اقتصادی و امنیت مهم بود اما برای این نسل این دو فاکتور وجود داشت و این موارد بدیهی شده بودند؛ بنابراین ارزش‌های اقتصادی و امنیت افول کرد و جامعه به سوی ارزش‌های فرامادی مانند خودشکوفایی، اهمیت دادن به محیط زیست و ارزش‌های دیگری حرکت کرد. در این شرایط اگر قرار باشد بین ارزش‌های مختلف، انتخابی صورت گیرد این ارزش‌ها انتخاب می‌شوند نه ارزش‌های مادی و اقتصادی. برای نمونه اگر بخواهد بین رشد اقتصادی و حفظ محیط زیست یکی را گزینش کند حتماً حفظ محیط زیست را انتخاب می‌کند و این برای جامعه‌ای است که آن دو فاکتور را تأمین کرده باشد. به گفته اینگلهارت برای تغییر ارزش‌ها باید از این شرایط رفاه و امنیت حدود سی یا چهل سال بگذرد تا نسلی که در این وضعیت رشد کرده عهده‌دار امور شود و ارزش‌های آنها مسلط و ارزش‌های جامعه دگرگون شود. از این بحث، نتیجه مهم دیگری هم به دست می‌آید که به خصوص در پژوهش‌های اجتماعی و فرهنگی و تبیین مسائل مهم است و آن اینکه متغیرها و عوامل و شرایط فعلی مسائل فعلی را کاملاً



نتایج پیمایش
جهانی ارزش‌ها
نشان می‌دهد امنیت
و رفاه اقتصادی
عوامل تعیین‌کننده‌ای
در تغییرات ارزشی و
جهت‌گیری ملت‌ها
بوده‌اند. جوامعی
که ناامنی و فقر را
تجربه می‌کنند متمرکز
بر ارزش‌های مادی
هستند.

فصلنامه

نمایه
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

تبیین نمی‌کنند بلکه ریشه و عقبه‌ای تاریخی دارد (براساس نظریهٔ اینگلهارت، دست‌کم شرایط یک نسل گذشته) که باید به آن هم توجه شود.

بنابراین می‌بینیم که هم در پژوهش‌های درازمدت و دامنه‌دار اینگلهارت و هم در تبیین‌های درخشان دورکیم اهمیت و تأثیرگذاری اقتصاد تا کجاست. به‌راستی اوضاع اقتصاد در کشور ما چگونه بوده است؟ در دو و سه دههٔ اخیر اقتصاد چه وضعیتی داشته است؟ چرا از پیامدها و تأثیرات اجتماعی و فرهنگی بحران‌های اقتصادی غافل هستیم؟ چرا برای تصمیمات و سیاست‌گذاری‌های اقتصادی، پیوست اجتماعی و فرهنگی تدارک نمی‌بینیم؟ اقتصاد در کشور ما به بحرانی‌ترین شکل ممکن بوده است یعنی هم تورم بالا داشته است و هم رکود بالا. در اقتصاد ما کارهای غیرمولد بسیار سودآور بوده‌اند؛ اما کارهای مولد اصلاً پا نمی‌گیرند. سیاست تمرکز بر تولید کاملاً درست است و باید حفظ شود اما حرکتی جدی نشده است. بدون شک تا سودهای هنگفت و سرسام‌آور بخش غیرمولد قطع نشود ما همچنان با ضعف بخش تولید و از آن بدتر شرایط اجتماعی آنومیک روبه‌رو خواهیم بود. بی‌ثباتی و افت و خیزهای اقتصادی بر به هم ریختن چارچوب‌های اجتماعی و هنجاری جامعه تأثیر قاطعی داشته‌اند. با این وضعیت جامعهٔ ما هرگز نمی‌تواند به‌سوی ارزش‌های فرامادی برود. ارزش‌های مادی برای ما به شکلی بحرانی اهمیت پیدا کرده است. متأسفانه نه تنها نسل جوان بلکه نسل مستقر ما هم تحت تأثیر همین شرایط بحرانی قرار گرفته و ارزش‌های آنها هم عوض شده است. امروزه تمام گفت‌وگوها و دغدغه‌ها و نگرانی روی جوانان تمرکز دارد و گفته می‌شود ارزش‌های آنها دگرگون شده است البته این سخن درست است اما تمام واقعیت نیست. امروز حتی ارزش‌های نسل میان‌سال و مسن هم تغییر کرده است و آنها نیز به ارزش‌های اخلاقی‌ای که بدان‌ها پایبند بود پایبند نیستند. امروزه نگاه کنید به اختلاس‌هایی که به‌صورت رسمی هم اعلام می‌شود. این کار را که جوانان جامعه انجام نمی‌دهند این کارها را افرادی انجام می‌دهند که دارای تجربه و پیشینه هستند و در نظام‌های اداری گزینش شده‌اند.

گویاترین و مهم‌ترین شاهی که می‌توانم برای اثبات شرایط آنومیک جامعه و مادی‌گرایی آن بیان کنم استادان یکی از دانشگاه‌ها هستند که در محوطهٔ دانشگاه برای افزایش حقوقشان تجمع کرده بودند. این موضوع برای من با رویکرد و مبانی نظری‌ای که نزدیک به ده سال است روی آن کار می‌کنم گویاترین نمونه بود. تجمع و اعتصاب استادان دانشگاه در محیط دانشگاه برای افزایش حقوق! دقت کنید دانشگاه محیط علم و دانش است، محیط انتقال ارزش‌ها هم هست. درست است که دانشجویان به دلیل کرونا در دانشگاه نیستند اما به‌هرروی خبر و عکسش را می‌بینند. دانشجویی که می‌خواهد استادش الگوی او باشد و هدفش تمرکز بر دانش و پیشرفت

بدون شک تا سودهای هنگفت و سرسام‌آور بخش غیرمولد قطع نشود ما همچنان با ضعف بخش تولید و از آن بدتر شرایط اجتماعی آنومیک روبه‌رو خواهیم بود.

فصلنامه

نمایه پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

علمی کشور است می‌بیند استادش برای افزایش حقوق مادی‌اش می‌جنگد، در چه شرایط و چه زمانی؟! هنگامی که جامعه ما به شدت دچار بحران اقتصادی و تحریم است و نمی‌تواند نفتش را بفروشد و فقر گسترده‌تر شده است و ما قشری داریم که در زمان همه‌گیری کرونا حتی نمی‌توانند اقلام بهداشتی خود را تأمین و تهیه کنند و دولت هم حتی نمی‌تواند کمک کند و از مردم برای کمک به این قشر دعوت می‌کند و دست به دامن مردم می‌شوند تا به قشر فقیر جامعه برای تأمین غذا و کالاهای اساسی کمک کنند. در چنین وضعیتی استاد دانشگاهی که در مضیقه مالی هم نیست برای افزایش حقوقش تجمع و اعتصاب می‌کند. این گویاترین نمونه برای وضعیت آنومیک در جامعه است. از دید من هیچ نمونه‌ای حتی اختلاس به اندازه این نمونه گویا نیست کسی که اختلاس می‌کند شخص بی‌تقوا و بی‌تعهدی است، حسابش روشن است، اما هنگامی که در محیط دانشگاه که ما می‌گوییم مقدس است، چنین رخدادی روی می‌دهد از دید من گویاترین گواه و شاهد برای وضعیت آنومیک در جامعه است؛ البته این وضعیت منحصر به همان یک دانشگاه نیست، این خواست افزایش حقوق و پیگیری‌های عریان و خودخواهانه آن، در مقابل دیدگان مردم فقیر جامعه و در مقابل دیدگان خیل عظیم دانش‌آموختگان بیکار و بی‌درآمدی که محصول همان دانشگاه‌ها هستند، در همه دانشگاه‌ها و نظام آموزش عالی کشور عمومیت داشت. همه شاهد رقابت بین اساتید وزارت علوم و وزارت بهداشت در تربیون‌های رسمی بر سر این موضوع بودیم، آن هم در بدترین شرایط اقتصادی جامعه. حرص و ولعی که در بخش آموزش عالی کشور برای ارتقای مرتبه وجود دارد (بی‌آنکه معادل این ارتقاها کار و زحمت علمی صورت گرفته باشد) چه تفاوتی با سودجویی افسارگسیخته بخش غیرمولد اقتصاد دارد؟! هر دو نشانه‌ای از شرایط آنومیک و خواسته‌ها و آرزوهای بی‌حد و حصر هستند. در پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات چند طرح ملی اجرا شد که مهم‌ترین آن پیمایش ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان است و من می‌خواهم توجه شما را به یکی از داده‌های این طرح جلب کنم. موج نخست این طرح در سال ۷۹، موج دوم در سال ۸۱ و موج سوم آن در سال ۹۴ اجرا شده است. ما نیز در جهاد دانشگاهی کاری با عنوان پیمایش ملی خانواده انجام دادیم. نکته‌ای که می‌خواهم بیان کنم به یک پرسش مشترک در این پیمایش‌ها مربوط است. پرسش این بوده که مهم‌ترین عامل خوشبختی از دیدگاه شما چیست؟ این پرسش در این پیمایش‌ها به عنوان پرسش باز مطرح شده یعنی مقولات از پیش تعیین‌شده‌ای به فرد پاسخ‌گو ارائه نشده تا ناچار به انتخاب باشد، بنابراین باید خود او پاسخ دهد و نظرش را مطرح کند؛ پاسخ‌گو باید خودش در مورد مهم‌ترین عامل خوشبختی توضیح دهد و آن را بیان کند. این مسئله اهمیت فراوانی دارد چراکه هیچ‌گونه تلقینی به پاسخ‌گو نشده و هرچه خودش فکر می‌کرده بیان کرده است. نتایج

حرص و ولعی که
 در بخش آموزش
 عالی کشور برای
 ارتقای مرتبه وجود
 دارد (بی‌آنکه معادل
 این ارتقاها کار و
 زحمت علمی صورت
 گرفته باشد) چه
 تفاوتی با سودجویی
 افسارگسیخته
 بخش غیرمولد
 اقتصاد دارد؟! هر
 دو نشانه‌ای از
 شرایط آنومیک و
 خواسته‌ها و آرزوهای
 بی‌حد و حصر
 هستند.

فصلنامه

نمایه
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

مربوط به پول و ثروت را باهم مرور کنیم؛ این سؤال در پیمایش سال ۷۹ مطرح نشده اما در موج‌های بعدی اضافه شده است. در نتایج ارائه‌شده برای سال ۸۱، بین مقولات ارائه‌شده، مقوله‌ای تحت عنوان پول یا ثروت وجود ندارد. پول جزء پاسخ‌ها نبوده یا اگر هم بوده به حدی اندک بوده که در مقوله‌ی سایر لحاظ و دسته‌بندی شده است. حدود ۳ درصد پاسخ‌ها در گزینه‌ی سایر دسته‌بندی شده‌اند و ممکن است کسی در این بین پول را هم عامل خوشبختی دانسته باشد اما در هر صورت بسیار اندک بوده است. در پیمایش سال ۹۴، ۹/۸ درصد از مردم مهم‌ترین عامل خوشبختی را پول و ثروت عنوان کرده‌اند؛ یعنی در سال ۸۱ کسی چیزی در مورد پول و ثروت نگفته است اما ۹/۸ درصد از مردم در سال ۹۴ پول را مهم‌ترین عامل خوشبختی گفته‌اند. در پیمایشی که در سال ۹۷ انجام شده است (پیمایش ملی خانواده) ۱۸/۶ درصد از مردم پول و ثروت را مهم‌ترین عامل خوشبختی بیان کرده‌اند. بر اساس این داده‌ها می‌بینیم تمرکزی که بر پول و ثروت می‌شود به سرعت در حال افزایش است. اینکه من از مادی‌گرایی افسارگسیخته سخن می‌گویم برای همین است و از دید من این مهم‌ترین چالش جامعه است. حال باید دید چرا این موضوع مهم است. هنگامی که در جامعه‌ای پول در مقایسه با دیگر مسائل اهمیت بیشتری پیدا می‌کند، باید منتظر اتفاقات ناگواری در نظام اجتماعی، فرهنگی و حتی اقتصادی آن باشیم. هنگامی که کسی موضوعی را عامل و تعیین‌کننده‌ی خوشبختی می‌داند، طبیعی است که آن عامل، جهت‌دهنده و قطب‌نمای زندگی او باشد. کسی که پول را عامل خوشبختی می‌داند، مسلم است تمرکزش در زندگی بر پول باشد؛ بنابراین هدف‌گذاری او در زندگی روی پول خواهد بود. به دست آوردن پول هم همواره در یک راه ساده و در چارچوب هنجارها و قواعد اجتماعی میسر نیست. هنگامی که مهم‌ترین هدف زندگی به دست آوردن پول می‌شود اگر مانعی هم باشد از آن عبور می‌شود. فرض کنید در جایی ناچار به دادن رشوه می‌شود یا جایی ناچار به انجام کار خلافی شود یا اصلاً ممکن است پول از راه خلاف به دست آید چنین کسی برای پول هر کاری انجام می‌دهد به این دلیل است که مادی‌گرایی و آنومی به همراه خود مجموعه‌ای از آسیب‌های اجتماعی را پدید می‌آورد. به همین دلیل هم هست که در جامعه‌شناسی، آنومی به اشتباه بی‌هنجاری تلقی شده و به ذات و واقعیت آن توجه نشده است. هنگامی که در جامعه‌ای این ارزش‌ها برجسته می‌شوند و هنگامی که کسی چنین اهدافی را برای خود انتخاب می‌کند؛ یعنی وقتی پول هدف باشد قواعد، هنجارها و ارزش‌های اجتماعی مانع تلقی می‌شوند و کنار زده می‌شوند. کسی که چنین هدفی برای خود ترسیم می‌کند در هر قشر و طبقه‌ای باشد، با ابزارها و امکاناتی که در اختیار دارد، هدفش را دنبال می‌کند. محتوا یکی است اما صورت‌ها ممکن است متفاوت باشند. یقه سفیدها اختلاس می‌کنند و رشوه می‌گیرند دیگرانی که این ابزارها را ندارند از دیوار مردم بالا می‌روند. این گونه است که

◀
**هنگامی که در
جامعه‌ای پول در
مقایسه با دیگر
مسائل اهمیت
بیشتری پیدا
می‌کند، باید منتظر
اتفاقات ناگواری
در نظام اجتماعی،
فرهنگی و حتی
اقتصادی آن باشیم.**

فصلنامه

**نمایه
پژوهش**

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

می‌بینید در جامعه آمار آسیب‌های اجتماعی بالا رفته است. به همین دلیل است که من از شرایط آنومیک را مهم‌ترین مسئله می‌دانم چون ریشه است و آسیب‌های اجتماعی و فرهنگی میوه و محصول آن است. این موضوع حتی پیامد اقتصادی هم دارد. به ارزش کار در جامعه بنگرید. در کشور ما شوربختانه کار ارزش نیست و کسی حاضر نیست زحمت بکشد و پولی به دست آورد مگر اینکه ناچار باشد. حُب مسلماً شماری از مردم چاره‌ای هم نخواهند داشت و به ناچار کار می‌کنند و الا همه به دنبال این هستند که یک شبه ره صدساله بروند. امروزه اعتبار و ارزشی که کار در گذشته داشته اصلاً ندارد. چون کار یک فرایند پرزحمت و کم‌سود است. بخش اقتصاد غیرمولد ما بسیار سودآور است و به توسعه کشور هم هیچ کمکی نمی‌کند. کسی که در بخش غیرمولد اقتصاد قرار گرفته، بسیار زود به همه چیز می‌رسد بدون اینکه زحمت چندانی کشیده باشد و به سرعت به ثروت کلان دست پیدا می‌کند. به عبارت دیگر هیچ‌گونه تناسبی میان پولی که به دست می‌آید و کار انجام شده وجود ندارد. دیگران (به خصوص جوان‌ها) این وضعیت را نظاره می‌کنند. چرا باید انتظار داشته باشیم جوانان ما برای کار ارزش قائل باشند، وقتی هر روز شاهد ثروت‌های بادآورده و نمایش آن در سطح جامعه هستند. نمایش مصرف‌گرایی و فخرفروشی قشر نوکیسه یکی از مظاهر همین مسئله است. این شکل از مصرف‌گرایی در جامعه و نوعی از رفاه‌زدگی که در میان قشری که در همین فرایند صاحب ثروت‌های بادآورده شده‌اند برای مردم و به خصوص جوانان به الگو تبدیل می‌شوند و خانه‌ها، اتومبیل‌ها و رفاهشان آرزوی دیگران می‌شود، رفاهی که نتیجه زحمت و کار نیست. این وضعیت در فرایند اجتماعی شدن برای جوانان چه ارزشی باقی می‌گذارد، جز حسرت و احساس محرومیت و بی‌عدالتی. در مقابل کسی که به راستی بخواهد کار کند و تولیدی داشته باشد و بخواهد به جامعه خدمت کند با انواع موانع و مشکلات روبه‌رو خواهد بود. متأسفانه مسیر «کار» هموار نیست. نه فقط افراد، بلکه شرکت‌های بزرگ (نظیر خودروسازها) و بانک‌ها هم در این راه (اقتصاد غیرمولد) سرمایه‌گذاری می‌کنند. اقتصاد نابسامان کشور عامل و ریشه همه این مسائل است و البته در یک فرایند دیالکتیکی، خود نیز متقابلاً تحت تأثیر شرایط آنومیکی که موجد آن بوده قرار می‌گیرد. افت‌وخیزهای اقتصادی، تورم و رکود تأثیرات جبران‌ناپذیری بر ارزش‌های جامعه می‌گذارد. چرا این اندازه از تولید می‌گوییم اما کمتر تأثیر دارد؟ چون این موضوع کاملاً به ارزش‌های جامعه مربوط است. هنگامی که ارزش‌های جوانان ما بر پول متکی باشد و نه ارزش کار، جامعه توسعه پیدا نمی‌کند و تولید هم توسعه نمی‌یابد. همه به دنبال این هستند که یک کار کم‌زحمت اما پربازده انجام دهند. همین تولیدی‌هایی هم که امروز در کشور کار می‌کنند ببینید عموماً با هدف حداکثرسازی سود، کیفیت را فدا می‌کنند. در هر کار تولیدی‌ای این مسئله را می‌بینید. چرا؟ چون پول مهم است، ارزش است، هدف و آرزوی افراد است؛

بخش اقتصاد

غیرمولد ما بسیار سودآور است و به توسعه کشور هم هیچ کمکی نمی‌کند. کسی که در بخش غیرمولد اقتصاد قرار گرفته، بسیار زود به همه چیز می‌رسد بدون اینکه زحمت چندانی کشیده باشد و به سرعت به ثروت کلان دست پیدا می‌کند.

فصلنامه

نمایه پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

بنابراین نه تولید با کیفیت بلکه تولید با کمترین هزینه و بیشترین سود هدف است. از این رو کیفیت پایین می‌آید و ارزش کار و رضایت مردم اهمیت ندارد.

■ اگر بخواهم سخنان شما را خلاصه کنم و از مارسل موس شاگرد دورکیم هم وام بگیرم باید بگویم شما بر این باورید که مادی‌گرایی به یک واقعیت اجتماعی تام در ایران بدل شده است و این خود سبب شده است تا مسائل گوناگونی ذیل آن به وجود آیند. نمونه‌هایی که آوردید در حوزه‌های دین‌داری، خانواده، سبک زندگی، ارزش‌های اخلاقی و مصارف فرهنگی مسائلی را به وجود آورده‌اند. اگر درست متوجه شده باشم شما بر این باورید که ما در حوزه‌های خانواده، دین‌داری، ارزش‌های اخلاقی و سبک زندگی هم دچار مسائل فرهنگی ذیل همین مسئله مادی‌گرایی شده‌ایم؟

پرسش بعدی من این است که از دید شما سیاست‌گذار و کسی که می‌خواهد برنامه توسعه کشور را بنویسید و در بخش فرهنگی آن هم فرض کنیم این سیاست را می‌تواند اعمال کند باید چه کند که این مسئله به سمت حل شدن حرکت کند و بتواند برای آن کاری انجام دهد؟

در خصوص راه حل که به آن اشاره کردید از دید من تا هنگامی که اقتصاد درست نشود نمی‌توان در مورد فرهنگ کاری کرد و تنها باید شعارهای بی‌خاصیت بدهیم. می‌خواهم تأکید کنم اگر ما در این فرایند مادی‌گرایی به راستی دنبال برنامه و راهکار باشیم، باید در پی برنامه منسجم اقتصادی و فرهنگی بود. ما باید این دو بخش را باهم ببینیم نمی‌توان تنها از فرهنگ گفت در حالی که پای اقتصاد می‌لنگد. من اقتصاددان نیستم و نمی‌دانم با چه فرایند و سازوکاری می‌توان اقتصاد را سامان داد اما در این حد می‌دانم که مهم‌ترین کاری که باید در آنجا رخ دهد رونق گرفتن تولید است که با شعار پیش نمی‌رود. از دید من تولید هنگامی رونق می‌گیرد که دولت و سیاست‌گذار بتوانند کاری کنند تا مانع سودآوری سرسام‌آور در بخش غیرمولد شوند (با وضع مالیات‌های سنگین یا هر روش دیگر). جذابیت این بخش باید از بین برود. هنگامی که این حل شود آن طرف ماجرا خودبه‌خود به سمت اصلاح می‌رود. چرا هنگامی که بخش غیرمولد سودآوری بسیار بالایی دارد باید گمان کنیم بخش تولید راه می‌افتد؟ هرگز چنین چیزی نمی‌شود چون تولید پرزحمت است. در سال‌های گذشته حتی بانک‌ها یا خودروسازی‌ها هم برای به دست آوردن سودهای کلان در بخش غیرمولد سرمایه‌گذاری کرده‌اند. فرض کنید از بانک وام‌های کلان گرفته‌اند تا تولید کنند و کیفیت محصولاتشان را ارتقا دهند اما این کار را نکرده‌اند بلکه در بخش‌های غیرمولد سرمایه‌گذاری کرده‌اند تا سود بیشتری به دست آورند. دقت کنید حتی جایی که تولید می‌کند هم از تسهیلات

از دید من تا هنگامی که اقتصاد درست نشود نمی‌توان در مورد فرهنگ کاری کرد و تنها باید شعارهای بی‌خاصیت بدهیم.

فصلنامه

نمایه پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

حمایتی که به تولید اختصاص داده شده در تولید استفاده نکرده است؛ بنابراین از دید من مهم‌ترین کاری که باید انجام داد این است که باید به هر شکلی که شده است مانع از سودآوری در بخش غیرمولد شویم. اگر این موضوع حل شود به صورت طبیعی به سمت تولید هدایت می‌شویم. هنگامی که به سمت تولید می‌رویم بخش زیادی از ارزش‌ها مانند ارزش کار برمی‌گردد اگرچه به زمان نیاز دارد چراکه این خرابی‌ها یک شبه به وجود نیامده است که یک شبه از بین برود. به هرروی باید در حوزه اقتصاد و فرهنگ یک کار هماهنگ انجام شود تا به نتیجه برسد. به طور خاص در وزارت ارشاد در حوزه محصولات فرهنگی مانند فیلم‌های سینمایی و سریال‌ها باید به جای ترویج و رؤیاپردازی در حوزه مصرف‌گرایی و تجملات، به ارزش‌های کار توجه شود.



اصلاح فرهنگ
زمان بر است به قول
اینگلهارت تغییرات
فرهنگی با تغییر نسل
اتفاق می‌افتد؛ اما
اصلاح اقتصادی در
مقایسه با اصلاح
فرهنگی هم می‌تواند
سریع‌تر و هم سهل‌تر
انجام شود و بعد هم
تأثیرات مثبت آن
ممکن است به بخش
فرهنگ منتقل شود.

■ گفتید در بخش اقتصاد سیاست‌گذاری به سمت کم‌سوددهی بخش غیرمولد حرکت کند. در بخش فرهنگی سیاست‌گذار افزون بر حمایت از تولیدات رسانه‌ای و فرهنگی باید چه سیاست‌هایی را دنبال کند؟

کار زیادی نمی‌توان انجام داد و انتظار زیادی نباید از این بخش داشت. چون حوزه ارزش‌ها و فرهنگ مسئله‌ای ساده نیست که بخواهید با فرمولی ساده آن را حل کنید. کار زیادی غیر از ترویج وجود ندارد. از دید من تنها راه در این بخش ترویج است که باید در مدارس و فیلم‌ها و به طور کلی در سطح جامعه انجام شود و تأثیرگذاری این برنامه‌ها هم مستلزم اصلاح هم‌زمان حوزه اقتصاد است. برای نمونه همین تبلیغات صداوسیما و سریال‌ها و فیلم‌ها را ببینید که چه اندازه در آنها کد می‌دهیم که این افراد این گونه (بدون کار و زحمت) پول‌دار شده‌اند و از رفاه برخوردارند چه اندازه ترویج رفاه‌زدگی می‌کنیم و چه اندازه کار و کارکردن را ارزش می‌شماریم! جامعه ما جوان است و به تعبیر جمعیت‌شناسان وضعیت جمعیتی فعلی دوره پنجره جمعیتی ماست و این دوره می‌تواند جامعه را به رشد و توسعه بالا برساند و جهش ایجاد کند. ظرفیت رشد و توسعه ما در همین دوران و وضعیت کنونی است؛ اما متأسفانه امروزه در جامعه کار و تلاش ارزش نیست و در عوض فراغت و آسایش و رفاه و تفریح ارزش است (هجوم ایرانیان به ترکیه را ببینید) در بسیاری از تولیدات فرهنگی هم همین ترویج می‌شود. اصلاح فرهنگ زمان بر است به قول اینگلهارت تغییرات فرهنگی با تغییر نسل اتفاق می‌افتد؛ اما اصلاح اقتصادی در مقایسه با اصلاح فرهنگی هم می‌تواند سریع‌تر و هم سهل‌تر انجام شود و بعد هم تأثیرات مثبت آن ممکن است به بخش فرهنگ منتقل شود.

فصلنامه

نمایه
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

درمان‌شناختی عمومی تلقی شود. نتایج همه پژوهش‌های داخلی و خارجی نشان می‌دهد مادی‌گراها بالاترین نارضایتی از زندگی، ناامیدی، احساس محرومیت و تجربه کج‌روی‌های اجتماعی را دارند. مردم و به‌خصوص جوانان باید بدانند چنین اهدافی چه پیامدی برای زندگی و حیات فردی آنها خواهد داشت. خود این شناخت می‌تواند بازدارنده و اصلاح‌کننده باشد.

■ از میان مسائلی مانند خانواده، دین‌داری، ارزش‌های اخلاقی، امید و مصرف که به آن اشاره کردید اگر بخواهید یک نظام اولویت‌بندی داشته باشید شما مادی‌گرایی را در صدر اولویت‌های مسائل فرهنگی قرار دادید از دید شما کدام یک از مسائل فرهنگی دیگر پس‌از آن و به ترتیب اولویت قرار می‌گیرند؟

آنچه بیان شد، براساس مبانی نظری بود و پروژه فکری من بوده است. اینکه گفته شد مادی‌گرایی مهم‌تر از دیگر موارد است به این دلیل است که برای ماورم ریشه بسیاری از مسائل دیگر است. در سطوح بعد و در مورد همین مسئله می‌توان مواردی مانند خودخواهی را هم نام برد. مسئله مهم دیگر احساس محرومیت و بی‌عدالتی است که در سطوح مختلف جامعه وجود دارد که بسیار مهم است و در صورت بی‌توجهی به آن ظرفیت ایجاد پیامدهای چالشی را دارد. احساس محرومیت متغیری است که در ادبیات جامعه‌شناسی جایگاه خاصی دارد؛ برخی از نظریه‌های انقلاب در تبیین جنبش‌های اجتماعی و انقلاب‌ها بر متغیر احساس محرومیت متمرکز هستند. می‌گویند هنگامی که احساس محرومیت گسترش پیدا کند نارضایتی به وجود می‌آید و مردم شورش می‌کنند یا انقلاب می‌کنند. در تبیین جنبش‌ها و انقلاب‌های دنیا بسیار از این متغیر استفاده شده است. مادی‌گرایی در ایجاد احساس محرومیت هم نقش دارد. در هر صورت احساس محرومیت متغیر بسیار تعیین‌کننده‌ای برای نارضایتی‌ها و مسائل سیاسی است. اعتراضاتی هم که در کشور شاهد آن بودیم به دلیل همین احساس است. این احساس چگونه به وجود می‌آید؟ احساس محرومیت نتیجه مقایسه‌های اجتماعی است. قشری که ثروت بادآورده خود را در جامعه نمایش می‌دهد و فخرفروشی می‌کند سبب احساس محرومیت در جامعه می‌شود. این احساس زمانی رخ می‌دهد که افراد زندگی خود را با دیگران مقایسه می‌کنند. فرد فکر می‌کند سال‌ها درس خوانده است و سواد و تحصیلاتی دارد و در این راه تلاش فراوان کرده است و در نهایت به جایی هم نرسیده است اما از سوی دیگر شماری در جامعه وجود دارند که بدون اینکه کار و تلاش خاصی انجام داده باشند ثروت‌های کلانی به دست آورده‌اند. در چنین وضعیتی مسلم است که احساس نارضایتی و محرومیت به‌خصوص در خیل عظیم دانش‌آموختگان و همچنین بین اقشار محروم و حاشیه‌ای جامعه به وجود می‌آید.

احساس محرومیت
نتیجه مقایسه‌های
اجتماعی است.
قشری که ثروت
بادآورده خود را
در جامعه نمایش
می‌دهد و فخرفروشی
می‌کند سبب
احساس محرومیت
در جامعه می‌شود.

فصلنامه

نمایه
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

توئیترو روزنامه‌نگاری

• دیراج مورتی

• ترجمه دکتر اسماعیل افقهی^۱

چکیده

کتاب توئیترو نوشته دیراج مورتی^۲ از کتاب‌های جدید و مناسب در حوزه رسانه‌های اجتماعی است که علاوه بر پرداختن به چستی توئیترو و چگونگی فعالیت آن، در خصوص ارتباط این شبکه اجتماعی با سایر حوزه‌ها همچون روزنامه‌نگاری، بحران، کنشگری [کنشگری اجتماعی و سیاسی]، برندینگ و سلامت در فصل‌های مجزا بحث می‌کند. دلیل انتخاب ترجمه این فصل از کتاب به این دلیل است که توئیترو در قیاس با سایر شبکه‌های اجتماعی نظیر اینستاگرام، تلگرام، واتس‌آپ و ... نسبت بیشتری با روزنامه‌نگاری دارد و این نسبت مورد بحث جدی در محافل علمی مطالعات رسانه و روزنامه‌نگاری قرار گرفته است. نبودن کتاب و مطرح شدن سرفصل‌هایی چون توئیترو به عنوان یک محیط خبری؛ روزنامه‌نگاری جدید؛ خبررسانی شهروند خبرنگاران از طریق توئیترو؛ افزایش شهروند خبرنگاران توئیترو محور؛ توئیترو به عنوان یک فضای خبری مشترک؛ شکاف دیجیتال و روزنامه‌نگاری توئیترو شده؛ توئیترو و روزنامه‌نگاری؛ موهبت یا نفرین؛ و روزنامه‌نگاری فراواقعیت، اخبار جعلی و توئیترو موجب شدند تا این فصل از کتاب (فصل ۴) توئیترو برای ترجمه مفید تشخیص داده شود.

واژه‌های کلیدی: توئیترو، روزنامه‌نگاری، دیراج مورتی، کنشگری اجتماعی و سیاسی

فصلنامه

نمایه
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

۴۵

2. Dhiraj Murthy

۱. استادیار پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات (afghahi@ut.ac.ir)

مقدمه

توئیتر همیشه با روزنامه‌نگاری هم از لحاظ تغییر در کار روزنامه‌نگاری و هم از بابت تسهیل شهروند خبرنگاری همراه بوده است. یک جنبه جالب توئیتر عملکرد آن به عنوان یک فضای خبر پیرامونی^۱ است؛ یک فضای خبری که اخبار مداوم پخش می‌شود. در مورد توئیتر، هر دو اخبار سطحی و عمیق در این فضای پیرامونی ارائه می‌شود. این نوع اخبار را دامنه وسیعی از افراد اعم از روزنامه‌نگاران حرفه‌ای تا شهروند خبرنگاران غیر حرفه‌ای هم تولید و هم مصرف می‌کنند. در این روش، توئیتر به جای اینکه به روش‌های سنتی سخت‌گیرانه در فرایند تولید و مصرف کار روزنامه‌نگاری اقدام کند فرصتی را در اختیار همه انواع روزنامه‌نگاران قرار می‌دهد. علاوه بر این اغلب، نقش‌های تولیدکننده و مصرف‌کننده خبر در توئیتر محو می‌شود. همچنین این رسانه شروع به تأثیر روی برخی روش‌هایی کرده است که از آن طریق روزنامه‌نگاران کار خبری را پیش می‌برند. به ویژه، به عنوان یک فضای خبر پیرامونی که اخبار در حال پخش هستند، روزنامه‌نگاران توئیتر محور^۲ با انگشتانشان روی نبض شبکه اجتماعی اغلب در حال دیده‌بانی برای ارزش خبری رویدادها هستند. آنها قادرند با کاربران توئیتری در تماس باشند که تصور می‌شود اخبار جالبی را منتشر می‌کنند.

روزنامه‌نگاران
توئیتر محور با
انگشتانشان روی
نبض شبکه اجتماعی
اغلب در حال
دیده‌بانی برای ارزش
خبری رویدادها
هستند. آنها قادرند
با کاربران توئیتری
در تماس باشند که
تصور می‌شود اخبار
جالبی را منتشر
می‌کنند.

در این فصل دو موضوع کلیدی بررسی می‌شود: توئیتر به عنوان یک فضای خبر پیرامونی و به عنوان فضایی برای روزنامه‌نگاری چندگانه. در ادامه دو مطالعه تاریخی درباره شهروند خبرنگاران و توئیتر با جزئیات بررسی می‌شود. این نوشته با استفاده از انفجارهای بمبی^۳ در سال ۲۰۰۸ و سقوط هواپیمای مسافربری ایالات متحده در سال ۲۰۰۹ تأثیر شهروند خبرنگاری و توئیتر را به تصویر می‌کشد. همچنین این سؤال بررسی می‌شود که آیا توئیتر افراد معمولی را به شهروند خبرنگارانی تبدیل کرده است که اخبار عمومی را دنبال می‌کنند یا آیا رسانه‌های سنتی به صدای آنها توجه می‌کنند؛ به عبارت دیگر، آیا توئیتر یک فضای جدیدی خلق کرده است که از طریق آن افراد عادی در اقصا نقاط دنیا با انواع مختلف سبک زندگی اجتماعی-اقتصادی با یکدیگر در تعامل هستند. بحثی بدین صورت شکل گرفته است که افراد عادی در توئیتر در حال تولید و مصرف اخباری هستند که سایر افراد عادی آنها را تولید می‌کنند. رشد

فصلنامه

نمایه
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

۴۶

1. Ambient News
2. Twitter-Savvy
3. Mumbai

شهروند خبرنگاری در توئیتر باعث شده است تا پیچیدگی نقش‌های مردم عادی در به‌روزکردن فرهنگ‌ها برجسته شود؛ همچنین به این بحث توجه شد که چگونه شخصی که توئیت ساده‌ای را پست می‌کند ممکن است در اثرری توئیت‌ها و کامنت‌ها به خبری در فضای توئیتر تبدیل شود و حتی در خروجی رسانه‌های سنتی به‌عنوان خبر قرار گیرد.

توئیتر در جایگاه یک محیط خبری

در موضوع توئیتر و روزنامه‌نگاری، گفتمان‌ها و بحث‌هایی دربارهٔ ایدهٔ خبر پیرامونی به وجود آمده است. این ایده توئیتر را به‌عنوان فضایی مفهومی سازی می‌کند که این فضای پیرامونی یا محیط پیرامونی همیشه شامل خبر است. خبر در توئیتر را می‌توان به اکسیژن موجود در محیط پیرامونی در طبیعت تشبیه کرد. هرمیدا^۱ (۲۰۱۰: ۳۰۱) عنوان می‌کند خدمات ارتباطی سبک‌وزن^۲ و همیشگی^۳ این هستی‌شناسی‌ها را ایجاد می‌کنند که اخبار بخشی از مدل ذهنی^۴ این کاربران فناوری است. او اضافه می‌کند که ممکن است توئیتر به‌عنوان یک سیستم آگاهی‌رسانی^۵ تلقی شود که آگاهی‌رسانی کاربران را تسهیل می‌کند، حتی اگر واقعه یا رویداد به لحاظ جغرافیایی دور باشند. آگاهی‌رسانی همیشه وجود دارد اما توجه اصلی زمانی است که کاربر نیاز به برقراری ارتباط با دیگران داشته باشد. تفاوت بین توئیتر و وب‌سایت یک روزنامه این است که در اولی، اخبار همیشه و در هر زمانی از شبانه‌روز ارائه می‌شود البته بیشتر اخبار مربوط به پیرامون افراد است. همچنین بعید نیست سایر اطلاعات یا افراد خاصی در مرکز توجه قرار گیرند. هرمیدا مدل جالبی برای ملاحظهٔ توئیتر به‌عنوان یک سیستم رسانه‌ای پیرامون ارائه داد که اطلاعات اخباری در قلمرو آگاهی افراد دریافت می‌شود و نیاز به توجه شناختی همچون ایمیل وجود ندارد؛ به عبارت دیگر، توئیت‌های افراد ذاتاً تکه‌های اطلاعاتی ارزشمندی را بازنمایی نمی‌کنند. در نوشته‌های قبلی، توئیتر را شامل اشیای دیجیتالی^۶ تودرتو تصور کردم که ممکن است شامل هر چیزی از یک جفت توئیت تا ترکیبی از توئیت‌ها، ری توئیت‌ها و هشتک‌ها باشد. اعتقاد پرمیدا از توئیتر به‌عنوان یک فضای خبر پیرامونی به‌خصوص آنجا مفید واقع می‌شود که اشیای دیجیتالی ممکن است ظاهر شوند تا توجه کاربر را در اختیار بگیرند و از حاشیه به مرکز برسند (اگرچه توئیتر شخصی بعید است که این کشش را داشته باشد). تأیید جمعی

اعتقاد پرمیدا از توئیتر به‌عنوان یک فضای خبر پیرامونی به‌خصوص آنجا مفید واقع می‌شود که اشیای دیجیتالی ممکن است ظاهر شوند تا توجه کاربر را در اختیار بگیرند و از حاشیه به مرکز برسند.

فصلنامه

نمایه پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

1. Hermida
2. Lightweight
3. Always on
4. Mental Model
5. Awareness System
6. Digital Objects

برای مثال، یک روایت خبری از طریق ری توئیت‌های کاربران معین، مصرف‌کنندگان توئیت‌را به انحای مختلف مشغول می‌سازد. جنبه مهم فهم توئیت‌ها به عنوان فضای خبرپیرامونی درک این نکته است که کمال آگاهی، هدف نیست (هرمیدا، ۲۰۱۰: ۳۰۳). وقتی می‌توان این قضیه را درست درک کرد که به عقب برگردیم و به قیاس بین توئیت‌ها و رادیو بیندیشیم. اگر شخص از تمام باند فرکانس‌های رادیو اطلاع کاملی داشته باشد، نایب می‌شود (تصور کنید ۲۵ رادیو با ایستگاه‌هایی با صدای بلند در یک اتاق). اگر مشابه این عمل در توئیت‌اتفاق افتد و تمام فرکانس‌های توئیت‌ها یک شخص هم‌زمان فعال شوند همان نوع بدصدایی نامفهوم رخ می‌دهد. البته، توئیت‌اکثر کاربران، مانند ایستگاه رادیویی دارای یک سیگنال کار می‌کند، هرچند متصل نشده، اما همیشه وصل است، اگرچه شخص می‌تواند ایمیلش را چک کند یا در حال کار باشد و توئیت‌ها در حاشیه قرار بگیرد؛ اما همین‌که چیزی توجه ما را جلب کند، توئیت‌ها مانند ایستگاه رادیویی وارد مرکز حوزه شناختی ما می‌شود. نکته مهم این است که توئیت‌ها مانند یک ایستگاه رادیویی متمرکز منفرد، همیشه اخباری از فضای پیرامون دارد (البته به استثنای رادیوی خبری). هارگریوز^۱ و توماس^۲ بدون اشاره به توئیت‌ها به این نکته خوب توجه کرده‌اند. آنها عنوان می‌کنند که «خبر، یک کلمه است، پیرامون، مانند هوایی است که تنفس می‌کنیم». این هم برای مصرف و هم تولید خبر صدق می‌کند. روزنامه‌نگاران می‌توانند اخبار را به گونه‌ای حس کنند که انگار فاش نشده است. آنها قادر بودند یک شیء دیجیتالی متشکل از توئیت‌های مهم ببینند که ظاهر می‌شود و تصمیم می‌گیرد تا با کاربران توئیت‌تماس بگیرد یا درمورد روایتی پژوهش کند.

روزنامه‌نگاری جدید

توئیت‌ها علاوه بر اینکه به فهرست منابع روزنامه‌نگاری اضافه شده است، همچنین برخی هنجارها و کارهای روزنامه‌نگاری را تغییر داده است. برای مثال، لاسرسا^۳ و دیگران (۲۰۱۱: ۱۹) به این نتیجه رسیدند که توئیت‌ها باعث شده است تا روزنامه‌نگاران بیشتر از آزادی بیان بهره‌مند شوند؛ رفتاری که به صورت مستقیم هنجار عینیت روزنامه‌نگاری (بی‌طرفی و منصفانه) را به چالش می‌کشد. آنها به عده‌ای از روزنامه‌نگاران در توئیت‌رسیدند که از این وسیله برای مسئولیت‌پذیری و شفافیت درباره نحوه انجام کارشان بهره می‌بردند. یکی از جنبه‌های مهم این است که توئیت‌ها چگونه برخی ابعاد روزنامه‌نگاری را شکل می‌دهد. برخی تغییرات در نتیجه فرایندهایی در توئیت‌هاست که

توئیت‌ها علاوه بر اینکه به فهرست منابع روزنامه‌نگاری اضافه شده است، همچنین برخی هنجارها و کارهای روزنامه‌نگاری را تغییر داده است. برای مثال، لاسرسا و دیگران به این نتیجه رسیدند که توئیت‌ها باعث شده است تا روزنامه‌نگاران بیشتر از آزادی بیان بهره‌مند شوند

فصلنامه

نمایه پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

۴۸

1. Hargreaves
2. Thomas
3. Lasorsa

شامل گشت‌زنی^۱ کاربران، ظهور خبر و صحت آن یا دقت زیاد روزنامه‌نگارانه است. برونز^۲ (۲۰۰۵) فرایند دیده‌بانی^۳ را توضیح می‌دهد که در آن کاربران مواد مرتبط رها شده توسط سایر منابع را برجسته، اشتراک‌گذاری و ارزیابی می‌کنند (برونز و بورگس، ۲۰۱۱: ۲). برخی اوقات در اثر ارزیابی انتقادی اخبار، روزنامه‌نگاران بعد از نشر مطلب به سرعت مسئول در نظر گرفته می‌شوند؛ به عبارت دیگر، فضای خبر پیرامونی توئیتر نقش ارزیابانه فزاینده‌ای روی رسانه سنتی کسب کرده است، جایی که روزنامه‌نگاران برای ایجاد اعتماد مخاطبان در توئیتر فعالیت می‌کنند (لاسرسا و دیگران، ۲۰۱۱: ۲۳). (همان: ۱۹) همان طوری که فناوری‌های در حال دموکراتیک شدن^۵ از تلفن تا بلاگ ظهور کرده‌اند هنجارهای روزنامه‌نگاری نیز بدین صورت در اواخر قرن تحت تأثیر قرار گرفته‌اند.

این رسانه قادر است انجام روزنامه‌نگاری مشترک را تسهیل کند بدین صورت که روزنامه‌نگاران کاربران توئیتر را برای همکاری در فرایند تولید خبر دعوت می‌کنند تا استنباط خود را از بازخورد یک مطلب ارائه دهند یا پیام‌های ویرایش نشده را که مرتبط با رویداد خبری هستند ری‌توئیت کنند.

این رسانه قادر است انجام روزنامه‌نگاری مشترک را تسهیل کند بدین صورت که روزنامه‌نگاران کاربران توئیتر را برای همکاری در فرایند تولید خبر دعوت می‌کنند (لاسرسا و دیگران، ۲۰۱۱: ۲۳) تا استنباط خود را از بازخورد یک مطلب ارائه دهند یا پیام‌های ویرایش نشده را که مرتبط با رویداد خبری هستند ری‌توئیت کنند. روش کلیدی دیگر که رسانه جدید روزنامه‌نگاری را شکل داده است استفاده از منبع عمومی^۶ است، همان که عقل جمعی^۷ (سورويسکی، ۲۰۰۴) اهرم می‌شود تا تعداد زیادی از داده‌ها تحلیل و بررسی شوند. دیوید فارنتولد،^۸ گزارش واشنگتن پست،^۹ با مثال نوآوری استفاده از منبع عمومی توسط توئیتر را به عنوان بخشی از کار روزنامه‌نگاری توضیح می‌دهد. وی در گزارش بنیاد ترامپ^{۱۱} در سال ۲۰۱۶، اینکه ترامپ چگونه از طریق بنیاد پول دریافت کرده و آن را خرج کرده است، برای کشف قضیه از توئیتر استفاده کرد. از آن طریق به نقاشی ده هزار دلاری از ترامپ رسید که از طریق بنیادش خریداری شده بود. طبق قانون، این نقاشی باید برای اهداف خیرخواهانه استفاده می‌شد و فارنتولد دنبال این بود تا جای آن را پیدا کند. کاربران توئیتر نقاشی‌های متعددی از توئیتر را که ممکن بود نقاشی مورد نظر باشد برای او ارسال کردند. در سپتامبر، یکی از خوانندگان واشنگتن پست نقاشی ترامپ را در هتل دورال^{۱۲} ترامپ در میامی یافت و از

1. Patrolling
2. Bruns
3. Gate-watching
4. Burgess
5. Democratizing
6. Crowdsourcing
7. Surowiecky
8. Wisdom of the crowds
9. David Fahrenthold
10. The Washington Post
11. Trump Foundation
12. Doral Hotel

طریق توئیتر به فارتنولد اطلاع داد. انریک آسودو،^۱ روزنامه‌نگار یونیویژن در میامی که نزدیک هتل دورال کار می‌کرد به هتل رفت و نقاشی را آنجا پیدا کرد. وی در توئیتش به فارتنولد نوشت که: «هی فارتنولد همین الان نقاشی را پیدا کردم در حالی که هنوز در سالن استراحت هتل به دیوار آویزان است. گفتم این نقاشی چقدر برای بنیاد ترامپ هزینه داشته است؟» (تصویر ۱). این نمونه نه فقط شکل‌های نوآورانه روزنامه‌نگاری با منبع عمومی را نشان می‌دهد بلکه همکاری بین روزنامه‌نگاران از طریق توئیتر است که به طور محتمل قبلاً چنین با یکدیگر همکاری نداشته‌اند.



تصویر ۱.

خبررسانی شهروند خبرنگاران از طریق توئیتر

رسانه‌های سنتی در سال‌هایی که توئیتر رویدادهای خبری را منتشر می‌کند به آن توجه کرده‌اند. از جمله انفجارهای بمب بمبئی^۲ در سال ۲۰۰۸ (دولنیک، ۲۰۱۱)، سقوط هواپیمایی ایالات متحده^۳ در ژانویه ۲۰۰۹ (بیمونت^۴، ۲۰۰۹)، جنبش‌های سیاسی

در حادثه سقوط

هواپیمایی

ایالات متحده،

قبل از اینکه حتی

اکسپ‌های خبری در

صحنه حضور یابند

یکی از افراد محلی

از سقوط هواپیما در

آب و شناورماندن

آن عکس گرفته بود

و در توئیتر بارگذاری

کرده بود.

1. Enrique Acevedo
2. Mumbai Bomb Blasts
3. Dolnick
4. US Airways Flight 1549
5. Beaumont

فصلنامه

نمایه پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

مرتبط با بهار عربی^۱ در سال ۲۰۱۱ (وارف، ۲۰۱۱)^۲ و همه‌پرسی برگزیت بریتانیا^۳ در ۲۰۱۶ (سیگل^۴ و توکر، ۲۰۱۶)^۵. در حادثه سقوط هواپیمایی ایالات متحده، قبل از اینکه حتی اکیپ‌های خبری در صحنه حضور یابند یکی از افراد محلی از سقوط هواپیما در آب و شناور ماندن آن عکس گرفته بود و در توئیتر بارگذاری کرده بود. وی نه تنها عکس‌ها را در توئیتر بارگذاری کرده بود بلکه همچنین در فعالیت‌های امدادرسانی نیز کمک کرده بود و آنها را نیز در توئیتر بارگذاری کرده بود؛ به عبارت دیگر او در یک لحظه علاوه بر اینکه تاجر بود، شهروند خبرنگار و امدادگر نیز شده بود. باید به خاطر داشته باشیم که این امر انقلابی برای روزنامه‌نگاری سنتی بود. در طول انفجارهای بمبی، توئیتر اخبار حملات را منتشر می‌کرد (بیمونت، ۲۰۰۸). بعد از اولین انفجارها، کاربران توئیتر شناسایی اکانت‌هایی از بمبی را شروع کردند که شاهد انفجارها بودند. برای مثال، در نوامبر ۲۰۰۸ در یک روز حمله یکی از کاربران توئیت کرد که: «یک مرد مسلح جلوی ما ظاهر شد که تسلیحات نظامی با خودش به همراه داشت و شروع کرد به تیراندازی؛ من فقط برگشتم و در جهت مخالف فرار کردم». یکی دیگر توئیت کرده بود که: «تروریست‌ها از پذیرش هتل می‌خواهند تا اتاق شهروندان امریکایی را به آنها نشان دهند تا آنها را گروگان بگیرند». در روزهای بعد توئیت‌های دیگری را نیز شاهدان عینی درباره این اتفاق منتشر کردند. اگرچه تعداد کاراکترهای مجاز در توئیت کم بود اما اطلاعات موجود در آنها برای مردم بمبی همچنین رسانه‌های خبری در سراسر جهان بالارزش بود. در ۲۷ نوامبر هشتگ بمبی^۶ چنان اوج گرفت و در توئیتر ترافیک ایجاد کرد که دولت هند از کاربران توئیتر خواست تا توئیت‌ها را متوقف کنند. برخی گزارش‌ها حاکی از آن بود که دولت هند نگران بود تا مبادا تروریست‌ها به جمع‌آوری اطلاعات از سایت‌های خبری همچون توئیتر درباره موقعیت‌ها اقدام کنند.

درمورد هر دو حادثه سقوط هواپیما و بمبی نه تنها اخبار به طور هم‌زمان از طریق توئیتر پخش می‌شد همچنین توئیت علاوه بر متن و محتوای خبر شامل لینک‌هایی از تصاویر نیز بودند. برای مثال، یکی از عکس‌های تأثیرگذار مربوط به سقوط هواپیما در تمام سازمان‌های خبری کل جهان پخش شد. این گونه است که سازمان‌های خبری بدون صرف هزینه زیاد و صرف وقت داستان‌های خبری خود را به سرعت از طریق شاهدان عینی رخدادها دریافت می‌کنند که اینها همه به یمن وجود شبکه‌های اجتماعی است؛ به عبارت دیگر، توئیتر یک ارتش مجازی از شهروند خبرنگاران دارد که

فصلنامه

نمایه
پژوهشدوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

1. Arab Spring
2. Warf
3. UK Brexit Referendum
4. Siegel
5. Tucker
6. #mumbai

هر لحظه آمادگی دارند تا از طریق گوشی های هوشمندی که دارند اطلاع رسانی کنند. هرچه گوشی های هوشمند (مانند آیفون و گوشی های اندروید) بیشتر در بازار نفوذ می کنند به تعداد سربازان این ارتش اضافه می شود. همچنین با گوشی های پیشرفته تر شاهد تصاویر و فیلم های با کیفیت تر در توثیت ها خواهیم بود. در زمان نوشتن این مطالب ۶۸ درصد بزرگ سالان امریکایی گوشی هوشمند داشتند (اندرسون، ۲۰۱۵). به علاوه، اکثریت بزرگ سالان امریکایی از خدمات مکان یابی در گوشی هایشان برخوردار بودند (زیکور، ۲۰۱۳) و اغلب آنها در گوشی هایشان اپلیکیشن نصب کرده بودند (المستد^۳ و آتکینز، ۲۰۱۵). دریافت امریکایی بخش قابل توجهی از جمعیت قادر هستند تا توثیت ها را همراه با لینک بفرستند یا تصاویر و فیلم های مربوطه را ضمیمه کنند. تعداد زیادی از این کاربران خدمات مکان یاب در گوشی هایشان دارند که مشخص می کند توثیت ها از چه منطقه جغرافیایی ارسال می شوند. به علاوه، همان طوری که قبلاً اشاره شد، توثیت کردن از طریق گوشی هوشمند بسیار آسان است. اکثر کاربران با استفاده از گوشی های هوشمند به گرفتن عکس و ارسال توثیت مربوط به آن در کمتر از ۴۵ ثانیه اقدام می کنند. این هم گرایی یک پارچه از اطلاعات متنی و تصویری از طرف شهروند خبرنگاران که به صورت روزانه اتفاق می افتد توثیت را به یک منبع خبری معتبر در سال ۲۰۱۱، در جنبش های بهار عربی در خاورمیانه و شمال آفریقا (بن، ۲۰۱۱)، در وقایع هنگ کنگ با نام هشتگ انقلاب چتری^۶ در سال ۲۰۱۴ (تاندرا^۷ و اوساناواسین^۸، ۲۰۱۵)، در انتخابات اولیه ریاست جمهوری امریکا در سال ۲۰۱۲ (مورتی، ۲۰۱۴) و در انتخابات ریاست جمهوری امریکا در سال ۲۰۱۶ (ولز^۹ و دیگران، ۲۰۱۶) تبدیل کرد.

افزایش شهروند خبرنگاران توثیت محور

ریلارد^{۱۲} و توبول^{۱۳} (۲۰۱۰) به این نتیجه رسیدند که وعده های تساوی گرایان از اینترنت به عنوان ابزاری برای شهروند خبرنگاران عملی نشده است. وب سایت های رسانه های خبری حرفه ای اغلب از منابع روزنامه نگاری حرفه ای تزریق می کنند و به عنوان منبع

امروزه، اغلب روزنامه نگاران ابتدا به ساکن به توثیت مراجعه می کنند و توثیت های زنده از محل وقوع رویداد را پیگیری می کنند و حتی توثیت های مرتبط را به صورت مستقیم در پوشش آنلاینشان قرار می دهند. دیگران نیز از آنها برای بازنمایی عکس ها و تصاویری که به عنوان شاهد عینی از رویداد گرفته اند، کسب اجازه می کنند.

1. Anderson
2. Zickuhr
3. Olmstead
4. Atkinson
5. Benn
6. #Umbrella Revolution
7. Tandar
8. Usanavasin
9. Murthy
10. Wells
11. Rebillard
12. Toubol

فصلنامه

نمایه
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

خبری استفاده می‌کنند و اغلب شهروند خبرنگاری آنلاین به وب سایت‌های رسانه‌های خبری وابسته است و به آنها لینک دارد.

بنابراین، همان طوری که قبلاً بحث شد، توثیر برای شهروند خبرنگاری سوزهای جالبی را ایجاد می‌کند. در سقوط هواپیمای شماره ۱۵۴۹ ایالات متحده، همان گونه که قبلاً شرح داده شد، خبرنگار شهروند، جنیس کرومز، بود که از هواپیمای سقوط کرده عکس گرفته و قبل از رسانه‌های سنتی از هر نوعش حتی رسانه‌های بحران، از طریق آیفون در توثیر پخش کرد. امروزه، اغلب روزنامه‌نگاران ابتدایه ساکن به توثیر مراجعه می‌کنند و توثیت‌های زنده از محل وقوع رویداد را پیگیری می‌کنند و حتی توثیت‌های مرتبط را به صورت مستقیم در پوشش آنلاینشان قرار می‌دهند. دیگران نیز از آنها برای بازنمایی عکس‌ها و تصاویری که به عنوان شاهد عینی از رویداد گرفته‌اند، کسب اجازه می‌کنند. برای مثال، در نمونه سقوط هواپیما، روزنامه‌نگاران برای بازتولید تصاویر گرفته شده از صحنه از شاهد عینی کسب اجازه می‌کنند. در صورتی که این موارد برای سایر کاربران توثیر مرسوم نیست که از شاهد عینی کسب اجازه کنند یا در این مورد بحث کنند که استفاده از آنها بدون اجازه سوءاستفاده است یا اینکه به کاربری که به عنوان شاهد عینی مطرح است و تصاویر و ویدیوها از طرف او پخش شده است هزینه پرداخت شود.

به طور مشابه، در مورد حملات تروریستی پاریس در سال ۲۰۱۵، کسانی که از وضعیت گزارش می‌دادند عموماً از اهالی پاریس بودند. سؤال مورد علاقه برای این فصل این است که آیا این سیگنال‌ها نشان می‌دهد که شهروند خبرنگاری رشد یافته است یا اینکه آیا این سیگنال‌ها تنها نشان می‌دهند که یک سری ابزار جدیدی برای رسانه سنتی در استفاده از روایت‌های با منبع عمومی^۱ (و حتی مدرک مصور آزاد با منبع عمومی) وجود دارد که می‌تواند بهره بگیرد؛ بنابراین، این سؤالی با کاربردهای معنادار است. جن لئو^۲، بلاگری از لس آنجلس تایمز^۳، در مورد عکس کرومز از سقوط هواپیما سؤال خود را چنین مطرح می‌کند که بازگشت به شهروند خبرنگاری از بازگشت به رسانه سنتی برای پوشش خبر جذاب تر نیست؟ (لئو، ۲۰۰۹) بخشی از این سؤال مشروط به صلاحیت توثیر به عنوان یک منبع خبری است. رزمک کولچ^۴ (۲۰۰۹) تأکید می‌کند که پرواز ۱۵۴۹ نقطه عطفی در صحت توثیر محسوب می‌شود.

جنیس کرومز با فشار یک دکمه روی آیفون نگاه دنیا به توثیر را تغییر داد. در حالی که شبکه‌های خبری سنتی به دنبال هواپیما در هودسن بودند، تصاویر او همانند آتشی که در همه جا زبانه می‌کشد در توثیر در حال پخش بود.

جنیس کرومز با فشار
یک دکمه روی آیفون
نگاه دنیا به توثیر را
تغییر داد. در حالی که
شبکه‌های خبری
سنتی به دنبال
هواپیما در هودسن
بودند، تصاویر او
همانند آتشی که در
همه جا زبانه می‌کشد
در توثیر در حال
پخش بود.

فصلنامه

نمایه
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

1. Crowdsourcing
2. Jen Leo
3. The Los Angeles Times
4. Ross McCulloch

از بعد مک‌کولچ، رویداد پرواز ۱۵۴۹ نقطه عطفی است برای اینکه توئیتر به عنوان یک منبع موثق برای اخبار به حساب می‌آید. نه فقط تصاویر کرومز در توئیتر توجه افراد را جلب کرده بود بلکه کاربران می‌توانستند مستقیماً به او پیام دهند، سؤال بپرسند و درخواست شفاف‌سازی داشته باشند. فالوورهای کرومز از ۱۵۰ نفر به ۶ هزار نفر رسید. کار به جایی رسید که وی در بحث‌های مربوط به توئیتر در رسانه‌ها حضور داشت. آنچه در این نوع از شهروند خبرنگاری منحصر به فرد است این است که مصرف‌کنندگان اکانت کرومز قادر هستند تا با خود کرومز تعاملی را برقرار کنند. اگرچه این سوژه کاربرد شهروند خبرنگاری را در روایت‌های خبری برجسته کرد؛ اما کاربرد رسانه‌های خبری سنتی (بلاگ‌های نامحدود طولانی در قلمروی رسانه‌های جدید) برای پوشش موارد عمیق‌تر و پرداختن به زوایای مختلف موضوع را نشان نمی‌دهد. برای مثال، بیانکو (۲۰۰۹: ۳۰۵) بحث می‌کند که توئیتر ثابت کرد که ظرفیت انتقال اطلاعات به موقع را دارد اما رسانه‌ای نیست که برای گزارش موضوعات و کمپین‌ها در طول یک دوره زمانی طولانی طراحی شده باشد.

اگرچه از دیدگاه بیانکو، توئیتر رسانه سنتی را پوشش نمی‌دهد اما سازمان‌های خبری، رسانه‌ای مفید برای پوشش اخبارشان پیدا کرده‌اند. دقایقی پس از اینکه کروز تصویر «معجزه هودسن»^۱ را پست کند، رسانه‌ها فی‌الفور با او تماس گرفتند و جویای آخرین اخبار و خواستار مصاحبه با وی شدند. همان‌گونه که بیانکو (۲۰۰۹: ۳۰۵) اشاره می‌کند تنها پس از نیم ساعت از پست کرومز، وی با ام‌اس‌ان‌بی‌سی^۲ مصاحبه کرده بود. امروزه، سرعت فعالیت خبرنگار شهروندان شتاب گرفته است و انواع محتوایی که آنها می‌توانند تهیه کنند هم از لحاظ نوع و هم از لحاظ کیفیت رشد یافته است. مک‌کولچ^۳ (۲۰۰۹) اشاره می‌کند که اگرچه پست «معجزه هودسن» بدین گونه تعبیر شد که کار توئیتر درست است اما در قبال این پیروزی جدید، رسانه‌های قدیمی^۴ از جمله روزنامه‌ها و شبکه‌های تلویزیونی موقع اصابت هواپیمای مربوطه به هودسن هیچ‌گونه هزینه‌ای برای لایک‌های رویترز^۵ و ای‌پی^۶ پرداخت نکردند و همچنین به یک تصویر بزرگ و مجانی از واقعه رخ داده دسترسی یافتند و آن را منتشر کردند. همچنین توئیتر برای روزنامه‌نگاران این امکان را فراهم می‌آورد تا خودشان از موقعیت‌های دشوار حتی در مسافت‌های دور گزارش تهیه کنند. سواسی^۷ (۲۰۱۶: ۶۷) این امکان توئیتر را

توئیتر برای
روزنامه‌نگاران این
امکان را فراهم
می‌آورد تا خودشان
از موقعیت‌های
دشوار حتی در
مسافت‌های دور
گزارش تهیه کنند.

1. The Miracle of Hudson
2. MSNBC
3. McCulloch
4. Old Mmedia
5. Reuters
6. AP
7. Swasy

فصلنامه

نمایه
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

به وضعیتی تشبیه می‌کند که عکاس یا خبرنگار با خیال راحت به یک گلرود^۱ نزدیک می‌شود و آن را حتی قبل از اینکه کسی در آن مورد واکنشی نشان دهد توئیت می‌کند. در موارد مشابهی، سوژه‌هایی بوده است که دولت‌ها خبرنگاران را از گزارش آنها منع کرده‌اند یا ریسک و هزینه آنها را خیلی بالا برده‌اند. پالسر^۲ (۲۰۰۹) اشاره می‌کند که در حال حاضر غول‌های رسانه‌ای دنیا مانند سی‌ان‌ان به اطلاعات موجود در شبکه‌های اجتماعی و وب‌سایت‌های رسانه‌های اجتماعی از جمله توئیتر وابسته هستند. در قضیه سوریه، فیس‌بوک و توئیتر فرم‌های پلتفرم‌های کلیدی بودند که روزنامه‌نگاران بین‌المللی از آنها برای بهره‌مندی از اخبار کنشگران شهروند خبرنگار حاضر در صحنه رویداد استفاده می‌کردند (سالاما،^۳ ۲۰۱۲).

اوایل شکل‌گیری توئیتر، استفاده از رسانه‌های اجتماعی توسط روزنامه‌نگاران عمومیت نیافته بود. لاریسی^۴ و همکارانش (۲۰۰۹) به این نتیجه رسیدند که ۷/۵ درصد روزنامه‌نگاران مورد مصاحبه رسانه‌های اجتماعی را برای استفاده در کارشان خیلی مهم قلمداد کردند و ۵۶/۵ درصد آنها آن را بی‌اهمیت یا خنثی خواندند؛ اما امروزه، روزنامه‌نگاران به دنبال این هستند تا فالوورهای بیشتری داشته باشند و جزء روزنامه‌نگاران با فالوورهای زیاد معرفی شوند (سواسی، ۲۰۱۶: ۶۷). مضاف بر اینکه، خبرنگاران ورزشی، روش‌های جالب‌تری برای گزارش در توئیتر دارند، از جمله اینکه از هشتگ استفاده کنند یا توئیت لایو بگذارند (ریناردی^۵ و وانتا،^۶ ۲۰۱۵: ۳۳). اکثریت بر این اعتقاد هستند که توئیتر برای کار روزنامه‌نگاری فوق‌العاده ضروری است (آرابال-سانچز^۷ و د-گویلا-مویانو،^۸ ۲۰۱۶). گارسیا د توریس و هرمیدا (۲۰۱۷: ۲-۳) تأکید کردند که توئیتر همیشه به عنوان یک وسیله جمع‌آوری اخبار بی‌اهمیت زمانی که خبرنگاران در صحنه رویداد هستند نخواهد بود. به هر حال، سازمان‌های خبری تیم‌های مربوطه را برای توئیت لایو مستقر می‌کنند و از کارهای مشترک با شهروند خبرنگاران بیش از پیش استقبال می‌کنند (کالیفیلد،^۹ ۲۰۱۲).

البته توئیت لایو هم مشکلات خودش را دارد. در یک کنفرانس پزشکی، وینر^{۱۰} (۲۰۱۵: ۱۵۹) عنوان می‌کند که توئیت‌های لایو تنها منبعی برای اخبار بی‌اهمیت غیرواقعی

1. Mudslide
2. Palser
3. Salama
4. Lariscy
5. Reinardy
6. Wanta
7. Arrabal-Sacchez
8. De-Guilera-Moyano
9. Calyfield
10. Weiner

هستند. برنارد (۲۰۱۶: ۱۹۷) نیز از دیدگاه رسانه‌های سنتی عنوان می‌کند که مسائل اخلاقی و عملی همراه با توثیت لایو وجود دارد. نتایج پژوهش وینرو برنارد نشان می‌دهد که اغلب گروه‌ها و سازمان‌های محافظه‌کار (مانند جامعه پزشکی، ای پی و بی بی سی) در گرایش به توثیت لایو مردد هستند. به هر حال، همان طوری که برنارد تأکید می‌کند، توثیت لایو حتی در اکثر جوامع علمی محافظه‌کار مرسوم شده است، به گونه‌ای که نیچیر^۱ نحوه توثیت لایو را منتشر کرده است (سون، ۲۰۱۵^۲). در حال حاضر، برخی کلیساها نیز برانگیخته شده‌اند تا برای گزارش رویدادهایشان از توثیت لایو استفاده کنند (گلد، ۲۰۱۳^۳).

توثیت در جایگاه یک فضای خبری مشترک^۴

برخی از این تغییرات در هنجارهای روزنامه‌نگاری افزایش کارهای مشترک روزنامه‌نگاری است؛ آنجا که شهروند خبرنگاران در تهیه خبر کمک می‌کنند (پول^۵ و راجاگوپالان^۶، ۲۰۱۵). ارتباطات با واسطه‌گری کامپیوتر، همان گونه که کاستلز (۲۰۰۰) عنوان می‌کند یک مورفولوژی جدیدی را شکل می‌دهد که شبکه‌ها حکمران آنها هستند. جوامع مجازی^۷ قابلیت فرارفتن از محدودیت‌های جغرافیایی را دارند (رینگولد^۸، ۱۹۹۳). به هر حال، همچنین آنها فضاهای گفتاری جالبی را بازنمایی می‌کنند که عملاً یک طرف صحبت انفرادی و به تنهایی در یک اجتماع مجازی گوش می‌دهد. در چنین فضاهایی نه فقط ارتباطات به صورت فردی و جمعی به طور هم‌زمان انجام می‌شود بلکه درباره فرهنگ تولید و مصرف خبر نیز بحث می‌شود. بازتولید ارتباطات و فرهنگ در توثیت انصافاً سوژه جالبی است. به خصوص اینکه توثیت یک حوزه عمومی است که هرکسی می‌تواند پیام‌ها را مشاهده کند، پاسخ دهد یا حتی ارسال کند و به اصطلاح ری توثیت کند. در توثیت، کاربران قادرند تا خبر منتشر کنند، در بحث سیاسی کامنت بگذارند، دغدغه‌های محلی را مطرح کنند و آخرین مدها و متدها را در اختیار عموم قرار دهند.

گروه‌های هشتگی توانایی توثیت را در فضاهای خبری فردی و جمعی به طور هم‌زمان به تصویر می‌کشند. برای مثال breaking news# که هشتگی است برای نشر خبر، یک موضوع هشتگی متعارف است. هر توثیتی که با این هشتگ انجام می‌شود در یک متارشته عمومی^۹ جمع شده و برای کاربران توثیت به عنوان خبر در همان لحظه بازنمایی می‌شود. در دسامبر

در توثیت، کاربران قادرند تا خبر

منتشر کنند، در بحث سیاسی کامنت بگذارند، دغدغه‌های محلی را مطرح کنند و آخرین مدها و متدها را در اختیار عموم قرار دهند.

1. Nature
2. Sohn
3. Gould
4. Communal
5. Poel
6. Rajagopalan
7. Vitual Communities
8. Rheingold
9. Communal meta-thread

فصلنامه

نمایه پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

۲۰۱۶ JoeMcKnight# به دلیل اینکه فردی به ستاره فوتبال، جومک نایت، شلیک کرده و او را به قتل رسانیده بود و بدون هیچ‌گونه اتهامی آزاد شده بود، در توئیتر ترند شد. عملاً کاربران توئیتر افکارشان را متمرکز کردند و یک رشته عمومی را ایجاد کردند که در همان لحظه فردی و شخصی نیز بود. کاربران سریعاً BlackLivesMatter# را شکل دادند تا گفتمان روابط نژادی آمریکایی را مطرح کنند. به علاوه، این ادعا می‌تواند مطرح شود که توئیتر باعث شکل‌گیری تفکری شده است که در نتیجه آن چند دستگی در دموکراسی و توده مردم ایجاد شده است به جای اینکه به صداهای نهادی و نخبگی توجه داشته باشد؛ اگرچه این ادعا به راحتی قابلیت رد شدن را نیز دارد. این ممکن است از آن لحاظ منجرکننده باشد که گروه‌های حاشیه‌ای (در این مورد، آفریقایی-آمریکایی‌ها) احساس کنند که صدای آنها در رسانه‌های جریان اصلی شنیده نمی‌شود. کنش توئیت اخبار یا عقاید درباره JoeMcKnight# می‌تواند برای تأیید هویت افراد استفاده شود (برای مثال، به عنوان آفریقایی-آمریکایی‌ها) به جای اینکه شکل هدفمندی از روزنامه‌نگاری باشد. دیمیکو^۱ و ملن^۲ (۲۰۰۷) در تحقیقشان درباره استفاده از فیس‌بوک در یک شرکت حجیم توسعه نرم‌افزاری به این نتیجه رسیدند که کارکنان استاتوس^۳ خود را به روز می‌کردند تا به نوعی هویتشان را به عنوان یک متخصص حرفه‌ای اثبات کنند و به عنوان کسی که تازه از دانشگاه فارغ‌التحصیل شده است معرفی شوند؛ به عبارت دیگر برخی‌ها از توئیت‌های #breakingnews و JoeMcKnight# استفاده می‌کنند تا هویت‌های گروهی یا فردی‌شان را بر ملا کنند. حتی اگر این افراد بدون اینکه به مقوله روزنامه‌نگاری توجه داشته باشند این توئیت‌ها را انجام دهند بازهم می‌توان گفت که یک اجتماع روزنامه‌نگارانه^۴ درباره یک موضوع هشتگی نمایان شده است. گیبز و همکارانش (۲۰۱۵: ۲۶۰) به طور مشابه بحث می‌کنند که جوامع محروم در پلتفرم اشتراک عکس اینستاگرام و اطراف #Funeral# پدیدار شده‌اند.

شکاف دیجیتالی و روزنامه‌نگاری توئیتری شده

همان‌گونه که در این فصل بحث شد، توئیتر یک فضای خبر محیطی با فرم‌های مختلف روزنامه‌نگاری که در حال ظهور هستند (از شهروند خبرنگاری تا روزنامه‌نگاری حرفه‌ای) را پرورش داده است. به هر حال، باید توجه شود که تولید و مصرف خبر در توئیتر یک عمل طبقه‌بندی شده اجتماعی است. هارگیتای^۵ و جنریچ^۶ (۲۰۱۶) بحث می‌کنند که زنان، اعضای کم‌حرف گروه‌های قومی و نژادی و افراد با پایگاه اقتصادی-اجتماعی پایین‌تر

توئیتر یک فضای
خبر محیطی با
فرم‌های مختلف
روزنامه‌نگاری که در
حال ظهور هستند (از
شهروند خبرنگاری
تا روزنامه‌نگاری
حرفه‌ای) را پرورش
داده است.

1. DiMico
2. Millen
3. Status
4. Journalistic Community
5. Hargittai
6. Jennrich

گرایش به شرکت در مکالمات آنلاین در سطوح پایین‌تر را دارند. حتی بین کودکان- جمعیتی که به‌عنوان یک نسل همگن باهوش در عرصه شبکه شناخته می‌شوند- شکاف‌های دیجیتالی (ازجمله گوشی‌های همراه هوشمند) وجود دارد که بر اساس طبقه و فاکتورهای اقتصادی-اجتماعی شکل گرفته‌اند (ماسچرونی^۱ و الافسون^۲، ۲۰۱۵). هبسن^۳ (۲۰۰۸) بحث می‌کند که اینترنت به سمت بحث‌های نژادی حرکت می‌کند و شکاف دیجیتالی نژادی را فراگیر خواهد کرد (کلکو^۴ و همکارانش، ۲۰۰۰؛ سیسنرس^۵ و ناکایاما^۶، ۲۰۱۵)؛ توییتر نیز از این لحاظ مستثنا نیست. تفاوت مهم دیگری که لازم است در موضوع شکاف دیجیتالی به آن توجه شود بحث دسترسی به اینترنت و باهوش اینترنتی^۷ بودن است. همان‌طوری که مشاهده می‌کنید انواع مختلف کاربران به‌صورت متفاوت از اینترنت استفاده می‌کنند (دیماجیو^۸ و همکاران، ۲۰۰۱). برای مثال، پیوک^۹ و جوینس^{۱۰} (۲۰۱۶: ۳۶۱) در مطالعه‌شان به این نتیجه رسیدند که ۸۹ درصد از کاربران اسنپ‌چت^{۱۱} سفیدپوست و ۸۸ درصد دگرجنس‌گرا بودند. در موضوع دسترسی، مطالعات نشان داده‌اند که گوشی‌های همراه هوشمند در استفاده از اینترنت در سطح جهان در حال افزایش هستند (پوشر، ۲۰۱۶)^{۱۲} اما این دسترسی به معنای استفاده مساوی برای همگان نیست. به‌ویژه، افراد ناتوان (السسور، ۲۰۱۰)^{۱۳} و جمعیت‌هایی که از لحاظ اجتماعی-اقتصادی در حاشیه قرار گرفته‌اند برای ابتدایی‌ترین بهره‌مندی از اینترنت برای مثال استفاده از ایمیل هنوز مسئله دارند چه برسد به اینکه از ابزار جدید رسانه‌های اجتماعی استفاده کنند (ویته^{۱۴} و مانن، ۲۰۱۰)^{۱۵}. به‌طور بنیادی هارگیتای (۲۰۰۶) به این نتیجه رسید که پاسخ‌دهندگان با سطح تحصیلی پایین‌تر وقتی در گوگل سرچ می‌کنند یا قصد تجربه‌های دیگری در اینترنت دارند اشتباه‌های تایپی و نگارشی فراوانی دارند. شکاف دیجیتالی به سن نیز بستگی دارد (فریمل، ۲۰۱۶)^{۱۶}. انواع ناتوانایی‌های جسمانی در استفاده از محیط آنلاین نظیر خدمات بانکی آنلاین، وب‌سایت‌های شبکه‌های

1. Mascheroni
2. Olafsson
3. Hobson
4. Kolko
5. Cisneros
6. Nakayama
7. Internet Savvy
8. DiMaggio
9. Piwek
10. Joinson
11. Snapchat
12. Poushter
13. Ellcessor
14. Witte
15. Mannon
16. Friemel

اجتماعی و تجارت الکترونیک تأثیرگذار است (دوبرانسکی^۱ و هارگیتای، ۲۰۱۶: ۲۳). به هر حال، از ابتدای هزاره سوم، طبقه متوسط مردم از سیستم‌های پرداخت آنلاین استفاده می‌کنند (هایاشی^۲ و کلی، ۲۰۰۳). تقویت شکاف‌های دیجیتالی در مواجهه با کاربردهای بسیار پیشرفته اینترنت نباید به عنوان منبع تغذیه بحث لودیت^۴ تعبیر شود. همچنین، فناوری می‌تواند برای پخش عادلانه خبر مهار شود. برای مثال، پیام‌های متنی در مقایسه با توثیت‌ها به جایگاه اجتماعی پایین‌تری دست یافته‌اند با توجه به این نکته که امروزه ضریب نفوذ تلفن همراه در خیلی از کشورها افزایش یافته است. خدمات اطلاع‌رسانی پیام‌های متن محور به صورت موفقیت‌آمیزی در کشورهای توسعه نیافته گسترش یافته است. برای مثال، در سال ۲۰۰۴ فرانت لاین اس‌ام‌اس^۵ برای اطلاع‌رسانی به افراد فاجعه دیده در سونامی اقیانوس هند استفاده شد. به علاوه، پیام‌های متنی به طور مداوم برای اشاعه پیام‌های سلامت در کشورهای توسعه نیافته استفاده می‌شود (چیب،^۶ ون ولتون^۷ و کار،^۸ ۲۰۱۵). نکته اصلی این است که باید در مورد نحوه تأثیر شکاف‌های دیجیتالی بر تولید و مصرف خبر در توثیر هوشیار بود.

محدودیت دیگر توثیر موضوع صحت اطلاعات است. توثیت‌ها درباره اخبار، فاجعه‌ها و همه‌گیری‌های بهداشت عمومی می‌توانند همراه‌کننده، نادرست و حتی فریب‌دهنده باشند (گولسبی^۹، ۲۰۰۹). در سال ۲۰۱۴ که شاهد همه‌گیری ویروس ابولا بودیم میزان قابل توجهی از توثیت‌هایی که با ebola# تگ شدند شامل اطلاعات نادرست و همراه‌کننده بودند (کالیانام^{۱۰}، ولوپیلای^{۱۱}، دوان^{۱۲}، کنوای^{۱۳} و لانکریت^{۱۴}، ۲۰۱۵). به طور مشابه، در سال ۲۰۱۱ و همراه با آشوب‌های انگلستان، اطلاعات نادرست در توثیر به طور بالقوه تنش و ناآرامی‌های زیادی را ایجاد کرد (گیر،^{۱۵} ۲۰۱۱). برای نمونه، گیر (۲۰۱۱) مشاهده کرد که توثیتی که به طور وسیعی در شبکه‌های اجتماعی پخش شده بود که به تصویری از تانک‌ها و سربازها لینک شده بود مبتنی بر این ادعا که سربازهای

1. Dobransky

2. Hayashi

3. Klee

۴. لودیت نماد جنبش لادیسیم در قرن نوزدهم در انگلستان بود. آنها مخالفان شدید صنعتی شدن بودند که آن را عامل اصلی بیکاری کارگران و فقر مردم می‌دانستند.

5. FrontlineSMS

6. Chib

7. van Velthoven

8. Car

9. Goolsby

10. Kalyanam

11. Velupillai

12. Doan

13. Conway

14. Lanckriet

15. Geere

ارتش بریتانیا هستند که در مرکز لندن مستقر شده‌اند، به عبارت دیگر تصویر حضور ارتش در مصر بود. گیر (۲۰۱۱) همچنین نمونه‌های دیگری ذکر می‌کند از توثیت‌هایی که حتی ادعا کرده‌اند که آشوبگران به باغ وحش لندن حمله کرده و به صورت گزینشی حیواناتی از جمله یک ببر را آزاد کرده‌اند. دوباره عرض می‌کنم، حقه بازی بود. جماعت حاشیه نشین و آسیب پذیر به شدت تحت تأثیر چنان اطلاعاتی قرار گرفتند. واقعاً کنترل صحت اطلاعاتی را که در توئیتر رد و بدل می‌شود غیر ممکن است. اگرچه افراد می‌توانند صفحه شبکه‌های خبری معتبری را در توئیتر فالو کنند، اما برخی کاربران با استفاده از نام کاربری مشابه با یک روزنامه یا شبکه تلویزیونی خودشان را به عنوان یک سازمان خبری سنتی نشان می‌دهند. فراموش نکنیم، شخصی که خودش را به عنوان دالای لاما^۱ در توئیتر جا زده بود توانست در ۴۸ ساعت، ۲۰ هزار فالوور جمع کند (مور، ۲۰۰۹). اگرچه توئیتر عملاً این اکانت را حذف کرد، اما این آزادی عمل در توئیتر قادر است جعل‌های زیادی را باعث شود و این امکان دادن‌ها نباید دست‌کم گرفته شود.

روزنامه‌نگاری فراواقعیت^۲، اخبار جعلی و توئیتر

بعد جالب دیگری که نشان می‌دهد توئیتر چگونه روزنامه‌نگاری را تغییر داده است، ظهور اخبار جعلی و ایرال^۴ است. سال‌هاست که اخبار جعلی بخشی از توئیتر شده است. برای مثال، در ماجرای طوفان شن، گزارش‌های خبری و تصاویری که در توئیتر پخش می‌شد به غلط نشان می‌دادند که متروها کاملاً پر از شن شده‌اند (مورتی و گروس، ۲۰۱۷). آنچه اخیراً در توئیتر تغییر کرده است فقط افزایش حجم اخبار جعلی نیست بلکه تأثیر آنها نیز قابل توجه شده است. رخداد اخبار جعلی در انتخابات ریاست جمهوری ایالات متحده در سال ۲۰۱۶ کاملاً قوی و واضح بود. یک مثال قضیه را بیشتر روشن می‌کند. اریک توکر، ۳۵ ساله و بنیان‌گذار یک شرکت بازاریابی در تگزاس، عکسی از اتوبوس را توثیت کرد و با متنی طولانی مدعی شد که این معترضان با پول خریداری شده و سوار اتوبوس شده‌اند تا علیه دونالد ترامپ شعار دهند. بدین منظور #Austin و #trump2016 و #fakeprotests رونق گرفتند (ماهشواری، ۲۰۱۶^۵). اگرچه بعدها دروغ بودن ماجرا ثابت شد و آشکار شد که کمپین کلینتون چنین اقدامی را انجام نداده است، اما این خبر جعلی ضربه خود را وارد کرد. توثیت مذکور به سرعت در توئیتر و ایرال شد، ۱۶ هزار نفر آن را ری توثیت کردند، ۱۴ هزار نفر آن را لایک کردند. به فیس‌بوک هم راه پیدا کرد، ۳۵۰ هزار بار به اشتراک گذاشته شد و

1. Dalai Lama
2. Moore
3. Post-fact
4. Viral
5. Maheshwari

فصلنامه

نمایه
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

کامنت‌های زیادی نیز دریافت کرد (ماهشواری، ۲۰۱۶). این مورد، پیروزی سرعت پخش اطلاعات بر تأیید یا کنترل حقیقت را نشان می‌دهد. به هر حال، فقط توثیر نیست که با این مسئله مواجه است. خیلی‌ها مطرح می‌کنند که ما وارد جامعهٔ فراحقیقت شده‌ایم (مانجو، ۲۰۰۸). همچنین، ربات‌ها و اکانت‌های غیرانسانی در توثیر بخشی از تکثیر اخبار جعلی را انجام می‌دهند و این احتمالاً در نحوه و نوع حضور اخبار در توثیرهای افراد نقش زیادی ایفا می‌کند (لارسن اندرس^۲ و هالوارد، ۲۰۱۵).

تکثیر اخبار جعلی در توثیر همیشه هم هدفمند نیست. به یک نمونه می‌پردازیم. هوگو ریفکیند^۴، روزنامه‌نگار اسکاتلندی، در ۲۴ نوامبر ۲۰۱۶ متن زیر را توثیت می‌کند: «در جست‌وجوی جدایی‌های قدیمی. چیز عجیب. چرا دنیا ترامپ را با این جمله بازخوانی می‌کند: اگر دخترم نبود با او قرار می‌گذاشتم.» جالب اینجاست که در ۲۴ اوت ۲۰۰۶، اسکرین شاتی از بخش «نقل قول‌ها»^۵ از نشریهٔ شیکاگو تریبون^۶ وجود داشت مبنی بر پاسخ ایوانکا ترامپ که گفته بود «اگر پدرم نبود با چماق می‌زدمش»^۷. مدتی پس از اینکه ریفکیند توثیتش را پست کرد، روزنامه‌نگار دیگری، سارا کندزیور^۸، اسکرین شات مذکور را پست کرد. اینجا اتفاقات جالبی افتاد. ابتدا توثیت کندزیور ۳۵۰۰ بار توثیت و ۴۰۰۰ بار لایک شد. به طوری که به سرعت وایرال شد و حتی تعدادی از سازمان‌های خبری نیز آن را تحت پوشش قرار دادند. دوم اینکه ریفکیند به کندزیور توثیت کرد: «شما از من سرقت کردید». از آنجا که منبع گفته نشده بود. سوم که خیلی مهم است، خبر کلاً جعلی بود. ایوانکا هرگز آن را نگفته بود و احتمالاً ریشهٔ آن به کم‌دین ایالات متحده، کنان اُبرین^۹، برمی‌گردد (سیپل، ۲۰۱۶).^{۱۰} در یکی از برنامه‌های رادیو بی‌بی‌سی (هولت، ۲۰۱۶)^{۱۱} ریفکیند بیان می‌کند که او نمی‌دانست که کار اشتباهی انجام می‌دهد. از آنجا که او در توثیر شخصی‌اش آن را پست کرده است و هرگز نگفته است که خبر است یا واقعیت یا چیزی مشابه آن. کندزیور نیز برای گزارش خبر جعلی اعتبارش را از دست داد. مدیر شیکاگو تریبون نیز به دلیل نشر گزارش جعلی معذرت‌خواهی کرد (گاتیر، ۲۰۱۶).^{۱۲} این کیس نه تنها نشان داد که چگونه یک توثیت می‌تواند به راحتی به

توثیر در حال ایجاد
اخبار جعلی یا
افزایش اطلاعات
صحت‌سنجی نشده
نیست بلکه بازتابی
است از روابط جاری
ما با نیاز برای تسریع
جریان اطلاعات و
مسئولیت (شاید
انتظار) اطلاعات
نادرست. این مورد
مشترک هم برای
شهروندان و هم
روزنامه‌نگاران است.

1. Manjoo
2. Larsson Anders
3. Hallvard
4. Hogo Rifkind
5. Quatables
6. Chicago Tribune
7. I would spray with mace
8. Sara Kendzior
9. Conan O Brien
10. Seipel
11. Hewlett
12. Gauthier

فصلنامه

نمایه
پژوهشدوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

یک خبر جعلی تبدیل شود بلکه روزنامه‌نگاران استانداردهای بررسی حقیقت را که در روزنامه‌نگاری سنتی لحاظ می‌کنند در اینجا رعایت نکردند. به علاوه، جروب‌های عمومی در توئیتر بین ریفکیند و کندزیور شکل گرفته بود مبنی بر اینکه آیا گزارش از ریفکیند سرقت شده یا نه. در صورتی که کل قضیه جعلی بود.

نهایت اینکه، توئیتر در حال ایجاد اخبار جعلی یا افزایش اطلاعات صحت‌سنجی نشده نیست بلکه بازتابی است از روابط جاری ما با نیاز برای تسریع جریان اطلاعات و مسئولیت (شاید انتظار) اطلاعات نادرست. این مورد مشترک هم برای شهروندان و هم روزنامه‌نگاران است. بحث من این است که ما نباید دید جبر فناورانه درباره توئیتر داشته باشیم. بلکه بیشتر، روش‌هایی که از آن طریق توئیتر رشد می‌کنند و استفاده می‌شوند تجلی عقاید و واقعیات اجتماعی، سیاسی و اقتصادی ما هستند.

توئیتر و روزنامه‌نگاری: موهبت یا نفرین^۱

از همان ابتدا روزنامه‌نگاران با توئیتر رابطه خوبی داشتند. از زمان تولد پلتفرم میکرو بلاگی، بودجه اتاق خبر پی‌درپی در حال کاهش یافتن است. در ابتدا، اکثر روزنامه‌نگاران در استفاده از این پلتفرم به عنوان یک منبع اطلاعات محلی و منبع بالقوه برای خبر محتاط بودند. امروزه این وضعیت تغییر یافته است و روزنامه‌نگارانی که با توئیتر آشنا نیستند در اقلیت هستند. پیت هرکس^۲، مدیر خبر بی‌بی‌سی جهانی،^۳ خطاب به کارکنانش عنوان کرد که «توئیست کنید یا اخراج می‌شوید» (بارنارد، ۲۰۱۶: ۱۹۱). امروزه دوره‌های رسانه اجتماعی نه تنها یک بخش کاملی در آموزش روزنامه‌نگاری است بلکه در دوره آموزشی حرفه‌ای برای روزنامه‌نگاری ادغام شده است. به علاوه، روزنامه‌نگاری داده که در مطالعه حجم عظیمی از داده‌ها از روش‌های پژوهشی مختلف محاسبه داده بهره می‌برد، از توئیتر به عنوان یک منبع داده کاملاً حجیم بهره می‌برد. این امر به روزنامه‌نگاران کمک می‌کند تا یک سیگنال را بین تعداد زیادی از توئیست‌ها رمزگشایی کنند.

توئیتر در زمان کوتاهی از یک منبع اطلاعاتی فناوری برای تعداد اندکی از روزنامه‌نگاران به یک منبع اهرمی برای اتاق‌های خبر بزرگ و کوچک در کل دنیا تبدیل شده است. به علاوه، پوشش خبری رویدادهایی که از اتاق خبر دور هستند بیشتر از طریق توئیتر انجام می‌شوند. برای مثال، به محض اینکه دونالد ترامپ در سال ۲۰۱۶ به عنوان رئیس‌جمهور ایالات متحده انتخاب شد بی‌بی‌سی با اعلام شگفتی از نتایج انتخابات خبرنگاری را برای دریافت نظرهای کاربران در مورد نتایج انتخابات از توئیتر مأمور کرد. کشوری که عمیقاً تحت تأثیر نتایج این انتخابات قرار گرفت ایران بود چرا که

توئیتر در زمان کوتاهی از یک منبع اطلاعاتی فناوری برای تعداد اندکی از روزنامه‌نگاران به یک منبع اهرمی برای اتاق‌های خبر بزرگ و کوچک در کل دنیا تبدیل شده است.

فصلنامه

نمایه پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

۶۲

1. A blessing or a curse
2. Peter Horrocks
3. BBC Global News

یخ روابط بین ایالات متحده و ایران در زمان ریاست جمهوری باراک اوباما آب شده بود. پوشش مهم در نهم نوامبر ۲۰۱۶ رخ داد زمانی که بی بی سی نظرهاى ایرانیان را در توئیت‌هایی که بدین منظور ارسال شده بودند توسط خبرنگار بخش فارسی این رسانه تفسیر کرد. جالب است خبرنگاری که این برنامه را مدیریت می‌کرد وقتی از خبرنگار بخش فارسی پرسید که آیا چیز دیگری هست که بخواهید اضافه کنید وی گفت که توئیت‌های خیلی زیادی است که او همچنان می‌توانست به اشتراک بگذارد.

اینکه توئیتر برای روزنامه‌نگاری اهمیت دارد سخن گزافی نیست. نخست اینکه خبرنگاران از طریق گزارش‌هایی که به صورت آنلاین منتشر می‌کنند آیدی توئیتر خود را در دسترس همگان قرار می‌دهند یا آیدی آنها در کنار رسانه‌های سنتی در توئیتر نمایش داده می‌شود. دوم اینکه، خبرنگاران ممکن است در توئیتر خیلی رک و صادق باشند همان گونه که بسیاری از روزنامه‌نگاران در طول انتخابات ۲۰۱۶ ریاست جمهوری در ایالات متحده پاسخ منفی می‌دادند (فرهی، ۲۰۱۶). همچنین کاربران توئیتر از بابت اینکه از خبرنگاران سؤالاتی را مطرح کنند یا اطلاعاتی را به اشتراک بگذارند هیچ ابایی ندارند. بخشی از این انگیزه برای هرکسی که برای تولید خبر همکاری می‌کند مربوط به تغییر نگرش در به اشتراک‌گذاری خود است. این روزها منتقدان توئیتر بیشتر از این بحث می‌کنند که این وسیله بیش از حد به اشتراک‌گذاری اطلاعات را تشویق می‌کند. به هر حال، هنجارهای اجتماعی در اقصا نقاط جهان در حال تغییر است. مردم با به اشتراک‌گذاری آنچه با آن احساس راحتی می‌کنند و در سطحی که جزئیات را نیز به اشتراک می‌گذارند در این تغییر گام برمی‌دارند. هنجارهای خصوصی جابه‌جا شده‌اند. برای مثال، در زلزله ۲۰۱۶ اوکلاهما،^۲ تصاویری نشان داده می‌شود که موقعیت دقیق صدمات زلزله با نشان دادن تابلوهای اسامی خیابان‌ها و کوچه‌ها کاملاً مشخص است و حتی تصاویر جایی که کاربر زندگی می‌کند به اشتراک گذاشته می‌شود. با توجه به اینکه امروزه کیفیت عکس‌ها نیز برای مثال از زمان حادثه هودسن و عکس‌های کرومز قطعاً بهتر شده است. البته کیفیت بالای عکس‌ها نشان‌دهنده عدم نیاز به عکاس حرفه‌ای نیست بلکه برخی تفاوت‌ها بین آنها و شهروند خبرنگارانی را که با گوشی هوشمندشان عکس‌های فوری می‌گیرند کاهش می‌دهد؛ به عبارت دیگر، شکاف بین کیفیت تولید بین دو فرم فتوژورنالیسم در حال کم‌رنگ شدن است و اینجاست که گرایش به پریسیومر^۳ مطرح می‌شود (ریتزر^۴ و یورگنسن، ۲۰۱۰). این نه فقط برای توصیف فناوری صادق است،

این روزها منتقدان توئیتر بیشتر از این بحث می‌کنند که این وسیله بیش از حد به اشتراک‌گذاری اطلاعات را تشویق می‌کند.

فصلنامه

نمایه پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

1. Farhi
2. Oklahoma
4. Ritzer
5. Jurgenson

۳. Prosumer: آماتوری که تجهیزات باکیفیت برای استفاده حرفه‌ای را خریداری می‌کند.

با در نظر گرفتن گوشی‌های هوشمند با دوربین‌های با مگاپیکسل خیلی بالا، بلکه توانایی برای تجربه یک موضوع در قلب موقعیت را نیز نشان می‌دهد. درحالی‌که روزنامه‌نگاران ممکن است کیلومترها از موقعیت دور باشند و تا زمانی که مطبوعات بتوانند منابع خود را بسیج کنند، ممکن است رویداد ادامه پیدا کند تا جایی که انواع موقعیت‌هایی که می‌توانستند از آنها عکس و فیلم تهیه کنند، تغییر کنند.

نتیجه‌گیری

این نوشته در پی مطالعه این بود که روزنامه‌نگاری چگونه تحت تأثیر توئیتر قرار گرفته است. به دلیل فراگیری توئیتر در کشورهای توسعه‌یافته (و در حال افزایش در کشورهای در حال توسعه)، یک فضای خبر محیطی مهمی شده است (هرمیدا، ۲۰۱۰ ب). به‌ویژه، خبر همیشه ارائه می‌شود: این امر در توئیتر اتفاق می‌افتد. این نوشته در مورد این امر بحث کرده است که چگونه نیاز خبری همیشه در مرکز زمینه شناختی یک کاربر توئیتر قرار ندارد. بیشتر، مانند رادیو، یک کاربر فعال توئیتر می‌تواند در پس‌زمینه فعالیت کند و اگر علاقه‌مند بود با یک داستان ویژه، توئیتر او را از حاشیه به متن منتقل می‌کند. انجام این امور از طریق ابژه‌های دیجیتالی در توئیتر همانند توئیتهای، هشتگ‌ها، ری‌توئیتهای، تصاویر و هایپرلینک‌ها تسهیل شده است. این فرهنگ به‌روز توئیتر به نحو شایسته‌ای برای فرم‌های جدید روزنامه‌نگاری مفید است. در این نوشته، حرکت به سمت روزنامه‌نگاری مشارکتی و شهروند‌نگاری بررسی شده بود.

پژوهش‌ها نشان داده‌اند که مطالعه رسانه چاپی در حال کاهش است (گولاتی^۱ و جوست، ۲۰۰۶^۲؛ وال، ۲۰۰۶^۳) و همان طوری که ویویان شیلر^۴ (نقل از امت، ۲۰۰۸^۵) در NYTimes.com یک دهه پیش عنوان کرده است: «رسانه‌های اجتماعی یکی از چندین راهبرد ضروری برای نشر اخبار به‌صورت آنلاین و حفظ حیات رسانه‌های سنتی به‌عنوان یک سازمان خبری است». اگرچه سازمان‌های خبری عناوین گزارش‌های خبری‌شان را توئیتهای می‌کنند، سازمان‌های خبری محلی به‌صورت چندبعدی در توئیتر درگیر نیستند (میر و تانگ، ۲۰۱۵^۶). در حوزه روزنامه‌نگاری، درک این موضوع ساده است که رسانه اجتماعی چگونه در حال بازتعریف روزنامه‌نگاری چند صد ساله است. «شهروند خبرنگاران»، روزنامه‌نگاران غیرحرفه‌ای هستند که با استفاده از گوشی

«شهروند خبرنگاران»،
روزنامه‌نگاران
غیرحرفه‌ای هستند
که با استفاده از گوشی
هوشمندی که دارند
عکس و فیلم می‌گیرند
و آنها را توئیتهای می‌کنند
و همین عکس‌ها
و فیلم‌ها و همین
توئیتهای بخشی از
منابع روزنامه‌نگاران را
تشکیل می‌دهند.

1. Gulaty
2. Just
3. Wahl
4. Vivian schiller
5. Emmet
6. Meyer
7. Tang

فصلنامه

نمایه
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

هوشمندی که دارند عکس و فیلم می‌گیرند و آنها را توئیت می‌کنند و همین عکس‌ها و فیلم‌ها و همین توئیت‌ها بخشی از منابع روزنامه‌نگاران را تشکیل می‌دهند. همان طوری که روزنامه‌ها تعداد کارمندی خود را کاهش می‌دهند، شهروند خبرنگاران جای آنها را پر می‌کنند و همیشه از طریق توئیتر آمادۀ گزارش‌دهی از موضوعی هستند که به نظرشان مهم است.

موضوع دیگری که مرتبط با روزنامه‌نگاری و توئیتر است ماندگاری شکاف دیجیتالی است. شکاف دیجیتالی در بسیاری از کشورهای غربی وجود دارد که جمعیت فراوانی از مردم در حاشیه قرار گرفته و از توئیتر محروم هستند. اگرچه شبکه‌های اجتماعی جدید و جوامع دانش به وسیلۀ توئیتر حمایت می‌شوند اما تمام آنها از لحاظ اجتماعی-اقتصادی طبقه‌بندی شده‌اند. این امر توئیتر را از اکثر جمعیت خبرخوان دور نگه می‌دارد و آن را با عنوان طبقات توئیتر از عموم منفک می‌کند. این قضیه به‌ویژه در کشورهای در حال توسعه صادق است؛ بنابراین، موضوعات اطلاعات در توئیتر (برای مثال، اطلاعات همراه‌کننده/به‌روزها، شایعات و پروپاگاندا ی دولتی) یک پارچه می‌شوند و عموماً، جمعیت حاشیه‌ای را به‌طور نامساوی تحت تأثیر قرار می‌دهد. این اطلاعات نادرست برای مثال در حوزه سلامت برای قشر آسیب‌پذیر ممکن است پیامدهای فاجعه‌باری به دنبال داشته باشد. یک پروپاگاندا ی دولتی که اغلب از ربات‌ها استفاده می‌کند، می‌توانست روی جنبش‌های اجتماعی یا انتخابات داخلی و بین‌المللی تأثیرگذار باشد و البته کشش جهانی توئیتر در این امر تأثیر به‌سزایی دارد. نهایت اینکه، تولید و مصرف خبر در توئیتر در سطح بالایی طبقه‌بندی شده است.

اگرچه ما باید از شکاف‌های دیجیتالی و تفاوت سطح در سواد اطلاعاتی آگاه باشیم، نمی‌توانیم بگوییم که توئیتر تولید و مصرف خبر را تغییر نداده است؛ به عبارت دیگر، هنجارهای روزنامه‌نگاری شفافیت و مسئولیت‌پذیری توسط فضای خبر محیطی توئیتر تحت تأثیر قرار گرفته است (هرمیدا، ۲۰۱۰ ب). درست همان گونه که روزنامه‌نگاران از منابع عمومی در گزارش‌هایشان استفاده می‌کنند عامۀ مردم نیز روزنامه‌نگاران را در توئیتر تماشا می‌کنند. روزنامه‌نگاران در توئیتر مجبور هستند تا نحوه کار و مهارتشان را حداقل در سطوح بالای مسئولیت‌پذیری در معرض مشاهده عموم قرار دهند (هایس^۲ و همکاران، ۲۰۰۷). این نوشته همچنین نحوه استفاده رسانه‌های خبری حرفه‌ای از توئیتهای در گزارش‌های خبری خود را در حوادثی مانند سقوط هواپیمای ۱۵۴۹ به تصویر کشیده است. وقتی که توئیتهای در خروجی رسانه‌های مهم قرار می‌گیرند این خودش توجه‌ها را به سمت توئیتر جلب می‌کند. به هر حال، عموم مردم در نهایت به گزارش

فصلنامه

نمایه پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

1. Twittering classes
2. Hayes

خبری علاقه‌مند می‌شوند و نه به منبع اصلی توئیت‌ها یا توئیتر شخصی که پایه ایجاد این گزارش خبری بوده است. بحث اینجاست که شهروند خبرنگاران توئیتری زودگذر هستند و پس از ۱۵ دقیقه از دید عموم ناپدید می‌شوند. در اکثر موارد، به آنها پرداختی انجام نمی‌شود و ناشناس می‌مانند. شهروند خبرنگارانی که مشهور می‌شوند نخبگان را در رسانه بازنمایی می‌کنند. این چالش جالبی برای توئیتر است که به عنوان یک رسانه خبری آلترناتیو مطرح می‌شود. بر اساس یافته‌های پول^۱ و بورا^۲ (۲۰۱۱: ۱۴) از تظاهرات جی ۲۰ تورنتو^۳ در سال ۲۰۱۰، گزارش خبری بر اساس مشاهدات و تجربیات گروه کوچکی از خودی‌ها شکل گرفته بود؛ به عبارت دیگر، شهروند خبرنگاران توئیتری از سلسله‌مراتب بومی و مختص یک منطقه بودن معاف نیستند بلکه فرم‌های جدیدی از نخبه‌سالاری در حال شکل‌گیری است.

سخن آخر اینکه، توئیتر برجستگی به عنوان یک خروجی رسانه قدرتمند را کسب کرده است. بهار عربی و موارد مشابه نشان داد که کاربران نه تنها از طریق توئیتر گزارش‌های خبری را مصرف می‌کنند همچنین در حوزه عمومی با وساطت توئیتر به صورت جهانی اخبار تولید هم می‌شوند و این جریان خبری در توئیتر به طور مداوم با اخبار، عقاید و عواطف تلفیق می‌شود. حتی مارک فایفل^۴ در روزنامه کریستین ساینس مونیتور^۵ مطرح می‌کند که توئیتر باید جایزه صلح نوبل را دریافت کند (لاست، ۲۰۰۹). قدرت توئیتر در این نهفته است که توئیت‌های سطحی و کم‌ارزش ثانیه به ثانیه، دقیقه به دقیقه و ساعت به ساعت پهلوی به پهلوی توئیت‌های عمیق و باارزش ظاهر می‌شوند؛ بنابراین، توئیتر شهروند خبرنگاران را قادر می‌سازد تا گزارش‌های خبری سطحی را به صورت جهانی در اختیار عموم قرار دهند و از این طریق با روزنامه‌نگاران به روش‌های جدید در تعامل باشند. حتی اگر رسانه‌های خبری حرفه‌ای بر پوشش گزارش خبری مسلط باشند و کاربر توئیتر که منبع اصلی خبر بوده تنها ۱۵ دقیقه مشهور شده باشد، باز هم قدرت توئیتر برای شهروند خبرنگاری نباید دست‌کم گرفته شود. به علاوه، توئیتر روزنامه‌نگاری جدید و مشارکتی را تسهیل کرده است و در حال شکل دادن هنجارهای روزنامه‌نگاری مانند شفافیت است.

ترجمه فصل چهارم از کتاب:

Murthy, Dhiraj (2020). Twitter: Social Communication in the Twitter Age, Polity Press. Second Edition.

1. Poell
2. Borra
3. Toronto G20 prtests
4. Mark Pfeifle
5. Christian Science Monitor
6. Last

منابع و ماخذ

- Anderson, M. (2015) *Technology Device Ownership: 2015*; available at: <<http://www.pewinternet.org/2015/10/29/technology-deviceownership-2015/>>.
- Arrabal-Sánchez, G. and De-Aguilera-Moyano, M. (2016) "Communicating in 140 characters. How journalists in Spain use Twitter," *Comunicar* (46): 9–17.
- Barnard, S. R. (2016) "'Tweet or be sacked': Twitter and the new elements of journalistic practice," *Journalism* 17(2): 190–207.
- Beaumont, C. (2009) "New York plane crash: Twitter breaks the news, again," *The Telegraph*, London: Telegraph Media Group Ltd; available at: <<http://www.telegraph.co.uk/technology/twitter/4269765/NewYorkplane-crash-Twitter-breaks-the-news-again.html>>.
- Benn, T. (2011) "The flowers of the Arab spring grow from buds of free information," *New Statesman* 140(5048): 12.
- Bianco, J. S. (2009) "Social networking and cloud computing: precarious affordances for the 'prosumer'," *Women's Studies Quarterly* 37(1&2): 303–12.
- Bruns, A. and Burgess, J. E. (2011) "New methodologies for researching news discussion on Twitter," in *The Future of Journalism*, 8–9 September 2011, Cardiff: Cardiff University (unpublished); available at: <<http://eprints.qut.edu.au/46330/>>.
- Bruns, A. (2005) *Gatewatching: Collaborative Online News Production*, New York: P. Lang.
- Hermida, A. (2010) "Twittering the news," *Journalism Practice* 4(3): 297–308.
- Chib, A., van Velthoven, M. H., and Car, J. (2015) "mHealth adoption in low-resource environments: a review of the use of mobile healthcare in developing countries," *Journal of Health Communication* 20(1): 4–34.
- Cisneros, J. D. and Nakayama, T. K. (2015) "New media, old racisms: Twitter, Miss America, and cultural logics of race," *Journal of International and Intercultural Communication* 8(2): 108–27.
- DiMicco, J. M. and Millen, D. R. (2007) "Identity management: multiple

presentations of self in Facebook,” *Proceedings of the 2007 International ACM Conference on Supporting Group Work*, Sanibel Island, Florida, USA: ACM.

Dobransky, K. and Hargittai, E. (2016) “Unrealized potential: exploring the digital disability divide,” *Poetics* 58: 18–28.

Dolnick, S. (2008) “Bloggers provide raw view of Mumbai attacks: dramatic siege threw user-generated corner of the Internet into high gear,” Redmond, WA: msnbc.com.

Ellcessor, E. (2010) “Bridging disability divides,” *Information, Communication & Society* 13(3): 289–308.

Emmett, A. (2008) “Networking news,” *American Journalism Review* 30(6): 40–43.

Farhi, P. (2016) “#Biased? Reporters on Twitter don’t hold back about Trump,” *The Washington Post* (October 27); available at:

<https://www.washingtonpost.com/lifestyle/style/biased-reporters-ontwitter-dont-hold-back-about-trump/2016/10/26/a1002ce4-9b9c-11e6-9980-50913d68each_story.html>.

Friemel, T. N. (2016) “The digital divide has grown old: determinants of a digital divide among seniors,” *New Media & Society* 18(2): 313–31.

Gauthier, B. 2016 “Ivanka Trump allegedly responded to Donald’s creepy comments in 2006: ‘If he wasn’t my father, I would spray him with Mace’,” *Salon* (November 25); available at:

<<http://www.salon.com/2016/11/25/ivanka-trump-allegedly-responded-to-donalds-creepy-comments-in-2006-if-he-wasnt-my-father-i-wouldspray-him-with-mace/>>.

Geere, D. (2011) “Twitter spread misinformation faster than truth in UK riots,” *Wired* magazine; available at:

<<http://www.wired.co.uk/news/archive/201108/09/twitermisinformation-riots>>.

Gibbs, M., Meese, J., Arnold, M., Nansen, B., and Carter, M. (2015)

“#Funeral and Instagram: death, social media, and platform vernacular,” *Information, Communication and Society* 18(3): 255–68.

- Goolsby, R. (2009) "Lifting elephants: Twitter and blogging in global perspective," *Social Computing and Behavioral Modeling*, New York: Springer; available at: <http://dx.doi.org/10.1007/978-1-44190056-2_2>.
- Gould, M. (2013) *The Social Media Gospel: Sharing the Good News in New Ways*. Collegeville, MN: Liturgical Press.
- Hargittai, E. and Litt, E. (2011) "The tweet smell of celebrity success: explaining variation in Twitter adoption among a diverse group of young adults," *New Media & Society* 13(5): 824–42.
- Hayashi, F. and Klee, E. (2003) "Technology adoption and consumer payments: evidence from survey data," *Review of Network Economics* 2(2): Article 8.
- Hayes, A. S., Singer, J. B., and Ceppos, J. (2007) "Shifting roles, enduring values: the credible journalist in a digital age," *Journal of Mass Media Ethics* 22(4): 262–79.
- Hewlett, S. (writer) (2016) "How a tweet about Trump spread 'fake' news," *BBC Radio 4 The Media Show*. London: British Broadcasting Corporation.
- Kalyanam, J., Velupillai, S., Doan, S., Conway, M., and Lanckriet, G. (2015) *Facts and Fabrications about Ebola: A Twitter Based Study*; available at: <<https://arxiv.org/abs/1508.02079>>.
- Kolko, B. E., Nakamura, L., and Rodman, G. B. (2000) *Race in Cyberspace*, New York: Routledge.
- Larsson Anders, O. and Hallvard, M. (2015) "Bots or journalists? News sharing on Twitter," *Communications* 40: 361.
- Lasorsa, D. L., Lewis, S. C., and Holton, A. E. (2011) "Normalizing Twitter," *Journalism Studies* 13(1): 19–36.
- Last, J. V. (2009) "Tweeting while Tehran burns," *Current* 515: 9–10.
- Leo, J. (2009) "Citizen journo Janis Krums twitters amazing Hudson plane crash photo from ferry," *Los Angeles Times*, Los Angeles: Los Angeles Times Group; available at: <<http://qa.travel.latimes.com/daily-dealblog/index.php/citizen-journo-janis-3851/>>.

- Maheshwari, S. (2016) "How fake news goes viral: a case study, *The New York Times*; available at: <http://www.nytimes.com/2016/11/20/business/media/how-fake-news-spreads.html?_r=0>.
- Manjoo, F. (2008) *True Enough: Learning to Live in a Post-Fact Society*, Hoboken, NJ: John Wiley and Sons.
- Mascheroni, G. and Ólafsson, K. (2015) "The mobile internet: access, use, opportunities and divides among European children," *New Media & Society* 18(8): 1657–79.
- McCulloch, R. (2009) "The man who changed twitter," *Third Sector Lab*: Third Sector Lab; available at: <<http://thirdsectorlab.co.uk/?p=27>>.
- Meyer, K. M. and Tang, T. (2015) "#SocialJournalism: local news media on Twitter," *International Journal on Media Management* 17(4): 241–57.
- Moore, M. (2009) "'Dalai Lama' Twitter account suspended after exposed as fake," *The Telegraph*, London: Telegraph Media Group Ltd; available at: <<http://www.telegraph.co.uk/news/newstopics/howaboutthat/4577342/Dalai-Lama-Twitter-account-suspended-after-exposed-as-fake.html>>.
- Murthy, D. (2014) "Twitter and elections: are tweets, predictive, reactive, or a form of buzz?" *Information, Communication & Society* 18(7): 816–31.
- Olmstead, K. and Atkinson, M. 2015 *Apps Permissions in the Google Play Store*, Washington DC; available at: <<http://www.pewinternet.org/2015/11/10/apps-permissions-in-the-google-play-store/>>.
- Palser, B. (2009) "Amateur content's star turn," *American Journalism Review* 31(4): 42–3.
- Piwek, L. and Joinson, A. (2016) "'What do they snapchat about?' Patterns of use in time-limited instant messaging service," *Computers in Human Behavior* 54: 358–67.
- Poell, T. and Rajagopalan, S. (2015) "Connecting activists and journalists," *Journalism Studies* 16(5): 719–33.
- Rebillard, F. and Touboul, A. (2010) "Promises unfulfilled? 'Journalism

- 2.0' user participation and editorial policy on newspaper websites," *Media Culture Society* 32(2): 323–34.
- Reinardy, S., and Wanta, W. (2015) *The Essentials of Sports Reporting and Writing* (2nd edn), New York and Abingdon: Routledge.
- Rheingold, H. (1993) *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*, Reading, MA: Addison-Wesley.
- Ritzer, G., and Jurgenson, N. (2010) "Production, consumption, prosumption. The nature of capitalism in the age of the digital 'prosumer'," *Journal of Consumer Culture* 10(1): 13–36.
- Salama, V. (2012) "Covering Syria," *The International Journal of Press/Politics* 17(4): 516–26.
- Seipel, B. (2016) "Ivanka Trump quoted in '06 as saying: 'If he wasn't my father, I would spray him with Mace'," *The Hill* (November 24); available at: <<http://thehill.com/blogs/in-the-know/in-the-know/307502-ivankaon-trumps-sexual-comments-about-her-if-he-wasnt-my>>.
- Siegel, A. and Tucker, J. (2016) "Here's what 29 million tweets can teach us about Brexit," *The Washington Post* (July 20); available at: <<https://www.washingtonpost.com/news/monkeycage/wp/2016/07/20/heres-what-29-million-tweets-can-teach-usabout-brexit/>>.
- Sohn, E. (2015) "Networking: hello, stranger," *Nature* 526(7575): 729–31.
- Surowiecki, J. (2004) *The Wisdom of Crowds: Why the Many are Smarter than the Few and How Collective Wisdom Shapes Business, Economies, Societies, and Nations*, 1st edn, New York: Doubleday.
- Swasy, A. (2016) *How Journalists Use Twitter: The Changing Landscape of U.S. Newsrooms*, Lanham, MD: Lexington Books.
- Thandar, M. and Usanavasin, S. (2015) "Measuring opinion credibility in Twitter," in H. Unger, P. Meesad, and S. Boonkrong (eds), *Recent Advances in Information and Communication Technology 2015: Proceedings of the 11th International Conference on Computing and Information Technology (IC2IT)*, Cham: Springer International Publishing, pp. 205–14.
- Wahl, A. (2006) "Red all over," *Canadian Business* 79(4): 53–4.

- Warf, B. (2011) "Myths, realities, and lessons of the Arab Spring," *The Arab World Geographer* 14(2): 166–8.
- Weiner, J. (2015) "A personal reflection on social media in medicine: I stand, no wiser than before," *International Review of Psychiatry* 27(2): 155–60.
- Wells, C. et al. (2016) "How Trump drove coverage to the nomination: hybrid media campaigning," *Political Communication* 33(4): 669–76.
- Witte, J. C. and Mannon, S. E. (2010) *The Internet and Social inequalities*, 1st edn, New York: Routledge.
- Zickuhr, K. (2013) *Location Based Services*, Washington, DC; available at: <http://www.pewinternet.org/2013/09/12/location-based-services/>.

بررسی عملکرد نمایشگاه‌های کتاب استانی از دیدگاه ناشران، مشارکت‌کنندگان، کارشناسان و برگزارکنندگان نمایشگاه‌های کتاب استانی (۱۳۸۷ تا ۱۳۹۶)

• سلمان انصاری‌زاده^۱

• ابراهیم حیدری^۲

چکیده:

وجود کتاب در هر جامعه‌ای از عوامل مهم توسعه و رشد فرهنگ به شمار می‌آید. نشر، توزیع و فروش کتاب در مناطق مختلف کشور تحت تأثیر عوامل مختلف اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و سیاسی است و در نتیجه پژوهش در این خصوص برای مشخص کردن عوامل مؤثر در توسعه نشر و گردآوری اطلاعات در خصوص توزیع کتاب می‌تواند کمک مؤثری به این صنعت نماید. از این‌رو هدف این پژوهش مطالعه نمایشگاه‌های کتاب استانی در سال‌های ۱۳۸۷ تا ۱۳۹۶ از دیدگاه ناشران، مشارکت‌کنندگان، کارشناسان و برگزارکنندگان است. روش مورد استفاده در این تحقیق پیمایشی و پرسشنامه محقق ساخت است که پس از جمع‌آوری اطلاعات از ۳۸۴ نفر از جامعه مورد مطالعه تحقیق، توسط نرم‌افزار spss تجزیه و تحلیل شده است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که برگزاری نمایشگاه استانی کتاب دارای دو دیدگاه موافق و مخالف است، عده‌ای بر این باورند که برگزاری نمایشگاه‌های استانی کتاب موجب دسترسی مخاطبان شهرستانی به تازه‌های نشر، جبران برخی از نواقص سیستم توزیع معیوب در ایران، حضور پرشور مردم در نمایشگاه، گسترش بازار آن، عدالت در توزیع کتاب در سراسر کشور فرهنگ‌سازی کتاب و کتاب‌خوانی در کشور، فروش نقدی برای ناشران، فرصتی برای ناشران کوچک و شهرستانی و ... می‌شود؛ اما در مقابل عده‌ای دیگر بر این باورند که نمایشگاه استانی کتاب تهدیدی برای اقتصاد نشر در شهرستان‌ها و باعث افت شدید فروش کتاب‌فروشی‌های استانی می‌شود. همچنین حضور نداشتن ناشران مطرح کشوری، نبودن کتاب‌های پرمحتوا، کمبود برخی کتاب‌های تخصصی، تبلیغات محیطی ضعیف، دولتی‌بودن نمایشگاه کتاب، دور از دسترس بودن موقعیت مکانی محل برگزاری نمایشگاه به شهر و ... از دیگر معایبی است که برای نمایشگاه کتاب استانی بر می‌شمرند.

واژه‌های کلیدی: نمایشگاه‌های استانی کتاب، ناشر، بن کتاب، غرفه کتاب، حمایت دولت

فصلنامه

نمایشگاه
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

بیان مسئله:

برگزاری نمایشگاه کتاب استانی امروزه به یکی از کلیدی‌ترین پدیده‌های فرهنگی کشور بدل گشته که توجه بسیاری از اصحاب فرهنگ، از سیاست‌گذار فرهنگی گرفته ebiheidari@yahoo.com تا کتاب‌فروشان و خریداران کتاب را به خود جلب کرده است. برگزاری نزدیک به ۵۰۰ دوره نمایشگاه کتاب استانی به خوبی گویای اهمیت چنین رویدادی است. این رویداد به یکی از پدیده‌های گسترده فرهنگی تبدیل شده که بسیاری فقدان آن را آسیبی بر بدنه فرهنگ می‌دانند (فهیمی فرو حیدری، ۱۳۹۳).

نمایشگاه کتاب استانی به عبارت دیگر بسط و گسترش موفقیت چشم‌گیر برگزاری نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران بود. در سال ۱۳۷۲ نخستین نمایشگاه کتاب استانی که در رشت برگزار شد. از ابتدا تاکنون مؤسسه نمایشگاه‌های فرهنگی ایران وابسته به معاونت امور فرهنگی، دبیرخانه و مجری برگزاری این نمایشگاه بوده است و به‌طور طبیعی نقش این نهاد فرهنگی در برگزاری این پدیده عظیم فرهنگی قابل توجه و دقت است (طالب زاده، ۱۳۹۵). هرچند شواهد و قرائن حاکی از آن است که نمایشگاه کتاب در ایران برخلاف برخی نمایشگاه‌های موفق کتاب در دنیا هنوز هویت نمایشگاهی نیافته اما بی‌گمان برگزاری این نمایشگاه‌ها می‌تواند موجب ارتقاء سطح دانش در جامعه و ترویج فرهنگ مطالعه و توسعه صنعت نشر شود (محمدی، ۱۳۸۷).

یکی از دستاوردهای عمده برگزاری نمایشگاه‌های کتاب استانی توزیع مناسب، متوازن و متعادل کتاب در سطح کشور و به‌ویژه مناطق دوردست و خارج از مرکز بوده است. بر اساس تخمین‌ها و پژوهش‌های صورت گرفته بیش از ۱۷ درصد از کل توزیع کتاب در کشور از طریق برپایی نمایشگاه‌های کتاب استانی صورت می‌پذیرد. به‌طور متوسط در هر نمایشگاه کتاب استانی بیش از ۴۰۰ ناشر در نمایشگاه حضور یافته و ۴۰ هزار عنوان کتاب (۴۰۰ هزار جلد) را در معرض نمایش و فروش می‌گذارند.^۱

بررسی اخبار و نوشته‌ها درباره نمایشگاه‌های کتاب استانی نشان می‌دهد که این رویداد موافقان و مخالفان خود را دارد. برخی به شدت به آن حمله می‌کنند که اقتصاد کتاب فروشی‌های استانی را فلج کرده است و به آسیب‌شناسی آن می‌پردازند (ایبنا، هفتم مهرماه ۱۳۹۳)؛ و برخی دیگر در دفاع از برگزاری آن به تأثیرهای مثبت این رویدادها بر فرهنگ، سرانه مطالعه، اشتیاق مردم به مشارکت در رویدادهای فرهنگی و حتی بهبود اقتصاد فرهنگ و کتاب‌فروشی‌ها اشاره می‌کنند (لیزنا، ۱۷ مهر ۱۳۹۶).

باوجود همه دلایلی که در پذیرش یا رد برگزاری نمایشگاه‌های کتاب استانی به میان می‌آید هنوز روشن نیست که سرانجام برگزاری چنین رویدادی مثبت است یا منفی و مزایای برگزاری آن بیشتر است یا معایبش؛ و در این زمینه هنوز پژوهشی انجام نشده است که این

یکی از دستاوردهای
عمده برگزاری
نمایشگاه‌های
کتاب استانی توزیع
مناسب، متوازن و
متعادل کتاب در
سطح کشور و به‌ویژه
مناطق دوردست و
خارج از مرکز بوده
است.

فصلنامه

نمایش
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

۷۴

رویداد را از زوایای گوناگون بررسی و ارزیابی کند. حتی کوششی هم برای بررسی موفقیت یا عدم موفقیت این نمایشگاه‌ها از دیدگاه ذی‌نفع‌های این حوزه نیز نشده است. در این پژوهش کوشش می‌شود تا جوانب گوناگون این رویداد فرهنگی ارزیابی شود.

■ نمایشگاه‌های استانی کتاب در دوره ده ساله (از ۱۳۸۷ تا ۱۳۹۶) از نظر کمی چه وضعیتی را دنبال می‌کند؟

■ برگزاری نمایشگاه‌های کتاب استانی از دیدگاه ناشران، مشارکت‌کنندگان، کارشناسان و برگزارکنندگان نمایشگاه‌های کتاب استانی در سال‌های ۱۳۸۷ تا ۱۳۹۶ تا چه اندازه اثربخش بوده است؟

■ فرصت‌ها، تهدیدها، ضعف‌ها و قوت‌های نمایشگاه‌های کتاب استانی کدام‌اند؟

روش تحقیق:

روش این تحقیق از نظر هدف، توصیفی و از دیدگاه نتیجه‌ای، کاربردی است که با روش پیمایشی و استفاده از پرسشنامه انجام شده است و سپس توسط نرم‌افزار SPSS داده‌های توصیفی تحلیل شده است. در این باره برای پایایی پرسشنامه و حذف سوالات ناهمگن پرسشنامه اولیه طراحی و پس از تأیید اساتید و کارشناسان امر، تعداد ۲۰ عدد پرسشنامه تکمیل و از روش ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد. براساس نتایج، میزان آلفای کرونباخ برابر ۰/۷۰۴ به دست آمد.

جدول ۱. میزان آلفا کرونباخ به دست آمده از طریق پرسشنامه اولیه

تعداد سؤال	میانگین	آلفای کرونباخ نهایی
۴۶	۳/۱۸	۰/۷۰۴

در آمار تحلیلی این پژوهش برای تعیین نقش و جایگاه هریک از مؤلفه‌های پژوهش، روش تحلیل عاملی- تأییدی و به منظور کشف ساختار زیربنایی مجموعه متغیرهای به دست آمده از روش تحلیل عاملی- اکتشافی استفاده شده و برای اولویت بندی نقاط قوت و ضعف نمایشگاه و رتبه بندی آن‌ها آزمون میانگین شاخص‌ها و آزمون فریدمن استفاده شده است.

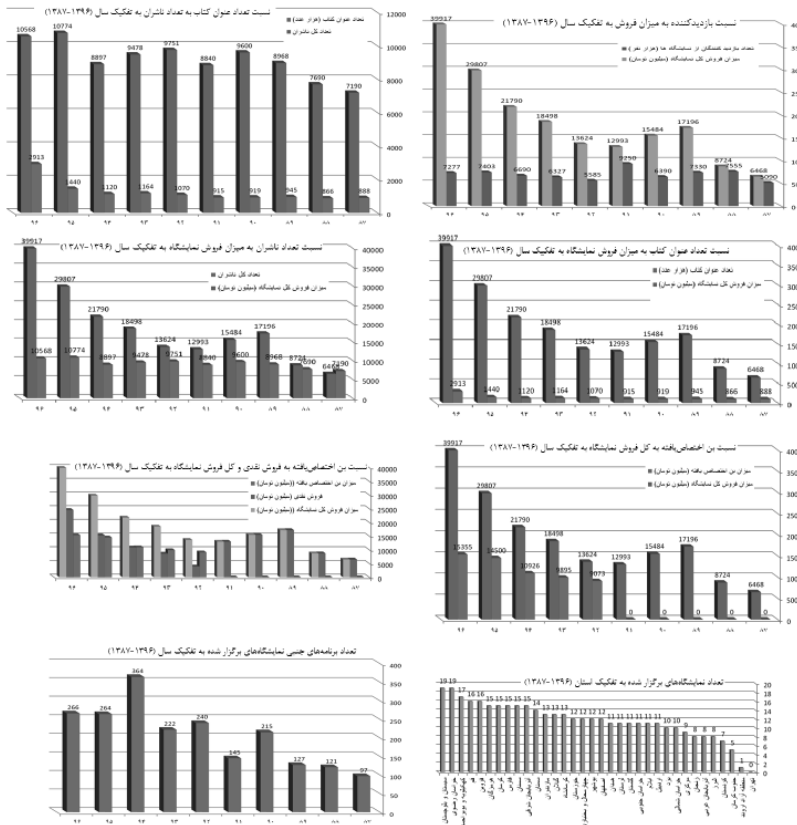
از سویی به دلیل آنکه حجم جامعه این تحقیق نامشخص و اغلب متغیرهای کیفی است، برای تعیین حجم مورد نیاز فرمول کوکران برای جوامع نامحدود استفاده می‌شود که در این پژوهش این عدد ۳۸۴ نفر به دست می‌آید.

همچنین قلمرو زمانی این تحقیق فاصله زمانی سال‌های فروردین ۱۳۸۷ تا اسفند ۱۳۹۷ و قلمرو مکانی در این پژوهش، نمایشگاه‌های استانی کتاب در سراسر کشور است.

یافته‌های تحقیق:

الف) عملکرد آماری نمایشگاه کتاب استانی (۱۳۸۷-۱۳۹۶):

نمودار ۱. عملکرد آماری نمایشگاه کتاب استانی (۱۳۸۷-۱۳۹۶)



- باید گفت که از سال ۱۳۸۷ تا سال ۱۳۹۶ بیشترین استان‌هایی که نمایشگاه کتاب استانی را برگزار نموده‌اند عبارت‌اند از: سیستان و بلوچستان و خراسان رضوی (۱۹ دوره)، کهگیلویه و بویراحمد (۱۷ دوره)، قم و قزوین (۱۶ دوره) و کمترین دوره‌های برگزاری نمایشگاه کتاب استانی در استان تهران (هیچ دوره‌ای نمایشگاه کتاب استانی برگزار نشده است، به دلیل برگزاری نمایشگاه بین‌المللی کتاب) و سپس منطقه آزاد اروند (یک دوره)، جنوب کرمان (پنج دوره) و کردستان (هفت دوره) است. تعداد غرفه‌های کتاب در سال‌های ۱۳۸۹ تا ۱۳۹۶ یک روند تقریباً ثابت را دنبال می‌کند.

- تعداد عناوین کتاب‌های حاضر در نمایشگاه‌های استانی در سال‌های مورد مطالعه از سال ۱۳۸۷ تا ۱۳۹۴ یک روند ثابت را دنبال می‌کند اما در سال ۱۳۹۵ رشد بالایی داشته و

فصلنامه

نمایشگاه
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

در سال ۱۳۹۶ این روند در مقایسه با سال ۱۳۹۵ دو برابر شده است.

- دولت در راستای افزایش فروش کتاب در نمایشگاه‌های استانی کتاب و همچنین افزایش سرانه مطالعه از سال ۱۳۹۲ اقدام به توزیع بن در میان ناشران، نویسندگان و سازمان‌های مربوطه نمود که به تبع ورود جریان بن در نمایشگاه‌های استانی شاهد افزایش فروش کتاب از سال‌های ۱۳۹۳ تا ۱۳۹۶ در نمایشگاه‌های استانی و استقبال بیشتر برای خرید کتاب توسط بازدیدکنندگان بوده ایم.

- هرچند که از سال ۱۳۹۲ شاهد توزیع بن در نمایشگاه کتاب استانی هستیم اما از سال ۱۳۹۲ تا ۱۳۹۵ میزان فروش نقدی نمایشگاه کتاب استانی در مقایسه با سال‌های ۱۳۸۷ تا ۱۳۹۱ کاهش داشته است.

- در سال ۱۳۹۲ و با وجود اینکه بن کتاب به نمایشگاه‌های استانی کتاب اختصاص داده شده اما میزان فروش کل نمایشگاه‌های استانی کتاب در مقایسه با سال‌های قبل کمتر بوده و همچنین در سال بعد (۱۳۹۳) نیز میزان فروش کل نمایشگاه‌های استانی در مقایسه با سال ۱۳۸۹ رشد چندانی نداشته است.

- میزان بازدید از نمایشگاه کتاب استانی نیز در سال‌های موردمطالعه یک روند تقریباً یک‌نواخت داشته و فاصله چندانی مشاهده نمی‌شود. در حالی که با افزایش فروش به خصوص در سال‌های ۱۳۹۵ و ۱۳۹۶ در نمایشگاه‌های استانی می‌بایست شاهد افزایش بازدیدکنندگان از نمایشگاه‌های استانی در این سال‌ها باشیم.

- در سال‌های موردمطالعه پژوهش به جز در سال ۱۳۸۷ مساحت نمایشگاه کتاب استانی یک‌نواخت و فاصله زیادی در آن مشاهده نمی‌گردد.

- طول ساعت بازدید از نمایشگاه‌های استانی کتاب نیز از سال‌های ۱۳۸۹ تا ۱۳۹۶ یک روند تقریباً ثابت را دنبال می‌کند.

- از نقاط مثبت نمایشگاه‌های استانی کتاب وجود برنامه‌های جنبی نمایشگاه است که می‌تواند موجب ترغیب حضور بیشتر بازدیدکننده در نمایشگاه کتاب استانی باشد که این روند از سال ۱۳۸۷ تا ۱۳۹۶ وجود داشته و رشد نسبتاً خوبی نیز داشت.

- در سال ۱۳۹۶ و در نمایشگاه کتاب استانی هرچند تعداد ناشران در مقایسه با سال ۱۳۹۵ رشد نداشته و تقریباً یک‌سان بوده است اما تعداد عنوان کتاب سال ۱۳۹۶ در مقایسه با سال قبل در نمایشگاه‌های استانی کتاب دو برابر شده است.

- بیشترین بن نمایشگاه کتاب استانی در سال ۱۳۹۶ بوده و بیشترین فروش نمایشگاهی نیز در همین سال بوده است.

ب) یافته‌های توصیفی تحقیق:

باتوجه به اینکه این پژوهش به بررسی عملکرد نمایشگاه کتاب استانی در دوره زمانی سال‌های ۱۳۸۷ تا ۱۳۹۶ از دیدگاه مسئولین برگزاری، متخصصان، کارشناسان حوزه کتاب

در سال ۱۳۹۲

و با وجود اینکه

بن کتاب به

نمایشگاه‌های

استانی کتاب

اختصاص داده شده

اما میزان فروش

کل نمایشگاه‌های

استانی کتاب در

مقایسه با سال‌های

قبل کمتر بوده و

همچنین در سال

بعد (۱۳۹۳) نیز

میزان فروش کل

نمایشگاه‌های

استانی در مقایسه

با سال ۱۳۸۹ رشد

چندانی نداشته

است.

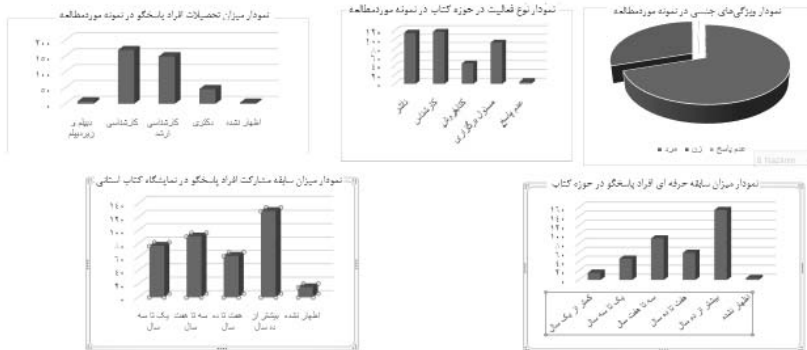
فصلنامه

نمایشگاه‌های
کتاب

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

و مشارکت‌کنندگان در نمایشگاه کتاب استانی پرداخته است؛ بنابراین در این مبحث به بررسی یافته‌های جمعیت‌شناختی به‌دست‌آمده از پرسش‌نامه پرداخته شده است.

نمودار ۲. تحلیل جمعیت‌شناختی جامعه آماری تحقیق



بر اساس نتایج
به‌دست‌آمده
از تحلیل عامل
اکتشافی، اولین
عامل تأثیرگذار بر
عملکرد نمایشگاه
کتاب استانی مؤلفه
حمایتی بود.

- نتایج تحقیق نشان می‌دهد، از کل افراد پاسخگو میزان ۲۶۱ نفر یا به عبارتی ۶۹/۸ درصد را مردان و میزان ۱۱۲ نفر یا ۲۹/۹ درصد را زنان تشکیل داده است. همچنین میزان ۲۵۵ نفر یا ۶۸/۹ درصد از نمونه مورد مطالعه متأهل بوده‌اند.
- بر اساس نتایج به‌دست‌آمده مشخص شد که میزان ۳۱/۳ درصد (۱۱۷ نفر) از پاسخگویان کارشناس حوزه کتاب و سپس ۳۰/۷ درصد (۱۱۵ نفر) ناشر دارای بیشترین فراوانی و کمترین فراوانی با میزان ۱۲ درصد (۴۵ نفر) کتاب‌فروش بوده‌اند.
- نتایج نشان می‌دهد، از کل تعداد افراد پاسخگو، میزان ۴۵/۲ درصد (۱۶۹ نفر) با بیشترین فراوانی دارای سواد با سطح تحصیلات کارشناسی و سپس تعداد ۱۴۹ نفر (۳۹/۸ درصد) دارای تحصیلات کارشناسی ارشد بوده‌اند.
- نتایج تحقیق نشان می‌دهد، از کل تعداد افراد پاسخگو، میزان ۴۱/۴ درصد (۱۵۵ نفر) با بیشترین فراوانی دارای سابقه بیش از ده سال و تعداد ۱۶ نفر (۴/۳ درصد) دارای سابقه کمتر از یک سال، دارای کمترین فراوانی بوده‌اند.
- نتایج تحقیق نشان می‌دهد، از کل تعداد افراد پاسخگو، میزان ۳۴/۵ درصد (۱۲۹ نفر) با بیشترین فراوانی دارای سابقه بیش از ده سال در نمایشگاه کتاب استانی و تعداد ۷۷ نفر (۲۰/۶ درصد) با سابقه یک تا سه سال، دارای کمترین فراوانی بوده‌اند.

ج) بررسی یافته‌های توصیفی مؤلفه‌های اثرگذار بر نحوه برگزاری نمایشگاه‌های استانی کتاب

مؤلفه‌ها یا عامل شناسایی‌شده این پژوهش بر اساس بارهای عاملی به‌دست‌آمده عبارت‌اند از: مؤلفه‌های حمایتی، شبکه توزیع، اقتصادی، اطلاع‌رسانی و ارتباطات،

فصلنامه

نمایش
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

تنوع، هزینه، مدیریت اجرایی، درآمدی و مشارکت ناشران.

• مؤلفه حمایتی: بر اساس نتایج به‌دست‌آمده از تحلیل عامل اکتشافی، اولین عامل تأثیرگذار بر عملکرد نمایشگاه کتاب استانی مؤلفه حمایتی بود. جدول زیر به بررسی یافته‌های توصیفی حاصل از تحلیل گویه‌های مرتبط با مؤلفه حمایتی به‌منظور بررسی عملکرد نمایشگاه کتاب استانی در نمونه مورد مطالعه پرداخته است.

جدول ۲. یافته‌های توصیفی مؤلفه حمایتی

گویه‌ها	درصد فراوانی						توصیف آماری	
	کاملاً مخالف	مخالف	نظری ندارد	موافق	کاملاً موافق	میانگین	انحراف معیار	
توسعه و پیرین کتاب و عدالت در توزیع آن	۳/۲	۸	۱۱/۲	۵۶/۷	۲۰/۹	۳/۸۴	۰/۹۵	
دادن بهای بیشتر به ناشران استانی	۰	۷/۲	۱۱/۸	۵۷/۶	۲۳/۳	۳/۹۷	۰/۸	
ارائه کتاب توسط ناشران شهرستانی	۴/۵	۱۰/۴	۱۴/۴	۴۶/۳	۲۴/۳	۳/۷۵	۱/۰۷	
ایجاد فضا برای ناشران دارای مشکل توزیع	۲/۹	۷/۵	۱۶/۳	۵۳/۵	۱۹/۸	۳/۸	۰/۹۴	
ارتباط ناشران با افکار و عقاید	۲/۲	۷/۸	۲۱/۸	۴۵/۷	۲۲/۶	۳/۷۹	۰/۹۵	
افزایش میزان نقدینگی ناشران با فروش	۱/۹	۱۲/۹	۲۰/۶	۴۹/۹	۱۴/۷	۳/۶۳	۰/۹۴	
حضور مردم و توجه به نمایشگاه استانی	۸/۳	۱۴/۷	۱۷/۱	۴۹/۷	۱۰/۲	۳/۳۹	۱/۱۱	
کاهش مشکلات مردم به‌منظور مراجعه به تهران	۴/۳	۱۰/۷	۸/۸	۵۶	۲۰/۱	۳/۷۷	۱/۰۲	
افزایش فرهنگ کتاب و کتاب‌خوانی	۱/۹	۳/۵	۸/۳	۵۳/۲	۳۳/۲	۴/۱۲	۰/۸۴	
معرفی نویسندگان شهرستانی	۲/۱	۱/۹	۱۲/۶	۵۳/۹	۲۳/۵	۴/۰۱	۰/۷۹	
افزایش اعتبار مسئولان استانی	۲/۱	۱۳/۶	۲۴/۳	۴۰/۶	۱۹/۳	۳/۶۱	۱/۰۱	

بر اساس نتایج به‌دست‌آمده گویه افزایش فرهنگ کتاب و کتاب‌خوانی با برگزاری نمایشگاه‌های استانی کتاب بین مردم و معرفی نویسندگان شهرستانی به ترتیب با میانگین ۴/۱۲ و ۴/۰۱ دارای بیشترین میانگین و در مقابل گویه حضور مردم و توجه به نمایشگاه استانی و افزایش میزان نقدینگی ناشران با فروش به ترتیب با میانگین ۳/۳۹ و ۳/۶۳ کمترین میانگین را در بین گویه‌های مرتبط با مؤلفه حمایتی به خود اختصاص داده است. همچنین بیشترین درصد به‌دست‌آمده در خصوص نظر موافق برای گویه‌دادن بهای بیشتر به ناشران استانی برای برپایی نمایشگاه کتاب با میزان ۵۷/۶ درصد به دست آمد.

• مؤلفه شبکه توزیع: بر اساس نتایج به‌دست‌آمده از تحلیل عامل اکتشافی، دومین عامل تأثیرگذار بر عملکرد نمایشگاه کتاب استانی مؤلفه شبکه توزیع بود.

بر اساس نتایج
به‌دست‌آمده
گویه افزایش
فرهنگ کتاب
و کتاب‌خوانی
با برگزاری
نمایشگاه‌های
استانی کتاب بین
مردم و معرفی
نویسندگان
شهرستانی به
ترتیب با میانگین
۴/۱۲ و ۴/۰۱
بیشترین میانگین
را در بین گویه‌های
مرتبط با مؤلفه
حمایتی به خود
اختصاص داده
است.

فصلنامه

نمایشگاه
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

جدول ۳. یافته‌های توصیفی مؤلفه شبکه توزیع

توصیف آماری		درصد فراوانی					گویه
		کاملاً موافق	موافق	نظری ندارد	مخالف	کاملاً مخالف	
انحراف معیار	میانگین						
۱/۰۱	۳/۴۲	۸/۹	۴۷/۷	۲۵/۵	۱۱/۹	۶	برگزاری نمایشگاه و جبران نواقص سیستم توزیع
۱/۲۷	۳/۲۱	۱۵/۲	۳۶/۹	۱۲	۲۴/۹	۱۱	هزینه‌کردن بودجه در راه‌اندازی سیستم مدون
۱/۳۳	۲/۹۶	۱۷/۱	۱۹/۳	۲۲/۲	۲۵/۱	۱۶/۳	قراردادن هزینه‌های برگزاری در قالب طرح
۱/۰۸	۲/۵۵	۵/۹	۱۳/۱	۲۶/۵	۳۹	۱۵/۵	نظارت کم بر نمایشگاه و فروش کتاب‌های قاچاق

بر اساس نتایج به‌دست‌آمده گویه برگزاری نمایشگاه کتاب و جبران نواقص سیستم توزیع و هزینه‌کردن بودجه در راه‌اندازی سیستم مدون به ترتیب با میانگین ۳/۴۲ و ۳/۲۱ دارای بیشترین میانگین و گویه‌های نظارت کم بر نمایشگاه کتاب و فروش کتاب‌های قاچاق و قراردادن هزینه‌های برگزاری در قالب طرح به ترتیب با میانگین ۲/۵۵ و ۲/۹۶ کمترین میانگین را در بین گویه‌های مرتبط با مؤلفه شبکه توزیع به خود اختصاص داده است. همچنین بیشترین درصد به‌دست‌آمده در خصوص نظر موافق برای گویه برگزاری نمایشگاه کتاب و جبران نواقص سیستم توزیع با میزان ۴۷/۷ درصد به دست آمد.

• مؤلفه اقتصادی: بر اساس نتایج به‌دست‌آمده از تحلیل عامل اکتشافی، سومین عامل تأثیرگذار بر عملکرد نمایشگاه کتاب استانی مؤلفه اقتصادی بود.

جدول ۴. یافته‌های توصیفی مؤلفه اقتصادی

توصیف آماری		درصد فراوانی					گویه
		کاملاً موافق	موافق	نظری ندارد	مخالف	کاملاً مخالف	
انحراف معیار	میانگین						
۱/۱۶	۲/۶۵	۴/۳	۲۵/۲	۱۹/۳	۳۳/۲	۱۸	میزان بن اختصاصی
۱/۰۷	۳/۱۶	۵/۶	۴۳/۵	۱۹/۱	۲۵	۶/۷	میزان تخفیف به خریداران کتاب و غیرکتاب
۱/۳۷	۲/۶۱	۱۲/۳	۱۷/۲	۱۷/۴	۲۵/۲	۲۷/۹	ضربه به کتاب‌فروشی‌های استان و اقتصاد نشر
۱/۰۴	۳/۱۹	۶/۵	۴۴/۴	۱۱/۸	۳۶/۳	۱/۱	مناسب بودن میزان تخفیف ناشران به خریداران

بر اساس نتایج به‌دست‌آمده گویه برگزاری نمایشگاه کتاب و جبران نواقص سیستم توزیع و هزینه‌کردن بودجه در راه‌اندازی سیستم مدون به ترتیب با میانگین ۳/۴۲ و ۳/۲۱ بیشترین میانگین را در بین گویه‌های مرتبط با مؤلفه شبکه توزیع به خود اختصاص داده است.

فصلنامه

نمایش
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

بر اساس نتایج به دست آمده گویۀ مناسب بودن میزان تخفیف ناشران به خریداران کتاب و میزان تخفیف به خریداران کتاب و غیر کتاب به ترتیب با میانگین ۳/۱۹ و ۳/۱۶ دارای بیشترین میانگین و گویۀ برگزاری نمایشگاه کتاب استانی و ضربه به کتاب‌فروشی‌های استان و اقتصاد نشر و گویۀ میزان بن اختصاصی به ترتیب با میانگین ۲/۶۱ و ۲/۶۵ کمترین میانگین را در بین گویه‌های مرتبط با مؤلفه اقتصادی به خود اختصاص داده است. همچنین بیشترین درصد به دست آمده در خصوص نظر موافق برای گویۀ مناسب بودن میزان تخفیف ناشران به خریداران با میزان ۴۴/۴ درصد به دست آمد.

• مؤلفه اطلاع‌رسانی و دسترسی: بر اساس نتایج به دست آمده از تحلیل عامل اکتشافی، چهارمین عامل تأثیرگذار بر عملکرد نمایشگاه کتاب استانی مؤلفه اطلاع‌رسانی و دسترسی بود.

جدول ۵. یافته‌های توصیفی مؤلفه اطلاع‌رسانی و دسترسی

گویه	درصد فراوانی						توصیف آماری	
	کاملاً مخالف	مخالف	نظری ندارد	موافق	کاملاً موافق	بی‌تفاوت	تفاوت	میان
نحوه اطلاع‌رسانی بصری و بروشورها	۳/۸	۱۸/۸	۱۷/۷	۵۰/۹	۸/۸	۳/۴۲	۱/۰۱	
اطلاع‌رسانی در زمینه زمان برگزاری نمایشگاه	۶/۵	۱۸/۸	۱۱/۶	۵۴	۹/۱	۳/۴۱	۱/۰۹	
دسترسی مخاطبان به تازه‌های نشر	۰/۸	۴/۳	۱۰/۷	۶۰/۲	۲۴/۱	۴/۰۲	۰/۷۶	
مناسب بودن وسایل عمومی برای رفت و آمدها	۸/۶	۲۷/۴	۲۲/۸	۳۲	۹/۱	۳/۰۶	۱/۱۴	

بر اساس نتایج به دست آمده گویۀ میزان دسترسی مخاطبان به تازه‌های نشر با میانگین ۴/۰۲ دارای بیشترین میانگین و گویۀ اطلاع‌رسانی در زمینه زمان برگزاری نمایشگاه کتاب با میانگین ۳/۴۱ کمترین میانگین را در بین گویه‌های مرتبط با مؤلفه اطلاع‌رسانی و دسترسی به خود اختصاص داده است. همچنین بیشترین درصد به دست آمده در خصوص نظر موافق برای گویه میزان دسترسی مخاطبان به تازه‌های نشر با میزان ۶۰/۲ درصد به دست آمد.

• مؤلفه تنوع: بر اساس نتایج به دست آمده از تحلیل عامل اکتشافی، پنجمین عامل تأثیرگذار بر عملکرد نمایشگاه کتاب استانی مؤلفه تنوع بود.

بر اساس نتایج
به دست آمده
از تحلیل عامل
اکتشافی، چهارمین
عامل تأثیرگذار بر
عملکرد نمایشگاه
کتاب استانی مؤلفه
اطلاع‌رسانی و
دسترسی بود.

فصلنامه

نمایشگاه
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

جدول ۶. یافته‌های توصیفی مؤلفه تنوع

توصیف آماری		درصد فراوانی					گویه
		کاملاً موافق	موافق	نظری ندارد	مخالف	کاملاً مخالف	
انحراف معیار	میانگین	کاملاً موافق	موافق	نظری ندارد	مخالف	کاملاً مخالف	گویه
۱/۰۴	۳/۴۴	۱۱/۸	۴۷/۵	۱۶/۹	۲۰/۹	۲/۹	فعالیت‌های جنبی در نمایشگاه کتاب استانی
۱/۰۷	۲/۸۳	۲/۷	۳۲/۶	۱۹/۸	۳۵/۳	۹/۶	میزان به‌روزرودن منابع در نمایشگاه کتاب
۱/۰۴	۲/۸۶	۲/۷	۳۳/۳	۱۷/۳	۴۰/۴	۶/۲	تنوع موضوع‌های منابع ارائه شده
۱/۰۷	۳/۴۱	۱۲/۶	۴۳/۸	۲۱/۵	۱۶/۴	۵/۶	فروش اینترنتی کتاب و اثر سوء بر نمایشگاه‌ها

بر اساس نتایج به‌دست‌آمده گویه فعالیت‌های جنبی در نمایشگاه کتاب استانی با میانگین ۳/۴۴ دارای بیشترین میانگین و گویه میزان به‌روزرودن منابع در نمایشگاه کتاب استانی با میانگین ۲/۸۳ کمترین میانگین را در بین گویه‌های مرتبط با مؤلفه تنوع به خود اختصاص داده است. همچنین بیشترین درصد به‌دست‌آمده در خصوص نظر موافق برای گویه فعالیت‌های جنبی در نمایشگاه کتاب استانی با میزان ۴۷/۵ درصد به دست آمد.

• مؤلفه هزینه: بر اساس نتایج به‌دست‌آمده از تحلیل عامل اکتشافی، ششمین عامل تأثیرگذار بر عملکرد نمایشگاه کتاب استانی مؤلفه هزینه بود.

جدول ۷. یافته‌های توصیفی مؤلفه هزینه

توصیف آماری		درصد فراوانی					گویه
		کاملاً موافق	موافق	نظری ندارد	مخالف	کاملاً مخالف	
انحراف معیار	میانگین	کاملاً موافق	موافق	نظری ندارد	مخالف	کاملاً مخالف	گویه
۰/۹۹	۳/۰۷	۴/۶	۳۰/۶	۴۰/۱	۱۶/۴	۸/۳	بالا بودن هزینه ناشران برای حضور در نمایشگاه استانی
۱/۲۳	۳/۱۳	۱۱/۱	۳۶/۷	۱۹/۴	۱۹/۷	۱۳/۲	عدم حضور برخی ناشران به دلیل هزینه بالا
۱/۰۵	۲/۶۵	۴	۱۹/۸	۲۵/۱	۳۹	۱۲	مناسب بودن امکانات رفاهی برای استراحت بازدیدکنندگان

بر اساس نتایج به‌دست‌آمده گویه عدم حضور برخی از ناشران در نمایشگاه کتاب استانی به دلیل هزینه بالا با میانگین ۳/۱۳ دارای بیشترین میانگین و گویه مناسب بودن امکانات رفاهی جهت استراحت بازدیدکنندگان با میانگین ۲/۶۵ کمترین میانگین را در

بر اساس نتایج به‌دست‌آمده گویه فعالیت‌های جنبی در نمایشگاه کتاب استانی با میانگین ۳/۴۴ بیشترین میانگین و گویه میزان به‌روزرودن منابع در نمایشگاه کتاب استانی با میانگین ۲/۸۳ کمترین میانگین را در بین گویه‌های مرتبط با مؤلفه تنوع به خود اختصاص داده است.

فصلنامه

نمایش پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

بین گویه‌های مرتبط با مؤلفه هزینه به خود اختصاص داده است. همچنین بیشترین درصد به‌دست‌آمده در خصوص گزینه نظری ندارد برای گویه بالابودن هزینه ناشران برای حضور در نمایشگاه کتاب استانی با میزان ۴۰/۱ درصد به دست آمد.

• مؤلفه مدیریت اجرایی: بر اساس نتایج به‌دست‌آمده از تحلیل عامل اکتشافی، هفتمین عامل تأثیرگذار بر عملکرد نمایشگاه کتاب استانی مؤلفه مدیریت اجرایی بود.

جدول ۸. یافته‌های توصیفی مؤلفه مدیریت اجرایی

گویه	درصد فراوانی						توصیف آماری
	کاملاً مخالف	مخالف	نظری ندارد	موافق	کاملاً موافق	بی‌تفاوت	انحراف معیار
مناسب بودن روند کنونی برگزاری نمایشگاه کتاب	۵/۶	۲۴/۹	۱۳/۶	۴۷/۱	۸/۸	۳/۲۹	۱/۱
مناسب بودن محل برگزاری از نظر مکانی	۶/۴	۱۲/۳	۱۴/۷	۵۲	۱۴/۵	۳/۵۶	۱/۰۸
مناسب بودن زمان برگزاری	۱۱/۱	۲۵/۸	۱۷/۲	۳۵/۹	۹/۵	۳/۰۷	۱/۲
کافی بودن مدت زمان برگزاری	۵/۱	۱۲/۸	۵/۶	۵۳/۷	۲۲/۷	۳/۷۶	۱/۰۹
نظارت مسئولین در زمان برگزاری و رفع مشکلات	۲/۹	۱۶/۶	۱۱/۲	۶۱/۵	۷/۸	۳/۵۵	۰/۹۵
میزان فضای اختصاص یافته به ناشران	۵/۴	۲۳/۱	۱۴/۲	۴۹/۷	۷/۵	۳/۳۱	۱/۰۷
برگزاری نمایشگاه کتاب توسط اتحادیه صنفی استان‌ها	۱۲/۱	۲۰/۵	۱۸/۶	۳۳/۷	۱۵/۱	۳/۱۹	۱/۲۶

بر اساس نتایج به‌دست‌آمده گویه کافی بودن مدت زمان برگزاری نمایشگاه‌های استانی کتاب و گویه مناسب بودن محل برگزاری از نظر مکانی به ترتیب با میانگین ۳/۷۶ و ۳/۵۶ دارای بیشترین میانگین و گویه مناسب بودن زمان (فصل) برگزاری نمایشگاه استانی کتاب و گویه برگزاری نمایشگاه کتاب توسط اتحادیه صنفی استان‌ها به ترتیب با میانگین ۳/۰۷ و ۳/۱۹ کمترین میانگین را در بین گویه‌های مرتبط با مؤلفه مدیریت اجرایی به خود اختصاص داده است. همچنین بیشترین درصد به‌دست‌آمده در خصوص گزینه موافق برای گویه نظارت مسئولین در زمان برگزاری و رفع مشکلات با میزان ۶۲/۵ درصد به دست آمد.

• مؤلفه درآمدی: بر اساس نتایج به‌دست‌آمده از تحلیل عامل اکتشافی، هشتمین عامل تأثیرگذار بر عملکرد نمایشگاه کتاب استانی مؤلفه درآمدی بود.

فصلنامه

نمایشگاه
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

جدول ۹. یافته‌های توصیفی مؤلفه درآمدی

گویه	درصد فراوانی						توصیف آماری
	کاملاً مخالف	مخالف	نظری ندارد	موافق	کاملاً موافق	میانگین	انحراف معیار
قیمت مناسب کتاب در نمای شگاه استانی	۳/۸	۴۰/۳	۱۹/۶	۳۱/۲	۵/۱	۲/۹۴	۱/۰۳
قیمت مناسب منابع غیرکتاب (لوح فشرده...)	۶/۷	۳۴/۸	۴۱	۱۳/۲	۴/۳	۲/۷۴	۰/۹۲
کم کردن تفاوت بین نمایشگاه تهران و استان	۴/۸	۱۰/۲	۲۳/۳	۳۸/۱	۲۳/۶	۳/۶۵	۱/۰۹

بر اساس نتایج به دست آمده گویه کم کردن تفاوت‌ها بین نمایشگاه کتاب استانی با نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران با میانگین ۳/۶۵ دارای بیشترین میانگین و گویه مناسب بودن قیمت منابع غیرکتاب مانند لوح فشرده و... با میانگین ۲/۷۴ کمترین میانگین را در بین گویه‌های مرتبط با مؤلفه درآمدی به خود اختصاص داده است. همچنین بیشترین درصد به دست آمده در خصوص گزینه نظری ندارد برای گویه مناسب بودن قیمت منابع غیرکتاب (لوح فشرده و...) در نمایشگاه کتاب استانی با میزان ۴۱ درصد به دست آمد.

• مؤلفه مشارکت ناشران: بر اساس نتایج به دست آمده از تحلیل عامل اکتشافی، نهمین عامل تأثیرگذار بر عملکرد نمایشگاه کتاب استانی مؤلفه مشارکت ناشران بود.

جدول ۱۰. یافته‌های توصیفی مؤلفه مشارکت ناشران

گویه	درصد فراوانی						توصیف آماری
	کاملاً مخالف	مخالف	نظری ندارد	موافق	کاملاً موافق	میانگین	انحراف معیار
میزان مشارکت کتاب‌های لاتین	۲۰/۶	۳۷/۹	۲۲/۲	۱۶	۳/۳	۲/۴۳	۱/۰۸
عرضه تعداد محدود کتاب توسط ناشران	۵/۱	۱۴/۲	۱۳/۱	۵۹/۸	۷/۸	۳/۵۱	۰/۹۹
مناسب بودن تعداد ناشران تخصصی	۸/۸	۴۴/۷	۱۹/۵	۲۵/۱	۰/۸	۲/۶۴	۰/۹۸
میزان مشارکت ناشران سایر استان‌ها	۵/۹	۲۶/۴	۲۴/۵	۳۸/۳	۴/۹	۳/۱	۱/۰۳
میزان مشارکت تعداد ناشران	۱۰/۸	۳۰	۱۹/۵	۳۶/۵	۳/۲	۲/۹۱	۱/۱
میزان مشارکت ناشران معتبر داخلی	۱۰/۸	۳۴/۷	۲۶/۱	۲۶/۱	۲/۴	۲/۷۵	۱/۰۳

بر اساس نتایج به دست آمده گویه عرضه تعداد محدود کتاب توسط ناشران و گویه میزان مشارکت ناشران سایر استان‌ها با میانگین ۳/۵۱ و ۳/۱ دارای بیشترین

میانگین و گویه میزان مشارکت کتاب‌های لاتین و گویه مناسب بودن تعداد ناشران تخصصی با میانگین ۲/۴۳ و ۲/۶۴ کمترین میانگین را در بین گویه‌های مرتبط با مؤلفه مشارکت ناشران به خود اختصاص داده است. همچنین بیشترین درصد به دست آمده در خصوص گزینه موافق برای گویه عرضه تعداد محدود کتاب توسط ناشران با میزان ۵۹/۸ درصد به دست آمد.

(د) تجزیه و تحلیل استنباطی:

باتوجه به اینکه هدف تحقیق بررسی وضعیت و ارزیابی نمایشگاه‌های کتاب استانی است در این مورد باتوجه به پنج طیفی بودن شاخص‌ها آزمون T تک نمونه‌ای در سطح متوسط (میانگین: ۳) استفاده شد. آزمون فوق در سطح اطمینان ۹۵ درصد آزمایش شد. نتایج سنجش وضعیت نمایشگاه‌های کتاب استانی در نمونه مورد مطالعه در جدول ۱۱ بیان شد.

جدول ۱۱. بررسی وضعیت نمایشگاه‌های کتاب بر اساس آزمون T

شاخص / متغیر	میانگین	آزمون کلوموگرووف - اسمیرنوف		ضرایب	
		آماره	P. سطح معناداری	چولگی	کشیدگی
حمایتی	۳/۷۸	۰/۱۱۰	۰/۰۰۰	-۰/۸۴۹	۱/۶۴۹
شبکه توزیع	۳/۰۲	۰/۱۴۱	۰/۰۰۰	۰/۰۱۱	-۰/۸۹۴
اقتصادی	۲/۰۹	۰/۱۱۱	۰/۰۰۰	-۰/۲۳۸	-۰/۶۳۱
اطلاع‌رسانی و دسترسی	۳/۴۷	۰/۱۳۶	۰/۰۰۰	-۰/۳۵۶	۰/۱۴۱
تنوع	۳/۱۳	۰/۱۳۲	۰/۰۰۰	-۰/۶۶۱	۰/۸۹۲
هزینه	۲/۹۴	۰/۱۶۶	۰/۰۰۰	-۰/۱۴۵	۰/۰۲۰
مدیریت اجرایی	۳/۳۸	۰/۱۱۰	۰/۰۰۰	-۰/۲۳۵	-۰/۴۶۴
درآمدی	۳/۱۱	۰/۱۰۱	۰/۰۰۰	۰/۰۹۲	۰/۳۹۲
مشارکتی	۲/۸۹	۰/۰۹۷	۰/۰۰۰	۰/۰۱۵	۰/۰۱۱
عملکرد نمایشگاه‌های کتاب	۳/۱۸	۰/۰۶۸	۰/۰۰۰	-۰/۳۹۷	۱/۷۶۳

نتایج آزمون در سطح متوسط نشان داد که میزان آماره t برای نمایشگاه‌های کتاب استانی برابر ۱۱/۴۷ در سطح معناداری $p < ۰/۰۱$ به دست آمد. باتوجه به مثبت بودن آماره t و حد پایین و حد بالا در این موارد مشخص شد که وضعیت نمایشگاه‌های استانی کتاب از نظر نمونه مورد مطالعه از حد متوسط بالاتر بوده و باتوجه به اینکه میزان اختلاف میانگین برابر ۰/۱۸ به دست آمده بنابراین در سطح پایین تری از منظر میانگین موافق بودن پاسخگویان (مطلوبیت) قرار دارد.

(و) رتبه‌بندی مؤلفه و شاخص‌های تحقیق بر اساس آزمون فریدمن:

برای کشف وضعیت نمایشگاه کتاب استانی از دیدگاه نمونه مورد مطالعه و اینکه بیشترین میزان (بهترین رتبه) مربوط به کدام مؤلفه یا گویه‌های پژوهش

است از آزمون فریدمن استفاده شد. ذکر این نکته لازم است که آزمون مذکور از نوع ناپارامتریک بوده و نتایج به دست آمده از لحاظ اعتبار در سطحی پایین تر از آزمون T قرار می گیرد.

جدول ۱۲. به بررسی آمار توصیفی وضعیت نمایشگاه های کتاب استانی در بین سال های ۱۳۹۶ تا ۱۳۸۷ از دیدگاه مسئولین و برگزارکنندگان نمایشگاه کتاب پرداخته است که بیشترین میانگین مربوط به مؤلفه حمایتی با میزان ۳/۷۸ و کمترین میانگین مربوط به مؤلفه مشارکتی به میزان ۲/۸۹ است.

(جدول ۱۲. آمار توصیفی مؤلفه های وضعیت نمایشگاه های کتاب استانی (آزمون فریدمن)

ردیف	مؤلفه	میانگین	انحراف معیار
۱	حمایتی	۳/۷۸	۰/۵۷
۲	شبکه توزیع	۳/۰۲	۰/۶۴
۳	اقتصادی	۲/۹	۰/۷۶
۴	اطلاع رسانی و دسترسی	۳/۴۷	۰/۶۶
۵	تنوع	۳/۱۳	۰/۶۴
۶	هزینه	۲/۹۴	۰/۶۴
۷	مدیریت اجرایی	۳/۳۸	۰/۵۱
۸	درآمدی	۳/۱۱	۰/۷۷
۹	مشارکتی	۲/۸۹	۰/۵۵

جدول ۱۳. بیان کننده نتیجه آزمون فریدمن در خصوص وضعیت مؤلفه های اثرگذار بر نمایشگاه های کتاب استانی است. بر اساس نتایج به دست آمده میزان کای دو برابر با ۵۳۷/۹۳ و درجه آزادی ۸ است، همچنین سطح معناداری آزمون $P \leq ۰/۰۱$ بوده که می توان با اطمینان ۹۹ درصد گفت وضعیت مؤلفه های به دست آمده از تحلیل عامل اکتشافی پژوهش در نمایشگاه های کتاب استانی متفاوت و معنادار است.

جدول شماره ۱۳. نتایج آزمون فریدمن در مؤلفه های اثرگذار بر نمایشگاه های کتاب استانی

تعداد	مقدار آماره کای دو	درجه آزادی	P- سطح معناداری
۳۷۴	۵۳۷/۹۳	۸	۰/۰۰۰

جدول ۱۴. میانگین رتبه های هر یک از مؤلفه های پژوهش بر اساس دیدگاه نمونه مورد مطالعه در نمایشگاه های استانی کتاب را بر اساس رتبه آنها نشان می دهد.

جدول ۱۴. میانگین رتبه‌های مؤلفه‌های اثرگذار پژوهش براساس آزمون فریدمن

رتبه	میانگین رتبه	مؤلفه
۱	۷/۳۱	حمایتی
۶	۴/۵۵	شبکه توزیع
۸	۴/۰۳	اقتصادی
۲	۶/۰۵	اطلاع‌رسانی و دسترسی
۴	۴/۷۶	تنوع
۷	۴/۱۲	هزینه
۳	۵/۷۸	مدیریت اجرایی
۵	۴/۵۶	درآمدی
۹	۳/۸۴	مشارکتی

باتوجه به نتایج به دست آمده از جدول مذکور مؤلفه حمایتی با دارا بودن میانگین ۷/۳۱ بیشترین میانگین و بهترین رتبه و مؤلفه مشارکتی با دارا بودن میانگین ۳/۸۴ کمترین میانگین و رتبه را به خود اختصاص داده‌اند. در این خصوص، مؤلفه‌های حمایتی، اطلاع‌رسانی و دسترسی و مدیریت اجرایی به ترتیب بهترین رتبه را به خود اختصاص دادند.

هم‌فرص‌ها، تهدیدها، ضعف‌ها و قوت‌ها استانی از دیدگاه ناشران، مشارکت‌کنندگان، کارشناسان و برگزارکنندگان نمایشگاه‌های کتاب استانی:

جدول ۱۵. فرصت‌ها، تهدیدها، ضعف‌ها و قوت‌های نمایشگاه‌های کتاب استانی

نقاط قوت	نقاط ضعف	نقاط فرصت	نقاط تهدید
• دسترسی مخاطبان شهرستانی به تازه‌های نشر • حضور پرشور مردم در نمایشگاه‌های استانی کتاب • بالابودن آمار فروش و توجه مردم • افزایش اعتبار مسئولین اجرایی استانی در برگزاری رویدادهای فرهنگی • افزایش حس سرزندگی در شهروندان استان‌های برگزارکننده • ارتباط مستقیم ناشران با مخاطبان و شناخت افکار و عقاید آنها • تخفیف ناشران به خریداران • افزایش میزان نقدینگی ناشران	• تبلیغات نامناسب و ضعیف برای اطلاع‌رسانی از محورها و اهداف نمایشگاه کتاب • ضعف اطلاع‌رسانی عمومی • کم‌رنگ بودن نقش نهادهای محلی در پیشبرد اهداف نمایشگاه‌های استانی کتاب • ضعف همکاری و عدم هماهنگی کافی میان سازمان‌های متولی برگزاری نمایشگاه‌های استانی کتاب • عدم توجه به آمارهای علمی و فرهنگی استان‌ها و عدم شناخت کافی جامعه هدف • نبود زیرساخت‌های لازم برای میزبانی مناسب از بازدیدکنندگان • ضعف نظارت سازمان‌های برگزارکننده بر کمیت و کیفیت نمایشگاه‌های کتاب • وجود مشکلات زیاد محل برگزاری نمایشگاه‌ها و عدم مسئولیت‌پذیری نهادهای برگزارکننده • عدم حمایت کافی از بخش خصوصی و مردمی در امور مربوط به نمایشگاه‌های کتاب • به‌روزنه‌بودن و عدم تنوع منابع ارائه شده در نمایشگاه‌ها • نامناسب بودن محل برگزاری نمایشگاه‌های از نظر فیزیکی و شعاع دسترسی مناسب (تمرکز در نقاط خاص و مراکز استان) • ضعف تعداد ناشران کتاب‌های تخصصی • ضعف جایگاه اتحادیه‌های صنفی در تصمیم‌گیری و برنامه‌ریزی نمایشگاه‌های کتاب • عدم تأمین نیاز تمامی گروه‌های سنی و جنسی (کودکان، سالمندان و معلولان) • ضعف زیرساخت‌های حمل و نقل و خدمات عمومی • پایین بودن کیفیت فضای اختصاص داده شده به ناشران • نامناسب بودن فضای استراحت موقت و رفع خستگی بازدیدکنندگان	• فرصت مشارکت ناشران معتبر داخلی • امکان ارائه و فروش کتب ناشران کوچک یا شهرستانی • رفع مشکل توزیع ناشرانی که مشکل توزیع کتاب دارند • ایجاد زمینه تولید اثر و انتشار به ناشران استان‌ها • ظرفیت فناوری اطلاعات برای تبلیغات و فروش بهتر کتب و نشریات • ارتباط مستقیم ناشران با مخاطبان و شناخت افکار و عقاید آن‌ها • کاهش مشکلات سایر استان‌ها برای بازدید از نمایشگاه‌های بین‌المللی کتاب (تهران) • امکان فروش کتاب از طریق اینترنت و فعال کردن و معرفی وب‌سایت ناشران به بازدیدکنندگان • برگزاری رویدادهای فرهنگی برای نهادینه کردن فرهنگ مطالعه و کتاب‌خوانی • فراهم آوردن زمینه‌های سرمایه‌گذاری‌های فرهنگی برای ناشران	• عدم تمایل ناشران بزرگ به ارائه حداکثری کتاب‌ها و منابع خود در نمایشگاه‌های کتاب • فراهم نبودن شرایط لازم به منظور مشارکت ناشران بین‌المللی • پایین بودن همکاری انتشارات لاتین در نمایشگاه‌های استانی کتاب • برگزاری نمایشگاه‌های استانی و تهدید اقتصاد نشر در شهرستان‌ها • بالابودن هزینه ناشران برای حضور در نمایشگاه‌های استانی • بالابودن هزینه‌های نشر و ضعف بنیه مالی ناشران • ضعیف بودن وضعیت حمایت‌های دولتی از ناشران و نزدیک بودن به ورشکستگی صنعت نشر کشور • عدم حمایت بلندمدت از ناشران استانی • فروش اینترنتی کتاب و عدم مراجعه حضوری شهروندان به نمایشگاه‌های کتاب • تفاوت فاحش بین امتیازهای ویژه داده شده به نمایشگاه کتاب تهران در مقایسه با دیگر استان‌ها

فصلنامه

نمایش
پژوهشدوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

نتیجه‌گیری

به این دلیل که کتاب و کتابت در طول تاریخ همواره از عالی‌ترین مظاهر اندیشمندی انسان به شمار می‌رفته، به تبع نمایشگاه‌های کتاب نیز در همین راستا و همگام با توسعه فناوری و ارتباطات مناسب‌ترین زمینه تبادل اطلاعات علمی و فرهنگی با یکدیگر را فراهم می‌آورد. این پژوهش با هدف بررسی عملکرد نمایشگاه کتاب استانی در دوره زمانی سال‌های ۱۳۹۶ تا ۱۳۸۷ از دیدگاه مسئولین برگزاری، متخصصان، کارشناسان حوزه کتاب و مشارکت‌کنندگان در نمایشگاه کتاب استانی انجام شده است. پس از تجزیه و تحلیل سؤال‌های باز و بسته پرسشنامه نتایج آزمون در سطح متوسط نشان داد که میزان آماره t برای نمایشگاه‌های کتاب استانی برابر $11/47$ در سطح معناداری $p < 0/01$ به دست آمد. باتوجه به مثبت بودن آماره t و حد پایین و حد بالا در این موارد مشخص شد که وضعیت نمایشگاه‌های استانی کتاب از نظر نمونه مورد مطالعه از حد متوسط بالاتر بوده و باتوجه به اینکه میزان اختلاف میانگین برابر $0/18$ به دست آمده بنابراین در سطح پایین‌تری از منظر میانگین موافق بودن پاسخگویان (مطلوب بودن) قرار دارد. برای تحلیل دقیق‌تر این موضوع در رویکرد متفاوت در مورد برگزاری نمایشگاه‌های استانی کتاب از دیدگاه ناشران، مشارکت‌کنندگان، کارشناسان و برگزارکنندگان نمایشگاه‌های کتاب استانی در دوره زمانی سال‌های ۱۳۸۷ تا ۱۳۹۶ مطرح است. گروه اول موافقان برگزاری نمایشگاه‌های استانی کتاب و گروه دوم منتقدان و مخالفان برگزاری نمایشگاه‌های استانی کتاب. نتایج به دست آمده در این راستا به شرح زیر است:

نمودار ۳. دیدگاه ناشران، مشارکت‌کنندگان، کارشناسان و برگزارکنندگان نمایشگاه‌های کتاب استانی

دیدگاه ناشران، مشارکت‌کنندگان، کارشناسان و برگزارکنندگان نمایشگاه‌های کتاب استانی

- فرصت تعامل بین مؤلفان، ناشران، صنعتگران چاپ و نشر و عوامل دولتی و عمومی،
- دسترسی مخاطبان شهرستانی به تازه‌های نشر،
- افزایش شور و شغف در استان‌ها،
- فروش نقدی برای ناشران،
- فرصتی برای ناشران کوچک و شهرستانی،
- ایجاد فضای فروش برای ناشرانی که کتاب‌فروشی ندارند،
- افزایش فروش ناشران استانی،
- جبران برخی از نواقص سیستم توزیع معیوب در ایران،
- کم‌تر شدن مراجعه به نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران و کاهش هزینه‌ها،
- فرهنگ سازی کتاب و کتاب‌خوانی در شهرستان‌ها.

- نمایشگاه استانی کتاب تهدیدی برای اقتصاد نشر در شهرستان‌ها
- افت شدید فروش کتاب‌فروشی‌های استانی
- عدم حضور ناشران مطرح کشوری،
- نبودن کتاب‌های پرمحتوا،
- کمبود برخی کتاب‌های تخصصی،
- تبلیغات محیطی ضعیف،
- دولتی بودن نمایشگاه کتاب،
- دور از دسترس بودن موقعیت مکانی محل برگزاری
- نمایشگاه به شهر،
- هزینه زیاد برگزاری نمایشگاه

دیدگاه منتقدان و مخالفان

دیدگاه موافقان

بودجه‌های برگزاری
نمایشگاه‌های
استانی به جای
هزینه در برنامه‌های
کوتاه‌مدت بهتر
است در زمینه
بهبود و راه‌اندازی
سیستم منظم
و مدون توزیع
هزینه شود. تا از
این طریق مشکل
دسترسی مخاطبان
شهرستانی به
کتاب‌های تازه نیز
حل شود.

فصلنامه

نمایشگاه
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

راهکارهای عملیاتی تحقیق از دیدگاه نمونه مورد مطالعه:

- بودجه‌های برگزاری نمایشگاه‌های استانی به جای هزینه در برنامه‌های کوتاه‌مدت بهتر است در زمینه بهبود و راه‌اندازی سیستم منظم و مدون توزیع هزینه شود. تا از این طریق مشکل دسترسی مخاطبان شهرستانی به کتاب‌های تازه نیز حل شود.

- برگزاری نمایشگاه استانی کتاب به اتحادیه صنفی آن استان یا شهر و به صورت خصوصی واگذار شود و شاهد دخالت حداقلی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در برگزاری آن باشیم.

- توجه ویژه به ناشران استان‌های برگزارکننده نمایشگاه کتاب و بهره‌گیری از ظرفیت‌های آنها.

- پیشنهاد می‌شود در صورت برگزاری نمایشگاه کتاب (باتوجه به بیماری کرونا) بخشی از یارانه تخصیص داده شده و تسهیلات نمایشگاه را هم‌زمان با برگزاری نمایشگاه به بخش مجازی نمایشگاه تخصیص داد و متناسب با تقاضا اعتبارات را تنظیم کرد.

- تشکیل شورای مشورتی از ناشران، اصناف مربوطه، نویسندگان کتاب در استان، مدیران ارشاد و کارشناسان مربوطه به منظور برگزاری هرچه بهتر نمایشگاه کتاب.

- افزایش تنوع کتاب‌ها در نمایشگاه‌های استانی، حضور ناشران معروف و دست‌کاری نکردن قیمت‌ها.

- ایجاد فضای زیبا و طراحی مناسب مانند نمایشگاه‌های بین‌المللی که خود به جذب مخاطب کمک می‌کند.

- استفاده از ظرفیت رسانه استانی و کشوری به منظور معرفی حوزه نشر.

- ارائه تسهیلات مناسب و درخور شأن ناشرین و فراهم نمودن بسترهای مناسب برای حضور ناشران بیشتر و معتبر.

- ارائه خدمات نمایشگاهی اعم از سرویس‌های رفت و برگشت.

پیشنهاد می‌شود
در صورت برگزاری
نمایشگاه کتاب
(باتوجه به
بیماری کرونا)
بخشی از یارانه
تخصیص داده شده
و تسهیلات
نمایشگاه را
هم‌زمان با برگزاری
نمایشگاه به بخش
مجازی نمایشگاه
تخصیص داد و
متناسب با تقاضا
اعتبارات را تنظیم
کرد.

منابع و مآخذ

- ایبنا (هفتم مهر ماه ۱۳۹۳). قدیانی: نمایشگاه‌های استانی به ناشران واگذار شود / عموشاهی: برای طرح واگذاری از ناشران دعوت کردیم، هنوز پاسخ نداده‌اند. خبرگزاری کتاب ایران (ایبنا). بازیابی در تاریخ ۲۳ بهمن ۱۳۹۷ از <http://ibna.ir/fa/doc/report/207077>
- طالب‌زاده، خسرو (۱۳۹۵). ارزیابی، مطالعه تحلیلی و بازطراحی سیاست‌گذاری حمایتی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی. تهران: دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی فرهنگی و کتاب‌خوانی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- فهمیمی‌فر، سپیده و ابراهیم حیدری (۱۳۹۳). بررسی ابعاد اقتصادی نشر کتاب الکترونیکی از دیدگاه ناشران ایرانی. فصلنامه مطالعات ملی کتابداری و سازمان‌دهی اطلاعات، شماره ۹۸.
- لیزنا (۱۷ مهر ۱۳۹۶). افزایش سرانه مطالعه و توسعه فرهنگی کشور از اهداف نمایشگاه‌های استانی کتاب است، رسانه کتابداری و اطلاع‌رسانی ایران (لیزنا).
- محمدی، مهدی (۱۳۸۷). تأثیر بحران اقتصادی در جهان بر صنعت نمایشگاهی. تهران: انتشارات شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی.
- مؤسسه نمایشگاه‌های فرهنگی ایران (۱۳۹۷). عملکرد مؤسسه نمایشگاه‌های فرهنگی ایران ۱۳۹۶، زیر نظر مسعود شهرام‌نیا.

جامعه‌شناسی مردم‌مدار در مقابل بازار^۱

• مایکل بوراوی^۲

• ترجمه بهمن باینگانی^۳

در این مقاله، باتکیه بر نظریه کارل پولانی^۴ درباره واکنش اجتماعی به مبادله بی‌قاعده آنچه او کالاهای موهوم (کار، پول و زمین) می‌نامد، تاریخ جامعه‌شناسی را به تاریخ بازار پیوند می‌دهیم. موج اول بازاری شدن در قرن نوزدهم، به کالایی شدن نیروی کار منجر شد و جامعه‌شناسی اتوپایی را ارتقا داد و موج دوم بازاری شدن در قرن بیستم، به کالایی شدن پول انجامید و جامعه‌شناسی سیاست‌گذاری ملی را به وجود آورد، پس در موج سوم بازاری شدن که در ربع آخر قرن بیستم آغاز گردید، کالایی شدن طبیعت (زمین، هوا و آب) آغاز شده است که نیاز به جامعه‌شناسی مردم‌مدار را در مقیاسی جهانی می‌طلبد.

موج سومی از بازاری شدن جهان را فرا گرفته و به تخریب استحکاماتی انجامیده که به زحمت ایجاد شده بود تا مانع موج‌های اول و دوم بازاری شدن در دو قرن قبل شود. این نابودی شامل حقوق کاری است که در قرن نوزدهم برای نخستین بار جنبش‌های کارگری در برابر بازاری شدن به دست آوردند و نیز آن دسته از حقوق اجتماعی را در بر می‌گیرد که دولت‌ها در قرن بیستم در برابر بازاری شدن تضمین کردند. یک بار دیگر جهان در حال هم‌سطح شدن است. موج سوم بازاری شدن نه تنها بردهای به زحمت کسب شده قبلی را ملغی می‌کند بلکه به کالایی شدن قلمروهای جدید می‌انجامد. کالایی شدن طبیعت - از بدن گرفته تا محیط زیست - در ربع آخر قرن بیستم آغاز شده و در آغاز ورود به قرن بیست و یکم شتابان گشته است. در پشت این موج سوم یک طبقه اقتصادی جهانی قرار دارد که دولت‌های ملی را برای اهداف خاص خود، یعنی برانگیختن جنگ علیه ترور و نیز استثمار مضاعف جمعیت‌های سیال کارگران فقیر و نیازمند، مهار کرده است. آخرین مقاومت در برابر این سونامی، خود جامعه است که متشکل از انجمن‌هایی است با تمهید خودتنظیم جمعی، جنبش‌هایی که به شکل اراده جمعی پدیدار می‌شوند و طرفداران ارتباط و به رسمیت شناختن متقابل هستند. آیا جامعه پاسخگوی این چالش خواهد بود؟

در مواجهه با این تهدید جهانی برای جامعه و نیز برای وجود انسانی، جامعه‌شناسان چهار انتخاب پیش رو دارند. آنها می‌توانند با دولت علیه بازار متحد شوند و امیدوار

۱. این مقاله ترجمه‌ای است از مقاله زیر:

Burawoy, Michael, 2007: "Public Sociology vs. the Market", in: Socio-Economic Review, 5,2: 356-367

2. Michael Burawoy

۳. عضو هیئت علمی گروه جامعه‌شناسی دانشگاه گلستان (gmail.comBahman.bayangani)

4. Karl Polanyi

به بهره جستن از آن چیزی باشند که از مقاومت دولتی باقی مانده است. در برخی از کشورها، نظیر آنهایی که دارای نوعی میراث پایدار سیاست‌های دموکراتیک اجتماعی هستند یا قسمی میراث قوی در زمینه تأمین رفاهی دارند، چنین تصمیمی ممکن است معقول به نظر برسد. این نوع سیاست علمی بستگی به یافتن فضاهایی درون دولت دارد که از آنجا بتوان گردونه خردکننده بازار را مهار کرد- این فضاها به سرعت در حال نابودی و از کشوری به کشور دیگر متفاوت است. انتخاب دوم جامعه‌شناسان این است که سرشان را در برف فرو کنند و اظهار کنند که علم قبل از اینکه بتوان آن را عرضه کرد، باید ساخته شود. [به نظر آنها] ما نباید مشروعیت و هستی‌مان را با قرارگرفتن در معرض طوفان به خطر بیندازیم. جامعه‌شناسان حرفه‌ای در انتظار فرونشستن طوفان سر جای خود می‌نشینند و قویاً امیدوارند که طوفان ما را همراه بقیه جامعه با خود نبرد. انتخاب سوم به پا خواستن علیه دو انتخاب اول، نوشتن علیه ورشکستگی اخلاقی آنها و اقدام به نشر سوگنامه علیه آنهایی است که با شرارت‌های دولت و بازار همدست شده‌اند. با این همه به نظر می‌رسد که جامعه‌شناسی انتقادی، به همان صورت که طوفان ضربه می‌زند، مخاطبی غایب را مورد خطاب قرار می‌دهد. باوجود این، مسیر چهارمی وجود دارد که از همکاری با بازار و دولت امتناع می‌ورزد، می‌گوید که علم بدون سیاست نابیناست، انتقاد بدون دخالت را بیهوده می‌پندارد و از جامعه‌شناسان می‌خواهد قبل از اینکه جامعه ناپدید شود، به‌طور مستقیم در آن مداخله کنند. موج سوم بازاری شدن عصر جامعه‌شناسی مردم‌مدار را می‌طلبد.

۱. سه وجه بازاری شدن: افریقای جنوبی، روسیه و ایالات متحده آمریکا

موج سوم بازاری شدن، مقیاسی جهانی دارد اگرچه واکنش جامعه‌شناسی هنوز در سطح ملی است. اجازه دهید این امر را بر اساس سه کشوری که با آنها آشنایی دارم توضیح بدهم: افریقای جنوبی، روسیه و ایالات متحده آمریکا. هنگامی که در سال ۱۹۹۲، بعد از غیبتی ۲۲ ساله به افریقا بازگشتم، در شامگاه آپارتاید، نوعی از جامعه‌شناسی را یافتم که نیروی خود را از مداخله در کشمکش‌های ضدآپارتاید و به‌ویژه جنبش کارگری می‌گرفت. جامعه‌شناسی جنبش اجتماعی هوادار اتحادیه‌ها در دهه ۱۹۸۰ متولد شد و سپس در سایر بسترهای جهانی بسط و توسعه بیشتری پیدا کرد. گذار پس‌آپارتایدی در دوره‌ای از احیای تعصب در مورد بازار اتفاق افتاد که ناشی از فروپاشی سوسیالیسم در اتحاد جماهیر شوروی و اروپای شرقی بود. آنچه بلندپروازی‌های سوسیالیستی کنگره ملی افریقا در جریان مبارزات خود به دست آورد، پس از به دست گرفتن قدرت سریعاً از دست رفت. در عوض، افریقای جنوبی مرزهایش را به روی تجارت گشود و به‌طور چشمگیری اقدام به خصوصی‌سازی بخش دولتی کرد. سیل واردات ارزان از کشورهایی که وضعیت نیروی کار

فصلنامه

نمایه
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

در آنها فقیرترین و اقتصاد از ویران‌ترین بخش‌های کشور بود، قدرت اتحادیه‌های کارگری را تحلیل برد و به موقتی‌شدن نیروی کار و رشد بخش غیررسمی منجر شد. اقدام‌ها در زمینه خصوصی‌سازی آب، برق، حمل‌ونقل عمومی و ارتباطات راه دور دومین حمله به بقای هر روزه در شهرها و روستاها بود. به محض آنکه غیرانسانی بودن فاشیسم متوقف شد، نوع دیگری از غیرانسانی بودن تشدید گردید. ریشه‌کنی آپارتاید با (دوباره) کالاسازی نیروی کار، از طریق کاهش حمایت اجتماعی و تعلیق مقررات صنعتی، هم‌زمان شد. جامعه‌شناسی افریقای جنوبی، نیز که قادر به فرار از چنگال این جریان‌های دولتی و بازار نبود، به سمت حرفه‌ای‌شدن حرکت کرد و به بازی رقابتی معیارهای بین‌المللی وارد گردید. به این دلیل که دستمزدهای دانشگاهی پایین‌تر از درآمد آنهایی بود که در بخش خصوصی و عمومی کار می‌کردند، بنابراین جامعه‌شناسان در صدد جبران این کمبود از طریق افزایش وابستگی به پژوهش‌های حوزه سیاست‌گذاری برآمدند. در نتیجه، میراث جامعه‌شناسی انتقادی و مردم‌مدار نه تنها در اثر فشار ناشی از نوعی تقاضا برای دانش کالایی‌شده و علم‌زده، بلکه در اثر عقب‌نشینی خود جامعه - یعنی انجمن‌ها، جنبش‌ها و حوزه‌های عمومی آن - تضعیف گردید. موج سوم بازاری‌شدن نه تنها خود جامعه بلکه قواعد رشته‌ای را که سخنگوی آن بود در هم کوبید.

فروپاشی آپارتاید در فاصله کوتاهی بعد از فروپاشی دشمن ایدئولوژیک خود یعنی نظام شوروی اتفاق افتاد. فروپاشی‌ای که پیامدهای دور از انتظار خاص خود را داشت. به دنبال سلسله واکنش‌های سال ۱۹۸۹ در اروپای شرقی، اتحاد جماهیر شوروی خود را در رقابت با اقدار سابق کشورش در زمینه سریع‌ترین گذار به اقتصادی بازاری دید. در قالب پروژه‌های «شوگ‌درمانی» (که تنها شوک بود و نه درمان) و «انفجار بزرگ» (برنامه‌های تخریبی مهارناشدنی الهام‌گرفته از اقتصاددانان غربی)، دولت حزبی برچیده شد تا آزادسازی رشد خودجوش بازار اجرا گردد؛ از این‌رو این بحث مطرح گردید که اگر این تخریب سریع‌تر انجام شود، احتمال کمتری می‌رود که کمونیسم بتواند انتقام بگیرد و بازسازی سرمایه‌دارانه بایستی هرچه سریع‌تر انجام شود. به عبارت دیگر بازار به حرکت درآمد، اما تولید را به هم ریخت. به موازات آزادسازی قیمت‌ها در آغاز سال ۱۹۹۲ تورم از کنترل خارج گردید، کسب و کارها به سرعت تعطیل شدند و دستمزدها پرداخت نشد. قلمرو مبادله از تولید سودآورتر گردید و به همین دلیل منابع به‌سوی بازارهای دسته دوم، کیوسک‌ها، سوپرمارکت‌ها، بانکداری، گروه‌های مافیایی، خرید و فروش ارز، فروش اموال شرکتی و خصوصی‌سازی سرازیر شد. با گذشت سریع زمان، همه چیز به مبادله گذاشته شد. کالایی‌شدن پول آن را در معامله‌های اقتصادی بی‌فایده ساخت و معاملات به مبادلات کالا به کالا پس‌روی کرد. روسیه به جای انقلاب یا تکامل با رکود اقتصادی مواجه شد، نوعی از اقتصاد که خود را مصرف می‌کند و به انحطاطی می‌انجامد که نمونه

میراث جامعه‌شناسی
انتقادی و مردم‌مدار
نه تنها در اثر فشار
ناشی از نوعی
تقاضا برای دانش
کالایی‌شده و
علم‌زده، بلکه در
اثر عقب‌نشینی
خود جامعه - یعنی
انجمن‌ها، جنبش‌ها
و حوزه‌های عمومی
آن - تضعیف گردید.

فصلنامه

نمایه
پژوهشدوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

آن در قرن بیستم مشاهده نشده است. اگر استالینیسیم انباشت اولیه، مصادره کردن اموال دهقان ها و ایجاد طبقه کارگری را موجب شد که برای فروش چیزی نداشتند جز نیروی کارشان، گذار به جامعه بازار، دهقانی شدن دوباره را به بار آورد که می توان آن را انباشت زدایی اولیه نامید. برای بسیاری بقای اقتصادی به معنای عقب نشینی به نوعی تولید معیشتی بود و نتیجه آن بازگشت جامعه پیشرفته به شبکه های خویشاوندی و حتی محدودتر، به خانواده هسته ای است.

هنگامی که جامعه از بین برود، جامعه شناسی نیز از دست می رود. به جز در یک لحظه زودگذر در دوران زوال کمونیسم، تحت عنوان پرسترویکا که جامعه مدنی شکوفا شد در سایر زمان ها جامعه شناسی نوعی تسمه نقاله ایدئولوژیک برای دولت حزبی بوده است. از این رو پس از کمونیسم، بنیان حرفه ای به جای مانده آن بسیار ضعیف بود. بازاری شدن جامعه شناسی را به سمت نظرسنجی و پژوهش های بازاری هدایت کرد و در عین حال برنامه های دانشگاهی در مدارس تجاری جدید کلاً جایی باز نکردند. نوعی علم سیاست گذاری خام، بدون بنیانی محکم در جامعه شناسی حرفه ای غلبه پیدا کرد. جامعه شناسی انتقادی و مردم مدار نیز به ندرت یافت می شد.

ما در امریکا به گونه ای متناقض شاهد وضعیت تقریباً معکوسی هستیم. موج سوم بازاری شدن در اینجا نیز، با هدف تخریب و ریشه کنی جامعه روی داده و واکنشی شورانگیز از جانب جامعه شناسی حرفه ای را موجب شده است، اما این واکنش به آکادمی محدود شده و قادر به تعامل مؤثر با جهان گسترده تر نیست. در جامعه ای که دارای مؤسسات آموزشی و پژوهشی پیچیده، مقاوم و غرق در فراموشی است، تنها به صورت بالقوه همکاری نوعی جامعه شناسی مردم مدار می تواند رشد کند. با این حال پذیرش و اخذ آن در جامعه با موانع بیشتری روبه رو است.

برای مثال طوفان کاترینا را در نظر بگیرید که در سال ۲۰۰۵ سد خاکی شهر نئوآورلئان را ویران ساخت، سراسر این شهر را در برگرفت و به کشته شدن بیش از ۱۴۰۰ نفر از شهروندان منجر شد. بیشتر توجه ها به درستی به ناتوانی شدید حکومت محلی در مقابله با این فاجعه غیرطبیعی معطوف گردید. به نظر می رسد که این فاجعه غیره منتظره باشد، دانشمندان با اطلاع از اینکه جمع شدن آب های سیل پشت سدهای خاکی چقدر خطرناک است، ناتوانی شان از مواجهه با طوفانی این چنین با پیامدهای بسیار مشابهی را پیش بینی کردند که بر سر این شهر محصور آمد. علی رغم تقاضای حکومت محلی از کنگره، سدهای خاکی هنوز بازسازی نشده اند، زیرا دولت دست کم در سال های اخیر که درگیر جنگ عراق است، اولویت های بودجه ای دیگری دارد. به عبارت دیگر، میلیتاریسم در عین حال ناتوانی در کمک رسانی سریع را توضیح می دهد؛ و گارد محلی لوئیزیانا که برای رسیدگی به بحران فرستاده شده بود به دلیل اعزام به عراق کاری از پیش نبرد. مهم تر از همه اینکه، وزارت

موج سوم
بازاری شدن شرایط
را برای ناکارآمدی
اجتماعی دولت
به منظور واکنش به
این طوفان فراهم
کرد، اما بازاری شدن
نیز بیشتر نوعی
علت مستقیم
ویرانی است. رشد
سریع و بی قاعده
صنعت فراغت در
نئوآورلئان موجب
تغییر کاربری زمین
شد و در نتیجه
زمین های مرطوبی
که نقش مهمی
در جذب سیلاب
داشتند از بین
رفتند.

فصلنامه

نمایه
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

امنیت داخلی که به‌تازگی بعد از یازده سپتامبر تأسیس شده بود، اف ای ام ای (آژانس مدیریت اضطراری فدرال ملی)^۱ را از بین برد، زیرا امنیت نظامی بر امنیت اجتماعی و اقتصادی برتری یافت. بازاری شدن موج سوم با تضعیف دولت رفاه و نابرابری‌های عمیق همراه شد، به‌نحوی که فقرا و بخش زیادی از سیاه‌پوست‌های نئواورلئان که در مقابل سیل بی‌دفاع بودند، خانه‌ها و اموالشان را از دست دادند و اکنون در سراسر کشور در کامیون‌های خود پراکنده‌اند. هیچ‌گونه عذری برای ثروتمندترین کشور جهان پذیرفته نیست که بسیاری از شهروندانش را در یک رویداد قابل پیش‌بینی از دست بدهد، به‌ویژه هنگامی که در آن سوی خلیج، کشوری کوچک همانند کوبا جان باختن تنها یک نفر در اثر طوفان، حتی طوفانی به قدرتمندی کاترینا را نوعی تراژدی ملی می‌داند.

موج سوم بازاری شدن شرایط را برای ناکارآمدی اجتماعی دولت به‌منظور واکنش به این طوفان فراهم کرد، اما بازاری شدن نیز بیشتر نوعی علت مستقیم ویرانی است. رشد سریع و بی‌قاعده صنعت فراغت در نئواورلئان موجب تغییر کاربری زمین شد و در نتیجه زمین‌های مرطوبی که نقش مهمی در جذب سیلاب داشتند از بین رفتند. درعین حال سرمایه‌داری دقیقاً در کنار ساحل نئواورلئان دست به حفاری نفت زد و این عمل موجب نشست زمین شد و در نتیجه شهر را بیش‌ازپیش در برابر سیل بی‌دفاع کرد. درنهایت اینکه، دانشمندان نشان داده‌اند که گرمایش جهانی، یکی دیگر از محصولات موج سوم بازاری شدن، به‌واسطه گرم شدن دریاها قدرت تخریبی طوفان‌ها را افزایش می‌دهد. از این‌رو، در یک سرمایه‌داری بی‌پروا و نامحدود تنها باید انتظار داشت که آسیب‌های ناشی از فاجعه گسترش یابد. دولت ایالات متحده آمریکا درمورد همه هشدارهای دانشمندان که طوفان‌های شدیدتر، سستی سدهای خاکی یا تأثیرات اجتماعی نابرابر چنین فاجعه‌ای را پیش‌بینی کرده بودند، گوش شنوایی نداشت. شاید اقتصاددانان علاقه‌مند به گسترش بازار یا دانشمندان سیاسی بسیار علاقه‌مند به تضمین شرایط سیاسی گسترش بازار به سخنان سرمایه‌داران و دولت گوش بسپارند، اما جامعه‌شناسان متعهد به جامعه از چنین توهماتی به دورند. به عبارت دیگر، برای مثال دولت ایالات متحده آمریکا به‌جای اینکه جامعه را به‌منظور تثبیت اهدافش حفظ کند، علیه جامعه مدنی اعلان جنگ کرده و پی‌درپی به سنگرهای آن حمله می‌برد؛ بنابراین جامعه‌شناسان باید از دنیای سیاست‌گذاری دولت و اقتصاد فاصله بگیرند که تنها به خوبی می‌دانند که آنها چه چیزی نمی‌خواهند. جامعه‌شناسان باید به دنبال مخاطبان دیگر یعنی مردم باشند تا بتوانند قدرت جامعه را به‌منظور دفاع از خودش و همچون نیرویی برای مقابله علیه موج سوم بازاری شدن سازمان دهند.

جامعه‌شناسان باید
به دنبال مخاطبان
دیگر یعنی مردم باشند
تا بتوانند قدرت
جامعه را به‌منظور
دفاع از خودش و
همچون نیرویی برای
مقابله علیه موج
سوم بازاری شدن
سازمان دهند.

فصلنامه

نمایه پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

۲. سه موج کالایی سازی: نیروی کار، پول و زمین

سه مطالعه موردی من-آفریقای جنوبی، روسیه و آمریکا- نشان می دهد که چگونه موج سوم بازاری شدن از انحلال سرمایه داری سازمان یافته، سوسیالیسم دولتی و آخرین مقاومت ها در برابر استعمارزدایی تأثیر پذیرفته و درعین حال آنها را تشدید می کند. امروزه قواعد دولتی به جای ایجاد ممانعت بر سر راه کالایی شدن نیروی کار، پول و زمین یا آنچه پولانی کالاهای موهوم می نامد، آن را تشدید می کند. پولانی معتقد بود که کالایی سازی این هستارها، به عبارت دیگر وارد کردن آنها به مبادله بازاری نامحدود، ارزش مصرفی آنها را نابود ساخته و سودمندی شان در مقام عوامل تولید را تحلیل می برد. شیوه مبادله علیه شیوه تولید به پا می خیزد.

بخش عمده ای از کتاب دگرگونی بزرگ به کالایی سازی نیروی کار در انگلیس قرن نوزدهم اختصاص یافته است. با لغو قانون اسپینامند و ممنوعیت مدرسانی در هوای آزاد، نیروی کار به واسطه نوسانات شدید در نیروهای بازاری دچار آسیب گردید. سرمایه می تواند هر زمانی که بخواهد بدون نگرانی از بقای نیروی کار آن را استخدام و اخراج کند، به تخریب اجتماعی سنتی اقدام کند که نیروی کار در آن ریشه دارد، باوجود این در همان زمان از سر ناچاری جامعه ای جدید از دل جنبش های اجتماعی، مثل جنبش کارخانه که به دنبال کاهش طول روز کاری است و انجمن هایی مثل انجمن های دفن، اتحادیه های تجاری، تعاونی ها و آزمایش های آرمانی (مثل نیولانارک رابرت اوئن) شکل می گیرد. خلاصه اینکه، کالایی سازی نیروی کار به بازسازی دفاعی خودجوش جامعه منجر می شود.

پولانی تحلیل خود را به قرن بیستم تعمیم داده و توجه خود را از تمرکز بر نیروی کار، به تمرکز بر پول تغییر می دهد. وقتی که پول به سوژه مبادله بازاری نامحدود تبدیل می شود، همانند مورد روسیه بلافاصله بعد از فروپاشی کمونیسم، عدم قطعیت ارزش چنان زیاد می شود که امکان تجارت از بین می رود. قبلاً در قرن نوزدهم دولت ها بانک های ملی وابسته به خودشان را تأسیس کردند تا نرخ های مبادله و ارزها را تنظیم کنند، اما پذیرش استاندارد طلا به نوسانات تهدیدکننده تجاری در ارزش ارزها منجر شد. دولت ها با حمایتگرایی، یعنی مصون داشتن اقتصادهای ملی شان از بازارهای جهانی به شیوه های کم و بیش ظالمانه واکنش نشان دادند. فاشیسم، استالینیسم (جمع گرایی و برنامه ریزی)، سوسیال دموکراسی و نیو دیل شیوه های متفاوت مقابله با موج دوم بازاری شدن بودند، اما همه آنها حقوق مشخص نیروی کار را اعاده کرده و آن را به حقوق اجتماعی از جمله حداقل دستمزد، حقوق بازنشستگی، آموزش و رفاه گسترش دادند. مطمئناً این حقوق اجتماعی می تواند با حقوق سیاسی حداقلی و تنظیم جامعه همراه گردد. حتی استعمارگرایی را نیز می توان ذیل

پولانی فکر می کرد که بشریت هرگز دوباره مسیر بنیادگرایی بازار را در پیش نخواهد گرفت. در عوض، وی آینده بسیار خوش بینانه تری پیش بینی می کرد که در آن بازارها و دولت تابع هدایت و تنظیم جامعه خودسامان خواهند بود.

فصلنامه

نمایه پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

این واکنش حمایتی در برابر بازار به‌ویژه راهبردهای حاکمیتی غیرمستقیمی قرار داد که به‌منظور حفظ و نه تخریب اجتماعات سنتی هستند و بدین ترتیب استعمارگرایی باعث بازتولید پیوندهای طبقه کارگر کشورهای مستعمراتی با اقتصاد معیشتی شد. موج دوم بازاری شدن و ضدجنبش دولتی با قرن کوتاه هابزباوم هم‌زمان شد که با جنگ جهانی اول آغاز و با سقوط کمونیسم پایان می‌یابد.

پولانی هرگز موج سومی از بازاری شدن را پیش‌بینی نکرد. این مسئله شاید به این دلیل بود که وی در کتاب منحصربه‌فرد خود، دگرگونی بزرگ، تمایزی میان موج اول و دوم بازاری شدن قائل نشد. به‌احتمال بیشتر به این دلیل بود که واکنش‌های فاشیستی و استالینیستی به موج دوم از حیث توجه به آزادی بشری بسیار فاجعه‌آمیز بود و به جنگ جهانی دوم منجر شد. پولانی فکر می‌کرد که بشریت هرگز دوباره مسیر بنیادگرایی بازار را در پیش نخواهد گرفت. در عوض، وی آینده بسیار خوش‌بینانه‌تری پیش‌بینی می‌کرد که در آن بازارها و دولت تابع هدایت و تنظیم جامعه خودسامان خواهند بود. او در دو مورد اشتباه می‌کرد: نخست اینکه، موج سومی از بازاری شدن وجود دارد و ما اکنون در میانه آن به سر می‌بریم و دوم اینکه، هیچ نوع جامعه خودسامان به اندازه کافی مستحکمی ظهور نیافت تا به مانعی بر سر راه بازار و دولت تبدیل شود. چگونه می‌توان موج سوم بازاری‌شدنی را توصیف کرد که از اواسط دهه ۱۹۷۰ آغاز شده است و کدام واکنش‌های اجتماعی در برابر آن مشاهده می‌شود؟ من سه بعد را مطرح می‌کنم:

با پیروی از پولانی مشاهده کردیم که موج اول بازاری شدن نوعی ضدجنبش علیه کالایی‌شدن نیروی کار تولید کرد و درعین حال موج دوم بازاری شدن نیز قسمی ضدجنبش در برابر کالایی‌سازی پول به وجود آورد. ادعای من این است که موج سوم بازاری شدن نیز، ضدجنبشی علیه کالایی‌شدن زمین و محیط‌زیست یا به‌طور عام‌تر، علیه کالایی‌شدن طبیعت ترتیب خواهد داد. اگرچه زمین و محیط‌زیست در امواج اول و دوم بازاری شدن کالایی شدند، اما هیچ‌گاه به تخریب گسترده‌ای که اکنون سیاره زمین را تهدید می‌کند نینجامید. تأثیرات کالایی‌شدن طبیعت به ما رسیده و درعین حال انباشت شده است. از این‌رو، بسیاری از مبارزات روزانه پیرامون محافظت از دسترسی به زمین است که به اشکال مختلفی نظیر دفاع ساکنان مناطق حاشیه‌نشین و آلونک‌نشین از خودشان در برابر حکومت‌های محلی‌ای که تلاش دارند آنها را از مناظر شهری بیرون بیندازند، مخالفت ساکنان طبقه متوسط شهر با توسعه‌گران بلندپایه، امتناع مردمان بومی از فروش زمین‌هایشان، اعتراض کشاورزان علیه سدهایی که داروندارشان را نابود می‌کند، مبارزه برای هوای پاک، علیه تخلیه زباله‌های سمی و علیه خصوصی‌سازی آب و برق بروز می‌کند و می‌توان به این فهرست افزود. البته کالایی‌سازی نیروی کار و پول نیز، به عبارت دیگر هنوز به همان اندازه که در توضیحات

با پیروی از پولانی
مشاهده کردیم که
موج اول بازاری شدن
نوعی ضدجنبش
علیه کالایی‌شدن
نیروی کار تولید کرد
و درعین حال موج
دوم بازاری شدن نیز
قسمی ضدجنبش
در برابر کالایی‌سازی
پول به وجود آورد.
ادعای من این
است که موج سوم
بازاری شدن نیز،
ضدجنبشی علیه
کالایی‌شدن زمین
و محیط‌زیست یا
به‌طور عام‌تر، علیه
کالایی‌شدن طبیعت
ترتیب خواهد داد.

فصلنامه

نمایه
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

من دربارهٔ افریقای جنوبی، روسیه و ایالات متحدهٔ امریکا بیان شده، مهم است. شیوهٔ دوم نشان دادن موج سوم بازاری شدن به مقیاس آن برمی‌گردد. به عبارت دیگر علل و پیامدهای موج سوم بازاری شدن جهانی است. هنگامی که سنگرهای سوسیالیسم دولتی، استعمارگرایی و به میزان کمتری دموکراسی اجتماعی فرو ریخت، هیچ جایی برای پناه گرفتن در برابر طوفان بازاری شدن باقی نماند. با وجود این، پیشرفتی در دامنهٔ واکنش به وجود آمده است. اگر واکنش به کالایی سازی نیروی کار در موج اول بازاری شدن اغلب محلی بود اما به سطح ملی ارتقا یافت و اگر واکنش به کالایی سازی پول در موج دوم بازاری شدن در سطح ملی بود اما به سطح جهانی (صندوق بین‌المللی پول، بانک جهانی) گسترش یافت، پس واکنش به کالایی سازی طبیعت در موج سوم بازاری شدن ممکن است در سطح محلی آغاز گردد اما در آرزوی جهانی شدن است. به این دلیل که تأثیرات گرمایش جهانی، حوادث هسته‌ای و بیماری‌های واگیردار جهانی است، بنابراین واکنش نیز، در تحلیل نهایی، بایستی جهانی باشد، حتی اگر این واکنش جهانی نیازمند متحد ساختن جنبش‌های محلی باشد.

سومین راه برای توصیف امواج پی‌درپی بازاری شدن پیش‌روی از یک کالای موهوم به دیگری نیست، بلکه براساس پس راندن پیایی مقاومت‌هایی است که علیه بازاری شدن بر پا شده است. اگر موج دوم بازاری شدن، نخست استحکامات سازمان نیروی کار را، قبل از اینکه استحکامات جدید حمایت اجتماعی دولتی را بسازد نابود ساخت، بنابراین موج سوم بازاری شدن توأماً حقوق اجتماعی و نیروی کار را به عقب می‌راند. ما این امر را همه جا مشاهده می‌کنیم زیرا اتحادیه‌های تجاری از بین رفته‌اند، دستمزدهای واقعی طبقات کارگر پایین آمده است، امنیت اجتماعی، حقوق بازنشستگی و رفاه نه تنها در یک کشور بلکه در همهٔ دنیا-اگرچه مطمئناً به شیوه‌ای کاملاً ناهموار- کاهش یافته است. دور بعدی مقاومت ممکن است بر چه بنیادی استوار شود؟ - مقاومت‌هایی که نه تنها از تخریب محیط زیست جلوگیری کند، بلکه حقوق اجتماعی و نیروی کار را نیز باید دوباره بازگرداند. هر اندازه که چالش به وجود آمده برای بشریت و اجتماع عمیق تر باشد، به همان اندازه واکنش باید ریشه‌ای تر باشد. در واکنش به موج سوم بازاری شدن ما باید دفاع از حقوق بشر-دفاع از نوعی اجتماع مبتنی بر به رسمیت شناسی متقابل به عنوان انسان- را تقویت کنیم که مطمئناً دفاع از حقوق اجتماعی و نیروی کار را نیز در بر خواهد گرفت.

حقوق بشر، همانند همهٔ گفتمان‌های حقوقی، به راحتی قابلیت تخصیص و محدود شدن به منافع خاصی را دارد. ایالات متحدهٔ امریکا از ماجراجویی‌های امپریالیستی و تصرفات شبه استعماری خود تحت عنوان پیشبرد حقوق بشر دفاع

حقوق بشر، همانند همهٔ گفتمان‌های حقوقی، به راحتی قابلیت تخصیص و محدود شدن به منافع خاصی را دارد.

فصلنامه

نمایه پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

می‌کند، درحالی‌که بنیادی‌ترین حقوق انسانی را از شهروندان خود دریغ می‌کند. دموکراسی الکترال به‌نوعی حق انسانی تبدیل شده است که تهاجم، کشتن و انقیاد را در سراسر جهان توجیه می‌کند اما آن را در خانه پنهان می‌سازد. بازارها خود را به نام حق انسان در آزادی انتخاب و حمایت از مالکیت خصوصی گسترش می‌دهند. براین اساس، حقوق بشری عمومی و نه خصوصی که حقوق نیروی کار و حقوق اجتماعی را در برگیرد، بایستی با دفاع از اجتماع انسانی آغاز گردد و در وهله اول به معنای به رسمیت شناسی و مراوده با یکدیگر به‌عنوان اهداف است و نه ابزار. پس حقوق بشر قلمرو پیچیده مبارزه‌ای است که در آن گروه‌ها ادعاهایشان بر مبنای علائق خاص خودشان را مطرح می‌سازند، اما در نهایت حقوق بشر به معنای حمایت از بشر و به راه انداختن مبارزات رادیکال در ابعاد جهانی علیه موج سوم بازاری شدن است.

۳. سه موج جامعه‌شناسی: اتوپایی، سیاست‌گذار و مردم‌مدار

تزاین مقاله این است که هرکدام از امواج بازاری شدن با نوعی جامعه‌شناسی مشخص تناظر دارد. جامعه‌شناسی که در قرن نوزدهم هم‌زمان با جامعه مدنی توسعه پیدا کرد، فی‌نفسه نوعی واکنش به موج اول بازاری شدن بود. جامعه‌شناسی به‌منزله نوعی کسب‌وکار اخلاقی کار خود را با دفاع از جامعه در برابر بازار و به‌ویژه تخریب اجتماع آغاز کرد زیرا به‌تازگی جمعیت‌های پرولتر، فقیر و تضعیف‌شده شهر را به خانه خود تبدیل کرده بودند. جامعه‌شناسی به‌طور افراطی از همه انواع طرح‌هایی که به‌منظور نقض یا فراسوی بازار عمل می‌کرد، مثل پروژه رابرت اوئن در انگلیس، ناردونیک در روسیه، جنبش تعاونی و کمونی در ایالات متحده آمریکا حمایت می‌کرد. این عصر جامعه‌شناسی اتوپایی بود. می‌توان گفت که مارکس و انگلس، بر مبنای این ادعای خود که کمونیسم به‌ناچار از خاکسترهای سرمایه‌داری خودتخریب‌گر سر بر خواهد آورد، اولین آرمان‌گرایان بودند. آگوست کنت به خیال‌پردازی درباره نوعی نظم خانوادگی پرداخت که جامعه‌شناسان رهبری آن را بر عهده داشتند، درحالی‌که دورکیم مدعی نوعی همبستگی شد که بر مبنای نوعی سازمان تعاونی تقسیم کار، یعنی شکلی از سوسیالیسم صنفی استوار گشته است. البته مارکس و انگلس، مخالف این امر بودند که اتوپایی قلمداد شوند. روی هم رفته، آنها خودشان را دانشمندانی به حساب می‌آوردند که به آنچه وجود دارد و آنچه باید الزاماً به‌موجب قوانین جامعه وجود داشته باشد، متعهد هستند. باوجود این، از منظری امروزی علم آنها باوجود همه پیشرفت‌های انقلابی‌ای که در مطالعه جامعه به وجود آوردند، همچنان در حد نظریه باقی ماند، به‌ویژه اگر رابطه آن را با آینده در نظر بگیریم، به‌شدت پر از نگرانی‌های اخلاقی درمورد بازگشت تخریبی است که سرمایه‌داری قرن نوزدهم به بار آورد. هر دوی آنها تقسیم کار را مبنای علمشان قرار می‌دادند و بر نقش

حقوق بشر قلمرو پیچیده مبارزه‌ای است که در آن گروه‌ها ادعاهایشان بر مبنای علائق خاص خودشان را مطرح می‌سازند، اما در نهایت حقوق بشر به معنای حمایت از بشر و به راه انداختن مبارزات رادیکال در ابعاد جهانی علیه موج سوم بازاری شدن است.

فصلنامه

نمایه پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

محوری نیروی کار در پروژه‌های اتوپایی شان تأکید می‌ورزیدند. موج دوم بازاری شدن که بعد از جنگ جهانی اول اوج گرفت، حقوقی را که نیروی کار از طریق اتحادیه‌های تجاری و احزاب سیاسی به دست آورده بود، به چالش کشید. با این حال به دلیل نابودی مبادله و تجارت بین‌المللی بود که شرایط انباشت سرمایه تهدید شد و واکنش‌های محافظه‌کارانه از سوی دولت را موجب شد. این واکنش‌ها دامنه‌ای از فاشیسم تا نیو دیل و از استالینسم تا دموکراسی اجتماعی را در بر گرفت، اما همه آنها تدبیری برای حقوق اجتماعی (و نه سیاسی)، شامل اطمینان خاطر در زمینه بیکاری، حقوق بازنشستگی، رفاه و آموزش ارائه کردند. جامعه‌شناسی نیز به تناسب توسعه یافت. جامعه‌شناسی در آن کشورهایی که با ابزارهای اقتدارطلبانه به موج دوم بازاری شدن واکنش نشان دادند، مثلاً آلمان فاشیست یا اتحاد جماهیر شوروی، روبه زوال رفت، اما در جاهایی که واکنش به شکل دموکراسی اجتماعی بود، یعنی در ایالات متحده آمریکا یا سوئد، نوع جدیدی از جامعه‌شناسی تکوین یافت که با دولت به منظور دفاع از جامعه در برابر بازار همکاری کرد. این دوره عصر پژوهش‌های جامعه‌شناسی سیاست‌گذار بر اساس بودجه دولتی درباره مسائل اجتماعی بود. به عبارت دیگر، در انگلیس تقریباً نوعی جامعه‌شناسی مستقل وجود داشت - اما در عوض حوزه مدیریت اجتماعی رشد و توسعه پیدا کرد و در دولت رفاه ادغام گردید.

جدول ۱. امواج بازاری شدن و جامعه‌شناسی

موج سوم بازاری شدن	موج دوم بازاری شدن	موج اول بازاری شدن	
طبیعت	پول	نیروی کار	کالاهای موهومی
جامعه مدنی جهانی	دولت-ملت	اجتماع محلی	مکان واکنش
انسانی	اجتماعی	کار	حقوق
مردم‌مدار	سیاست‌گذار	اتوپایی	جهت‌گیری جامعه‌شناسی
بازاندیشانه	پوزیتیویستی	تأمل نظری	علم
جوامع نیمه پیرامونی	امریکا	اروپای غربی	خاستگاه/مکان جغرافیایی

در آمریکا ما شاهد توسعه نوعی جامعه‌شناسی حرفه‌ای هستیم که استقلال بیشتری از دولت دارد. با این حال، این جامعه‌شناسی دل‌نگران ثبات جامعه بود - نظریه قشربندی مبتنی بر نوعی منزلت عینی سلسله‌مراتب مشاغل، نظریه‌های کارکردگرایانه خانواده، قاعده‌مندسازی انحراف، جامعه‌شناسی صنعتی دل‌مشغول به فرونشاندن و به کارگیری نیروی کار، جامعه‌شناسی سیاسی متمرکز بر بنیان‌های اجتماعی دموکراسی الکترال و مهار افراط‌گرایی. در جامعه‌شناسی آمریکا چارچوب

فصلنامه

نمایه
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

غالب نظری، یعنی کارکردگرایی ساختاری، به تعریف پیش‌نیازهای کارکردی در حفظ تعادل هرگونه سیستم اجتماعی و اینکه چگونه این پیش‌نیازها را نهادهای جامعه برآورده می‌کنند پرداخت. در طول این دوره جامعه‌شناسی علم اثباتی خاص خود به عبارت دیگر توجه دقیق به پژوهش تجربی، روش‌های جدید جمع‌آوری و تحلیل داده‌ها و توسعه نظریه‌های به اصطلاح برد متوسط را توسعه داد که در چارچوب کارکردگرایی ساختاری جا خوش کرده بود. علم اثباتی نوعی واکنش در برابر یک علم قبلی مبتنی بر تأملات نظری حاصل اصلاحات اخلاقی بود. علم اثباتی قصد داشت که مسائل اخلاقی را به رشته‌ای کاملاً متفاوت و مغایر با علم واگذار کند. اگر موج نخست جامعه‌شناسی اتوپيایی بود، موج دوم سیاست‌گذار معتقد بود که عصر جامعه‌شناسی اتوپيایی و کج‌فهمی آن درباره واقعیت به سر آمده است. جامعه‌شناسی اتوپيایی باید توجه خود را بر این زمان متمرکز کند و تنها نگران رفع و رجوع ناعقلانیت‌های خُردش باشد.

بر این اساس چه نوعی از جامعه‌شناسی واکنش به موج سوم بازاری شدن را نشان می‌دهد؟ همان‌طور که مشاهده کردیم، این آخرین دور بازاری شدن دفاع دولت از جامعه را پایان داده و تهاجمی علیه حقوق کار و اجتماعی برپا می‌کند. برخلاف موج دوم بازاری شدن که نوعی واکنش ضدبازار از سوی دولت-حمایت دولتی، برنامه‌ریزی، تضمین دستمزد، رفاه و مالکیت عمومی ابزارهای تولید- را به همراه داشت موج سوم بازاری شدن ائتلاف دولتی را موجب می‌شود. باوجود این دولت نظارتی، نظارت نه علیه بازار، بلکه به نفع بازار است. این دولت همه آنچه را در موج دوم بازاری شدن به دست آمد بود اعاده می‌کند؛ بنابراین، جامعه تحت تهاجمی دوسویه از جانب دولت و بازار قرار می‌گیرد. سرنوشت جامعه‌شناسی که نمی‌تواند بر دولت یا بازار فشار بیاورد، به بقای جامعه گره خورده است. نفع شخصی جامعه‌شناسی، در جایی که جامعه مدنی به سختی امکان تداوم دارد در تداوم آن و در جایی که در حال پس‌روی است در حمایت از آن قرار دارد. از این‌رو می‌توان ادعا کرد که ما در عصر جامعه‌شناسی مردم‌مدار به سر می‌بریم.

ما به تعبیری، به موج اول بازاری شدن در قرن نوزدهم، البته باوجود تفاوت‌هایی که در ادامه خواهد آمد، بازگشت کرده‌ایم. نخست اینکه جامعه‌شناسی نمی‌تواند مشارکتش را به مردمان محلی محدود کند، بلکه همان‌طور که استدلال کردم، باید علاقه خود را به جامعه مدنی جهانی پیوند دهد. دوم اینکه، جامعه‌شناسی مردم‌مدار سوییای اتوپيایی دارد، البته نه از نوع اتوپيای تخیلی بلکه درمورد اتوپيای واقعی موجود و وظیفه ما کشف شرایط وجودی و بازتولید گسترش آنها با استفاده از تمام ابزارهای فنی است که در اختیار داریم. سوم، این امر نوعی علم بسیار متفاوت با علم

نفع شخصی

جامعه‌شناسی، در جایی که جامعه مدنی به سختی امکان تداوم دارد در تداوم آن و در جایی که در حال پس‌روی است در حمایت از آن قرار دارد. از این‌رو می‌توان ادعا کرد که ما در عصر جامعه‌شناسی مردم‌مدار به سر می‌بریم.

فصلنامه

نمایه پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

نظری قرن نوزدهم را می‌طلبید. علمی که دیگر ریشه در ثبات و توافق ارزشی ندارد، بلکه علمی است که به دنبال توسعه ارزش‌های بدیل و همتا و در نتیجه اهمیت بحث بر سر ارزش‌هاست، چیزی که من جامعه‌شناسی انتقادی نامیده‌ام. ما دیگر دنبال نوعی علم تک‌پارادایمی نیستیم بلکه خواهان رشته‌ای هستیم که متشکل از برنامه‌های پژوهشی جذاب متعددی است، برنامه‌هایی که بر مبنای ارزش‌های عمومی متفاوتی بنیان نهاده شده‌اند اما در عین حال چارچوب‌های نظری را از طریق درگیر ساختن ناهنجاری‌های خارجی و تناقضات درونی‌شان می‌آزمایند. من این علم را نوعی علم تأملی می‌نامم، علمی که ترسی از بابت تأمل درباره ارزش‌های بنیانی خود یا مفصل‌بندی آنها به‌گونه‌ای عمومی ندارد و با وجود این هنوز علم است.

اگر موج اول جامعه‌شناسی کار خود را از اروپا آغاز کرد و موج دوم در آمریکا به اوج خود رسید، موج سوم کجا توان خود را به دست می‌آورد؟ من هنگامی که به جامعه‌شناسی‌های مردم‌مدار سرزنده فکر می‌کنم، به نظرم کشورهایی مثل افریقای جنوبی، به‌ویژه در اوج مبارزات ضدآپارتایدی خود، برزیل تحت سلطه رژیم‌های پسااقتدارگرا، یا فرانسه و حوزه عمومی روشنفکرانه‌ای که دارد، به روی رویکردهای جامعه‌شناختی گشوده هستند. می‌توانیم بگوییم که نیرو محرکه جامعه‌شناسی مردم‌مدار از سویی نیاز به بر ساخت یا دفاع از نوعی جامعه مدنی خودآیین، جایی است که وجود ندارد یا ضعیف است و از سوی دیگر نوعی جامعه مدنی سرزنده است که نیاز به نوعی جامعه‌شناسی متعهد را می‌طلبید. با وجود این، شروط دیگری برای نوعی جامعه‌شناسی مردم‌مدار وجود دارد. از زمانی که جامعه‌شناسی حرفه‌ای نوعی بنیان علمی کاملاً توسعه یافته به دست آورده است مدت زیادی گذشته است، اما جامعه‌شناسی مردم‌مدار در عین حال به نوعی ارزش‌های خاص خود نیاز دارد که از جامعه‌شناسی انتقادی گرفته شود. به موازات اینکه جامعه‌شناسی جهانی‌تر می‌شود، وام‌گیری از خطوط بیناملی مهم‌تر و امکان‌پذیرتر می‌گردد. برای مثال، پرتغال پس از انقلاب ۱۹۷۴ که یک دیکتاتوری تقریباً پنجاه ساله را سرنگون ساخت، از سنت‌های حرفه‌ای و انتقادی درون جامعه‌شناسی آمریکا و فرانسه بهره گرفت و آنها را به نوعی جامعه مدنی سرزنده متصل ساخت.

وام‌گیری‌های جهانی تهدیدها و فرصت‌های خاص خود را دارند- هژمونی جامعه‌شناسی حرفه‌ای آمریکا می‌تواند مسئولیت‌پذیری جامعه‌شناسی‌های ملی در قبال علائق محلی را محدود سازد. نوشتن به زبان انگلیسی برای مخاطبان حرفه‌ای خارجی بدون شک حیات جامعه‌شناسی مردم‌مدار محلی را با تهدید مواجه می‌کند. درحالی‌که جامعه‌شناسی‌های مردم‌مدار الهام‌بخش ممکن است در وهله اول در کشورهای نیمه‌پیرامونی ظهور کنند، اما تأثیرهای آنها، ممکن است در سراسر جهان

فصلنامه

نمایه
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

۱۰۴

پراکنده گردد و حتی ممکن است چنین جریان ضد هژمونیک دروندادهای خود را از سایر کشورها دریافت دارد. درحالی‌که جهانی‌شدن هژمونیک جامعه‌شناسی ممکن است جامعه‌شناسی مردم‌مدار را به‌نوعی جامعه‌شناسی سیاست‌گذار تحت سلطه جامعه‌شناسی حرفه‌ای تبدیل کند؛ اما جهانی‌شدن ضد هژمونیک جامعه‌شناسی سیاست‌گذار و حرفه‌ای را تحت انقیاد شرایط گسترش جامعه‌شناسی مردم‌مدار، به‌ویژه نوعی جامعه‌شناسی مردم‌مدار ارگانیک قرار می‌دهد.

نتیجه‌گیری

در این مقاله کوتاه سعی داشته‌ام نشان دهم که چرا جامعه‌شناسی باید به‌سوی مردم بازگردد. حیات و مرگ جامعه‌شناسی به جامعه پیوند خورده است. هنگامی‌که جامعه تهدید شود، جامعه‌شناسی تهدید می‌شود. ما دیگر نمی‌توانیم به دولت متکی باشیم تا جلو بازار را بگیرد و بنابراین جامعه‌شناسان باید پیوندهای خودشان را با جامعه، به‌منظور تکوین جامعه‌شناسی مردم‌مدار، ایجاد کنند. ما نباید بیش از این منفعلانه در خدمت جامعه باشیم، بلکه باید جامعه را حفظ کرده و شکل دهیم. این نوع از جامعه‌شناسی شرکا و متحدان بالقوه بسیاری درون جامعه دارد که آنها نیز تحت تأثیر هجوم فزاینده دولت و بازار قرار گرفته‌اند. این خلاصه‌ای از این وضعیتی است که جامعه‌شناسی درون آن عمل می‌کند.

ما نمی‌توانیم درمورد شرایط امروزی فکر کنیم بدون اینکه گذشته را در نظر آوریم. سه موج بازاری شدن و پیکربندی‌های جامعه‌شناسی متناظر با آنها را نمی‌توان همچون سه دوره متوالی و درعین‌حال مجزا بخش‌بندی کرد. هر موجی میراث خود را در نوعی تصاعد یا رگرسیون دیالکتیکی به موج دیگر می‌سپارد؛ بنابراین امواج کالایی‌شدن هنگامی‌که به‌تدریج از نیروی کار به پول و به طبیعت منتقل می‌شود عمیق‌تر می‌گردد، هر موج کالایی‌سازی دوره قبلی را در خود دارد، دقیقاً همان‌طور که جنبش مبارزه به‌تدریج از حقوق نیروی کار به حقوق اجتماعی (که حقوق نیروی کار را نیز در بر دارد) و به حقوق انسانی که هر سه را در بر می‌گیرد، حرکت می‌کند؛ اما توسعه دیالکتیکی جامعه‌شناسی تا اندازه‌ای متفاوت است. جامعه‌شناسی سیاست‌گذار، به همراه علم اثباتی‌عاری از ارزش خود نوعی واکنش علیه جامعه‌شناسی اتوپیا، القائات اخلاقی و علم نظری‌اش است، درحالی‌که جامعه‌شناسی مردم‌مدار تلاش دارد تعهد ارزشی دوره اول را به پیشرفت‌های علمی دوره دوم پیوند بزند. کالایی‌سازی و ضد جنبش کالایی‌سازی‌زدایی در هر موج عمیق‌تر می‌شود، درحالی‌که جامعه‌شناسی از طریق تز، آنتی‌تز و سنتز پیشرفت می‌کند. باوجود این، حتی در اینجا هم ما باید مواظب باشیم براساس جامعه‌شناسی‌های مجزا از هم تفکر نورزیم،

حیات و مرگ

جامعه‌شناسی به
جامعه پیوند خورده
است. هنگامی‌که
جامعه تهدید شود،
جامعه‌شناسی
تهدید می‌شود.
ما دیگر نمی‌توانیم
به دولت متکی
باشیم تا جلو بازار
را بگیرد و بنابراین
جامعه‌شناسان
باید پیوندهای
خودشان را
با جامعه،
به‌منظور تکوین
جامعه‌شناسی
مردم‌مدار، ایجاد
کنند.

فصلنامه

نمایه
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

بلکه به بیان دقیق تر عناصر چهارگانه جامعه‌شناسی را بازسازی کنیم که در آن وزن جامعه‌شناسی‌های حرفه‌ای، سیاست‌گذار، انتقادی و مردم‌مدار در طول زمان تغییر می‌کند. به عبارت دیگر، جامعه‌شناسی مردم‌مدار نمی‌تواند به شیوه مستمری رشد بکند مگر اینکه جامعه‌شناسی انتقادی آن را هدایت کند و ریشه در جامعه‌شناسی حرفه‌ای داشته باشد. درعین حال روند و فاصله این امواج نیز از کشوری به کشور دیگر فرق دارد. در جهان پیشرفته سرمایه‌داری امروزی، این امواج به لحاظ زمانی به وضوح مجزا شده‌اند، درحالی‌که می‌توان گفت در کشورهایی مثل روسیه، هند یا چین شاهد نوعی درهم‌فشرده‌گی امواج هستیم. مطمئناً در روسیه کالایی‌سازی نیروی کار، پول و طبیعت هم‌زمان و به شدت متأثر از فروپاشی شوروی بود، بنابراین واکنش ضد آن قبل از اینکه شروع شود، فروکش کرد. جامعه‌شناسی نیز از این وضعیت متأثر گردید. از سوی دیگر، در چین نیز تشدید کالایی‌سازی نیروی کار، پول و طبیعت با دوران بعد از مائو هم‌زمان گردید، با این حال این موارد را هنوز دولت حزبی تنظیم می‌کرد، دولتی که به جای توسعه اقتصادی مہیای مشارکت اقتصادی بود و مهر خود را بر سنت‌های مختلف جامعه‌شناسی حک کرده بود. با وجود تفاوت‌های ملی، ما هنوز می‌توانیم این عصر را عصری بدانیم که در آن کالایی‌سازی طبیعت به طور کلی درون خود تأثیر انباشتی کالایی‌سازی متمرکز است. این مسئله مهم‌ترین مسئله پیش روی سیاره زمین و همچنین مولد جنبش‌های اجتماعی است، جنبش‌هایی که زبان حقوق انسانی آنها را به هم پیوند داده است.

آیا جامعه‌شناسی می‌تواند با چالش‌های موج سوم بازاری شدن رویارو شود و در اتحاد با سازمان‌ها، جنبش‌ها و مردمان سراسر جهان همکاری کند؟ یا اینکه بازار آن را نیز کالایی‌سازی - کالایی‌سازی تولید دانش در دانشگاه و هر جای دیگری، براساس معیار سودآوری، البته کالایی‌سازی اشاعه دانش از طریق رسانه‌های گروهی - خواهد کرد؟ در هر دو روایت حائز اهمیت است که جامعه‌شناسی مستقیماً با سازمان‌ها، جنبش‌ها و مردم همکاری کند تا تولیدات و توزیعاتش نوعی فرایند منحصر به فرد را در بیرون از کنترل بازار و دولت شکل دهند.

نگاهی به مدل اطلاع‌یابی ساولینن (الیس) در بافت محیط: بررسی مفاهیم

• احمد شعبانی^۱

• حسین ادبی فیروزجاه^۲

چکیده

رفتار اطلاع‌یابی بعد از درک یا احساس نیاز و به هر فعالیت انجام‌شده توسط فرد به‌منظور یافتن اطلاعات برای رفع نیاز اطلاعاتی اطلاق می‌شود. ساولینن مدل جست‌وجوی اطلاعات یا اطلاع‌یابی در زندگی روزمره (الیس) را که اطلاع‌یابی شهروندی نیز خوانده می‌شود برای بررسی اطلاع‌یابی در دو بافت مربوط به کار و غیرکار ارائه کرد. ما در این مطالعه با استفاده از مرور و توصیف منابع و پیشینه‌های موجود به بررسی مفاهیم اساسی مربوط به این مدل پرداختیم. این مطالعه نشان داد که ساولینن در محیط کاری به رفتار اطلاع‌یابی در زندگی روزمره با بررسی نیازها، جست‌وجو و استفاده از اطلاعات توجه کرد و این به‌منظور فعالیت‌های مهم با کارها همراه بود که افراد برای رفع نیازهای اطلاعاتی به منابع غیررسمی روی می‌آورند یا به‌ندرت برای حل مشکل مربوط به فعالیت‌های روزمره از کانال‌هایی استفاده می‌کنند که زیاد به‌صورت رسمی مورد نظر نباشد.

واژه‌های کلیدی: رفتار اطلاع‌یابی، مدل ساولینن، اطلاع‌یابی در زندگی روزمره (الیس)، مفاهیم

۱. استاد گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی دانشگاه اصفهان (Shabania@edu.ui.ac.ir)

۲. دانشجوی دکتری علم اطلاعات و دانش‌شناسی دانشگاه اصفهان، کتابدار کتابخانه مرکزی پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی (hafirozjah@gmail.com)

مقدمه

رفتارهای آدمی از انگیزه‌ها و نیازهای خاص و درعین حال همگانی سرچشمه می‌گیرد. نیازهای اطلاعاتی ممکن است زادهٔ سلیقه‌های انسانی، رشد جسمی و ذهنی، شرایط محیطی و تحصیلی باشد. نیاز اطلاعاتی مفهومی ذهنی و نسبی است که فقط درون ذهن فرد تجربه شده و به عبارت دیگر شناخت اطمینان نداشتن موجود است. چنانچه از نظر شخص نیاز فراینده‌ای به رفع اطمینان نداشتن و دستیابی به مقصود وجود داشته باشد مسئله در ذهن آگاه فرد بیشتر آشکار شده و به نیاز اطلاعاتی تبدیل می‌شود. این انگیزه خاص نیازی را آفریده که سرانجام به طرح یک پرسش یا مجموعه‌ای از پرسش‌ها از نظام اطلاع‌رسانی ختم می‌شود (داورپناه، ۱۳۸۱). رفتار اطلاع‌یابی بعد از درک وجود نیاز بروز یافته و به هر فعالیت انجام شده توسط فرد به منظور یافتن اطلاعات برای رفع نیاز اطلاعاتی می‌شود. رفتار اطلاعاتی عبارت است از کل رفتار انسان دربارهٔ منابع و مجراهای اطلاعاتی شامل اطلاع‌یابی فعال و غیرفعال و کاربرد اطلاعات. از این رو رفتار اطلاعاتی شامل ارتباط رودرو با دیگران و نیز دریافت منفعلانهٔ اطلاعات مثل تماشای آگهی‌های تلویزیونی بدون قصد انجام کاری با اطلاعات خاص است (ویلسون، ۲۰۰۱؛ به نقل از احمدی و یاری، ۱۳۹۳). اطلاع‌یابی را می‌توان در دو بافت اصلی تحلیل کرد: «مربوط به کار و غیرکار»^۱. ساولینن^۲ مطالعات مربوط به جست‌وجوی اطلاعاتی یا اطلاع‌یابی غیرکاری را، که اطلاع‌یابی (جست‌وجوی اطلاعات) در زندگی روزمره (الیس)^۴ و گاهی اطلاع‌یابی شهروندی^۵ نیز خوانده می‌شود، در سال ۱۹۹۵ ارائه کرد. مدل الیس با مطالعهٔ بررسی نیازها، جست‌وجو و استفاده از اطلاعات مربوط به کار سروکار دارد. با این حال سؤالات مربوط به اطلاع‌یابی غیرکاری هم یک‌سان با آن شایستهٔ توجه است. به‌طور کلی شیوه‌های اطلاع‌یابی غیرکاری ممکن است با انبوهی از فعالیت‌های مهم مرتبط با کارهای حرفه‌ای برای مثال مراقبت‌های بهداشتی و سرگرمی‌ها همراه است. مطالعات مربوط به اطلاع‌یابی غیرکاری، که در ایالات متحده انجام شده، دست‌کم به دههٔ ۱۹۷۰ برمی‌گردد. نظرسنجی‌های گسترده‌ای برای بررسی نیازها و اطلاع‌یابی شهروندان انجام پذیرفته است. از اواخر دههٔ ۱۹۷۰ نظرسنجی‌های گسترده به ندرت انجام می‌شد. یافته‌های آنها شبیه نظرسنجی‌های قبلی بود که متداول‌ترین نیازها، منابع و کانال‌های اطلاعاتی که بیشتر استفاده می‌شدند (دروین و همکاران، ۱۹۷۶)^۶. برای مثال این بررسی‌ها نشان داد که مردم تمایل دارند منابع غیررسمی را ترجیح داده و به ندرت برای حل مشکل‌های روزمره خود از کتابخانه‌های عمومی کمک می‌گیرند. با این حال برخی از نظرسنجی‌ها به‌ویژه بررسی دروین

رفتار اطلاع‌یابی بعد از درک وجود نیاز بروز یافته و به هر فعالیت انجام شده توسط فرد به منظور یافتن اطلاعات برای رفع نیاز اطلاعاتی می‌شود. رفتار اطلاعاتی عبارت است از کل رفتار انسان دربارهٔ منابع و مجراهای اطلاعاتی شامل اطلاع‌یابی فعال و غیرفعال و کاربرد اطلاعات.

1. Wilson
2. Job-Related and Nonwork
3. Savolainen
4. Everyday Life Information Seeking (ELIS)
5. Citizen Information Seeking
6. Dervin et al

فصلنامه

نمایه
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

۱۰۸

و همکاران (۱۹۷۶) شامل تعدادی ایده جدید برای نزدیک کردن به روش‌های اطلاع‌یابی از دیدگاه یک فرد در بافت زندگی روزمره است. به این دلیل که روش‌های تحقیق کیفی در دهه ۱۹۸۰ محبوبیت بیشتری پیدا کرد ایده‌های اطلاع‌یابی به عنوان بخشی از تمرین زندگی روزمره توجه جدیدی را به خود جلب کردند. با این حال در مقایسه با جریان نظرسنجی‌های متمرکز بر اطلاع‌یابی مربوط به کار چندان توجه جدی‌ای به مطالعات مربوط به اطلاع‌یابی غیرکاری نشده است. با توجه به این نیاز است به مدل اطلاع‌یابی زندگی روزمره (الیس) در بافت محیط نگاهی شود و به درک بهتر رفتار اطلاع‌یابی افراد در زندگی روزمره نیز کمک کند و توجه دیگران و به خصوص پژوهشگران و متخصصین را به سمت بررسی رفتار اطلاع‌یابی در زندگی روزمره جلب کند. از این رو این مطالعه به منظور بررسی مدل اطلاع‌یابی زندگی روزمره (الیس) ساولینن به مرور مبانی نظری و رویکردهای مربوط به الیس می‌پردازد.

مفاهیم مدل الیس

انگیزه اولیه ساولینن (۱۹۹۵) از ارائه الگوی اطلاع‌یابی در زندگی روزمره بیان نقش عوامل اجتماعی و فرهنگی بر نحوه ترجیح و استفاده از منابع اطلاعاتی بود. وی مدل خود را در مطالعه‌ای تجربی در فنلاند ارائه کرد. مطالعه یادشده عمدتاً بر دو گروه طبقه متوسط و کارگری انجام شد. ساولینن با الهام از ایده بوردیو^۱ تحت عنوان «نظریه ساخت»^۲ به تبیین نقش عوامل اجتماعی و شیوه زندگی در انتخاب و استفاده از منابع اطلاعاتی پرداخت. به عبارت دیگر ساخت یک نظام اجتماعی و فرهنگی است که افراد آن را درونی کرده‌اند. بوردیو (۱۹۸۴) بر این باور بود که ساخت از نظر اجتماعی و فرهنگی نوعی نظام فکری، ادراکی، ارزیابی و درونی‌شده فردی است. ساخت یک نظام باثبات از موقعیت‌هاست که افراد توسط آنها تجربیات خود را جمع نموده و اهمیت گزینه‌های متفاوت را ارزیابی می‌کنند. به عبارت دیگر افراد از بین گزینه‌های مختلف موجود دست به ارزیابی و انتخاب می‌زنند. ساولینن (۱۹۹۵) برای ارائه مدل خود دو مفهوم «شیوه زندگی»^۳ و «مهارت زندگی»^۴ را به کار برد. وی شیوه زندگی را «ترتیب امور»^۵ و مهارت زندگی را «مرتبه نگه داشتن امور»^۶ دانست. منظور از امور فعالیت‌های مختلفی است که در زندگی روزانه رخ می‌دهد. این امور نه تنها فعالیت‌های شغلی بلکه رخدادها و فعالیت‌هایی را که هیچ ارتباطی با شغل و تحصیل افراد ندارند نیز در برمی‌گیرد. ترتیب نیز به معنای اولویت دادن به برخی از فعالیت‌هاست (زارع، ۱۳۹۱؛ نقل از بیگدلی، خادمی و شکاری، ۱۳۹۳).

انگیزه اولیه ساولینن (۱۹۹۵) از ارائه الگوی اطلاع‌یابی در زندگی روزمره بیان نقش عوامل اجتماعی و فرهنگی بر نحوه ترجیح و استفاده از منابع اطلاعاتی بود.

1. Bourdieu
2. Habitus Theory
3. Way of Life
4. Mastery of Life
5. Order of Things
6. Keeping Things in Order

در سال‌های اولیه از تحقیقات الیس، مفاهیمی همچون اطلاع‌یابی غیرکاری یا نیاز اطلاعاتی و اطلاع‌یابی شهروندی برای نشان دادن اطلاع‌یابی خارج از وظایف کاری استفاده شده است. مفاهیم مزبور آشکار بوده اما به نسبت محدودیت نیز دارند چراکه این مفهوم نیاز اطلاعاتی و اطلاع‌یابی شهروندی در وجه نخستین به حقوق و تعهدات افراد به نهادهای اجتماعی مانند رأی دادن یا شرکت در فعالیت‌های اجتماعی اشاره دارد. به طور کلی مفهوم اطلاع‌یابی غیرکاری به دلیل طبیعت و معانی ضمنی مشکل‌ساز است. اطلاع‌یابی غیرکاری به نحو ضمنی معناداری مفهومی محدودی دارد زیرا به گستره‌ای اشاره دارد که به کار روزانه نمی‌پردازد (ساوولینن، ۲۰۱۰؛ به نقل از بیگدلی، خادمی و شکاری، ۱۳۹۳). با این حقیقت که موضوعات اطلاع‌یابی مربوط به اشتغال و موضوعات غیرکاری به سمت هم‌پوشانی تمایل دارند و امکان دارد در مجموعه‌های زندگی روزمره درهم آمیخته شوند مشکل این مفهوم تشدید هم می‌شود (اریکسون، باکا، ۲۰۰۳؛ نقل از بیگدلی، خادمی و شکاری، ۱۳۹۳). ساوولینن (۱۹۹۵) مدعی است که مشکل‌های اصطلاح‌شناسی که از دوگانگی کاذب اطلاع‌یابی و غیرکاری (آنچه را که دیگران ممکن می‌دانند در صورتی که موارد دیگری برای بیان آن وجود دارد) نشئت گرفته می‌تواند با استفاده از مفهوم الیس برطرف شود. کلمه کلیدی «زندگی روزمره» به مجموعه‌ای از ویژگی‌هایی اشاره دارد که خصوصیت به نسبت ثابت و تکرارپذیر هم فعالیت‌های کاری و هم فعالیت‌های زمان آزاد را توصیف می‌کند. ویژگی‌های اصلی روزمره، رایج، عادی و یکنواخت بودن است و شرایط ساختاری فعالیت را توصیف می‌کنند. ویژگی‌های رایج، عادی و تکراری بودن فقط در فرایندی که دوباره خلق شده واقعیت می‌یابند روزی بعد از روز دیگر. اطلاع‌یابی با این دیدگاه ممکن است هم در بافت زندگی روزمره مربوط به کار و هم مربوط به اوقات فراغت صورت پذیرد. به دلیل تعریف خوب و روشن حوزه اطلاع‌یابی مربوط به کار است که این اصطلاح در زندگی روزمره وجود ندارد؛ بنابراین مفهوم الیس ممکن است به تشریح کسب اطلاعاتی که در بافت مشخص شده‌ای که وضوح کمتری داشته به فعالیت‌هایی مانند سرگرمی و مراقبت‌های خانواده بپردازد (ساوولینن، ۲۰۱۰؛ به نقل از بیگدلی، خادمی و شکاری، ۱۳۹۳).

مفاهیم اساسی

شیوه زندگی

به طور کلی به نظر می‌رسد استفاده از نظریه ساخت توسط پیر بوردیو (۱۹۸۴) زمینه‌ای را برای مفهوم سازی اطلاع‌یابی به عنوان یک مؤلفه طبیعی از کارهای روزمره فراهم ساخت. ساخت از نظر بوردیو یک نظام تفکر، درک و ارزیابی است که از نظر اجتماعی و فرهنگی تعیین می‌شود و فرد آن را درونی می‌کند. ساخت یک نظام نسبتاً پایدار است که افراد به وسیله آن تجربه‌های

فصلنامه

نمایه
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

خود را ادغام کرده و اهمیت گزینه‌های مختلف را ارزیابی می‌کنند. ساخت یک شخصیت دوگانه دارد. از یک طرف می‌توان آن را یک اصل تولیدکننده از قضاوت‌های طبقه‌بندی شده عینی مشاهده کرد و از سوی دیگر ساخت نظامی از طبقه‌بندی این شیوه‌هاست. این نقش دوگانه ساخت ادغام هنجارها و انتظارات اجتماعی در یک فرد را نشان می‌دهد؛ بنابراین ساخت چیزی بیش از تجمیع «تنها» تمایلات شخصی است. به عنوان یک نظام طبقه‌بندی واسطه‌ای از نظر اجتماعی و فرهنگی، ساخت با نشان دادن اینکه کدام انتخاب طبیعی یا مطلوب در خصوص طبقه اجتماعی یا گروه فرهنگی فرد است به انتخاب‌های انجام شده در زندگی روزمره جهت کلی می‌دهد. به عنوان سیستمی از شرایط اجتماعی و فرهنگی تعیین شده پایه‌ای است که شیوه زندگی فرد بر اساس آن سازمان می‌یابد؛ زیرا ساخت یک مفهوم کاملاً انتزاعی است مفهوم شیوه زندگی برای توصیف جلوه عملی ساخت معرفی می‌شود. شیوه زندگی، همراه با مفهوم مربوط به مهارت زندگی، بستراساسی است که در آن مشکل‌های اطلاع‌یابی غیرکاری مطالعه شود. در مورد تعریف شیوه زندگی بین محققان اتفاق نظر وجود ندارد؛ تفاوت عمده بین این مفاهیم این است که سبک زندگی عمدتاً از طریق فعالیت‌های روزمره و ارزیابی متقابل آنها شکل می‌گیرد. در حالی که سبک زندگی در درجه اول به عناصر «سطح» شیوه زندگی برای مثال مصرف و پوشش انسانی اشاره دارد و بر خصوصیات فردی تجزیه و تحلیل تأکید می‌کند.

شیوه زندگی به عنوان ترتیب امور

در معنای عام مفهوم شیوه زندگی به «ترتیب امور» اشاره دارد که مبتنی است بر انتخاب‌های افراد در زندگی روزمره. «امور» مخفف فعالیت‌های مختلفی است که در دنیای جاری و امور روزمره اتفاق می‌افتد از جمله نه تنها شغل بلکه کارهای ضروری پربار مانند مراقبت از خانه و فعالیت‌های داوطلبانه (سرگرمی‌ها). «ترتیب» به ترجیحات موجود برای این فعالیت‌ها اشاره دارد. ترتیب چیزها از دو جهت عینی و ذهنی تعیین می‌شود. یک مثال از دلایل عینی، طول روز کاری است که میزان اوقات فراغت روزانه را تعیین می‌کند، در حالی که برداشت از دل‌پذیرترین روش‌ها برای گذراندن اوقات فراغت به دلایل ذهنی ترتیب امور اشاره دارد؛ زیرا در بیشتر موارد ترتیب امور صورت فلکی نسبتاً مطلوبی از فعالیت‌های شغلی و غیرشغلی است که در یک روز یا یک هفته انجام می‌شود فرد به راحتی این صورت فلکی را به عنوان طبیعی یا عادی‌ترین روش برای تنظیم زندگی روزمره خود در نظر می‌گیرد. به همین قرار مردم دارای یک «نظم شناختی» هستند که درک آنها را از چگونگی اوضاع در هنگام «طبیعی بودن» نشان می‌دهد. افراد از طریق انتخاب‌های خویش به نحو عملی در نظم خاصی از امور درگیر شده‌اند و حفظ آنها به شرطی که معنای آن را دریابند به نفع آنهاست.

ساخت چیزی بیش از تجمیع «تنها» تمایلات شخصی است. به عنوان یک نظام طبقه‌بندی واسطه‌ای از نظر اجتماعی و فرهنگی، ساخت با نشان دادن اینکه کدام انتخاب طبیعی یا مطلوب در خصوص طبقه اجتماعی یا گروه فرهنگی فرد است به انتخاب‌های انجام شده در زندگی روزمره جهت کلی می‌دهد.

فصلنامه

نمایه پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

عملیاتی شدن شیوه زندگی

زیرا گسترش مفهوم شیوه زندگی نسبتاً گسترده بوده و شامل عناصر ناهمگن است امکان دارد از راهبردهای مختلفی در عملیاتی سازی آن استفاده شود (ارامتسا، ۱۹۹۰) برای مثال می توان از ماهیت استفاده از اوقات فراغت در توصیف روش زندگی استفاده کرد. مفهوم شیوه زندگی با در نظر گرفتن این عوامل عملیاتی شد: ساختار بودجه زمان،^۲ که به عنوان رابطه ای بین زمان کار و اوقات فراغت، مدل های مصرف کالاها و خدمات و ماهیت سرگرمی ها توصیف شده است. ساختار بودجه زمان نسبت زمان صرف شده برای کار، فعالیت های ضروری خارج از کار مانند مراقبت از خانه و سرگرمی ها (برای مثال ورزش، تماشای تلویزیون و کتاب خوانی) را نشان می دهد. تجزیه و تحلیل سرگرمی ها سبک زندگی را آشکار کرده زیرا ماهیت سرگرمی ها چیزهایی را که مردم به آنها دل بستگی دارند، آشکار می کند. تجزیه و تحلیل نقش علائق اطلاعاتی برای مثال خواندن روزنامه در اوقات فراغت را نشان می دهد. تطبیق به این واقعیت اشاره دارد که ترتیب امور همیشه مطابق خواسته های شخص نیست عوامل خارجی ممکن است آن را دگرگون کنند.

تسلط بر زندگی

زیرا نظم معنادار امور ممکن است خود به خود فراهم نشود افراد ملزم به مراقبت فعال از آن هستند. این فعالیت مراقبتی تسلط بر زندگی است. تاکنون اصطلاحات مربوط به این مفهوم کاملاً درهم پیچیده بوده است. برای مثال روانشناسان و جامعه شناسان از اصطلاحات مرتبط مانند مدیریت زندگی، مدیریت زندگی خود، کنترل زندگی و کنار آمدن به منظور توصیف این موضوع استفاده کرده اند. تسلط بر زندگی ممکن است مفاهیم باشکوهی باشد اما این اهمیت پیوستگی پروژه زندگی را به طور کلی نشان می دهد. اصطلاحات جایگزین به دلیل اصطلاحات منطقی یا حتی مفهوم محاسباتی («کنترل»^۳ و «مدیریت»^۴) در مورد جهت گیری کلی فرد درباره زندگی روزمره با نقد جدی مواجه شده اند. تسلط بر زندگی ممکن است منفعلانه یا فعال باشد. طبق نظر آنتونوفسکی^۵ (۱۹۸۷) یک نیاز کلی برای تسلط مثبت بر زندگی، احساس انسجام، است. این موضوع به احساس اعتماد به نفس فراگیر و نسبتاً پایدار فرد اشاره دارد که محرک های ناشی از محیط های داخلی و خارجی، ساختاری، قابل پیش بینی و توضیح پذیر هستند. اینکه فرد منابع کافی برای تأمین خواسته های ناشی از این محرک ها داشته باشد مطالبات معنادار و قابل تعامل است. قابل درک بودن، مدیریت پذیری و معنادار بودن محرک ها ویژگی هایی برای مفهوم حس انسجام و از طریق آن مفهوم تسلط مثبت بر زندگی هستند.

فصلنامه

نمایه
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

۱۱۲

1. Erametsa
2. The structure of time budget
3. Control
4. Management
5. Antonovsky

توسعه تسلط بر زندگی

فرد در فرهنگ یک طبقه اجتماعی متولد شده که الگوهای اساسی را برای تسلط بر زندگی ارائه می‌دهد. این مدل‌ها مربوط به روش‌های معمول نزدیکی و قرابت با مشکل‌های روزمره است؛ برای مثال در مورد میزان درک آنها به عنوان مسائل شناختی یا عاطفی. این فرهنگ با ارزش‌های خاص خود نه تنها عادت‌ها و نگرش‌ها را به زندگی شغلی بلکه به منظور گذران اوقات فراغت، برای مثال نقش کتاب‌خوانی و تماشای تلویزیون، هدایت می‌کند. به نحو طبیعی علاوه بر طبقه‌های اجتماعی خاص ارزیابی‌هایی که نسلی به آن تعلق دارد نیز تحت تأثیر قرار می‌گیرد. فرد در کنار اجتماعی شدن به یک فرهنگ طبقاتی کارها را به روش‌های خاصی انجام می‌دهد. در نتیجه کارهای روزمره زندگی جاری تثبیت خود را در یک نظم طبیعی شروع می‌کند و به عنوان یک امر بدیهی درک می‌شود. فرد هم‌زمان تجربیاتی را در مورد سودمندی منابع و کانال‌های مختلف اطلاعاتی در حل مشکل‌های روزمره دریافت داشته، این تجربیات ممکن است جهت‌گیری اطلاعاتی فرد را تحت تأثیر قرار داده و به عادات خاص اطلاع‌یابی منجر شود. در نتیجه نمایه‌ای از جهت‌گیری اطلاعات ایجاد خواهد شد یعنی مجموعه‌ای از نگرش‌ها در مورد جست‌وجو و استفاده از اطلاعات در موقعیت‌های ویژه مشکل. عادت‌های اطلاع‌یابی بخشی از تسلط بر زندگی را تشکیل داده که اغلب ریشه در سطح ناخودآگاه دارند و کاملاً درخور تأمل نیستند.

تسلط بر نوع زندگی

عوامل مهمی که باعث تسلط بر زندگی می‌شود روش‌هایی هستند که افراد با آن در موقعیت‌های معمول (مسئله‌های) قرار گرفته و برای تسهیل حل مسئله به دنبال اطلاعات می‌گردند. با مشخص کردن این جهت‌گیری‌ها گونه‌شناسی تسلط بر زندگی را می‌توان ترسیم کرد. مشخصات با تجزیه و تحلیل دو بعد است که کیفیت رفتار حل مسئله را متمرکز توصیف می‌کند. از یک طرف بُعد شناختی در مقابل عاطفی نشان‌دهنده میزان ملاحظات عقلانی در یک موقعیت حل مسئله است. جهت‌گیری شناختی بر رویکردی تحلیلی و نظام‌مند بر مشکل‌ها تأکید دارد در حالی که جهت‌گیری احساسی دقیقاً برعکس آن است؛ واکنشی از نظر عاطفی و نسبتاً غیرقابل پیش‌بینی به موضوع‌های موجود. بُعد دوم خوش‌بینی در برابر بدبینی امید به حل مسئله را توصیف می‌کند. این بعد در چهار وجه اتفاق می‌افتد: خوش‌بینی بی‌دریغ (انتظار می‌رود هیچ مشکلی در حل مسئله وجود نداشته باشد)، خوش‌بینی محفوظ (برخی از عقب‌نشینی‌ها پیش‌بینی می‌شود)، بدبینی محرمانه (پیش‌بینی شکست‌ها) و بدبینی بی‌حد و حصر (شکست‌هایی که اجتناب‌ناپذیر هستند). سطوح متقابل این ابعاد چهار نوع آرمانی تسلط بر زندگی را با پیامدهای مرتبط با رفتار اطلاع‌یابی به همراه دارد.

عادت‌های

اطلاع‌یابی بخشی
از تسلط بر زندگی
را تشکیل داده که
اغلب ریشه در
سطح ناخودآگاه
دارند و کاملاً درخور
تأمل نیستند.

فصلنامه

نمایه
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

نقش شبکه‌های مجازی در الیس^۱

از اواخر دهه ۱۹۹۰ به‌ویژه پست الکترونیکی^۲ و وب گسترده^۳ ابزارهای جدیدی بودند که از سوی جامعه برای ارتباطات و جست‌وجوی اطلاعات پذیرفته شده بودند. نظرسنجی‌ها نشان داده که مردم از خدمات شبکه‌ای برای اهداف مختلف استفاده می‌کنند (برای مثال برقراری ارتباط با دیگران از طریق پست الکترونیکی، جست‌وجوی اطلاعات بهداشتی از صفحات وب، خرید محصولات و خدمات و شرکت در بحث‌های پیوسته و برخط). ساولینن (۱۹۹۹) اهمیت اینترنت را در جست‌وجوی اطلاعات مربوط به مشکل و جهت‌گیری کشور فنلاند را بررسی کرد. به نظر می‌رسد پست الکترونیکی و وب گسترده بیشترین خدمات را در جست‌وجوی اطلاعات داشته باشند؛ اما گروه‌های بحث و فهرست‌های پستی نیز تا حدودی استفاده می‌شوند. مطالعه مزبور نشان داد که خدمات شبکه برای جست‌وجوی اطلاعات خاص جهت‌یابی و مشکل‌ها برای اهداف غیرکاری استفاده می‌شود. بیشتر اوقات جست‌وجوی اطلاعات بر اساس مرور صفحات انجام می‌شد. یافته‌های مشابهی در سوئد نشان داد که از اواخر دهه ۱۹۹۰ اینترنت در گذشته جایگاه درخور توجهی در شیوه‌های ارتباطی و اطلاع‌یابی مطلعان کسب کرده و منابع متنوعی را برای اهداف مختلف و برای استفاده فراهم می‌کرد. همچنین آشکار شد که اینترنت به‌عنوان منبع اطلاعات بازار مفید است (برای مثال برنامه پروازها، اجاره ماشین، برای فروش وسایل و فرصت‌های شغلی). مطالعه دیگری با تمرکز بر نقش وب گسترده در الیس نشان داد که معیارهای اصلی ارتباط افراد با انتخاب صفحات وب تا حد زیادی در محیط‌های آنلاین (پیوسته) و جست‌وجوی وب یک‌سان است. جست‌وجوگران وب برای مبارزه با اضافه‌بار اطلاعات تمایل دارند، صفحات وب را که اطلاعات کافی ارائه داده، ترجیح دهند. همچنین معیارهایی مانند آشنایی با صفحات وب نسبتاً مهم به نظر می‌رسد که بیانگر اهمیت عوامل معمول در الیس است. از سوی دیگر جست‌وجوگران وب ممکن است با شماری از مشکل‌ها مانند عدم بارگذاری منابع و اطلاعات مربوط روبه‌رو شوند. باوجود این مسائل، اینترنت به دلیل وجود موتورهای جست‌وجو مانند گوگل، به منبع اطلاعاتی بسیار محبوبی تبدیل شده است. بااین حال اینترنت جایگزین رسانه‌های دیگر مانند تلفن، تلویزیون، رادیو و روزنامه در الیس نشده؛ در مقابل خدمات و منابع شبکه‌ای با آنها هم در زمینه‌های کاری و غیرکاری تکمیل می‌شوند (ساولینن، ۱۹۹۵).

ساولینن (۱۹۹۵، نقل در ساولینن، ۱۳۸۷) چهار گونه از مهارت زندگی را تعریف می‌کند: ۱. مهارت خوش‌بینی - شناختی زندگی^۴؛ که به‌وسیله وابستگی شدید به نتایج مثبت

فصلنامه

نمایه
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

۱۱۴

1. The Role of the Virtual Networks in ELIS

2. E-mail

3. World Wide Web (WWW)

4. Optimistic-Cognitive Mastery of Life

برای حل مسئله مشخص می‌شود؛ زیرا مسائل در ابتدا، به صورت شناختی دریافت شده، اطلاع‌یابی نظام‌مند از منابع و مجراهای مختلف اجتناب‌ناپذیر است.

۲. مهارت بدبینی- شناختی زندگی^۱: که به شیوه‌ای کمتر جاه‌طلبانه به حل مسئله می‌پردازد. مسائلی وجود دارد که امکان حل آنها تصورکردنی نیست. باوجود این ممکن است فرد در حل مسئله و در اطلاع‌یابی مناسب آن به یک اندازه قانون‌مند باشد.

۳. مهارت تدافعی- عاطفی زندگی^۲: که بر پایه دیدگاه‌های خوش‌بینانه در مورد قابلیت حل مسئله مبتنی است باوجود این عامل عاطفی در حل مسئله و اطلاع‌یابی در آنها غالب است. این بدان معناست که فرد می‌تواند از متضمن خطر شکست و ملزوماتی که به منظور اطلاع‌یابی فعالانه استفاده می‌شود اجتناب ورزد.

۴. مهارت بدبینی- عاطفی زندگی^۳: در توصیفی که شخص از خود به عنوان درماندگی آموخته شده یا اظهار عجز عالمانه^۴ می‌کند متبلور می‌شود. فرد به توانایی خود در حل مسائل زندگی روزمره اتکا نمی‌کند. اطلاع‌یابی نظام‌مند هیچ نقشی ایفا نمی‌کند زیرا واکنش‌های هیجانی و کوتاه‌بینی بر رفتار حل مسئله غالب است.

در تعریف کلی، مفهوم الیس به کسب عناصر اطلاعاتی مختلف (هم شناختی و هم بیانی^۵) اطلاق می‌شود که افراد برای هدایت خود در زندگی روزمره یا حل مشکل‌هایی به کار می‌گیرند که مستقیم با عملکرد وظایف حرفه‌ای یا تحصیل تمام‌وقت مرتبط نیست (ساولینن، ۱۹۹۵؛ به نقل از بیگدلی، خادمی و شکاری، ۱۳۹۳). الیس ممکن است مانند اطلاع‌یابی روزمره دو حالت داشته باشد. از یک طرف احتمال دارد به اطلاع‌یابی برای رفع یک مشکل خاص اشاره داشته (برای مثال یافتن یک حقیقت) از سوی دیگر الیس ممکن است خود را به عنوان اطلاع‌یابی موقعیتی^۶ نشان دهد (یعنی نظارت بر حوادث روزمره با استفاده از کانال‌ها و منابع مختلف) (ساولینن، ۲۰۱۰؛ به نقل از بیگدلی، خادمی و شکاری، ۱۳۹۳).

خلاصه اینکه مدل الیس چارچوب کلی‌گرایانه‌ای را از عوامل اجتماعی و روان‌شناختی ارائه کرده که بر اولویت‌های افراد در انتخاب منابع اطلاعاتی در بافت‌های زندگی روزمره تأثیر می‌گذارد. این مدل را می‌توان با تأویل و تفسیر مفهوم مهارت‌های زندگی توسعه داد. برای مثال انواع مهارت‌های زندگی را می‌توان به صورت تجربی در مورد ادراکات حساس به بافت افراد از شایستگی‌های اطلاعاتی آنها بررسی کرد (ساولینن، ۱۳۸۷؛ به نقل از بیگدلی، خادمی و شکاری، ۱۳۹۳). افزون بر این رابطه‌های بین نحوه زندگی،

مدل الیس چارچوب
کلی‌گرایانه‌ای را از
عوامل اجتماعی
و روان‌شناختی
ارائه کرده که بر
اولویت‌های افراد
در انتخاب منابع
اطلاعاتی در
بافت‌های زندگی
روزمره تأثیر می‌گذارد.

1. Pessimistic-Cognitive Mastery of Life
2. Defensive-Affective Mastery of Life
3. Pessimistic-Affective Mastery of Life
4. Learned Helplessness
5. Cognitive & Expressive
6. Seeking for Orienting Information

مهارت زندگی و مدل الیس را می‌توان از دیدگاه ساختار اجتماعی شفاف‌تر موضوع‌پردازی کرد: افراد چگونه خود را به‌عنوان جست‌وجوگران و کاربران اطلاعات درگفتمان جای داده و چگونه مفاهیم نحوه زندگی و مهارت زندگی را به‌عنوان عوامل بافتی تأثیرگذار بر الیس پدید می‌آورند (ساولینن، ۲۰۰۲؛ به نقل از ساولینن ۱۳۸۷؛ به نقل از بیگدلی، خادمی و شکاری، ۱۳۹۳).

رویکردهای (نظریه‌ها و مدل‌ها) اساسی برای اطلاع‌یابی غیرکاری (الیس)

رویکرد معنا بخشی^۱ (دروین)

نظریه معنا بخشی دروین در سال‌های متمادی (۱۹۹۶-۱۹۸۳) رشد کرده است از نظر دروین هر لحظه یک لحظه معنا بخشی بالقوه است. نظریه معنا بخشی متشکل از چهار عنصر سازنده است که شامل:

۱. موقعیت زمان و فضا: زمینه‌ای را که مشکل‌های اساسی از آن ناشی شده تعریف می‌کند.

۲. شکاف: که تفاوت میان موقعیت واقعی و موقعیت مطلوب را شناسایی می‌کند.

۳. بازده (استفاده) که حاصل مراحل معنا بخشی است و پل که وسیله نزدیک کردن شکاف میان موقعیت و بازده است (داورپناه، ۱۳۸۶؛ به نقل از بیگدلی، خادمی و شکاری، ۱۳۹۳).

معنا بخشی دروین ابزاری مفهومی با قابلیت کاربرد وسیع به‌منظور درک پیوند ارتباطات، اطلاعات و پیام است. معنا بخشی مستلزم درک این نکته دریافتی است که انسان‌ها چگونه اطلاعات را از درون پیام نشانه‌ای استخراج می‌کنند. در گستره علم اطلاعات و دانش‌شناسی روش معنا بخشی به معنای نوعی تغییر در تأکید بر پژوهش‌ها از منابع اطلاعاتی به‌سوی کاربران اطلاعات است (دالریمل، ۲۰۰۱؛ به نقل از بیگدلی، خادمی و شکاری، ۱۳۹۳).

مدل دروین رویکردی شناختی در جست‌وجوی اطلاعات است. در این مدل اطلاعات چیزی است که در فرایندهای شناختی در آن دخالت دارند؛ اما تفهیم فقط یک امر ذهنی نیست. عواطف یا احساسات نیز بر پاسخ شناختی افراد به اطلاعات تأثیر می‌گذارند. روشن است عواطف یا احساسات در فهم مفهوم نیاز بسیار مؤثرند؛ بنابراین دروین، به‌طور خاص بر جنبه‌های عاطفی فرایندهای شناختی تأکید نمی‌کند، اما این موضوع را می‌توان از رویکرد وی دریافت و به‌گونه‌ای که مدل وی را پیچیده و غنی می‌سازد به بسط آن پرداخت. این مدل به‌نوعی بیانگر تلاش ذهنی اطلاع‌جو برای پرکردن شکاف موجود در ذهن خود است. در این مدل اهمیت مصرف‌کننده اطلاعات مرکزیت می‌یابد و

معنا بخشی دروین
ابزاری مفهومی
با قابلیت کاربرد
وسیع به‌منظور درک
پیوند ارتباطات،
اطلاعات و پیام
است. معنا بخشی
مستلزم درک این
نکته دریافتی است
که انسان‌ها چگونه
اطلاعات را از درون
پیام نشانه‌ای
استخراج می‌کنند.

فصلنامه

نمایه
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

۱۱۶

1. The Sense-Making Approach
2. Darlymple

اطلاعات تبدیل می‌شود به هرآنچه فرد آگاهی‌بخش می‌شمارد. مدل تفهیمی اطلاعات را ذهنی، مبتنی بر موقعیت، کلی‌گرا و شناختی می‌بیند. این مدل بر فهمیدن اطلاعات در زمینه‌های شخصی و چگونگی شکل‌گیری نیازهای اطلاعاتی و راه‌های رفع این نیازها تأکید دارد. مصرف‌کننده اطلاعات نیز، نه تنها یک دریافت‌کننده منفعل اطلاعات از محیط خارج تلقی نمی‌شود، بلکه در مرکز یک فرایند تغییر فعال و مداوم قرار دارد. اطلاعات در این فرایند موجب تغییرات ادراکی در کاربر شده و این تغییرات خود موجب دگرگونی در برداشت کاربر از اطلاعات می‌شود (موریس^۱، ۱۳۷۵؛ به نقل از بیگدلی، خادمی و شکاری، ۱۳۹۳).

روش معنابخشی تأکید بیشتری بر درک فردی در مقایسه با درک جمعی دارد. در نتیجه ممکن است معنابخشی برای تبیین تبادل اطلاعات گروهی و سازمانی و فرایندهای ارتباطی ناکافی باشد. در هر حال هرگونه سوءدرکی مبنی بر اینکه معنابخشی محدود به شناخت فرد است ممکن است با مروری بر گرایش‌های جاری معنابخشی که در ملاحظات خود در مورد تأثیر پویای زمان، فضا، شناخت، عاطفه، قدرت، فرهنگ و معنابخشی فردی و جمعی بسیار گسترده هستند برطرف شود (تیدلین^۲، ۱۳۸۷؛ به نقل از بیگدلی، خادمی و شکاری، ۱۳۹۳).

رویکرد معنابخشی کمک شایانی به توسعه مفهومی و روش‌شناختی الیس کرده است. معنابخشی با تأکید بر نقش افراد که سعی در پرکردن شکاف در موقعیت‌های زندگی روزمره و ماهیت اطلاعات به عنوان یک ساختار انسانی محدود^۳ دارند حامی رویکرد کاربرمدار است که در نقطه مخالف رویکرد سنتی سیستم‌مدار قرار دارد؛ بنابراین دروین نه تنها یک نقطه جدید در مطالعات الیس ارائه داده است بلکه کمک گسترده‌ای در دستیابی به موفقیت نظری و روش‌شناختی رویکرد کاربرمدار در مطالعات اطلاع‌یابی کرده است (ساولینن، ۲۰۱۰؛ به نقل از بیگدلی، خادمی و شکاری، ۱۳۹۳).

الیس در بافت دنیای کوچک^۴ (چتمن)

چتمن^۵ از دهه ۱۹۸۰ یکی از برجسته‌ترین چهره‌ها در مطالعات الیس است که با طرح نظریه‌های فقر اطلاعاتی^۶، زندگی در حلقه^۷ و دنیا‌های کوچک^۸ به شهرتی جهانی رسید. در مطالعات خود بیشتر به مسائل و مناسبات اجتماعی گروه‌های در حاشیه از جمله

1. Morris
2. Tidline
3. Situation-Bound Human Construct
4. ELIS in the Context of Small World
5. Chatman
6. Information Poverty
7. Life in the Round
8. Small World

فصلنامه

نمایه پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

سالمندان، اقلیت‌ها، زنان زندانی و زنان سرپرست خانواده پرداخت. او علاقه‌مند بود موانع فرهنگی و اقتصادی دسترسی به اطلاعات را در گروه‌های آسیب‌پذیر بشناسد و چگونگی تأثیر هر یک را تبیین کند. درحالی‌که پیش از آن تحقیق مستقلی دربارهٔ «رفتارهای اطلاع‌یابی» یا «اطلاع‌جویی» این گروه‌ها انجام نشده بود زیرا محققان تصور می‌کردند که اگر قرار است تعامل افراد با منابع اطلاعاتی بررسی شود بهتر است در محیط‌های علمی نظیر دانشگاه‌ها صورت پذیرد؛ اما چتمن نشان داد که جریان اطلاعات در همهٔ گروه‌های اجتماعی جاری است. او در این مطالعات از رویکرد کیفی و به‌ویژه قوم‌نگاری بهره گرفت. مبنای نظری حاصل از تلاش او شروعی برای پژوهش‌های بعدی بود؛ زیرا از آن زمان تاکنون ده‌ها اثر براساس مبانی نظری فقر اطلاعات نوشته شده و به نقطهٔ آغازی برای تحقیقات تکمیلی تبدیل شده است. امتیاز مطالعات چتمن در این بود که به همکارانش ثابت کرد برای بررسی جریان تولید، اشاعه و اشتراک اطلاعات که یکی از مباحث بنیادین علم اطلاعات است نباید خود را به گروه‌های متعارف و در دسترس نظیر استادان و دانشجویان محدود کنیم؛ بلکه بررسی این رخدادها در افرادی که به هر دلیل به حاشیه رانده شده‌اند دستاوردهای ارزشمندی خواهد داشت (منصوریان، ۱۳۹۳؛ به نقل از بیگدلی، خادمی و شکاری، ۱۳۹۳).

نظریهٔ فقر اطلاعاتی در چارچوب مفهومی وسیع‌تری از خودی‌ها و بیگانگان اطلاعاتی یا آنچه چتمن به‌عنوان جامعه‌شناسی دانش به آن اشاره می‌کند قرار دارد. آنچه چتمن به توصیف آن پرداخته موضوعی است که جامعه‌شناسان و مردم‌شناسان چندین دهه است که در مورد آن به‌عنوان رویکردهای اتیک^۱ و امیک^۲ در مطالعهٔ علوم اجتماعی به بحث و بررسی پرداخته‌اند. چتمن نظریهٔ خود دربارهٔ فقر اطلاعاتی را در چهار مفهوم کلیدی توسعه داد: نهان‌کاری،^۳ اغفال،^۴ خطرجویی^۵ و ربط موقعیتی^۶ که هریک از این مفاهیم ممکن است به‌عنوان رفتارهای خودحفاظتی^۷ در خلال فرایند اطلاع‌یابی کاربرد داشته باشد. از این چهار مفهوم کلیدی شش پیشنهاد مشتق شده است:

۱. فقرای اطلاعاتی خود را فاقد هرگونه منبعی می‌بینند که ممکن است به آنها کمک کند.
۲. فقر اطلاعاتی ارتباط جزئی با اختلاف طبقاتی دارد.
۳. فقر اطلاعاتی با رفتارهای خودحفاظتی که در پاسخ به هنجارهای اجتماعی استفاده می‌شوند مشخص می‌شود.

چتمن نظریهٔ خود دربارهٔ فقر اطلاعاتی را در چهار مفهوم کلیدی توسعه داد: نهان‌کاری، اغفال، خطرجویی و ربط موقعیتی که هریک از این مفاهیم ممکن است به‌عنوان رفتارهای خودحفاظتی در خلال فرایند اطلاع‌یابی کاربرد داشته باشد.

1. Etic
2. Emic
3. Secrecy
4. Deception
5. Risk-Taking
6. Situational Relevance
7. Self-Protective

۴. نهان‌کاری و اغفال هر دو از سازوکارهای خودحفاظتی به حساب می‌آیند که در اثر بی‌اعتمادی به علاقه یا توانایی دیگران در فراهم‌آوری اطلاعات مفید به کار گرفته می‌شوند.

۵. تصمیم به خطرکردن درباره احساس واقعی ما اغلب به دلیل ادراک و آگاهی از بیشتر بودن نتایج منفی در مقایسه با منافع عملی نمی‌شود.

۶. دانش جدید گزینشی به جهان اطلاعاتی مردم فقیر عرضه می‌شود.

شرایطی که بر این فرایند تأثیر می‌گذارد ارتباط آن اطلاعات در پاسخ به مسائل و موضوعات روزمره است (چتمن، ۱۹۹۶؛ به نقل از هرزبرگر، ۱۳۸۷؛ به نقل از بیگدلی، خادمی و شکاری، ۱۳۹۳). پژوهشگرانی بیشتر به نظریه فقر اطلاعاتی استناد کرده‌اند که زمینه‌هایی را بررسی می‌کنند که در آن جست‌وجوگران اطلاعاتی نوعی رفتار حفاظتی را آزموده‌اند که بر دسترسی آنان به اطلاعات مفید و یاری‌دهنده تأثیر می‌گذارد (به نقل از بیگدلی، خادمی و شکاری، ۱۳۹۳).

مدل بوم‌شناختی الیس^۱ (ویلیامسون)

نظریه بوم‌شناختی ویلیامسون^۲ از مطالعه‌ای در مقیاس وسیع روی سال‌خوردگان و اطلاعات زندگی روزمره آنها سر برآورد. مدل مذکور تأکید می‌کند که دست‌کم در زمینه اطلاعات زندگی روزمره اغلب اطلاعات اتفاقی کسب می‌شوند تا آنکه هدفمند جست‌وجو شوند. در حالی که مدل‌های دروین و نیلان^۳ (۱۹۸۶)، کولثاوی^۴ (۱۹۹۳) و بلکین^۵ (۱۹۷۸) برای مطالعه اطلاع‌یابی هدفمند مناسب است. ویلیامسون (۱۹۹۸) معتقد بود افراد جهان خود را برای اطلاعات مرتبط بازمینی می‌کنند؛ اما وی تصریح می‌کند برخی نیازهای «ناخودآگاه»^۶ فقط زمانی شناخته می‌شوند که اطلاعات مرتبط کشف می‌شوند.

بر اساس یافته‌های یک مطالعه تجربی روی حدود دویست فرد مسن در استرالیا از طریق مصاحبه در سال‌های ۱۹۹۴-۱۹۹۲ ویلیامسون یک مدل بوم‌شناختی از اطلاع‌یابی و استفاده از اطلاعات ارائه داد. این مدل از آنجا بوم‌شناختی نامیده می‌شود که اطلاع‌یابی، کسب و استفاده از اطلاعات را در بافتی از عوامل فرهنگی و اجتماعی قرار داده که ممکن است بر راه‌های انتخاب و استفاده از منابع و کانال‌های اطلاعاتی تأثیرگذار باشد. این مدل نشان می‌دهد اگرچه افراد به منظور پاسخ به نیازهای ادراک‌شده اطلاع‌یابی می‌کنند آنها همچنین دنیای خود را نظارت می‌کنند و اطلاعات را اتفاقی (ضمنی) نیز

ویلیامسون (۱۹۹۸)
معتقد بود افراد جهان
خود را برای اطلاعات
مرتبط بازمینی
می‌کنند؛ اما وی
تصریح می‌کند برخی
نیازهای «ناخودآگاه»
فقط زمانی شناخته
می‌شوند که اطلاعات
مرتبط کشف
می‌شوند.

1. The Ecological Model of ELIS
2. Williamson
3. Dervin & Nilan
4. Kuhlthau
5. Belkin
6. Unconscious

دریافت می‌کنند. راه‌هایی که آنها دنیای روزمره را نظاره می‌کنند با میانجی‌گری زمینه و ارزش‌های اجتماعی-فرهنگی، محیط‌های فیزیکی، ویژگی‌های شخصی (برای مثال وضعیت سلامتی) و همچنین موقعیت‌های اجتماعی و اقتصادی و شیوه زندگی آنهاست. ویلیامسون مفاهیم «اطلاع‌یابی هدفمند»^۱ و «کسب اطلاعات فردی»^۲ را در چارچوب بوم‌شناختی بررسی کرد که از میان دیگران چندین سطح از سطوح نظریه یک پارچه بیتس^۳ (۲۰۰۲) را به دلیل تأثیرگذاری بر رفتار دربرمی‌گیرد. نقطه قوت اصلی نظریه بوم‌شناختی انعطاف‌پذیری آن در گنجاندن تمامی تأثیرات بر رفتار در هر مرحله‌ای از فرایند اطلاع‌یابی یا کسب اطلاع است (ویلیامسون، ۱۳۸۷؛ به نقل از بیگدلی، خادمی و شکاری، ۱۳۹۳).

کنش اطلاعاتی^۴ (مکنزی)

ساختارگرایی اجتماعی^۵ بر صحبت، تعامل و استفاده از زبان در بافت‌های مختلف تأکید دارد. از نظر ساختارگرایی، مفهوم «کنش اطلاعاتی»^۶ بر «رفتار اطلاعاتی»^۷ ارجحیت دارد، زیرا رویه اطلاعاتی فرض را بر این می‌گذارد که فرایندهای جست‌وجو و استفاده از اطلاعات اجتماعی و محاوره‌ای شکل می‌گیرند نه بر اساس عقاید یا انگیزه‌های فردی مدعی. تمامی اعمال انسان اجتماعی است و از تعامل بین اعضای جامعه سرچشمه می‌گیرد (تومینن،^۸ تالجا^۹ و ساولینن، ۱۳۸۷؛ به نقل از بیگدلی، خادمی و شکاری، ۱۳۹۳).

کنش اطلاعاتی یکی از جدیدترین مدل‌های الیس است که مکنزی آن را ارائه کرده است. این مدل در بافت اطلاع‌یابی سلامت توسط زنان باردار توسعه یافته است. مکنزی یک مدل دوبعدی از کنش‌های اطلاعاتی محدود به بافت تبیین کرده است. این مدل چهار حالت^{۱۰} را توصیف می‌کند: جست‌وجوی فعال،^{۱۱} پویش فعال،^{۱۲} نظارت غیرمستقیم^{۱۳} و به‌دست آوردن اطلاعات از طریق نماینده^{۱۴}. حالت‌ها در هنگام اطلاع‌یابی ممکن است در ترتیب مختلفی بر اساس نیاز اطلاعاتی و عامل‌های موقعیتی

ساختارگرایی
اجتماعی بر صحبت،
تعامل و استفاده از
زبان در بافت‌های
مختلف تأکید دارد.
از نظر ساختارگرایی،
مفهوم «کنش
اطلاعاتی» بر «رفتار
اطلاعاتی» ارجحیت
دارد، زیرا رویه
اطلاعاتی فرض
را بر این می‌گذارد
که فرایندهای
جست‌وجو و استفاده
از اطلاعات اجتماعی
و محاوره‌ای شکل
می‌گیرند نه بر اساس
عقاید یا انگیزه‌های
فردی مدعی.

1. Targeted information seeking
2. Acquisition of personal information
3. Bates' integrated theory
4. Information Practices
5. Social structuralism
6. Informational action
7. Information Behavior
8. Tuominen
9. Talja
10. Modes
11. Active Seeking
12. Active scanning
13. Nondirected Monitoring
14. Obtaining Information by Proxy

فصلنامه

نمایه
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

رخ دهند. حالت‌ها ممکن است در دو مرحله رخ دهند: اول در زمان ارتباط با منبع اطلاعاتی توسط کسی که با آن ارتباط برقرار کرده اشاره دارد. نمونه‌های استفاده برای مثال خواندن یک متن یا فعالانه پرسیدن سؤالات دقیق است وقتی از پزشکی مشورت می‌گیرید. این مدل رشد پیچیدگی فرایند الیس را نشان می‌دهد (برای مثال راه‌هایی که تصور می‌شود منابع اطلاعاتی مختلف موجب دسترسی به الیس برای برآوردن نیازهای اطلاعاتی موقعیتی و مربوط به یک مسئله خاص) (ساولینن، ۲۰۱۰؛ به نقل از بیگدلی، خادمی و شکاری، ۱۳۹۳). مکنزی (۲۰۰۳) پژوهش‌های تجربی انجام داده است که بر گزارش‌های مشارکت‌کنندگان از فعالیت‌های خود تمرکز دارند. این مطالعات پیش‌فرض‌ها و «ملاحظات اخلاقی» مربوط به اطلاع‌یابی و استفاده از اطلاعات را روشن کرده و تأثیر این ملاحظات بر فعالیت‌های اطلاعاتی و ماهیت جست‌وجوگران را نشان می‌دهد (بیگدلی، خادمی و شکاری، ۱۳۹۳).

زمینه‌های اطلاعاتی (فیشر)

کارن فیشر^۱ (معروف به پتیگرو)^۲ و همکاران باتکیه بر مجموعه‌ای از مطالعات قوم‌شناسی مفهوم زمینه‌های اطلاعاتی^۳ را توسعه داده‌اند که مخفف زمینه حساس مکانی- زمانی الیس است. زمینه‌های اطلاعاتی ممکن است به‌عنوان محیطی موقتاً با رفتار افرادی تعریف شود که برای انجام وظیفه معین پدید آمده اما از آنجا فضایی اجتماعی به وجود می‌آید که به اشتراک‌گذاری خودبه‌خود و ناگهانی اطلاعات دامن می‌زند. به عبارت دیگر زمینه‌های اطلاعاتی تصورات ترکیبی افراد از مکان، افراد و اطلاعات هستند. نمونه‌هایی از اطلاعات روزمره شامل کلینیک‌های پزشکی، آرایشگاه‌ها، باشگاه‌ها، مراکز مراقبت روزانه، مترو، اتوبوس‌ها، کتاب‌فروشی‌ها و کتابخانه‌هاست. این دلایل نشان‌دهنده مکان‌های غنی از اطلاعات است که در آن به مردم آگاهی داده که منبع مناسب ممکن است در آنجا وجود داشته باشد.

ویژگی اصلی زمینه‌های اطلاعاتی این است که آنها می‌توانند در هر مکانی و در هر نوع موقعیت زمانی رخ دهند که بر اساس حضور افراد شکل گرفته باشد. دوم مردم در زمینه‌های اطلاعاتی برای اهداف اولیه و غیر از به اشتراک‌گذاری و اطلاع‌یابی حضور دارند. سوم تعامل اجتماعی یک فعالیت اصلی در زمینه اطلاعات است و جریان اطلاعات یک محصول جانبی است. چهارم افراد به اشتراک‌گذاری اطلاعات رسمی و غیررسمی پرداخته و جریان اطلاعات در جهات مختلف رخ می‌دهد. زمینه‌های اطلاعاتی در درجه اول نیازهای به اشتراک‌گذاری اطلاعات را برآورده می‌کنند اما از نظر

زمینه‌های اطلاعاتی ممکن است به‌عنوان محیطی موقتاً با رفتار افرادی تعریف شود که برای انجام وظیفه معین پدید آمده اما از آنجا فضایی اجتماعی به وجود می‌آید که به اشتراک‌گذاری خودبه‌خود و ناگهانی اطلاعات دامن می‌زند.

فصلنامه

نمایه پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

1. Karen Fisher
2. Pettigrew
3. Information Grounds

الیس نیز جالب هستند. درحالی که افراد اطلاعات را به اشتراک می گذارند ممکن است سؤالات مشخصی را در خصوص موضوع مورد بحث پرسند. اطلاع یابی هدفمند زمانی اتفاق می افتد که شخصی داوطلبانه با هدف به دست آوردن اطلاعات از یک منطقه اطلاعاتی بازدید کند. اطلاع یابی غیرعملی زمانی روی می دهد که شخصی بدون قصد قبلی و ناخواسته با اطلاعات مواجه می شود.

پتیگرو در تحقیقی که در زمینه به اشتراک گذاری اطلاعات و جست و جوی کلینیک پا تمرکز شد دریافت که اطلاعات روزمره فقط از پرستاران به بیماران جریان ندارد. به نظر می رسد که این دو منبع کامل اطلاعات روزانه برای بهره جویی پرستاران است. افراد متعددی در فرایند مبادله اطلاعات شرکت کرده و مشتریان اطلاعات را در انتظار درمان و پس از آن به اشتراک گذاشتند. همچنین به نظر می رسد که نیازهای اطلاعاتی به ندرت به عنوان درخواست های مستقیم بیان شده، ظرافت ویژه خود را دارند، زیرا افراد موقعیت های خود را با یکدیگر در میان گذاشته و باهم صحبت می کنند. بر این قرار به اشتراک گذاری اطلاعات ممکن است باعث اطلاع یابی گاه به گاه شود. از سوی دیگر اطلاعات ممکن است در زمینه برخورد اطلاعات نیز به اشتراک گذاشته شوند زیرا اطلاعات دریافتی از این طریق مأخذ در نظر گرفته شود. مطالعه دیگری نحوه استفاده مهاجران جدید از مهارت های مقابله ای و سواد آموزی توسط کتابخانه عمومی کوئینز نیویورک را بررسی کرد. این مطالعه نشان داد که مهاجران اطلاعات را با منظورها و مقاصد متعدد اغلب به عنوان بخشی از تعامل اجتماعی به اشتراک گذاشته و موضوعات اطلاعات می تواند کاملاً ناگهانی و همچنین از طریق چارچوب بندی موضوعات برنامه سواد منبع بیان شود. سرانجام نتیجه یک نظرسنجی از مصاحبه های تلفنی ساکنان شهر کینگ شرقی ایالات متحده نشان داد که مردم با معیارهای گوناگون زمینه اطلاعات را ترجیح می دهند. باین حال یک وجه مشترک فرصتی برای به اشتراک گذاشتن علائق یا نیازهای مشترک بود و این احساس که دیگران نیازهای آنها را درک کرده و اینکه می توان به این افراد اعتماد کرد. برای مثال یک مرکز مراقبت های بهداشتی می تواند فرصت هایی را برای صحبت با افرادی که تجربیات زندگی مشابهی دارند فراهم آورد. در جدیدترین توصیف زمینه های اطلاعاتی مفهوم با ارجاع به سه گانه اطلاعات مردم مکان مشخص می شود. به ویژه زمینه های اطلاعات یک ساختار اجتماعی تلقی شده که ریشه در ادراکات ترکیبی افراد از مکان، افراد و اطلاعات دارد. همان طور که نمونه های متعدد مطالعات اخیر نشان داد ساختار زمینه های اطلاعاتی در شکل نهایی توضیح داده نشده است. برعکس این رویکرد مداوم هم از نظر مفهومی و هم از نظر تجربی توسعه می یابد (ساولینن، ۲۰۱۰).

این مطالب مشخص می کند که بیشتر مطالعات اطلاع یابی یا رفتار اطلاع یابی در ایران و خارج از ایران برای پدیده ها، گروه ها و محیط های خاص و کاری که انجام شده

در جدیدترین
توصیف زمینه های
اطلاعاتی مفهوم با
ارجاع به سه گانه
اطلاعات مردم -
مکان مشخص
می شود. به ویژه
زمینه های اطلاعات
یک ساختار
اجتماعی تلقی شده
که ریشه در ادراکات
ترکیبی افراد از مکان،
افراد و اطلاعات
دارد.

فصلنامه

نمایه
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

و مطالعات اندکی به بررسی مدل اطلاع‌یابی یا جست‌وجوی اطلاعات در زندگی روزمره پرداخته است. در این پژوهش ما از روش پژوهش تحلیلی-توصیفی و مرور منابع استفاده کردیم و پس از بررسی ادبیات و مبانی مربوط به فرایند اطلاع‌یابی ساولینن (الیس) به مرور و معرفی چند پیشینه درباره این موضوع می‌پردازیم.

زارع (۱۳۹۱) در پایان‌نامه دکترای خود به بررسی فرایند اطلاع‌یابی زندگی روزمره اقوام پرجمعیت ساکن شهرستان اهواز پرداخته است. نتایج این پژوهش نشان داد که تفاوت‌های فرهنگی و بافت زندگی افراد ممکن است بر رفتار آنان ازجمله رفتار اطلاع‌یابی در بافت زندگی روزمره آنها تأثیرگذار باشد. همچنین استفاده اندک جامعه پژوهش از کتابخانه‌های عمومی، رسانه‌های چاپی نظیر کتاب، روزنامه و مجله در بین دو قوم مورد مطالعه یکی از نتایج این پژوهش بود. یافته‌ها همچنین نشان داد که استفاده از برنامه‌های رادیو و تلویزیون داخلی در سطحی پایین و استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای به‌ویژه ماهواره‌های خارجی در حد بالا بود. بیگدلی، خادمی و شکاری (۱۳۹۳) پس از بررسی مبانی نظری فرایند اطلاع‌یابی در زندگی روزمره به بررسی مدل‌ها و پژوهش‌های اطلاع‌یابی انجام شده در بافت الیس مانند مدل‌های ارائه شده توسط دروین (معنابخشی)، چتمن (الیس در بافت دنیای کوچک)، ویلیامسون (مدل بوم‌شناختی الیس) و مکنزی (کنش اطلاعاتی) پرداخته‌اند. نتایج این پژوهش حاکی از این است که این مدل‌ها هرکدام رویکردی به الیس داشته و شباهت‌های بسیاری با الیس دارند. نویدی (۱۳۹۴) در بررسی نقش شبکه‌های اجتماعی پیوسته در رفتار اطلاع‌یابی زندگی روزمره کاربران نشان داد شبکه‌های اجتماعی نقش‌های مختلفی را در زندگی کاربران ایفا می‌کنند ازجمله سرگرمی، آموزش، ارتباطات و تعاملات، پیگیری اخبار و مطالب موردعلاقه و روزآمد نگه داشتن کاربران ولی درعین حال با مسائل و چالش‌هایی روبه‌رو هستند که رفتار اطلاع‌یابی کاربران را تحت تأثیر قرار می‌دهند و کاربران را از جست‌وجوی هدفمند برای کسب اطلاعات موردنیاز زندگی روزمره‌شان بی‌نیاز نمی‌کنند. سعیدی (۱۳۹۵) در پایان‌نامه کارشناسی ارشد خود به بررسی رفتار اطلاع‌یابی در بافت زندگی روزمره کاربران کتابخانه‌های عمومی شهر سنندج پرداخت. یافته‌های پژوهش نشان داد که پراستفاده‌ترین مجراهای کسب اخبار و اطلاعات توسط کاربران کتابخانه‌های عمومی شهر سنندج به ترتیب تلویزیون سراسری، اینترنت، خانواده و دوستان است. کاربران از منابع چاپی و رسانه‌های گروهی داخلی در حد متوسط و از شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌های گروهی خارجی به میزان بسیار کم استفاده کردند. همچنین یافته‌های این پژوهش نشان داد که کاربران کتابخانه‌های عمومی نگرش مثبتی به نقش و حضور اطلاعات در زندگی روزمره دارند. پورموسوی و بیگدلی (۱۳۹۶) در بررسی رفتار اطلاع‌یابی زندگی روزمره و

محیط‌های اطلاعاتی ارامنه شهر تهران نشان دادند که محیط‌های اطلاعاتی و میزان استفاده از این محیط‌ها به ترتیب عبارت‌اند از منزل اقوام و دوستان، محل کار و کلیسا. همچنین ارامنه نگرش مثبتی به اطلاعات و نقش مهم آن در زندگی روزمره دارند و بیشترین استفاده از وب‌سایت‌های فارسی و شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان خارج از کشور و کمترین مورد مربوط به استفاده از برنامه‌های فارسی‌زبان رسانه ملی بود. در کنار آن بیشترین میزان کسب اطلاعات از طریق رسانه‌های مختلف مربوط به کتاب، مجله و شبکه‌های ماهواره‌ای بود و ترجیح دادن ارتباط با هم‌زبانان خود در شبکه‌های اجتماعی و بی‌توجه بودن کتابخانه‌های عمومی به فرهنگ ارامنه و نیافتن اطلاعات موردنیاز درباره تاریخ و فرهنگ ارامنه در کتابخانه‌های عمومی از دیگر یافته‌های پژوهش هستند. طاهری و بیگدلی (۱۳۹۹) در شناسایی و تحلیل رفتار اطلاع‌یابی زندگی روزمره و محیط‌های اطلاعاتی ارامنه شهر اصفهان بیان کردند که افراد تا حدودی و کاملاً موافق با استفاده از اطلاعات در زندگی روزمره بودند. همچنین تلویزیون بیشترین میزان استفاده را در مقایسه با رادیو داشت. در نتیجه با در نظر گرفتن نتایج به دست آمده و اجرای برنامه‌های مؤثر برای بهبود اطلاع‌یابی در بافت زندگی روزمره می‌توان آگاهی، فرهنگ و نگرش افراد را در مورد ارزش‌های موجود در جامعه افزایش داد.

سین^۱ (۲۰۱۵) در مطالعه‌ای با عنوان تفاوت‌های جمعیت‌شناختی دانشجویان بین‌المللی در کاربردهای منابع اطلاعاتی و چالش‌های اطلاع‌یابی روزمره نشان داد که موتورهای جست‌وجوی وب‌سایت‌های شبکه‌های اجتماعی، دوستان جدید، منابع چاپی و رسانه‌های جمعی سنتی بهترین منابع برای الیس هستند. شش دامنه اطلاعات روزمره (برای مثال اطلاعات حقوقی، مالی و توسعه شخصی) دشوارتر از یافتن اطلاعات دانشگاهی رتبه‌بندی شده است. اطلاعات نامعتبر، بی‌ربط و منسوخ از مهم‌ترین مشکل‌ها بودند. از نظر آماری تفاوت‌های سبک حل مسئله (به‌ویژه در خرده مقیاس اعتماد به نفس در حل مسئله) از تفاوت‌های سطح مطالعه جنسیت درخور توجه بود. تفاوت‌های چشمگیری در مطالعه جنسیت پیدا شد. برای مثال دانشجویان پسر در مقطع کارشناسی بیشتر تحت تأثیر تمایل آنها به پرسیدن سؤالات شخصی قرار گرفتند. سرانجام در مورد پیامدهای آموزش سواد اطلاعاتی بحث شد. لودون، بوشانان و راسون^۲ (۲۰۱۵) در مطالعه‌ای با عنوان رفتارهای اطلاع‌یابی زندگی روزمره نخستین بار مادران، به این دلیل که آنها با نیازهای جدید، درخور توجه و مبرم اطلاعاتی روبه‌رو می‌شوند که در کنار مسئولیت‌های جدید آنها به وجود می‌آیند، نشان دادند مادران

فصلنامه

نمایه
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

۱۳۴

1. Sin

2. Loudon, Buchanan & Ruthven

به‌ویژه تجربی بودن اطلاعات دریافتی از همسالان یا اعضای خانواده را بسیار ارزشمند می‌دانستند و باین‌حال ترس از قضاوت در استفاده آنها از منابع بین فردی، چه از طریق آنلاین و چه از طریق آفلاین نیز تأثیرگذار بود. گزارش آنها از اطلاع‌یابی حاوی مواردی از سردرگمی، تنش، درگیری و اضافه‌بار اطلاعات بود. آنها با احساس تحت فشار قرار گرفتن «مادران خوب»، نیازهای اطلاعاتی دیگران، از جمله متخصصان مراقبت‌های بهداشتی را دریغ می‌کنند. ماوبی، فاستروالیس^۱ (۲۰۱۵) در مطالعه‌ای با عنوان اطلاع‌یابی زندگی روزمره درباره محیط، اطلاعات یک‌بارمصرف نشان دادند که مفهوم نوع جدیدی از اطلاعات - اطلاعات یک‌بارمصرف - پدید آمده است. نوع جدیدی از رفتار اطلاع‌یابی نیز برای اطلاعات یک‌بارمصرف در اینجا پیشنهاد شده است اطلاع‌یابی یک‌بارمصرف. اطلاعات یک‌بارمصرف وظیفه خاصی است و احتمالاً یک فرد فقط یک بار به آن نیاز پیدا می‌کند و باعث می‌شود الگوهای مختلف رفتار اطلاع‌یابی زندگی روزمره ظهور کند. در نهایت افراد فقط در صورت درک ارزش مداوم یا ادامه استفاده از آن آمادگی لازم برای به‌دست‌آوردن اطلاعات باکیفیت را دارند. کولاریچ، کول و استریسویچ^۲ (۲۰۱۸) در پژوهشی با عنوان رفتار اطلاع‌یابی نوجوانان در تصمیم‌گیری زندگی روزمره عنوان کردند نحوه تعامل نوجوانان با اطلاعات هنگام تصمیم‌گیری بر نتایج تصمیم تأثیر می‌گذارد و در نتیجه زندگی آنها را تحت تأثیر قرار می‌دهد. یافته‌ها مشخص می‌کند که تحقیق در مورد موضوع تصمیم‌گیری در حوزه علم اطلاعات کم است. مطالعات کمی روی رفتار اطلاعاتی نوجوانان به‌ویژه برای تصمیم‌گیری در زندگی روزمره تمرکز دارند و آنها فقط یک وضعیت تصمیم‌گیری خاص را در نظر می‌گیرند. این کار نشان می‌دهد که نوجوانان هنگام تصمیم‌گیری در زندگی روزمره طیف وسیعی از رفتار اطلاعاتی را به کار می‌گیرند اعم از فعال و منفعل؛ اطلاع‌یابی، کسب اطلاعات منفعل که شامل جست‌وجو و توجه منفعل می‌شوند، رویکرد جامعه، به تعویق انداختن اطلاع‌یابی و جلوگیری از اطلاعات است. آنها از منابع مختلف اطلاعاتی استفاده می‌کنند و انتخاب منبع به عوامل داخلی و خارجی بستگی دارد. آنها با موانعی روبه‌رو هستند که مانع جست‌وجوی اطلاعات می‌شوند و از اطلاعات برای افزایش دانش در مورد موقعیت‌های تصمیم‌گیری استفاده می‌کنند و بنابراین به فرایند تصمیم‌گیری کمک می‌کنند. رفتار اطلاعاتی نوجوانان در این زمینه با تجارب احساسی همراه است. برهمند و همکاران^۳ (۲۰۱۹) در مطالعه‌ای با عنوان درک رفتار اطلاع‌یابی زندگی روزمره در زمینه کنار آمدن با دردهای روزمره: یک مطالعه نظری مبتنی بر دانش آموزان دختر که مطالعه اطلاع‌یابی در زندگی روزمره (الیس) در زمینه‌های مختلف به توسعه مفهومی آن کمک می‌کند. نتایج نشان داد

کولاریچ، کول و
استریسویچ (۲۰۱۸)
در پژوهشی عنوان
کردند نحوه تعامل
نوجوانان با اطلاعات
هنگام تصمیم‌گیری
بر نتایج تصمیم تأثیر
می‌گذارد و در نتیجه
زندگی آنها را تحت
تأثیر قرار می‌دهد.

فصلنامه

نمایه
پژوهشدوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

۱۲۵

1. Mawby, Foster & Ellis
2. Kolaric, Cool & Stricevic
3. Barahmand et al

که الیس در کنار آمدن با در دسرهای روزانه یک پدیده چندبعدی است که توسط ویژگی‌های افراد و هنجارها و ارزش‌های فرهنگی-اجتماعی افراد به دست می‌آید. سه رده اصلی به عنوان عوامل تعیین‌کننده الیس پدیدار شدند؛ یعنی وضعیت هنجاری در دسرهای روزانه، وضعیت هنجاری منابع اطلاعاتی و ویژگی‌های فرد. دو رده اصلی به عنوان ابعاد الیس ظاهر شد که نوع و راهبرد عمل بود. نتایج این مطالعه ممکن است به توسعه مفهومی الیس کمک کند و ممکن است نشان دهد که چگونه و در چه شرایطی ابعاد الیس ظهور می‌کند. همچنین ممکن است یافته‌ها به عنوان پایه‌ای برای توسعه خدمات اطلاعاتی و مداخله‌ای در زمینه کنار آمدن با در دسرهای روزانه استفاده شود. چوی^۱ (۲۰۱۹) در پژوهشی با عنوان رفتار اطلاعات سلامت افراد مسن در محیط‌های زندگی روزمره با استفاده از مدل اطلاع‌یابی زندگی روزمره (الیس) داده‌های مصاحبه نشان داد که به جز ارائه‌دهندگان مراقبت‌های بهداشتی از همسر یا شریک زندگی به عنوان یک منبع معتبر و بین‌المللی اطلاعات سلامت در میان افراد مسن در یک رابطه زناشویی یا عاشقانه نام برده شده است. ویژگی‌های رفتار اطلاعات سلامت افراد مسن در زمینه الیس بر اساس نوع شیوه زندگی و تسلط بر زندگی مشخص شد. برای مثال کسانی که سرگرمی‌های متنوعی از جمله سرگرمی‌های شناختی، عاطفی و اجتماعی داشتند هنگام انجام کارهای روزمره در معرض افراد متنوعی قرار گرفتند که بالقوه منابع مختلفی از اطلاعات مفید سلامت را در پی داشتند. در روابط زوجین کسانی که با نگرش بدبینانه در مورد وضعیت حل مسئله مخالف‌اند خوش بین هستند نه در نقش گیرنده اطلاعات بلکه نقش ارائه‌دهنده اطلاعات را بازی می‌کنند. ژو و دو^۲ (۲۰۲۰) در مطالعه‌ای با عنوان بررسی اطلاع‌یابی روزمره اقلیت‌های قومی با جمعیت اندک در چین تأیید کردند که می‌توان از نظریه چمن درباره زندگی در دوردست برای درک ویژگی‌ها و سنت‌های منحصربه‌فرد قومی استفاده کرد. درک ویژگی‌ها و سنت‌های منحصربه‌فرد قومی همچنین ممکن است به سازمان‌های دولتی، بنیادها و سازمان‌های اجتماعی کمک کند تا موانع و چالش‌های اقلیت‌های قومی با جمعیت اندک در زندگی روزمره خود را مفید و مؤثر شناسایی کنند.

نتیجه‌گیری

در این مطالعه به بررسی مدل اطلاع‌یابی ساو لینن یا رفتار اطلاع‌یابی در زندگی روزمره (الیس) در بافت محیط مبادرت شد که شامل مفاهیم اساسی آن است. با توجه به تحلیل و توصیف ادبیات مربوط به مفهوم الیس در مطالعات مختلف که در قسمت

فصلنامه

نمایه
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

۱۲۶

پیشینه ذکر شدند و همچنین در مطالعه متون مربوط به رفتار اطلاع‌یابی نشان از این بود که تفاوتی بین آنها وجود دارد که گویی نوعی مرزبندی است که مطالعات رفتار اطلاع‌یابی مربوط به محیط، بافت یا زمینه کاری را از غیرکاری جدا کرده است؛ یعنی بیشتر مطالعات رفتار اطلاع‌یابی در مورد گروه‌ها و صنف‌های مختلف انجام شد که در محیط‌های کاری و دانشگاهی بوده است و انواع منابع، فضا و اطلاعاتی که از آن صحبت می‌شود تقریباً مشخص است؛ اما این مرزبندی مربوط به رفتار اطلاع‌یابی در زندگی روزمره کارآسان و مشخصی نیست. این رویکرد در مقابل تحقیقاتی به وجود آمد که تنها به نیازهای اطلاعاتی دانشگاهی توجه می‌کرد.

ساولینن در محیط کاری به رفتار اطلاع‌یابی در زندگی روزمره با بررسی نیازها، جست‌وجو و استفاده از اطلاعات توجه کرد و این در جهت فعالیت‌های مهم با کارها همراه بود که به دهه ۱۹۷۰ برمی‌گردد که به اطلاع‌یابی شهروندی نیز معروف شد. این موضوع نشان می‌دهد که افراد برای رفع نیازهای اطلاعاتی به منابع غیررسمی روی می‌آورند یا به ندرت برای حل مشکل مربوط به فعالیت‌های روزمره از کانال‌هایی استفاده می‌کنند که زیاد رسمی نباشد. این رویکرد به نگاه فرد در روش‌های اطلاع‌یابی در بافت زندگی روزمره توجه دارد که در مطالعات کیفی نگاه جدید را به خود جلب کرده است. از طرف دیگر هم موضوعات اطلاع‌یابی مربوط به کاری و غیر کاری تمایل دارند باهم هم‌پوشانی داشته باشند و از این نظر در خدمت اهداف رسمی یا حرفه‌ای و تلاش فرد در کانال‌های مربوط متمایز از یکدیگر باشند. برای روشن شدن ویژگی‌های اطلاع‌یابی غیرکاری به مفاهیم خاص خود نیاز است برای مثال ممکن است در یک سؤال اساسی کانال‌هایی که افراد دانشگاهی از آنها استفاده می‌کنند در مطالعه اطلاع‌یابی کاری برای فرد به منظور یافتن اطلاعات جدید و موردنیاز مفید نباشد.

بنابراین مفهوم اطلاع‌یابی زندگی روزمره یا غیرکاری در بافت محیط با گستردگی تعریف شده است و به کسب عناصر اطلاعاتی گویا و روشن در زندگی روزمره افراد که مستقیماً با انجام وظایف کاری مرتبط نیست و این اطلاع‌یابی ممکن است در زمینه‌های مختلف زندگی روزمره همراه باشد که افراد با روش‌هایی بر این مشکل‌ها نظارت می‌کنند و برای حل آن به دنبال اطلاعات خاص می‌گردند. ارتباط منابع و کانال‌های مختلف اطلاعاتی بر اساس آشنایی و اثربخشی آنها که در موقعیت‌های مختلف استفاده می‌شوند ارزیابی می‌گردند؛ زیرا این منابع و کانال‌های اطلاعاتی از نظر زندگی روزمره برای افراد آشنا یا ناآشنا تلقی می‌شوند در شرایط خاص به عنوان مسئله‌های بدیهی و طبیعی هستند. از طرف دیگر هم الیس به عنوان اطلاع‌یابی موقعیتی اشاره کرد که افرادی ممکن است با اطلاعاتی در شرایط متفاوت روبه‌رو شوند و افرادی دیگر در کارهای روزمره به دنبال اطلاعات خاص دیگر.

افراد برای رفع

نیازهای اطلاعاتی به

منابع غیررسمی روی

می‌آورند یا به ندرت

برای حل مشکل

مربوط به فعالیت‌های

روزمره از کانال‌هایی

استفاده می‌کنند که

زیاد رسمی نباشد.

فصلنامه

نمایه
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

منابع و مآخذ

- احمدی، حمید و شیوا یاور (۱۳۹۳). مروری بر متون اطلاع‌یابی در ایران. **پژوهشنامه پردازش و مدیریت اطلاعات**، شماره ۳۰: ۱۹۷-۱۷۳.
- اسپینک، آماندا (۱۳۹۳). **رفتار اطلاعاتی: یک غریزه تکاملی**. ترجمه زاهد بیگدلی، فاطمه رفیعی نسب، ابراهیم آقازاده اصل، راضیه حسن زاده، رضوان کیان پور و سارا طوماری. تهران: کتابدار.
- بیگدلی، زاهد، روح‌الله خادمی و محمدرضا شکاری (۱۳۹۳، آبان). مروری بر فرایند اطلاع‌یابی انسان در زندگی روزمره. ارائه شده در **اولین همایش ملی تعامل انسان و اطلاعات**. ایران، تهران.
- بیگدلی، زاهد و زهرا پورموسوی (۱۳۹۶). بررسی رفتار اطلاع‌یابی زندگی روزمره و محیط‌های اطلاعاتی ارامنه شهر تهران. **تعامل انسان و اطلاعات**، شماره ۴: ۶۳-۵۲.
- تومینن، کیمو، سانا تالجا و ریچو ساویلین (۱۳۸۷). **نظریه‌های رفتار اجتماعی در مورد عملیات اطلاعاتی در نظریه‌های رفتار اطلاعاتی**. ترجمه لیلا مکتبی فرد، فیروزه زارع فراشبندی، محسن حاجی زین‌العابدینی و غلام حیدری. تهران: کتابدار.
- تیدلاین، تونیا (۱۳۸۷). **معنابخشی دروین در نظریه‌های رفتار اطلاعاتی**. ترجمه لیلا مکتبی فرد، فیروزه زارع فراشبندی، محسن حاجی زین‌العابدینی و غلام حیدری. تهران: کتابدار.
- داورپناه، محمدرضا (۱۳۸۱). **جست‌وجوی اطلاعات علمی و پژوهشی در منابع چاپی و الکترونیکی**. تهران: دبیزش.
- داورپناه، محمدرضا (۱۳۸۶). **ارتباط علمی: نیاز اطلاعاتی و رفتار اطلاع‌یابی**. تهران: دبیزش؛ چاپار.
- زارع، امین (۱۳۹۱). «بررسی فرایند اطلاع‌یابی در بافت زندگی روزمره با تأکید بر نظریه زندگی در چرخه: مطالعه‌ای پیرامون اقوام پرجمعیت ساکن شهرستان اهواز». پایان‌نامه دکتری دانشگاه شهید چمران اهواز.
- ساویلین، ریچو (۱۳۸۷). **اطلاع‌یابی در زندگی روزمره در نظریه‌های رفتار اطلاعاتی**. ترجمه لیلا مکتبی فرد، فیروزه زارع فراشبندی، محسن حاجی زین‌العابدینی و غلام حیدری. تهران: کتابدار.
- سعیدی، ژیلا (۱۳۹۵). «بررسی رفتار اطلاع‌یابی در بافت زندگی روزمره کاربران کتابخانه‌های عمومی شهر سنج». پایان‌نامه کارشناسی ارشد علم اطلاعات و دانش‌شناسی. دانشگاه رازی کرمانشاه.
- طاهری، بهجت و زاهد بیگدلی (۱۳۹۹). شناسایی و تحلیل رفتار اطلاع‌یابی زندگی روزمره و محیط‌های اطلاعاتی ارامنه شهر اصفهان. **مطالعات کتابداری و علم اطلاعات**، شماره ۱۲: ۴۸-۳۵.

منصوریان، یزدان (۱۳۹۳). نظریه فقر اطلاعاتی الفردا چتمن. *ماهنامه کرسی*، شماره ۱۱: ۱۲-۶
نویدی، فاطمه (۱۳۹۴). نقش شبکه‌های اجتماعی پیوسته در رفتار اطلاع‌یابی زندگی روزمره
کاربران. *تعامل انسان و اطلاعات*، شماره ۲: ۵۸-۵۰.

ویلیامسون، کرسی (۱۳۸۷). *نظریه بوم‌شناختی رفتار اطلاعاتی انسان در نظریه‌های رفتار
اطلاعاتی*. ترجمه لیلا مکتبی فرد، فیروزه زارع فراشبندی، محسن حاجی زین‌العابدینی و
غلام حیدری. تهران: کتابدار.

هرزبرگر، جولی (۱۳۸۷). *فقر اطلاعاتی در نظریه‌های رفتار اطلاعاتی*. ترجمه غلام حیدری،
فیروزه زارع فراشبندی، محسن حاجی زین‌العابدینی و لیلا مکتبی فرد. تهران: کتابدار.

Antonovsky, Aaron. (1987). *Unraveling the mystery of health: How people
manage stress and stay well*. San Francisco, CA: Jossey-Bass.

Barahmand, N. et al. (2019). Understanding everyday life information seeking behavior in
the context of coping with daily hassles: A grounded theory study of female students.
Library & Information Science Research, 41 (4): 68-82

Bourdieu, Pierre. (1984). *Distinction. A social critique of the judgement of taste*.
London: Routledge.

Chatman, E.A. (1996). The impoverished life-world of outsiders. *J. Am. Soc. Inf. Sci*,
47 (3): 193-206.

Choi, W. (2019). Older adults' health information behavior in everyday life settings.
Library & Information Science Research, 41 (4): 104-120

Dalrymple, P.W. (2001). A quarter century of user-centered study: The impact of Zweig
and Dervin on Library Information Science research. *Libr. Inf. Sci. Res.* 23 (2): 155-
165.

Dervin, B. et al (1976). The development of strategies for dealing with the information
needs of urban residents. Phase. I: Citizen Study. Washington, DC: U.S. Department
of Health, Education and Welfare, Office of Education, Office of Libraries and
Learning Resources.

Dervin, Brenda, & Nilan, Michael. (1986). Information needs and uses. In M.E. Williams
(Ed.), *Annual Review of Information Science and Technology*, Vol. 21 (pp. 3-33).
White Plains, NY: Knowledge Industry Publications.

Eramets & Harri. (1990). *Media distinction: An empirical study of uses of the mass
media, social classes and the ways of life*. Helsinki, Finland: University of
Helsinki Finland. [PhD diss.]

- Eriksson-Backa, K. (2003). *Sickness and in Health—How Information and Knowledge Are Related to Health Behavior*; ÅboAkademi University Press: Åbo, Finland
- Fisher, K.E. Durrance, J.C. Hinton, M.B. (2004). Information grounds and the use of need-based services by immigrants in Queens, New York: A context-based, outcome evaluation approach. *J. Am. Soc. Inf. Sci.* 55 (8):754–766.
- Fisher, K.E. Naumer, C.M (2006). Information grounds: Theoretical basis and empirical findings on information flow in social settings. In *New Directions in Human Information Behavior*, Spink, A. Cole, C. Eds. Springer: Dordrecht, 93–111.
- Kolaric, A. Cool, C. & Stricevic, I. (2018). Adolescent information behavior in everyday life decision making. *Information Literacy Online*, 61 (1): 83–125
- Loudon, K., Buchanan, S. & Ruthven, I. (2016). The everyday life information seeking behaviors of first-time mothers. *Journal of Documentation*, 72 (1): 24–46.
- Mawby, J. Foster, A. & Ellic, D. (2015). Everyday life information seeking behavior in relation to the environment: Disposable information? *Library Review*, 64 (6,7):468–479
- McKenzie, P.J. (2003). A model of information practices in accounts of everyday life information seeking. *J. Doc*, 59 (1): 19–40.
- Savolainen, Reijo (1995). Everyday life information seeking: Approaching information seeking in the context of way of life. *Library & information science research*, 17 (3): 259–294
- Sin, S.-C. J. (2015). Demographic differences in International students' information source Uses and everyday information seeking challenges. *The journal of academic librarianship*, 41 (4), 466–474.
- Wilson, T.D. (2000). Human information behavior. *Inf. SCI.* 3 (2), 49–56.
- Zhu, M. Du, Y. (2020). Exploring everyday information seeking of ethnic minorities with small populations in China. *Library & Information Science Research*, 42 (4): 75–94

ارزیابی به کارگیری مؤلفه های کتابخانه سبز در کتابخانه های دانشگاهی

- فاطمه رضایی منش^۱
- محسن حاجی زین العابدینی^۲
- امیررضا اصنافی^۳

چکیده

مهم ترین هدف کتابخانه دانشگاهی ارائه خدمات و اشاعه اطلاعات در راستای برآوردن نیازهای اطلاعاتی آحاد جامعه دانشگاهی و نهایتاً ارتقای کیفی دانشگاه هاست. بدیهی است موفقیت هرگونه برنامه ریزی در ارائه خدمات کتابخانه دانشگاهی به شناخت دقیق نیازهای اطلاعاتی جامعه دانشگاهی بستگی دارد. به عبارت دیگر باید در نظر داشت که چه اطلاعاتی می تواند به امر یادگیری، تعلیم و پژوهش کمک کند و کتابخانه چگونه می تواند این اطلاعات را تأمین نماید. به عقیده بسیاری از کارشناسان، اصلاح روند بحران محیط زیست، درگرو اصلاح آموزه های انسان و تغییر در نگرش، بینش و دانش انسان ها درمورد سرنوشت خود و محیط پیرامون است. ازاین رو، آگاه سازی عمومی و آموزش جامعه درزمینه محیط زیست، برای ادامه حیات بشر امری مهم است. کتابخانه دانشگاهی می تواند طیف وسیعی از خدمات گوناگون از قبیل آموزش استفاده کنندگان، امانت، مرجع، امانت بین کتابخانه ای، آگاهی رسانی جاری، اشاعه اطلاعات گزیده، تکثیر مواد، ترتیب جلسات سخنرانی درزمینه های مربوط به خدمات کتابخانه، ایجاد پایگاه های اطلاعاتی، خدمات کتاب شناختی و کاوش پیوسته را به جامعه دانشگاهی عرضه نماید. فضا یکی از اساسی ترین عناصر کتابخانه دانشگاهی محسوب می شود و می تواند نقش تعیین کننده ای در موفقیت و شکست برنامه های آن داشته باشد. به عبارت دیگر میان فضای مناسب کتابخانه و میزان بهره گیری از خدمات آن رابطه مستقیمی وجود دارد و مطالعه و پژوهش در محلی راحت، آرام، دلپذیر، جذاب و دسترس پذیر که لازمه هر کانون علمی و فرهنگی است، نتایج پربار فراوانی به دنبال دارد. ازاین رو امروزه به منظور افزایش سودمندی عملکرد و خدمات این کتابخانه ها برای دانشجویان و پژوهشگران لازم است به سوی توسعه پایدار و فرایند سبز شدن گام بردارند. این مقاله با بهره گیری از مرور متون و منابع، به کارگیری مؤلفه های کتابخانه سبز را در کتابخانه های دانشگاهی مطالعه و بررسی کرده است.

واژه های کلیدی: کتابخانه سبز، کتابخانه دانشگاهی، توسعه پایدار، محیط زیست

فصلنامه

نمایه پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

۱۳۱

۱. دانشجوی کارشناسی ارشد علم اطلاعات و دانش شناسی دانشگاه شهید بهشتی

(rezacimaneshfatemeh@gmail.com)

۲. عضو هیئت علمی گروه علم اطلاعات و دانش شناسی دانشگاه شهید بهشتی (zabedini@gmail.com)

۳. عضو هیئت علمی گروه علم اطلاعات و دانش شناسی دانشگاه شهید بهشتی (aasnaf@gmail.com)

مقدمه

توسعه پایدار را برای اولین بار کمیسیون جهانی محیط زیست و توسعه این گونه تعریف کرد: «نیازهای نسل فعلی را بدون ایجاد اشکال در توانایی نسل های آینده در برآوردن احتیاجات خود تأمین می کند» (زاهدی و نجفی، ۱۳۸۵، ۴۹). فدراسیون بین المللی انجمن ها و مؤسسات کتابداری (ایفلا) نیز در بیانیه خود در گلاسکو (۲۴ آگوست ۲۰۰۲) به نقش کتابخانه در توسعه پایدار پرداخت. در این بیانیه ایفلا به نقش آموزشی کتابخانه ها در جوامع اطلاعاتی اشاره کرده و خدمات کتابداری و اطلاع رسانی را به عنوان دروازه ای برای دستیابی به دانش و فرهنگ و حامی یادگیری مادام العمر برای توسعه فرهنگی می داند (عرفان منش و حسینی، ۱۳۹۳).

نقش کتابخانه های دانشگاهی به عنوان بخشی از نظام آموزش عالی، مرکز گردآوری و انتقال اطلاعات علمی و کانون تأمین امکانات تحقیق برای پژوهشگران و توسعه علوم محرز است؛ اما ایفای این نقش به میزان کارایی خدمات این کتابخانه ها بستگی دارد. به عبارت دیگر مهم ترین هدف کتابخانه دانشگاهی ارائه خدمات و اشاعه اطلاعات در راستای برآوردن نیازهای اطلاعاتی آحاد جامعه دانشگاهی و نهایتاً ارتقای کیفی دانشگاه هاست. بدیهی است موفقیت هرگونه برنامه ریزی در ارائه خدمات کتابخانه دانشگاهی به شناخت دقیق نیازهای اطلاعاتی جامعه دانشگاهی بستگی دارد. به عبارت دیگر باید در نظر داشت که چه اطلاعاتی می تواند به امربادگیری، تعلیم و پژوهش کمک کند و کتابخانه چگونه می تواند این اطلاعات را تأمین نماید.

به عقیده بسیاری از کارشناسان، اصلاح روند بحران محیط زیست، درگرو اصلاح آموزه های انسان و تغییر در نگرش، بینش و دانش انسان ها درباره سرنوشت خود و محیط پیرامون است. از این رو، آگاه سازی عمومی و آموزش جامعه در زمینه محیط زیست، برای ادامه حیات بشر امری مهم است (علوی، ۱۳۹۲).

فضا یکی از اساسی ترین عناصر کتابخانه دانشگاهی محسوب می شود و می تواند نقش تعیین کننده ای در موفقیت و شکست برنامه های آن داشته باشد. به عبارت دیگر میان فضای مناسب کتابخانه و میزان بهره گیری از خدمات آن رابطه مستقیمی وجود دارد و مطالعه و پژوهش در محلی راحت، آرام، دلپذیر، جذاب و دسترس پذیر که لازمه هر کانون علمی و فرهنگی است، نتایج پربار فراوانی به دنبال دارد. از این رو امروزه به منظور افزایش سودمندی عملکرد و خدمات این کتابخانه ها برای دانشجویان و پژوهشگران لازم است به سوی توسعه پایدار و فرایند سبز شدن گام بردارند (حقیقی، ۱۳۷۳).

توسعه پایدار

توسعه پایدار، توسعه ای است که نیازهای فعلی را بدون خدشه دار کردن توانایی نسل آینده برآورد ساخته، پاسخگوی نیازهای خود نیز باشد. در این تعریف حق هر نسل در برخورداری از همان مقدار سرمایه طبیعی که در اختیار دیگر نسل ها قرار داشته به

به عقیده بسیاری از کارشناسان، اصلاح روند بحران محیط زیست، درگرو اصلاح آموزه های انسان و تغییر در نگرش، بینش و دانش انسان ها درباره سرنوشت خود و محیط پیرامون است. از این رو، آگاه سازی عمومی و آموزش جامعه در زمینه محیط زیست، برای ادامه حیات بشر امری مهم است.

فصلنامه

نمایه پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

رسمیت شناخته شده و استفاده از سرمایه طبیعی در حد بهره آن (نه اصل آن که موجب نابودی سرمایه طبیعی است) مجاز شمرده شده است. به عبارت دیگر توسعه پایدار در بهره‌برداری از داده‌های طبیعی محدود به حد بازتولید و جبران آنهاست.

در غیر این صورت موازنه منفی در بهره‌برداری از سرمایه طبیعی به کاهش تدریجی آن می‌انجامد و توسعه را ناپایدار می‌کند. این همان وضعیتی است که توسعه کنونی باتکیه بر رشد اقتصادی به وجود آورده است (زیاری، ۱۳۷۸)؛ و این امر با ارتقای سطح زندگی و تصمیم‌گیری‌های درست قابل انجام است.

در ارزیابی توسعه پایدار مسائل محیط‌زیستی در اولویت جای دارند و ارزیابی جنبه‌های اقتصادی و اجتماعی پایداری، بسیار پیچیده به نظر می‌رسند. مسائل محیط‌زیستی از جانب دیگر، به دلیل تهدید فوری گرم شدن کره زمین، به طور فزاینده‌ای راهبردهای مربوط به آن را تحت تأثیر قرار داد و این می‌تواند ضرورت توجه به توسعه پایدار را هم آشکار کند. در نتیجه متداول‌ترین قوانین محیط‌زیستی و سیستم‌های رتبه‌بندی و مقررات ساختمان و ساخت‌وساز، بیشتر به مصرف انرژی و نصب و راه‌اندازی فناوری‌های جدید پرداخته است تا بررسی جنبه‌های اجتماعی و اقتصادی آن.

نقش اطلاعات و کتابخانه‌ها در توسعه پایدار

امروزه اطلاعات ابزار اقتدار و قدرت است چراکه همه سطوح جامعه نیازمند اطلاعات است. به عبارت دیگر آنچه باعث ایجاد تمایز، تحول و پویایی و تعیین سطح جوامع مختلف می‌شود میزان اطلاعاتی است که تولید، دسترس‌پذیر یا به کار می‌گیرند. بنابراین دانش کلید اصلی توسعه پایدار محسوب می‌شود. پیشرفت‌های جدید در عرصه فناوری رایانه‌ای و ارتباطات از راه دور نقش کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی را در سراسر جهان متحول کرده است و آنها را به عنوان مهم‌ترین ارکان توسعه پایدار مطرح نموده است (اختر و ملسه، ۱۹۹۴).^۱ از پژوهشگران علوم انسانی بیان می‌دارند که خدمات اطلاعاتی ارائه‌شده توسط مراکز اطلاع‌رسانی ضامن توسعه پایدارند. فرایند توسعه پایدار عزم ملی و مشارکت تمامی نهادهای اجتماعی را طلب می‌کند. یکی از نهادهایی که به نظر می‌رسد می‌تواند نقش عمده‌ای در ایجاد توسعه پایدار داشته باشد کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی است (سالاری، ۱۳۸۱).

کتابخانه‌ها از جنبه‌های مختلف در شکل‌گیری و تسریع روند توسعه پایدار در جامعه و ترویج فرهنگ حفظ محیط‌زیست نقش بسیار مهمی دارند. عواملی نظیر یک نظام اقتصادی، فرهنگی و سیاسی مطلوب و وجود نیروی انسانی متخصص از شرایط نائل شدن به توسعه پایدار در جامعه است. اگر بر این باور باشیم که کتابخانه‌ها به‌ویژه کتابخانه‌های دانشگاهی به عنوان یک نهاد اجتماعی، رسالت ساختن تمدن جهانی با

آنچه باعث ایجاد
تمایز، تحول و
پویایی و تعیین
سطح جوامع مختلف
می‌شود میزان
اطلاعاتی است که
تولید، دسترس‌پذیر
یا به کار می‌گیرند.
بنابراین دانش کلید
اصلی توسعه پایدار
محسوب می‌شود.

فصلنامه

نمایه
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

۱۳۳

نظم متعالی را به عهده دارند سخنی به‌گراف نگفته‌ایم (کرایست، ۱۳۶۵). کتابخانه‌ها به‌عنوان یکی از ارکان توسعه در نظر گرفته می‌شوند. به‌طورکلی، نهادهای فرهنگی و زمینه‌ای برای تقویت برنامه‌های فرهنگی و اجتماعی و به‌عنوان ساختاری اجتماعی نقش به‌سزایی در توسعه ایفا می‌کنند و توجه به آنها احتمال موفقیت در برنامه‌های توسعه را افزایش خواهد داد (ساور، ۱۳۸۶). شورای عالی انقلاب فرهنگی جمهوری اسلامی ایران نیز در سند نقشه جامع علمی کشور راهبردهایی را برای توسعه پایدار با تأکید بر نقش کتابخانه‌ها در نظر گرفته است. در بند دوم راهبرد کلان ۲، توسعه فرهنگ مطالعه و تحقیق و یادگیری مادام‌العمر در سطح عموم برای توسعه اجتماعی و بهبود زندگی را به‌عنوان راهبرد ملی معرفی کرده و همچنین افزایش دسترسی به منابع علمی از طریق گسترش کتابخانه‌های عمومی و مجازی در مناطق مختلف و حمایت از تولید و انتشار این منابع همسو با نظام علم، فناوری و نوآوری را جزء اقدامات ملی در این راهبرد دانسته است (نقشه جامع علمی کشور، ۱۳۹۰: ۵۹-۲۹).

کتابخانه سبز

کتابخانه‌ها یکی از نهادهای اجتماعی هستند که وظیفه آموزش در جامعه بر عهده دارند، همچنین آنها با رصد چالش‌های جوامع خود، سعی در کمک به حل مشکلات و ایفای نقش در بهبود آنها داشته‌اند. «جنبش کتابخانه‌های سبز» در نتیجه درگیری‌های زیست‌محیطی کتابخانه‌ها بوده و در دهه ۱۹۹۰ شکل گرفت. نگرانی اصلی این جنبش کاهش تأثیرات زیست‌محیطی کتابخانه‌ها بر محیط‌زیست بوده است (کوربانوگلو و بوستونی، ۲۰۱۴: ۴۷ به نقل از آنتونلی، ۲۰۰۸).

با توجه به تعریف دایره‌المعارف کتابداری و اطلاع‌رسانی کتابخانه سبز، کتابخانه‌ای است که در آن با به کار بستن تدبیرهای مناسب تأثیرات منفی بنا و فعالیت‌های کتابخانه بر محیط‌زیست طبیعی به حداقل می‌رسد. مهم‌ترین این تدبیرها تعیین محل مناسب برای ساختمان، استفاده از مصالح طبیعی و فرآورده‌های تجزیه‌پذیر در بنا، تهیه تجهیزات کمتر آسیب‌رسان، صرفه‌جویی در مصرف آب، انرژی و مواد (از جمله کاغذ) و بازیافت پسماند است (قربانی، ۱۳۹۶). به‌کارگیری مؤلفه‌های کتابخانه سبز سابقه‌ای طولانی دارد از مصادیق آن می‌توان به دسترسی آنلاین به فهرست عمومی (OPAC) که جایگزین فهرست چاپی شده است و جنبش علمی دسترسی آزاد یعنی دسترسی آنلاین، فوری، دائمی و رایگان به متن کامل مقالات داوری‌شده اشاره کرد. به عقیده هاوک^۲ کتابخانه‌ها نهادهایی هستند که علاوه بر پرداختن به ساختمان سبز دارای یک

کتابخانه سبز،
کتابخانه‌ای است که
در آن با به کار بستن
تدبیرهای مناسب
تأثیرات منفی بنا
و فعالیت‌های
کتابخانه بر
محیط‌زیست طبیعی
به حداقل می‌رسد.

فصلنامه

نمایه
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

۱۳۴

1. Christ

2. Kurbanoglu & Boustany

3. Hauke

مأموریت سبز نیز هستند که در آن وظیفه آموزش و پیاده‌سازی سبک زندگی سبز را بین مردم دارند. اصلاح کتابخانه سبز نیز باید شامل هر کتابخانه‌ای شود که از طریق آموزش، عملیات و حوزه‌های تبلیغاتی پایداری را ترویج می‌دهد. درحالی‌که همه کتابخانه‌های موجود فرصت ساخت یک ساختمان جدید ندارند، بسیاری از آنها فرصت‌هایی را برای رفتار سازگار با محیط‌زیست به وجود آورده‌اند (هاوک، ۲۰۱۵).

معیارهای ارزیابی و مؤلفه‌هایی هم برای این اساس برای کتابخانه سبز و ساختمان سبز تدوین شده است که در ادامه به توضیح آنها پرداخته می‌شود.

۱. داشتن تفکر و فرهنگ سبز

یعنی رفتارهای سبز و زیست محیطانه از اساس باید مبتنی بر جهان‌بینی‌ای باشند که سبزبودن از ارکان بنیادین آن به شمار آید. به این معنا که در همه شئونی که به کتابخانه و مدیریت آن باز می‌گردد، چه از زمان شکل‌گیری و چه در زمان ارائه خدمات نهایی، در کنار همه اصول و چارچوب‌هایی که ترسیم می‌شود، عنصری به نام تفکر سبز، حضوری دائمی داشته باشد (حاجی زین العابدینی، ۱۳۹۹).

مهم‌ترین راه نجات کره زمین از نابودی و مبارزه با پدیده تخریب محیط‌زیست ایجاد تحول در فرهنگ بهره‌برداری، مصرف و رشد و اعتلای فرهنگ در جامعه است، فرهنگی که با بسط تفکر انتقادی و حضور آزاد و مشارکت همگان در راه توسعه پایدار و انسانی بکوشد. فرهنگ کلتی پیچیده است که دربرگیرنده باورها، هنرها، اخلاقیات، قانون، رسوم و همه استعدادها و عاداتی است که فرد به‌عنوان عضوی از جامعه کسب می‌کند و می‌پذیرد. توسعه فرهنگی که حاصل آموزش، روش و اندیشه انتقادی است، می‌تواند انسان را از ساده‌اندیشی و پذیرش‌های بی‌چون‌وچرا به سوی ژرف‌نگری و انتخاب آزاد سوق دهد و توانایی انسان را برای درک مسائل وسعت بخشد در یک کلام، توسعه فرهنگی پیش شرط توسعه پایدار است. یک فرهنگ پویا قادر است نوعی انطباق، هماهنگی و همدلی بین فرد و محیط زندگی‌اش در یک جامعه آزاد و آگاه پدید آورد؛ بنابراین تولید فرهنگ مناسب و فرهنگ‌پذیری در جوامع انسانی درنهایت راه رشد و تعالی انسان، فرهنگ و بهبود شرایط زیست محیطی را هموار می‌کند (رحیمی، ۱۳۸۰).

فعالیت کتابخانه‌ها در آموزش و توسعه فرهنگ سبز در جامعه می‌تواند تأثیر بسزایی در حرکت به سمت توسعه پایدار داشته باشد. هویت فرهنگی و برخورداری از فرهنگی پیشرو از عوامل ضروری برای تحقق توسعه پایدار و حفاظت از محیط‌زیست است؛ بنابراین نخستین عنصری که در کتابخانه سبز تبلور پیدا می‌کند، تفکر سبزگرایانه است. بایسته است نگرش مدیران، کتابداران و کاربران سبز باشد و این تفکر باعث می‌شود که همواره برای همه خدمات، تصمیم‌ها، تغییرها و هر اتفاق دیگری در کتابخانه که لزوماً

مهم‌ترین راه
نجات کره زمین از
نابودی و مبارزه
با پدیده تخریب
محیط‌زیست ایجاد
تحول در فرهنگ
بهره‌برداری، مصرف
و رشد و اعتلای
فرهنگ در جامعه
است، فرهنگی که با
بسط تفکر انتقادی
و حضور آزاد و
مشارکت همگان در
راه توسعه پایدار و
انسانی بکوشد.

فصلنامه

نمایه
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

باید همه جنبه‌های مختلف در نظر گرفته شود، مؤلفه سبزاندیشی هم همواره مد نظر باشد (حاجی زین العابدینی، ۱۳۹۹) و گسترش آن با برگزاری دوره‌ها و کارگاه‌های آموزشی مرتبط با مسائل زیست محیطی و توسعه پایدار برای کارمندان چراکه، عمده‌ترین منبع راهبردی هر سازمان یا هر جامعه، منابع انسانی آن است. جوامعی در بلندمدت قرین موفقیت خواهند شد که بتوانند منابع انسانی خود را صحیح و اصولی، توسعه و پرورش دهند و همراه تقویت دانش، معرفت و مهارت‌های فنی لازم افرادی پرکار و معتقد و مؤمن بسازد (میرسپاسی، ۱۳۷۸: ۳۶)؛ بنابراین اهمیت نیروی متخصص نه تنها کمتر از سرمایه مادی نیست، بلکه حتی در بعضی زمینه‌ها، مهم‌تر از آن است.

تعامل با سازمان‌هایی که در این حیطه فعالیت دارند از جمله ایفلا، یونسکو، سازمان بهداشت جهانی؛ که ایفلا با انتشار مقالاتی در نشریه ایفلا درباره «فناوری اطلاعات و ارتباطات برای توسعه و کتابخانه‌ها»^۲ برگزاری کارگاه‌های آموزشی، برنامه «واکنش به توسعه از طریق برنامه کتابخانه‌ها»^۳ و گسترش «انجمن‌های کتابخانه‌ای قدرتمند»^۴ تلاش می‌کند تا کتابداران را در فهم بیشتر و درک بهتر نقش انواع کتابخانه‌ها در فعالیت‌های توسعه و اهداف توسعه هزاره^۵ کمک کند و در طرح فراتر از دسترسی^۶ «توسعه قدرتمند کتابخانه‌ها، کتابخانه‌ها را به عنوان قطبی برای تغییرات اجتماعی و اقتصادی در سراسر جهان معرفی کند (عرفان منش و حسینی، ۱۳۹۳، به نقل از وبسایت ایفلا، ۲۰۱۳).

آشنایی با معیارهای ساختمان سبز از جمله استاندارد لید، ایزو ۱۴۰۰، وجود افراد صاحب نظر در این حیطه موضوعی در مجموعه، مشارکت در برنامه‌های اجتماعی زیست محیطی، ایجاد نمایشگاه‌های دائمی و موقت برای آموزش مسائل توسعه پایدار و فرهنگ سبز، ایجاد جنبش‌های مردمی و جلب توجه آنها به مفاهیم توسعه پایدار و آموزش حفاظت از محیط زیست به جامعه امکان پذیر است.

دسترسی به اطلاعات سبز و آموزش فراگیران سواد زیست محیطی نقشی جدید را برای کتابداران، در کنار متخصصان و دستداران محیط زیست تعریف کرده است. به علاوه کتابداران در زمینه‌هایی چون یافتن و تفسیر اطلاعات و دسترسی به اطلاعات به عنوان متخصصان فناوری اطلاعات، در کنار آموزش و پرورش، رسانه‌ها و دستداران محیط زیست ظاهر می‌شوند. متخصصان اطلاعات می‌توانند در تأمین نیازهای اطلاعاتی و آموزشی محیط زیست پایدار، ارتباط بیشتری با فعالان پایداری محیط زیست برقرار نمایند و نقش خود را بر اساس نیازهای مختلف زیست محیطی که در آن قرار دارند،

متخصصان

اطلاعات می‌توانند در تأمین نیازهای اطلاعاتی و آموزشی محیط زیست پایدار، ارتباط بیشتری با فعالان پایداری محیط زیست برقرار نمایند و نقش خود را بر اساس نیازهای مختلف زیست محیطی که در آن قرار دارند، بازنگری نمایند و از فضای کتابخانه به عنوان ستادی برای آموزش‌های محیط زیستی استفاده نمایند.

1. Library Journal
2. Information communications Technology for Development (ICTD)
3. Action for Development through libraries Programme (ALP)
4. Building Strong Library Associations (BSLA)
5. Millennium Development Goals (MDG)
6. <http://eyondaccess.net/>

فصلنامه

نمایه
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

بازنگری نمایند و از فضای کتابخانه به عنوان ستادی برای آموزش‌های محیط‌زیستی استفاده نمایند (عمرانی، ۱۳۹۰)؛ بنابراین، می‌توان دریافت که یکی از مهم‌ترین نیازهای انسان امروز، کسب آموزش و سواد زیست‌محیطی برای بهبود وضعیت محیط‌زیستی و حفظ منابع برای نسل‌های آینده است. آموزش حفظ محیط‌زیست، با افزایش آگاهی و دانش انسان‌ها مهارت‌ها، نگرش‌ها و انگیزه‌های آنها را بیشتر می‌کند تا یادگیرندگان قادر به تصمیم‌گیری آگاهانه شوند و فعالیت‌های مسئولانه‌ای را به منظور کمک به حفظ محیط‌زیست انجام دهند (صالح عمران، پرهیزکار و حاتمی فر، ۱۳۹۵: ۸۶). به عبارت دیگر هدف غایی آموزش حفظ محیط‌زیست ایجاد سواد زیست‌محیطی و درنهایت سواد اطلاعاتی سبز در افراد است.

سواد اطلاعاتی به‌طورکلی شامل مهارت‌ها و دانش‌هایی مانند تحلیل نیاز، شناخت منابع اطلاعاتی، آشنایی با روش‌ها و راهکارهای جست‌وجو، ارزیابی و سازمان‌دهی اطلاعات می‌شود. سواد اطلاعاتی سبز را می‌توان بهره‌گیری از این مهارت‌ها برای کمک به محیط‌زیست دانست که به تصمیم آگاهانه در مسائل زیست‌محیطی منجر می‌شود. مهارت‌های سواد اطلاعاتی با کمک به گسترش تفکر پایدار می‌تواند به محیط‌زیست کمک کند. تفکر پایدار با توجه به نحوه رفتار اطلاعاتی، انتخاب اطلاعات و اعمال اطلاعاتی ما (جست‌وجو، استفاده و تبادل اطلاعات) که بر محیط‌زیست تأثیر می‌گذارد، یکی از مهم‌ترین لازمه‌های سواد اطلاعاتی سبز است. با سواد اطلاعاتی سبز افراد جامعه دارای مجموعه مهارت‌هایی می‌شوند که می‌توانند درباره محیط‌زیست و محیط اطراف خود مسئولیت‌پذیرتر شوند. این مهارت‌ها شامل شناخت منابع اطلاعاتی، دسترسی به اطلاعات، انتخاب منابع اطلاعات معتبر و مرتبط و درنهایت تفکر انتقادی است که به تصمیم‌گیری‌های آگاهانه افراد جامعه در مسائل زیست‌محیطی منجر می‌شود (کوربان‌قولو و بوستونی، ۲۰۱۴).

آموزش سواد اطلاعاتی سبز و سواد زیست‌محیطی به کاربران از طریق آموزش مستقیم، کارگاهی و دسترسی به اطلاعاتی درباره شیوه‌های زندگی سبز قابل انجام است. سواد زیست‌محیطی بخشی از سواد اطلاعاتی و اطلاعاتی درباره افزایش توانایی انتخاب نوع رفتار درمورد محیط‌زیست است. سواد زیست‌محیطی تشخیص شیوه استفاده از منابع و مراجع و در نتیجه انتخاب بهترین تأثیر بر محیط است (عمرانی، ۱۳۹۱).

در زمینه آموزش سواد اطلاعاتی، کتابخانه‌ها قبلاً مسئولیت‌های متعددی را به عهده گرفته‌اند. از دیدگاه انجمن کتابداری آمریکا، سواد اطلاعاتی وسیله‌ای است برای توانمندی فردی که این توانمندی در مهارت فرد در تحلیل و اتخاذ تصمیمات محققانه یا تفکر انتقادی او در جست‌وجوی حقیقت دیده می‌شود. همچنین سواد اطلاعاتی را می‌توان شامل مهارت‌ها و دانش‌هایی نظیر تحلیل نیاز، شناخت منابع اطلاعاتی، آشنایی با روش‌ها و راهکارهای جست‌وجو، ارزیابی و سازمان‌دهی اطلاعات و درنهایت

سواد اطلاعاتی

سبز را می‌توان

بهره‌گیری از این

مهارت‌ها برای کمک

به محیط‌زیست

دانست که به

تصمیم آگاهانه

در مسائل

زیست‌محیطی منجر

می‌شود.

فصلنامه

نمایه
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

تبادل اطلاعات دانست (میرحسینی، شعبانی، ۱۳۹۳).

باین حال، کتابخانه‌ها به عنوان سازمان‌های مهم برای فراهم‌آوری اطلاعات، باید فراتر از سواد اطلاعاتی، مسئولیت خود را در آموزش سواد اطلاعاتی سبز، در پاسخ به تغییرات چشمگیر اقلیمی و افزایش آگاهی زیست‌محیطی بر عهده بگیرند. آموزش سواد اطلاعاتی از طریق تفکر پایدار با محیط‌زیست پیوند خورده است و در این میان کتابخانه‌های دانشگاهی بایستی تعهد قانونی و اخلاقی داشته باشند که در آموزش پایداری از طریق آموزش‌هایی فراتر از سواد اطلاعاتی مشارکت کنند. آنها باید رهبری را در آموزش سواد پایدار بر عهده بگیرند (صمیعی، هوشمند و نریمانی، ۱۳۹۷).

باتوجه به سند ۲۰۳۰ یونسکو با شعار تغییر جهان و تعریف خانم گلوریا سالمرن^۱، رئیس ایفلا، از کتابخانه‌ها به عنوان «موتورهای تغییر»، کتابخانه‌های دانشگاهی بایستی از سواد اطلاعاتی به سمت آموزش سواد پایدار و سواد اطلاعاتی سبز حرکت کنند که این همکاری و مشارکت جدی کنابداران را می‌طلبد درحقیقت آنها باید رهبری این آموزش را بر عهده بگیرند. همکاری برای گسترش دسترسی به اطلاعات و تشویق به خواندن و شیوه‌های پایدار آموزش سواد پایداری در تمام اشکال مناسب- بیشتر آکادمیک یا تمرکز بیشتر از طریق «یادگیری با انجام»- باید یک مورد کلیدی در دستور کار خود باشد (صمیعی، هوشمند و نریمانی، ۱۳۹۷).

آموزش سواد پایداری در کتابخانه‌های دانشگاهی باید از دیدگاه‌های مختلفی در نظر گرفته شود. آموزش مسائل نظری سواد اطلاعاتی سبز از طریق دوره‌های منظم و مصوب با عنوان «سواد پایدار و سبز» در محیط کتابخانه‌های دانشگاهی؛ آموزش از طریق رویکرد عملی‌تر، ایده‌های به اشتراک‌گذاری غذا، برنامه‌های باغبانی شهری و غیره (هواک، ۲۰۱۷).

۲. مجموعه‌سازی در موضوع‌های زیست‌محیطی و توسعه پایدار

باتوجه به نقش و رسالت مهم کتابخانه‌ها در آموزش جامعه قطعاً داشتن منابع با موضوع سبز در کتابخانه ضروری است؛ پس باید در هنگام خرید و تهیه منابع برای کتابخانه به گردآوری مجموعه منابع مرتبط با محیط‌زیست و توسعه پایدار و به‌روزرسانی آنها توجه شود. کتابخانه سبز خود را موظف می‌داند منابع اطلاعاتی مروج حفظ و حمایت از محیط‌زیست را برای جامعه کتابخانه تهیه کند و با به کار زدن انواع ابتکارها، آگاهی‌های محیط‌زیستی را در سطح جامعه بالفعل و بالقوه کتابخانه ترویج دهد (قربانی، ۱۳۹۶).

ازجمله فعالیت‌های کتابخانه در این زمینه وجود نشریات علمی و کتاب‌های مرتبط با محیط‌زیست و توسعه پایدار، مجلات سبز، برگزاری رویدادها و همایش‌های علمی مربوط به محیط‌زیست و توسعه پایدار در سطوح ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی، وجود

آموزش مسائل
نظری سواد
اطلاعاتی سبز از
طریق دوره‌های
منظم و مصوب
با عنوان «سواد
پایدار و سبز» در
محیط کتابخانه‌های
دانشگاهی؛ آموزش
از طریق رویکرد
عملی‌تر، ایده‌های به
اشتراک‌گذاری غذا،
برنامه‌های باغبانی
شهری و غیره.

فصلنامه

نمایه
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

۱۳۸

تشکل‌های مختلف که در زمینه‌های توسعه پایدار و حفاظت از محیط زیست فعالیت می‌نمایند، پیوند به سایت‌های محیط زیستی در وب سایت کتابخانه، مشخص نمودن پایان نامه‌های انجام شده مرتبط با اهداف توسعه پایدار و تعریف عناوین پایان نامه‌های مرتبط با توسعه پایدار حمایت از چنین پژوهش‌هایی در حوزه‌های مختلف است.

۳. خدمات غیر حضوری

یا شاید بهتر باشد بگوییم ارائه خدمات اطلاعاتی به شیوه سبز، در این خصوص می‌توان از منابع با مراجعه بالا نسخه الکترونیکی تهیه کرد، سرویس اشاعه اطلاعات گزینشی از جمله روندهای کاری پراهمیت در کتابخانه باشد، ایجاد پایگاه کتاب صوتی در کتابخانه، تبادل الکترونیکی اطلاعات و اشتراک منابع با دیگر کتابخانه‌های دانشگاهی، عمومی و تخصصی که موجب کاهش هزینه‌ها می‌شود.

تهیه نسخه الکترونیک از منابع با مراجعه بالا مزایایی از جمله کاهش هزینه‌های چاپ، صحافی، کاهش مصرف کاغذ، استفاده هم‌زمان چند نفر از کتاب از طریق محیط وب بدون نیاز به مراجعه حضوری به کتابخانه، کاهش هزینه‌های اصلاح یا ویرایش جدید که در محیط وب با هزینه کمتر قابل انجام است؛ زیرا گاهی اوقات با اصلاح حتی یک صفحه باید کل کتاب مجدداً چاپ شود، با گذشت زمان و استفاده مکرر کوچک‌ترین تغییری در کیفیت و ظاهر آنها به وجود نمی‌آید و عدم نیاز به فضای فیزیکی برای نگهداری را فراهم می‌کند.

استفاده از فناوری اینترنت اشیا در فرایندهای کاری کتابخانه: دلایل زیادی وجود دارد که کارمندان کتابخانه مجبورند سیستم‌های جدید مجهز به فناوری‌های آی.ا.تی^۱ را جایگزین سیستم‌های قدیمی خود کنند مثلاً از دست دادن اطلاعات در خصوص ردیابی کتاب‌ها به دلیل مشکل کندی سیستم‌های قدیمی در به روزرسانی منظم اطلاعات که استفاده از مفاهیمی نظیر شناسایی فرکانس رادیویی^۲ و امکاناتی که تلفن همراه با اتصال به اینترنت فراهم می‌کنند به عنوان یک راه حل با عنوان «سیستم مدیریت کتابخانه هوشمند» شناخته می‌شود. به عبارت دیگر با این سیستم‌های هوشمند می‌توان کلیه اطلاعات کتابخانه را مدیریت و کنترل کرد و مزایایی برای کارمندان و مراجعین فراهم کرد. همچنین گاهی اوقات پیدا کردن جایی برای نشستن و مطالعه در کتابخانه‌های دانشگاه‌های بزرگ مشکل است، با استفاده از سیستم مدیریت کتابخانه هوشمند به راحتی امکان کنترل میزهای کار وجود دارد و خیلی سریع‌تر می‌توان یک میز خالی برای مطالعه پیدا کرد، درمورد سایر کاربردهای اینترنت اشیا در کتابخانه می‌توان به موارد زیر اشاره کرد: تنظیم سیستم‌های سرمایشی، گرمایشی، جلوگیری از حوادثی نظیر

کتابخانه سبز خود
را موظف می‌داند
منابع اطلاعاتی
مروج حفظ و حمایت
از محیط زیست
را برای جامعه
کتابخانه تهیه کند
و با به کار زدن انواع
ابتکارها، آگاهی‌های
محیط زیستی را در
سطح جامعه بالفعل و
بالقوه کتابخانه ترویج
دهد.

فصلنامه

نمایه
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

۱۳۹

1. IoT
2. RFID

آتش سوزی، داشتن تهویه مناسب، تأمین امنیت کتابخانه، امکان دسترسی از راه دور به کتابخانه... (وب سایت بهین مبتکران ایده، بی تا).

۴. ساختمان سبز

در انتخاب مکان باید اصولی مانند پایداری مکان انتخاب شده از لحاظ طول عمر آن، کاهش تأثیرات نامطلوب آن بر محیط، منابع و انرژی، کاهش مصرف منابع غیرقابل تجدید، امکان توسعه ساختمان و وجود خلاقیت در طراحی فضاهای آن در نظر گرفته شود.

پایداری معماری، پندار و طراحی ساخت و سازی است که در آن علاوه بر پایداری فیزیکی ساختمان، پایداری و حفظ سازه و منابع انرژی آن نیز حائز اهمیت است. استفاده بهینه از انرژی، به کارگیری مصالح قابل بازیافت در ساخت بنا و توجه به جنبه های بومی و فرهنگی محل از مفاهیم اصلی معماری پایدار به شمار می رود (سفرچی، صابونچی، ۱۳۹۳: ۲).

ساختمان هایی که بر اساس معماری پایدار بنا شده اند، از سه ویژگی اقتصاد، جامعه و محیط بهره مند هستند. در بُعد محیطی کاهش آلودگی ها، کاهش تأثیر منفی بر سلامت انسان و یافتن مصالح تجدید شونده به عنوان اولویت ها تعیین گردیده است. در بُعد اقتصاد توجه به خلق بازارها و فرصت جدید برای رشد فروش و تقلیل هزینه ها از طریق بالابردن بهره وری و کاهش انرژی و مصالح خام ورودی معطوف است. در بُعد اجتماعی، سلامتی و امنیت کارکنان و استفاده کنندگان، تأثیر بر کیفیت زندگی و سودرسانی به گروه های غیراستفاده کننده نظیر معلولین دارای اهمیت است (کیانی زاده، ۱۳۹۲).

احداث و راه اندازی ساختمان ها دارای تأثیرات زیست محیطی بسیاری است. در سطح جهانی ساختمان ها دربرگیرنده ۲۱ درصد از کل مصرف آب، ۲۰-۱۱ درصد از کل مصرف انرژی، ۹۱-۱۱ درصد گاز گلخانه ای منتشر شده و ۹۱-۱۱ درصد تولید مواد زائد جامد هستند (مختاری ملک آبادی، ۱۳۹۵: ۱۹۲). این آمار اهمیت و تأثیر ساختمان ها را بر محیط زیست و ضرورت حرکت آنها را به سوی پایداری و سبز شدن کاملاً نشان می دهد. اجرای روش ها و راه حل های معماری پایدار، به کاهش هزینه های اقتصادی در طول عمر سازه، کاهش تأثیرات زیست محیطی و افزایش منافع اجتماعی منجر می شود (مختاری ملک آبادی، ۱۳۹۵: ۱۹۱).

از لحاظ سطح دسترسی و داشتن حمل و نقل آسان در موقعیت مناسبی از شهر باشد؛ این امر مخاطبان را به استفاده از وسایل حمل و نقل عمومی برای رفتن به کتابخانه تشویق می کند، ایجاد پارکینگ های دو چرخه سواری و وسایل نقلیه کم مصرف در کنار کتابخانه احتمال دارد دیگر سازمان ها را به این کار تشویق کند، ایجاد بام و دیوار سبز در ساختمان با استفاده از گیاهان رونده و پوشش گیاهی مناسب که روی یک غشای

در انتخاب مکان
باید اصولی مانند
پایداری مکان
انتخاب شده از لحاظ
طول عمر آن، کاهش
تأثیرات نامطلوب
آن بر محیط، منابع
و انرژی، کاهش
مصرف منابع
غیرقابل تجدید،
امکان توسعه
ساختمان و وجود
خلاقیت در طراحی
فضاهای آن در نظر
گرفته شود.

فصلنامه

نمایه
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

۱۴۰

ضد آب کاشته می‌شوند و مزایایی از جمله تولید عایق، جذب آب باران، ایجاد زیستگاه حیات وحش و... دارند و از این طریق به کاهش و تعدیل دمای هوا کمک می‌کنند، وجود آب‌نما که علاوه بر زیبایی به خنک شدن هوا در تابستان کمک می‌کند. این عوامل می‌تواند به کتابخانه جذابیت بیشتری ببخشند و در جذب مخاطبان، افزایش شوق و انگیزه و حس تعلق در محیطی مطلوب مفید واقع شوند.

داشتن فضای سبز و قابل استفاده که علاوه بر کاهش آلودگی‌های هوا، با کاهش آلودگی صوتی، بصری، جذب امواج صوتی، جلوگیری از فرسایش خاک و باد، جذب پرتوهای خورشیدی، تولید فیتوسید، تعدیل آب و هوا، بر ارتقای سلامت محیط زیست کمک شایانی می‌کند (محمدشفیعی، ۱۳۹۸).

کتابخانه‌ها خواه درون شهر باشند و خواه درون مراکز علمی و پژوهشی، دربرگیرنده گستره عظیمی از علوم در قالب کتب، مقالات، پایان نامه‌ها، مجلات و... هستند که هدف بناشدن آنها چیزی جز انتقال دانش به کاربران کتابخانه نیست. چگونگی و کیفیت این انتقال دانش در سایه شرایطی است که فضا تأمین می‌کند. فضای کتابخانه‌ها، فراهم‌کننده شرایط یادگیری از طریق تمرکز و مطالعه است و بهره‌وری بیشتر با مناسب بودن فضا رابطه‌ای مستقیم دارد. تأمین آسایش به عنوان هدف نهایی معماری، در کتابخانه‌ها با هدف آرامش همراه می‌شود و این فضاست که علاوه بر منابع علمی، بر استفاده‌کنندگان از کتابخانه تأثیرگذار است. از این رو همیشه در طراحی کتابخانه‌ها، سعی در ایجاد محیطی آرام، الهام بخش و سرزنده است که موجب سلامت فیزیکی و روانی شود (حسامی و فارسی، ۱۳۹۴).

وجود فضای سبز، استرس کتابخانه‌ای را کم می‌کند، استرس‌زاهای محیط کتابخانه عواملی هستند که به دلیل نقش تهدیدکننده‌ای که دارند، باعث بروز استرس در فرد خواهند شد. از جمله این موارد می‌توان به گرما، سرو صدا، رطوبت و احساس ازدحام اشاره کرد. کلیه عوامل استرس‌زا، باعث کاهش میل و توانایی افراد به تمرکز و مطالعه می‌گردد. برای کاهش استرس و افزایش میل به کتاب خوانی در کاربران، می‌توان به خوبی از تأثیرات فضای سبز و آب بهره جست. همان طور که می‌دانیم درختان و فضای سبز چندین دسی بل تراز نوفه صدا را کاهش می‌دهند و این خود به افزایش تمرکز کاربر کمک فراوانی می‌کند. به علاوه وجود درختان و فضای سبز در خنک سازی محیط از طریق تبخیر، کمک فراوانی می‌کند که خود عامل دیگری در کاهش استرس کتابخانه‌ای و افزایش تمرکز کاربران است. همچنین وجود آب، باعث روحیه بخشی به کاربران کتابخانه و ایجاد آرامش در آنها می‌شود و بازدهی انرژی فراوانی را سبب می‌شود. از این رو، ترکیب کتابخانه با عناصر اصلی منظر از جمله فضای سبز، درختان و آب اثربخش می‌شود (متاله و شیبانی، ۱۳۹۳).

فضاهای سبز دارای جنبه‌های اقتصادی نیز هستند از جمله با کاشت صحیح درختان می‌تواند روی مصرف انرژی در ساختمان‌ها تأثیر فراوانی بگذارد. درختان باعث

داشتن فضای سبز و قابل استفاده که علاوه بر کاهش آلودگی‌های هوا، با کاهش آلودگی صوتی، بصری، جذب امواج صوتی، جلوگیری از فرسایش خاک و باد، جذب پرتوهای خورشیدی، تولید فیتوسید، تعدیل آب و هوا، بر ارتقای سلامت محیط زیست کمک شایانی می‌کند.

فصلنامه

نمایه پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

جذب ۹ درصد انرژی خورشیدی در تابستان شده و می‌توانند گرمای داخلی ساختمان‌ها را کاهش دهند. اگر درختان در نقاط مناسبی کاشته شوند که سایه‌انداز آنها نقاط معینی از ساختمان‌ها را بپوشاند به صرفه‌جویی چشمگیری در مصرف سوخت می‌انجامد. در مکان‌هایی که در مناطق بادگیر قرار دارند، کاشت درختان به صورت بادشکن می‌تواند هزینه گرم کردن ساختمان‌ها را کاهش دهد.

همچنین داشتن فضای سبز باعث تأثیرات مثبت در سلامت جسمی و بدنی افراد، ارتقای کارایی و راندمان عملکرد افراد، تأثیر بر رفتار انسان‌ها و پویایی ذهنی و رفتاری آنها می‌شود.

درختانی مانند گردو، کاج و... از خود ماده‌ای به نام «فیتوسید» در فضاها می‌کنند که این مواد روی انسان تأثیر فرح‌بخشی دارد؛ به گونه‌ای که این ماده می‌تواند تعادل بین دو نیم‌کره مغز را به خوبی برقرار سازد و حالت طبیعی و آرام‌بخشی را به انسان ارزانی کند (علیزاده، ۱۳۸۱). استفاده از مصالح ساختمانی و تجهیزات مناسب مثلاً سیستم اطفای حریق سازگار با محیط‌زیست (اتومات، بودری، آدرس‌پذیر، گازی و...) که آلاینده‌های کمتر و متناسب با مکان و وسایلی که در آن مکان وجود دارند تولید می‌کنند.

صنایع تولید مصالح ساختمانی به عنوان یکی از آلاینده‌ترین صنایع در دنیا به شمار می‌آید که نقش قابل توجهی در افزایش گازهای گلخانه‌ای دارد. برای مثال برآورد شده سالانه بابت تولید سیمان پورتلند در سراسر دنیا بیش از ۲/۵ میلیارد تن دی‌اکسیدکربن روانه جو زمین می‌شود (نوری، جنتی کیا، ۱۳۸۹). پس با استفاده از مصالح ساختمانی مناسب و پایدار مانند پنبه عایق، پشم، حصیر، کاه، الیاف و دیگر مواد سنتی با دوام به شرط برگشت پذیر بودن و قابل تجزیه بودن در طبیعت، تأثیرات منفی محیطی می‌تواند تخفیف پیدا کند.

به این دلیل که آماده‌سازی سیاست‌های زیست محیطی، مشارکت و آگاهی در مورد مسائل زیست محیطی مدیران و کارکنان سازمان‌ها، به افراد ارزش و انگیزه‌های حفاظت محیط زیستی می‌دهد، کتابخانه‌ها هم به عنوان یکی از سازمان‌هایی که درگیر مسائل پایداری و حفاظت محیط زیستی هستند، با فراهم‌آوری اطلاعات، پردازش و سازمان‌دهی و نیز اشاعه اطلاعات، نقش بسیار مهمی در رسیدن به توسعه پایدار ایفا می‌کنند و با استفاده از فناوری‌های جدید ارتباطی، همواره تلاش می‌کنند تا اطلاعات مناسب را در زمان و مکان مناسب در اختیار نیازمندان به اطلاعات و عموم مردم قرار دهند. کتابخانه‌ها و مراکز اطلاعاتی از ارکان اساسی توسعه پایدار محسوب می‌شوند و در این راستا در حال تحول و دگرگونی برای پاسخگویی به نیازهای اطلاعاتی و ایجاد جامعه پویا و پایدار هستند. در راستای تحقق توسعه پایدار، کتابخانه‌ها نیازمند بازنگری در طراحی فضا، تجهیزات، فرایندها و خدمات خود هستند. به همین منظور باید در مدیریت و برنامه‌ریزی خود، دیدگاه زیست محیطی و پایداری را در نظر داشته و به

داشتن فضای سبز
باعث تأثیرات مثبت
در سلامت جسمی
و بدنی افراد، ارتقای
کارایی و راندمان
عملکرد افراد، تأثیر
بر رفتار انسان‌ها
و پویایی ذهنی و
رفتاری آنها می‌شود.

فصلنامه

نمایه
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

سبکی از مدیریت که مدیریت پایدار نامیده می‌شود، روی آورد (قربانی، باب الحوائجی و نوشین فرد، ۱۳۹۶).

امروزه سرورها، رایانه‌ها و دیگر تجهیزات فناوری اطلاعات^۱ در بیشتر سازمان‌های کسب و کار به طور معمول هر سه تا چهار سال به منظور به روز بودن با فناوری تجدید می‌شوند. با توجه به این نیاز تجدید شدن، سازمان‌ها فرصت‌هایی را برای خرید تجهیزات جدید با بهره‌وری انرژی و ذخیره اطلاعات با استفاده از فناوری مجازی سازی را دارند. مجازی سازی امکان فناوری اطلاعات با انعطاف پذیری قابل توجه، فضای مورد نیاز مرکز داده و کاهش هزینه‌های مدیریت انرژی را کاهش می‌دهد (گرینگارد، ۲۰۰۸).
 با توجه به چرخه عمر کوتاه تجهیزات فناوری اطلاعات و تأثیرات تولید زباله الکترونیکی بر محیط زیست شایسته است که فناوری اطلاعات سبز در کتابخانه‌ها پیاده سازی شود. فناوری اطلاعات نه تنها همانند شبکه عصبی مرکزی برای کسب و کار سازمان است، بلکه به عنوان زیرساختی اجتماعی و حاکمیتی نیز تلقی می‌شود. این فناوری به جریان برق بسیار وابسته است؛ از طرفی جریان برق موجود نیز محدود است و با افزایش رشد فناوری اطلاعات، وابستگی و نیاز افراد به جریان برق بیشتر می‌شود. فناوری اطلاعات باید راهی برای رسیدن به سبز شدن پیدا کند. حرکت به سمت سبز شدن فرایندی است که با درک درست از پایداری واقعی ممکن است کوتاه‌ترین مسیر برای رسیدن به صرفه جویی اقتصادی و بهبود کلی سازمان باشد. سبز بودن و سبز شدن پایان و مقصدی ندارد آنچه از شواهد پیداست فرایند مستمر و افزایش مشارکت و تعهد گروه‌ها و جوامعی است که در این مسیر قرار دارند و قرار می‌گیرند (بارودی، ۲۰۱۵).

مورگاسون^۲ در سال ۲۰۰۷ فناوری اطلاعات سبز را این گونه تعریف نمود، مطالعه و اجرای طراحی، تولید، استفاده و مرتب کردن کامپیوترها، سرورها و زیرسیستم‌های مرتبط مانند مانیتور، چاپگر، ابزار حافظه سازی و سیستم‌های شبکه و ارتباطات به میزان کافی و تأثیرگذار با کمترین یا بدون تأثیر بر محیط زیست. همچنین به این موضوع اشاره نمود که فناوری اطلاعات سبز برای دستیابی به زیست پذیری اقتصادی و عملکرد سیستم توسعه یافته با در نظر گرفتن مسئولیت‌های اجتماعی و اخلاقی تلاش می‌کند. فناوری اطلاعات و ارتباطات دارای ظرفیتی برای ساده سازی فرایندها و در نتیجه صرفه جویی در منابع طبیعی و همچنین ارائه ابزار بهتر برای تجزیه و تحلیل محیط کنونی است.

فناوری اطلاعات سبز ایده‌ای است که صنعت فناوری اطلاعات را محکوم می‌کند و برای کاهش خسارات محیط زیست، طراحی، تولید و ساخت کامپیوترها، سرورها و

فناوری اطلاعات

سبز ایده‌ای

است که صنعت

فناوری اطلاعات

را محکوم

می‌کند و برای

کاهش خسارات

محیط زیست،

طراحی، تولید و

ساخت کامپیوترها،

سرورها و ابزارهای

جانبی را کارآمدتر

و مؤثرتر انجام

می‌دهد.

فصلنامه

نمایه
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

۱۴۳

1. IT
2. Greengard
3. Baroudi
4. Murugesan

ابزارهای جانبی را کارآمدتر و مؤثرتر انجام می‌دهد (چو، ۲۰۱۳).

افزایش آگاهی از تأثیرات مخرب انتشار گازهای گلخانه‌ای، قوانین سخت و جدید در حوزه محیط زیست، نگرانی درمورد شیوه‌های دفع زباله‌های الکترونیکی تنها چند نمونه از مواردی هستند که افراد و کسب و کارها را در این راه ترغیب می‌کنند. فناوری اطلاعات سبز نیز از جنبه اقتصادی و زیست محیطی اهمیت بسیار دارد و به نوعی مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها نیز به حساب می‌آید (رادفرو و زهرابی، ۲۰۱۶).

برای پیگیری شیوه‌های پایداری که در مواجهه با اهداف فناوری اطلاعات سبز، مطلوب و عملی هستند، یک سازمان لازم است تا سیاست‌هایی را ایجاد کند که استفاده از مواد مضر را به حداقل برساند، بهره‌وری انرژی را حداکثر کرده و مشوق بازیافت از محصولات زیست محیطی مخرب باشد. به عبارت دیگر برتری فناوری اطلاعات سبز، امکان طراحی و نهادینه کردن شیوه‌های سازمانی برای مناسب بودن با طرح فناوری اطلاعات سبز یک سازمان با راهبردهای کسب و کار را فراهم می‌کند. شیوه‌های سازمانی فناوری اطلاعات سبز طراحی شده از نظر روش‌های عملیاتی، نهادینه می‌شوند و کارمندان سازمان برای پیگیری و ثبت اسناد و استفاده از این روش‌ها، باید به درستی و به موقع آموزش ببینند (زهرابی و بیابانگرد، ۲۰۱۴).

کتابخانه‌ها به عنوان دروازه‌های اطلاعاتی نه تنها مسئول اند تا اطلاعات را بر پایداری محیطی منتشر سازند، بلکه باید به عنوان نمونه‌هایی برای دنبال کردن خدمات رسانی باشند (هاوک و ورنر، ۲۰۱۳). تا با راهبرد فناوری اطلاعات سبز در کتابخانه‌ها، تفکر محیط زیستی در جوامع افزایش یابد.

همچنین به این دلیل که جامعه دانشگاهی در بحث توسعه پایدار و به ویژه اجرای برنامه‌های حفاظت از محیط زیست بسیار تأثیرگذار هستند، مدیران و کتابداران کتابخانه‌های دانشگاهی می‌توانند با اجرای روش‌های مدیریت در راستای توسعه پایدار به منظور استفاده از فناوری اطلاعات و آگاهی بخشی درمورد حفظ محیط زیست در خدمت جامعه مخاطب خود باشند (گوران اوریمی و طهماسبی، ۱۳۹۷).

استفاده از کف پوش و مبلمان مناسب با محیط زیست که مواد سازنده آنها تجزیه پذیر و قابل بازیافت باشند؛ برای مثال به جای چوب درختان از چوب بامبو ساخته شده باشند، استفاده از کف پوش‌های پلاستیکی که از بازیافت پلاستیک ساخته شده‌اند دارای انعطاف پذیری و چندکاربرده باشند برای مثال بتوان از یک میز برای کارهای متفاوت استفاده کرد.

کتابخانه‌ها به عنوان دروازه‌های اطلاعاتی نه تنها مسئول اند تا اطلاعات را بر پایداری محیطی منتشر سازند، بلکه باید به عنوان نمونه‌هایی برای دنبال کردن خدمات رسانی باشند تا با راهبرد فناوری اطلاعات سبز در کتابخانه‌ها، تفکر محیط زیستی در جوامع افزایش یابد.

فصلنامه

نمای
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

۱۴۴

1. Chou
2. Radfar, & Zahrabi
3. Biyabangard & Zahrabi
4. Hauke & Werner

همچنین باید به حفاظت از آنها، کاهش تولید ضایعات و توجه به تعمیرات و نگهداری آنها توجه شود و به صورت دوره‌ای و منظم چک شوند. انجام بازدیدهای دوره‌ای از تأسیسات و لوله‌ها و سیستم عایق‌کاری آنها برای جلوگیری از هدررفت انرژی باید انجام گیرد.

در داخل ساختمان از گیاهان مناسب استفاده شود، گیاهانی که به تصفیه هوا کمک می‌کنند و مناسب با نوع اقلیم و آب‌وهوای آن منطقه هستند؛ برای مثال استفاده از اریکا و نخل رایپس برای مناطق سرد و خشک که در تصفیه هوا هم بسیار موثرند. بخشی از اهداف کتابخانه سبز عبارت‌اند از: فراهم آوردن هوای تازه و تمیز، وجود دمای مناسب، نور کافی، عدم وجود سروصداها و ناخواسته و به‌طور کلی آسایش در هنگام مطالعه، به حداکثر رسیدن منابع بهره‌وری و به حداقل رسیدن آلودگی (حسینی و ترابی، ۱۳۹۳).

توجه به تهویه مناسب هوای داخل ساختمان به منظور کنترل دمای هوای داخل، خارج کردن هوای کهنه و آلودگی‌ها از ساختمان با به کار بردن پنجره‌ها و درهای شیشه‌ای که جاذب اشعه مضر هستند، به کمک فناوری‌ها از جمله استفاده از دستگاه‌های تهویه هوا و هواکش، کم کردن استفاده از مواد و شوینده‌های شیمیایی، انجام ضد عفونی برای دفع آفات در کتابخانه، نگهداری زیاله‌ها در ظرف دربسته، استفاده از گیاهان در داخل ساختمان، کنترل میزان رطوبت داخل ساختمان با بازکردن پنجره‌ها تا زمانی که هوای خارج سردتر از داخل باشد.

۵. مصرف بهینه انرژی و آب

استفاده از پنل‌های خورشیدی یک روش پرترفدار برای تغییر رویه از سوخت‌های فسیلی به انرژی پاک هستند زیرا در همه نوع آب‌وهوایی کار می‌کنند، طول عمر بالایی دارند، قابل نصب روی زمین و پشت بام هستند و با تبدیل انرژی خورشیدی به الکتریسیته می‌تواند مدارهای الکتریکی را شارژ کند و کمک شایانی در مصرف بهینه انرژی دارند. همچنین از دیگر فواید پنل‌های خورشیدی این است که اگر تولیدی پنل از انرژی مصرفی بیشتر باشد، انرژی اضافی قابل فروش است (معمولاً کمپانی سازنده پنل آن را خریداری می‌کند).

به کار بردن پنجره‌های دوجداره در ساختمان که در جلوگیری از اتلاف انرژی مؤثر هستند، استفاده از لامپ‌های کم مصرف که تأثیر بسزایی در کاهش مصرف برق دارند، تنظیم سیستم‌ها با ورود و خروج کارمندان، استفاده از فناوری‌های نوین مانند اسکن‌های خودکار، پرینترهای دورو، سیستم‌های هوشمند که به صورت اتومات خاموش می‌شوند. استفاده از نور طبیعی به جای نور لامپ و به کارگیری پنجره‌های بزرگ برای جذب

بخشی از اهداف
کتابخانه سبز
عبارت‌اند از:
فراهم آوردن هوای
تازه و تمیز، وجود
دمای مناسب،
نور کافی، عدم
وجود سروصداها
ناخواسته و
به‌طور کلی آسایش
در هنگام مطالعه، به
حداکثر رسیدن منابع
بهره‌وری و به حداقل
رسیدن آلودگی.

نور: همان طور که تجربه ثابت کرده است، هرچه فضا روشن تر باشد، محیط دل پذیرتر احساس می شود. از این رو، بهترین منبع برای تأمین این روشنایی در فضاهای داخلی کتابخانه، استفاده از نور طبیعی است زیرا برخلاف نورهای مصنوعی (کنتراست) مانع از خستگی قدرت بینایی کاربران می شود؛ بنابراین در کتابخانه ها به عنوان مراکز نگه داری کتب و اسناد ارزشمند، استفاده از نور طبیعی و غیرمستقیم نه تنها مانع از خسارت جدی به دست نوشته ها و دیگر مدارک می شود، بلکه محیطی با نور و گرمایی دلپذیر ایجاد می کند که همه این موارد بر روح و روان کاربر تأثیر مثبت گذاشته و او را برای استفاده بیشتر از محیط کتابخانه ترغیب می کند (حسامی و فارسی، ۱۳۹۴).

استفاده از ابزارهای کنترل و نمایش انرژی در ساختمان که می تواند به یک نمایشگر عمومی در ساختمان متصل شوند تا اطلاعات و آمار مصرف انرژی را برای عموم نمایش دهند. این نمایشگرها هم می توانند در کتابخانه نصب شوند و هم از طریق وبسایت کتابخانه اطلاع رسانی کنند. این ابزارها گاهی می توانند به منظور ارائه نکات کلیدی پایداری شکل گیرند و اطلاعات و جزئیاتی را در مورد ویژگی ها و فناوری های سبز و عملکرد آنها تشریح کنند.

برای مثال نمایشگر کتابخانه ونکوور مموریال^۱ در وبسایت آن موجود است این نمایشگر نه تنها مصرف انرژی را به صورت روزانه، هفتگی، ماهانه و فصلی نمایش می دهد بلکه این ارقام را برای تخمین مدت زمان مصرف انرژی در بازه زمانی مورد نظر تبدیل می کند (ضیاء و نوروزی لرکی، ۱۳۹۲).

ایجاد یک فرم در وبسایت کتابخانه تا به بازدیدکنندگان اجازه دهد ایده های خودشان را درباره چگونگی مصرف انرژی در کتابخانه ارائه دهند؛ چراکه درگیرکردن اجتماع در این امر به طور خاص بسیار مهم است و این امکان را برای جامعه فراهم می کند تا خود را در تلاش های پایداری کتابخانه دخیل کنند (فیلکوف، ۲۰۰۸)^۲.

مدیریت در استفاده از آب؛ که از آب شرب برای آبیاری فضای سبز استفاده نشود، آبیاری فضاهای سبز به صورت هوشمند باشد نه غرقابی و با استفاده از آب بازیافتی یا آب باران انجام شود، کاشت گیاهان بومی و مناسب می تواند در کاهش مصرف آب برای آبیاری کمک قابل توجهی باشد، استفاده از شیرآلات هوشمند در ساختمان.

و در نهایت می توان میزان رشد درصد صرفه جویی انرژی در ابعاد مختلف را بررسی کرده و نتایج آن ارزیابی شود تا بتوان به سمت استفاده از انرژی های تجدیدپذیر حرکت کرد.

۶. مدیریت پسماندها

استفاده از کاغذهای بازیافتی برای انجام امور داخلی برای مثال استفاده از کاغذهایی که یک طرف سفید دارند یا در صورت انبوه بودن مقدار برگشت به چرخه صنعت و تولید

فصلنامه

نمایش
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

۱۴۶

1. Vancouver Memorial Library

2. Failkoff

دیوارهای گچی، عایق سلولزی و ...، استفاده محدود از ظروف یک بار مصرف در جلسه‌ها و استفاده روزمره کارمندان، توجه به اصل بازیافت و تفکیک زباله خشک به خصوص کاغذ در تمام سالن‌ها و مکان‌های کتابخانه با قراردادن سطل‌های تفکیک پسماند با علائم مشخص، تغییر برخی از فرایندهایی که منجر به کاهش مصرف کاغذ می‌شود مثلاً تکثیر پایان‌نامه دانشجویان به صورت کاغذهای دورو، کاهش مصرف کاغذ در مکاتبات اداری از جمله به کارگرفتن اتوماسیون اداری برای انجام امور در کتابخانه استفاده شود. در نهایت می‌توان درصد استفاده از مواد بازیافتی را در مقایسه با کل میزان مصرف سنجید و به تدریج میزان نیل به پسماند صفر بررسی شود.

مزایای کتابخانه سبز

کتابخانه‌ها با توجه به تأثیرگذاری در افزایش آگاهی مردم موجب نشر تفکر سبز در جامعه می‌شوند و جامعه را به سمت پایداری هدایت می‌کنند. از این رو نیازمند بازنگری در فرایندها و خدمات خود هستند.

کتابخانه‌های سبز از دو جهت می‌توانند به محیط زیست کمک کنند، یکی به دلیل داشتن ساختمان سبز و دیگر به دلیل آموزش محیط زیست و ترویج سواد زیست محیطی. البته سود این معامله یک طرفه نبوده و کتابخانه‌های سبز می‌توانند با سازگار کردن ساختمان‌هایشان با استانداردهای ساختمان‌های سبز، هزینه‌های ساختمانی و همچنین مصرف انرژی ساختمان را به مقدار قابل توجهی کاهش دهند که با توجه به افزایش هزینه‌های انرژی و همچنین بودجه کم کتابخانه‌ها این موضوع می‌تواند کمک زیادی به آنها بکند (نریمانی، ۱۳۹۷).

از دیگر مزایای ایجاد کتابخانه سبز می‌توان به موارد زیر اشاره کرد: افزایش سلامت کاربران و کارکنان، جذب مخاطبان، افزایش شوق و انگیزه و حس تعلق در محیطی مطلوب، دسترسی به کتابخانه از راه دور با فناوری‌های سبز، افزایش بهره‌وری و مزایای اقتصادی، ایجاد فرهنگ دانشگاهی از پایداری، ترویج رفتار پایداری، تأثیر فرهنگی یعنی کتابخانه‌هایی می‌توانند به عنوان یک الگوی زیست محیطی تأثیرات مثبتی روی جامعه و حتی در سطح وسیع‌تری به صورت منطقه‌ای و ملی داشته باشند، کاهش مصرف انرژی، مواد اولیه، آب و نیز کیفیت هوا و به حداقل رساندن آلودگی‌ها و پسماند به منظور کمک به حفظ و احیای کیفیت محیط زیست و ...

استاندارد لید^۱

بحران کمبود ذخایر انرژی جهانی، متخصصان حوزه‌های مختلف علی‌الخصوص فعالان عرصه‌های زیست محیطی را بر آن داشت تا با اقدامات مختلف به ترویج و توسعه ساخت

کتابخانه‌های سبز از دو جهت می‌توانند به محیط زیست کمک کنند، یکی به دلیل داشتن ساختمان سبز و دیگر به دلیل آموزش محیط زیست و ترویج سواد زیست محیطی.

ساختمان‌های سبز پایدار و دوستدار محیط‌زیست برپا دارند. یکی از این مراکز انجمن ساختمان سبز ایالت متحده است که تحت نظر کمیته محیط‌زیست انستیتو معماری آمریکا به ارزیابی و سنجش وضعیت ساختمان‌های پایدار می‌پردازد و در همین راستا اقدام به تدوین گواهینامه‌هایی کرده که به نام لید معروف است (وب‌سایت نریمانی، ۱۳۹۷). لید دارای اهداف مختلفی است که مهم‌ترین آنها کاهش آسیب به لایه اوزون، کاهش تأثیرات تغییرات آب‌وهوایی و حفاظت از منابع آب است.

علاوه بر این، مزایای اقتصادی هم برای صاحبان ساختمان سبز دارد. گواهینامه لید با هدف بررسی ساخت‌وسازها از لحاظ خطرهای زیست‌محیطی سعی دارد تمامی انواع ساخت‌وسازها را ارزیابی کند و به ایجاد ساختمان‌های سبز کمک کند. ساختمان‌های سبز ساختمان‌هایی هستند که چندین شاخص کلیدی در ساخت ساختمان و فعالیت‌های آنها رعایت شده است. سه دستاورد توسعه پایدار که از طریق ساختمان سبز به دست می‌آید شامل: کسب منافع اقتصادی، حفاظت محیط‌زیست و افزایش مسئولیت‌های اجتماعی است. استاندارد لید ساختمان‌ها را بنا به کارکرد در دسته‌بندی مختلف ارزیابی می‌کند، دسته‌بندی زیر جزء مهم‌ترین این دسته‌هاست:

۱. محل ساختمان و حمل‌ونقل ۲. محل‌های پایدار (SS) ۳. بهره‌وری آب (WE)
۴. انرژی و تأثیر آن بر اتمسفر (EA) ۵. مواد استفاده‌شده در ساختمان و منابع آن (MR)
۶. کیفیت هوای داخل ساختمان (IEQ) ۷. نوآوری در طراحی (ID) ۸. استفاده از اولویت‌های محلی (RP)

دسته‌های اعتباری استاندارد لید



تصویر ۲. شاخصه‌های اصلی استاندارد لید (وب‌سایت ایت‌مد، بی‌تا)

ساختمان‌هایی که موارد فوق را رعایت می‌کنند موفق به اخذ گواهی لید برای ساختمان‌های سبز می‌شوند؛ که در ادامه انواع گواهی‌های لید بر اساس امتیازهای کسب‌شده معرفی می‌شوند.

فصلنامه

نمایه پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

۱۴۸

۱. گواهینامه معمولی (امتیاز بین ۴۹-۴۰)
۲. گواهینامه نقره‌ای (امتیاز بین ۵۹-۵۰)
۳. گواهینامه طلایی (امتیاز بین ۷۹-۶۰)
۴. گواهینامه پلاتینیوم (امتیاز ۸۰ و بیشتر)



تصویر ۳. گواهینامه‌های لید (وبسایت ایت‌مد، بی‌تا)

مروری بر پژوهش‌های انجام‌شده

پیشینه‌های داخلی

ندافی، نوری و نبی زاده در سال ۱۳۸۷ با پژوهشی تحت عنوان نظام مدیریت سبز در کتابخانه ملی ایران با هدف ارائه راهکارهای مدیریتی با استفاده از چک‌لیست و پرسش‌نامه به بررسی مصرف منابع در کتابخانه ملی ایران پرداخته و در نهایت راهکارهایی پیشنهاد دادند که با اجرای نظام مدیریت سبز در مجموعه امکان مصرف بهینه و کاهش هزینه‌ها وجود دارد.

طالشی، سودائی زاده و کورکی در سال ۱۳۹۱ در پژوهشی تحت عنوان بررسی نقش استانداردهای محیط‌زیستی در دستیابی به توسعه پایدار با توجه به سطوح آگاهی دانشجویان و میزان آگاهی آنها از اهداف کلی استاندارد ایزو ۱۴۰۰، اهمیت کاربردهای استاندارد و نتایج نشان داد دانشجویان محیط‌زیست کشور حتی در زمینه ساده‌ترین مباحث آسیب‌رسان سازمان‌ها در نظام محیط‌زیستی آگاهی چندانی ندارند. به‌منظور افزایش آگاهی دانشجویان از استانداردهای محیط‌زیستی بایسته است دوره‌ای در داخل یا خارج دانشگاه برگزار شود و به‌جای حجم تولیدات و میزان خدمات و فواید حاصل از آن به عواملی چون استفاده بهینه از انرژی، استفاده بیشتر از مواد بازیافتی، کاهش آلودگی و ضایعات به‌عنوان معیارهای نو در مصرف منابع طبیعی توجه نمایند.

صبوری در سال ۱۳۹۴ در پایان‌نامه کارشناسی ارشد خود با عنوان طراحی کتابخانه مرکزی استان گیلان براساس مفاهیم معماری سبز در پی طراحی محیطی مناسب با استفاده از فاکتورهای «معماری سبز» و تأثیر این فاکتورها بر تشویق و

فصلنامه

نمایه
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

ترغیب مراجعین (عموم مردم) به کتاب و کتاب‌خوانی است، نتایج بیانگر پایین‌تر بودن سطح کتابخانه‌های عمومی استان گیلان از استانداردهای کشور بوده که نیاز به بازنگری جدی دارند.

همایی، شعاعی و سلطانی فرد در سال ۱۳۹۴ در پژوهش خود با رویکرد طراحی کتابخانه مرکزی شهر سبزوار با رویکرد بهینه‌سازی، راهکارهای مدیریتی و اجرایی به‌منظور کاهش مصرف ساختمان این کتابخانه ارائه دادند.

لیمونی و اوریمی در سال ۱۳۹۶ در پژوهشی تحت عنوان ارزیابی نگرش سبز مدیران و کتابداران شاغل در کتابخانه‌های مرکزی استان مازندران نشان دادند درحالی‌که وضعیت مجموعه‌سازی و حفاظت منابع کتابخانه‌ها نامطلوب است، وضعیت سازمان‌دهی منابع کتابخانه‌های دانشگاه‌های استان مازندران درمورد پایداری محیط‌زیست مطلوب است. یافته‌ها حاکی از آن بود که نگرش سبز مدیران و کتابداران کتابخانه‌های دانشگاه‌های استان مازندران یکسان است و بین متغیرهای نگرش سبز و نگرش سبز مدیران و کتابداران برحسب متغیرهای جمعیت‌شناختی تفاوتی وجود ندارد. در نتیجه ارتقای نگرش سبز مدیران و کتابداران کتابخانه‌های دانشگاهی استان مازندران، نیاز به تصمیم‌های مدیریتی و برنامه‌ریزی برای رشد آگاهی و نگرش محیط‌زیستی به منظور پایداری کتابخانه‌ها و توسعه و پایداری محیط‌زیست دارد.

علی پورو صادقی در سال ۱۳۹۶ در پژوهش خود تحت عنوان آموزش محیط‌زیست برای دستیابی به توسعه پایدار به تحلیل و بررسی مفاهیمی مثل آموزش، یادگیری، توسعه پایدار و نیز تأثیر حفاظت از محیط‌زیست بر توسعه پایدار می‌پردازند.

قربانی، باب الحوائجی و نوشین فرد در سال ۱۳۹۶ در پژوهشی تحت عنوان شاخص‌های مدیریت برای کتابخانه سبز با ۱۲ نفر از متخصصان علم اطلاعات و دانش‌شناسی و متخصصان توسعه پایدار مصاحبه عمیق و نیمه‌ساختاریافته‌ای انجام دادند که نشان داد مدیریت کتابخانه‌ها نیازمند تحول و حرکت به سمت الگوی مدیریت پایدار هستند و الگوی مفهومی مدیریت پایدار در کتابخانه‌ها را ارائه کردند.

نوری، کریمی و هروی در سال ۱۳۹۷ در پژوهش خود تحت عنوان بررسی تأثیر نهادینه‌کردن رفتار زیست‌محیطی در شهروندان بر کارایی و تأثیرگذاری سازمان‌ها نشان دادند که رفتار زیست‌محیطی شهروندان و کارکنان در کارایی و تأثیرگذاری سازمان‌ها از طریق تغییر در رفتار شهروندی، سکوت سازمانی و سازمان‌های غیردولتی کمک می‌کند. رفتارهای شهروند باعث کاهش رفتار مخرب در سازمان می‌شود. تشکلهای زیست‌محیطی از جمله عوامل تأثیرگذار بر کارایی سازمان هستند که

به وسیله آموزش شهروندان می‌توانند کارآیی سازمان‌های دولتی را افزایش دهند. علیجانی، سلیقه و گیگلو در سال ۱۳۹۷ در پژوهشی تحت عنوان نقش انرژی خورشیدی در توسعه پایدار شهر تهران به بررسی و شناخت ظرفیت انرژی خورشیدی و عوامل مؤثر در جایگزینی آن با سوخت‌های فسیلی به‌ویژه در بخش ساختمان‌های مسکونی در شهر تهران پرداخته‌اند و نتایج نشان دادند که شهر تهران با توجه به توپوگرافی و موقعیت جغرافیایی دارای ظرفیت بالای انرژی خورشیدی است که زمینه بهره‌مندی از توسعه پایدار را در این شهر فراهم می‌کند.

نریمانی در سال ۱۳۹۷ در پژوهش خود تحت عنوان مزایای اقتصادی کتابخانه‌های سبز با استفاده از روش کتابخانه‌ای و اسنادی به بررسی ساختمان‌های سبز در کتابخانه‌های کشورهای پیشرفته پرداخته است، یافته‌ها نشان می‌دهد علاوه بر مزایا و تأثیرات روان‌شناختی و فیزیولوژیکی و تأثیرات فرهنگی، مزایای اقتصادی مانند کاهش هزینه‌های عملیاتی، آب، برق و انرژی را نیز برای کتابخانه‌ها به همراه داشته‌اند.

خلیلی در سال ۱۳۹۸ در پژوهش خود تحت عنوان نقش کتابخانه در ترویج و عملیاتی نمودن مأموریت سبز به روش کتابخانه‌ای و مروری، نقش کتابخانه‌ها را در ترویج و عملیاتی کردن نگرش سبز و کمک به توسعه پایدار بررسی می‌نماید و یافته‌های این مطالعه در قالب اهداف فرعی (سواد اطلاعاتی سبز، سواد زیست محیطی، کتابخانه سبز و توسعه پایدار، سابقه کاربرد مؤلفه‌های کتابخانه سبز در کتابخانه، آموزش و ترویج نگرش سبز، نقش انواع کتابخانه‌ها در ترویج و اجرای نگرش سبز، چرخه فرهنگی-اجتماعی و نوزایی و نگرش سبز) بیان شده است.

اسماعیل زاده، فنی و عبدلی ۱۳۹۸ در پژوهش خود تحت عنوان هوشمندسازی، رویکردی در تحقق توسعه پایدار شهری با هدف بررسی نقش شهر هوشمند در تحقق توسعه پایدار شهری برای منطقه ۶ تهران به این نتیجه رسیدند که هوشمندی و پایداری شهری رابطه هم‌بستگی مستقیمی دارند و ۳ عامل تحرک هوشمند، مردم هوشمند و زندگی هوشمند از مهم‌ترین عوامل مؤثر بر پایداری به شمار می‌آیند.

زاهدی در سال ۱۳۹۸ در پژوهش خود تحت عنوان ارزیابی و اولویت‌بندی شاخص‌ها و معیارهای تأثیرگذار برای کتابخانه‌های سبز از طریق تحلیل محتوا و مطالعات کتابخانه‌ای، اسناد و مدارک مربوطه و با رجوع به خط‌مشی کتابخانه‌های سبز در دنیا به ارزیابی و اولویت‌بندی شاخص‌ها و معیارهای تأثیرگذار برای کتابخانه‌های سبز است که به توسعه پایدار و ترویج حفاظت از محیط زیست پرداخته است.

آقای میرک آباد و حاجی زین العابدینی در سال ۱۳۹۹ در پژوهش خود تحت

عنوان کاربرد فناوری اینترنت اشیا در کتابخانه‌های سبز در کتابخانه‌های سبز ضمن مروری بر مفهوم اینترنت اشیا به‌طور عام، به کاربرد اینترنت اشیا در کتابخانه‌های سبز به‌منظور ارائه خدمات بهتر و صرفه‌جویی در انرژی، توضیح برخی از فناوری‌های اینترنت اشیا در سبز مانند آر.اف.آی.دی^۱ سبز، شبکه حسگر بی‌سیم سبز، ارتباط ماشین با ماشین سبز و مراکز داده سبز پرداخته‌اند و در انتها به اصول و قواعد فناوری‌های اینترنت اشیا در سبز و به پیشنهادهایی برای پژوهش بعدی اشاره کرده‌اند.

پیشینه‌های خارجی

جنویز و آلبانیز در سال ۲۰۱۲ پژوهشی را بر ساختمان‌های کتابخانه‌های پایدار ارائه می‌دهند؛ به‌طوری‌که با بررسی پروژه‌های ساختمان‌های کتابخانه سبز، امکانات کتابخانه، مصاحبه با معماران آنها، راهبردهای خدمات‌رسانی و آگاهی‌های محیطی کتابخانه‌ها، کتابخانه‌های پایدار را در ارائه خدمات پایدار موفق می‌داند.

هاوک و کلوس^۲ در سال ۲۰۱۳ در پژوهش خود با عنوان سبز شدن به‌عنوان یک ابزار بازاریابی برای کتابخانه‌ها: شیوه‌های مدیریت زیست‌محیطی پایدار به بررسی آگاهی کتابداران از پایداری زیست‌محیطی به‌عنوان بخشی از راهبردهای بازاریابی می‌پردازد که تأثیر زیادی بر کاربران دارد و نتایج نشان داد کتابداران باید فرصت استفاده از مزایای موجود را به‌عنوان یک ابزار بازاریابی مؤثر استفاده کنند.

ایلپود و آلایی^۴ در سال ۲۰۱۳ در پژوهشی با عنوان «سبز شدن: امتیازها و کاستی‌ها از کتابداران نیجریه در ترویج پایداری محیطی» که روش‌های مورد استفاده در جمع‌آوری داده‌ها شامل جست‌وجوی مروری، پرسش‌نامه آنلاین و مشاهده است؛ که ۳۱ نفر از پاسخ‌دهندگان آنلاین در کتابخانه‌های دانشگاهی، ۶ نفر در کتابخانه‌های عمومی، ۳ نفر در کتابخانه‌های تخصصی و یک نفر در کتابخانه ملی کار می‌کردند. نتایج نشان داده است که سطح آگاهی کتابداران نیجریه‌ای از مسائل زیست‌محیطی نسبتاً کم است اما در کتابخانه‌ها انگیزه‌ای در خصوص سیاست‌ها و فعالیت‌های سبز شدن وجود دارد.

آلن شیریر^۵ در سال ۲۰۱۴ در پژوهش خود با عنوان کتابخانه سبز در حال توسعه در جوامع پایدار مجموعه‌ای متعادل از دستورالعمل‌ها را برای ایجاد کتابخانه به‌عنوان

1. RFID
2. Albanes & Genovese
3. Klaus
4. Alabi & Oyelude
5. Scherer

قلب فکری و روح یک جامعه پایدار ارائه می‌دهد و درمورد مسائلی که برای ترویج جوامع پایدار از طریق طراحی و ساخت کتابخانه استفاده می‌شود بحث می‌کند. کراژویک و لوکاکیک^۱ در سال ۲۰۱۵ پژوهشی در سطح کتابخانه‌های کرواسی انجام داده‌اند که هدف از آن، تعیین میزان علاقه‌مندی کتابداران کرواسی به مشارکت در برنامه کتابخانه سبز بوده است. یافته‌ها نشانگر این بوده که کتابداران به شرکت در برنامه علاقه‌مند بودند و در میان آنها آگاهی درمورد مسائل حفاظت محیط زیست در حال افزایش است و به مشارکت در توسعه و پرداختن به موضوعات زیست محیطی، اشتیاق دارند.

هاوک در سال ۲۰۱۵ در پژوهش خود با عنوان چگونه می‌توان یک کتابخانه سبز را شناسایی کرد با هدف پیشنهاد یک گواهینامه خاص برای اختصاص دادن کتابخانه به عنوان کتابخانه سبز اشاره می‌کند که کتابخانه علاوه بر داشتن ساختمان سازگار با محیط زیست می‌تواند به عنوان یک مدرس از طریق خدمات کاربرپسند، ارائه اطلاعات و دوره‌ها و شیوه زندگی سازگار با محیط زیست عمل کند.

توماس^۲ در سال ۲۰۱۶ در پژوهش خود تحت عنوان کتابخانه‌های سبز با اشاره به اینکه برخی از شاخص‌ها را می‌توان در مناطق خاص اعمال کرد و در بعضی مناطق دیگر از جایگزین نیز می‌توان استفاده کرد به این نکته اشاره می‌کند که نقش کتابدار سبز و موارد دخیل در آن غیرقابل پیش‌بینی نیستند.

نورحیاتی و حفیت^۳ در سال ۲۰۱۸ در پژوهش خود با عنوان آگاهی در میان کارمندان کتابخانه دانشگاهی به بررسی آگاهی کارکنان کتابخانه آی. آی. یو. ام.^۴ از فناوری سبز می‌پردازد که نتایج نشان داد اکثر پاسخ‌دهندگان که فناوری سبز را به طور روزانه به کار می‌برند سابقه کاری کمتر از پنج سال دارند؛ اما با وجود این هنوز این درک از فناوری سبز در سطح رضایت نیست.

ژو، کای،^۵ و وانگ^۶ و همکاران در سال ۲۰۲۱ در پژوهش خود با عنوان ارزیابی عملکرد ساختمان‌های سبز به منظور یافتن یک روش مؤثر برای ارزیابی عملکرد کلی ساختمان‌های سبز مدل ارزیابی مصنوعی فازی ای. ای. پی.^۸ را پیشنهاد می‌دهند این روش شامل نتایج متوسط برای همه معیارها و زیرمعیارها بوده و می‌توان از آن برای تجزیه و تحلیل عمیق‌تر عملکرد سازمان از نظر مصرف بهینه انرژی و بهبود عملکرد

1. Lukacic & Kraljevic
2. Thomas
3. Norhayati and Hafit
4. IIUM
5. Zhou
6. Cai
7. Wang
8. AHP

ساختمان استفاده کرد.

خالد^۱ و فرید مالک^۲ در سال ۲۰۲۱ در پژوهش خود با عنوان چالش‌های توسعه پایدار در کتابخانه به بررسی مسائل توسعه پایدار می‌پردازند که یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که توسعه پایدار دارای چالش‌های چندبعدی در کتابخانه‌ها به‌ویژه آمادگی پایین در کاربران و کتابداران و به‌ویژه کتابخانه‌های دانشگاهی است و در صورت توجه شانس بیشتری برای موفقیت پایدار در آینده دارند و قرارداد آموزش توسعه پایدار و سواد محیطی در برنامه درسی و توجه رهبران کشور را می‌طلبد.

نتیجه‌گیری

باتوجه به مرور متون و منابع علمی در این زمینه می‌توان نتیجه گرفت که بین ویژگی‌های کتابخانه سبز روابطی برقرار است و اگر ما ویژگی‌های مربوط به بعد مأموریت سبز را در کتابخانه خود داشته باشیم این ویژگی‌ها به‌خودی‌خود تأثیراتی دارند که در داشتن ویژگی‌های ساختمان سبز ازجمله مصرف بهینه آب و انرژی کمک می‌کنند؛ و از طرف دیگر اگر ساختمان کتابخانه ویژگی‌های یک ساختمان سبز را داشته باشد به‌خودی‌خود افراد را به مسائل زیست محیطی علاقه‌مند می‌کند، آنها را به داشتن مجموعه رفتارهایی که می‌تواند به حفظ محیط زیست کمک کنند ترغیب کنند تا باعث نشر فرهنگ سبز در جامعه شوند و آینده‌ای بهتر داشته باشیم. به عبارت دیگر کتابخانه‌های سبز در دو بُعد قابل پیاده‌سازی هستند: بُعد اول که شامل مأموریت‌های سبز ازجمله داشتن تفکر و فرهنگ سبز، مجموعه‌سازی در موضوع‌های سبز، توسعه خدمات غیرحضوری، مدیریت پسماند است و بُعد دوم که شامل داشتن ساختمان سبز و معیارهایی ازجمله کیفیت داخل ساختمان، مصالح و منابع سبز، طراحی سبز، آسایش محیط، مصرف بهینه انرژی و مصرف بهینه آب است.

در بُعد اول که همان قدم اول تلقی می‌شود باید از خود کتابخانه، کارمندان آن، شرایط حاکم و تصمیم‌گیری‌ها شروع کرد؛ به عبارت دیگر بایسته است کتابخانه‌ها اول خود یک سری شرایط و قوانین را باور داشته باشد و آنها را در کتابخانه نهادینه کنند تا بتوانند در این راستا موفق شود؛ بُعد دوم که نیازمند تصمیم‌گیری در سطوح بالاتر است بایستی شاخص‌های یک ساختمان سبز در دستور کار ساخت و سازها، بازسازی سازمان‌ها و مؤسسات و تأمین تجهیزات قرار گیرد. به‌طور طبیعی پیامدهایی که هرکدام از این ابعاد به دنبال دارند اهمیت و دلایل توجه به هرکدام را به‌خوبی نشان می‌دهند. تحقق چنین نقشی مستلزم توجه کتابخانه به توسعه خدمات مناسب به‌منظور

کتابخانه‌های سبز
در دو بُعد قابل
پیاده‌سازی هستند:
بُعد اول که شامل
مأموریت‌های سبز
ازجمله داشتن
تفکر و فرهنگ سبز،
مجموعه‌سازی در
موضوع‌های سبز،
توسعه خدمات
غیرحضوری، مدیریت
پسماند است و
بُعد دوم که شامل
داشتن ساختمان
سبز و معیارهایی
ازجمله کیفیت داخل
ساختمان، مصالح
و منابع سبز، طراحی
سبز، آسایش محیط،
مصرف بهینه انرژی
و مصرف بهینه آب
است.

فصلنامه

نمایه
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

۱۵۴

1. Khalid

2. Farid Malik

برآورده کردن نیازهای متنوع جامعه و متصدیان توسعه است. به عبارت دیگر، کتابخانه‌ها باید پیشاپیش و پایه‌پای متصدیان توسعه پایدار، خدمات مناسب را برنامه‌ریزی کرده و ارائه دهند تا به رسالت واقعی خود جامعه عمل ببوشانند (سالاری، ۱۳۸۱).

پیشینه کارهای انجام شده در داخل و خارج از کشور نشان می‌دهد که هنوز مؤسسات و سازمان‌ها وضعیت و سطح درک قابل قبولی از مؤلفه‌ها و استانداردهای زیست محیطی و فناوری‌های سبز ندارند و توسعه پایدار دارای چالش‌های چندبعدی در کتابخانه‌هاست. پیاده‌سازی مؤلفه‌های سبز نه تنها به رشد فرهنگ توسعه پایدار و حفاظت از محیط زیست کمک می‌کند بلکه به عنوان یک ابزار بازاریابی برای کتابخانه‌ها هم محسوب می‌شود. برای داشتن یک کتابخانه سبز الزام به داشتن ساختمان سبز نیست و کتابخانه‌ها می‌توانند با داشتن مأموریت و خدمات سبز به عنوان کتابخانه سبز شناخته شوند و بیشتر پژوهش‌ها بر مفاهیم این حوزه و استانداردهای آن تأکید داشته‌اند. در این صورت کتابخانه‌ها شانس بیشتری برای موفقیت پایدار در آینده دارند.

باتوجه به اینکه تاکنون مطالعه جامعی در زمینه ارزیابی کتابخانه‌های دانشگاهی براساس مؤلفه‌های سبز و روشن شدن وضعیت آنها، به عنوان بخشی از نظام آموزش عالی، مرکز گردآوری و انتقال اطلاعات علمی و کانون تأمین امکانات تحقیق برای پژوهشگران و توسعه علوم در ایران صورت نگرفته است، این پژوهش درصدد است تا به شناسایی وضعیت کتابخانه دانشگاه‌های سطح یک وزارت علوم، تحقیقات و فناوری و وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی بپردازد و به بهبود وضعیت موجود مؤلفه‌های سبز در کتابخانه‌ها کمک کند.

منابع و مآخذ

- حقیقی، محمود (۱۳۷۳). کتابخانه دانشگاهی. تهران: دایرةالمعارف کتابداری و اطلاع‌رسانی. جلد
- میرسپاسی، ناصر (۱۳۷۸). مدیریت منابع انسانی و روابط کار. تهران: مؤسسه چاپ و انتشارات مرکز آموزشی مدیریت دولتی.
- رحیمی، حسین (۱۳۸۰). نقش فرهنگ در توسعه پایدار. اطلاعات سیاسی و اقتصادی، شماره ۱۶۸ و ۱۶۷: ۱۴۵-۱۳۸.
- سالاری، محمود (۱۳۸۱). نقش خدمات کتابخانه‌ها در توسعه پایدار. فصلنامه کتابداری و اطلاع‌رسانی، شماره ۱۷ (۶): ۲۵-۲۴.
- زاهدی، شمس السادات و غلامعلی نجفی (۱۳۸۵). بسط مفهومی توسعه پایدار. مدرس علوم انسانی، شماره ۱۰ (۴۹): ۷۶-۱۳.
- ساور، عبدالرضا (۱۳۸۶). نقش IT در توسعه پایدار. تهران: دبیر.
- زاهدی، شمس السادات (۱۳۸۸). توسعه پایدار. تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت).
- مطلبی، داریوش (۱۳۸۸). کتابخانه‌ها در خدمت توسعه پایدار. کتاب ماه کلیات، شماره ۲: ۹-۲.
- ندافی، کاظم، جعفر نوری و رامین نبی زاده (۱۳۸۷). نظام مدیریت سبز در کتابخانه ملی ایران. فصلنامه علوم و تکنولوژی محیط زیست، شماره ۲: ۲۶۹-۲۶۲.
- نوری و محمد جنتی کیا (۱۳۸۹). طراحی سبز در بنای کتابخانه.
- عمرانی (۱۳۹۰). کتابداری سبز و نقش کتابخانه‌های عمومی: سخنی درباره ارتقای سواد زیست محیطی. پایگاه تحلیلی خبری لیزنا. سخن هفته شماره ۶۵. ۱۷ بهمن.
- زاهدی، شمس السادات (۱۳۹۰). جهانی شدن و توسعه پایدار. فصلنامه مطالعات راهبردی جهانی شدن، شماره ۲ (۳): ۱۸-۱.
- شورای عالی انقلاب فرهنگی (۱۳۹۰). نقشه جامع علمی کشور. تهران.
- طالشی، محمد صالح، حمید سودائی زاده و فرهاد کورکی (۱۳۹۱). بررسی نقش استانداردهای زیست محیطی در دستیابی به توسعه پایدار با توجه به سطوح آگاهی دانشجویان. فصلنامه آموزش محیط زیست و توسعه پایدار، شماره ۲: ۵۳-۴۵.
- عمرانی (۱۳۹۱). سواد زیست محیطی بخشی از سواد اطلاعاتی است. پایگاه تحلیلی خبری لیزنا. سخن هفته شماره ۱۰۵. ۲۹ آبان.
- علوی، مهتاب (۱۳۹۲). اهمیت آموزش حفاظت از محیط زیست. اولین همایش سراسری محیط زیست، انرژی و پدافند زیستی، تهران.
- نقدی، پرستو (۱۳۹۲). ساختمان‌های سبز: با بررسی مورد استاندارد لید در کتابخانه. آوای

فصلنامه

نمایه
پژوهشدوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

دانش، شماره ۲: ۱۷-۱۵.

ضیاء، آرش آریا نوروزی لرکی (۱۳۹۲). **ساختمان‌های سبز، به‌عنوان ابزار آموزش پایداری در کتابخانه‌ها، دومین همایش ملی اقلیم، ساختمان و بهینه‌سازی مصرف انرژی، اصفهان.**

نجف‌لو، پریسا و نفیسه صالحی مقدم (۱۳۹۲). نهادینه‌سازی فرهنگ حفاظت از محیط‌زیست.

اولین همایش برنامه ریزی حفاظت، **حمایت از محیط‌زیست و توسعه پایدار، همدان.**

کیانی زاده، رضا (۱۳۹۲). **راهکارهای معماری پایدار در طراحی کتابخانه‌ها، همایش ملی**

معماری پایدار و توسعه شهری، بوکان، شرکت سازه کویر.

عرفان‌منش، محمد امین و الهه حسینی (۱۳۹۳). نقش کتابخانه‌ها در توسعه پایدار. فصلنامه

داخلی کنسرسیوم محتوای ملی، شماره ۱۵: ۲۲-۱۴.

متاله، پری ناز و مهدی شیبانی (۱۳۹۳). بررسی اثرات پیوند منظر و کتابخانه. اولین کنفرانس

ملی شهرسازی، مدیریت شهری و توسعه پایدار، تهران، مؤسسه ایرانیان، انجمن

معماری ایران.

سفرچی، علی و مرجان صابونچی (۱۳۹۳). ساختمان سبز، جنبه‌ها و اثرها، کنگره بین‌الملل

پایداری در معماری و شهرسازی. امارات متحد عربی، کانون انجمن‌های صنفی مهندسان

معمار ایران، دانشگاه آزاد اسلامی واحد امارات.

حسینی، محمدرضا و زهره ترابی (۱۳۹۳). به‌کارگیری انرژی‌های تجدیدپذیر در معماری فضاهای

آموزشی (نمونه موردی: کتابخانه). اولین همایش ملی محیط‌زیست، اصفهان، دانشگاه پیام

نور واحد دهقان.

میرحسینی، زهره و احمد شعبانی (۱۳۹۳). مبانی و روش‌های آموزش سواد اطلاعاتی. تهران:

سمت.

فروغی اصل، محمد جواد و محمد رضا کریمی علویجه (۱۳۹۴). بخش‌بندی مصرف‌کنندگان سبز

با استفاده از متغیرهای سبک زندگی (مورد مطالعه: مصرف‌کنندگان محصولات ارگانیک در

شهر شیراز). تحقیقات بازاریابی نوین، شماره ۵ (۴): ۱۸۴-۱۶۳.

همایی، رضا، حمیدرضا شعاعی و هادی سلطانی فرد (۱۳۹۴). طراحی کتابخانه مرکزی شهر

سبزوار با رویکرد بهینه‌سازی انرژی، کنفرانس بین‌المللی دستاوردهای نوین پژوهشی در

مهندسی عمران، معماری و شهرسازی، تهران.

حسامی، سیده نسیمه و علیرضا فارسی محمدی پور (۱۳۹۴). تحلیلی بر بررسی نقش طبیعت و

فضای سبز در تحقق پایداری معماری ساختمان‌ها (نمونه موردی: ساختمان کتابخانه‌ها)،

اولین کنفرانس سالانه بین‌المللی عمران، معماری و شهرسازی، شیراز، مؤسسه عالی علوم و

فناوری خوارزمی.

صبوری، معصومه (۱۳۹۴). طراحی کتابخانه مرکزی استان گیلان براساس مفاهیم معماری سبز.

پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده هنر و معماری دانشگاه گیلان.

صبوری، شهروز (۱۳۹۴). بازاریابی سبز در ایران: پتانسیل‌ها و چالش‌ها. تعالی، نشریه تخصصی مدیریت، شماره ۳ (۳۷): ۱۱-۱۵.

صالح عمران، ابراهیم، لایلا پرهیزکار و خدیجه حاتمی فر (۱۳۹۵). بررسی جایگاه مؤلفه‌های اصلی آموزش محیط‌زیست در کتاب‌های درسی دوره ششم ابتدایی. فصلنامه آموزش محیط‌زیست و توسعه پایدار، شماره ۵ (۲): ۸۵-۹۵.

کراتر، مری، مری بٹ لاک و مری ج. اسکانلون (۱۳۹۵). کتابدار کارآفرین: مباحثی در پویایی تجارت خصوصی در جهت ارائه خدمات حرفه‌ای. ترجمه گروهی از مترجمان. تهران: چاپار. قربانی، محبوبه (۱۳۹۶). کتابخانه سبز، دایره‌المعارف کتابداری و اطلاع‌رسانی، جلد دوم.

عبدی، کیوان و مهناز دانشمند شیرازی (۱۳۹۶). تأثیر ساختمان‌های سبز بر محیط‌زیست. گزارش، نشریه سازمان نظام مهندسی ساختمان استان فارس، شماره ۹۳: ۵۲-۴۹.

قربانی، محبوبه، فهیمه باب الحوائجی و فاطمه نوشین فرد (۱۳۹۶). شاخص‌های مدیریت برای کتابخانه سبز. مطالعات ملی کتابداری و سازماندهی اطلاعات، شماره ۱: ۶۷-۴۷. علی پور، علی اشرف و مهدی صادقی (۱۳۹۶). بررسی آموزش محیط‌زیست برای دستیابی به توسعه پایدار، سومین همایش ملی مدیریت بحران، ایمنی، بهداشت، محیط زیست و توسعه پایدار، تهران.

طهماسبی لیمونی، صفیه و کبری گوران اوریمی (۱۳۹۶). ارزیابی نگرش سبز مدیران و کتابداران شاغل در کتابخانه‌های مرکزی استان مازندران، چهارمین کنفرانس بین‌المللی اقتصاد سبز، بابل‌سر.

گوران اوریمی، کبری، صفیه طهماسبی لیمونی و سالومه طهماسبی (۱۳۹۷). بررسی دیدگاه مدیران و کتابداران در بهره‌برداری از مدل ارزش گذاری فناوری اطلاعات سبز در کتابخانه‌های دانشگاه‌های آزاد اسلامی استان مازندران. فناوری اطلاعات و ارتباطات در علوم تربیتی، شماره ۲: ۱۵۵-۱۳۱.

علیجانی، بهلول، محمد سلیقه و صابر شفائی گیگلو (۱۳۹۷). نقش انرژی خورشیدی در توسعه پایدار شهر تهران (مطالعه موردی: ساختمان مسکونی). جغرافیا (فصلنامه علمی پژوهشی و بین‌المللی انجمن جغرافیایی ایران)، شماره ۵۹: ۵۵-۳۸.

درویش نوری، سیمین، مرضیه کریمی و هلن مربی هروی (۱۳۹۷). بررسی تأثیر نهادینه کردن رفتار زیست‌محیطی در شهروندان بر کارایی و اثربخشی سازمانها. مدیریت محیط‌زیست و توسعه پایدار، شماره ۲؟

صمیعی، میترا، الهام هوشمندو ایمان نریمانی (۱۳۹۷). ترویج فرهنگ حفظ محیط‌زیست با آموزش سواد اطلاعاتی سبز در کتابخانه‌های دانشگاهی. یازدهمین همایش ملی ادکا، تهران. نریمانی، ایمان (۱۳۹۷). مزایای اقتصادی کتابخانه‌های سبز. کنفرانس بین‌المللی عمران، معماری و طراحی شهری. دانشگاه هنر اسلامی، تبریز.

اسماعیل زاده، حسن، زهره فنی و سیده فاطمه عبدی (۱۳۹۸). هوشمند سازی، رویکردی در

تحقیق توسعه پایدار شهری (مطالعه موردی: منطقه ۶ تهران). پژوهش‌های جغرافیای انسانی، شماره ۱: ۱۵۷-۱۴۵.

خلیلی، لیلا (۱۳۹۸). نقش کتابخانه در ترویج و عملیاتی نمودن ماموریت سبز، کنفرانس ملی مدیریت، گردشگری و توسعه پایدار، تبریز.

زاهدی، شیرین (۱۳۹۸). ارزیابی و اولویت بندی شاخصها و معیارهای تأثیرگذار برای کتابخانه‌های سبز، اولین همایش ملی ارزیابی علم، ارزیابی پژوهش‌های علمی (مسائل، ابزار و روش‌ها)، کرمان. محمدشفیعی، محمدرضا و پریسا موحدخواه (۱۳۹۸). اثر گیاهان فضای سبز در سلامت محیط زیست شهری. مطالعات طراحی شهری. پژوهش‌های شهری، شماره ۱: ۲۱-۱۱. آقایی میرک آباد، اعظم و محسن حاجی زین العابدینی (۱۳۹۹). کاربرد فناوری اینترنت اشیا سبز در کتابخانه‌های سبز. ششمین کنفرانس بین‌المللی وب پژوهی، تهران.

مختاری ملک آبادی، مریم (۱۳۹۵). ساختمان‌های سبز، سیستم رتبه بندی و انجمن‌های ساختمان سبز. دانش‌نما، نشریه فنی تخصصی سازمان نظام مهندسی ساختمان استان اصفهان، شماره ۲۲ (۹): ۱۹۲-۱۹۱.

حاجی زین العابدینی، محسن (۱۳۹۹). کتابخانه ملی ایران دوستدار محیط زیست. به‌روزشده در (۱۳۹۹/۰۶/۱۱)، بازیابی شده (۱۴۰۰/۰۴/۱۸) از لینک زیر:

http://www.nlai.ir/enterprise-news/-/asset_publisher/5Xxp6q5vfs9r/content/--7479

معماری سبز. بازیابی شده ۱۴۰۰/۰۴/۳۱ از لینک زیر:

<http://1honor2memari.blogfa.com/post/80>

تعریف استاندارد لید بازیابی شده در تاریخ ۱۴۰۰/۰۴/۳۱ از لینک زیر:

<https://imannarimani.ir/>

تعریف ساختمان سبز و معرفی ساختمان سبز در ایران بازیابی شده در تاریخ ۱۴۰۰/۰۴/۳۱ از لینک زیر:

<http://www.aetemad.ir/>

استاندارد ساختمان‌های سبز بازیابی شده در تاریخ ۱۴۰۰/۰۴/۳۱ از لینک زیر:

<https://hiword.ir/downloads/leed/>

حوزه اینترنت اشیا بازیابی شده در تاریخ ۱۴۰۰/۰۴/۳۱ از لینک زیر:

<https://behido.ir/>

پنل‌های خورشیدی بازیابی شده در تاریخ ۱۴۰۰/۰۴/۳۱ از لینک زیر:

<https://namnak.com/>

Akhtar, S Melesse, M1994). Journal of Information Science. Vole 20, N. 5, 314-322

Murugesan S (2007). Going Green with IT: You're Responsibility toward Environmental

- Sustainability. Cutter Business-IT Strategies Executive Report, 10 (8): 1-25
- Greengard, (2008). "Microeconomics." Harlow: Prentice Hall. Green ICT Framework.RMIT2010 .
- Failkoff, F (2008). Education and Community, Library Journal, Library by Design. pp. 14
- Oyelude, A. A. & Alabi, A. O. (2013). Greening: pluses and minuses of Nigerian libraries in promoting environmental sustainability.
- Hauke, P & Werner, K (2013). Going green as a marketing tool for libraries: environmentally sustainable management practices
- Chou, David C (2013) Risk identification in Green IT practice, Computer Standards & Interfaces (35) 231-237. Journal homepage: www.elsevier.com/locate/csi.
- Hauke, Petra & Werner, Klaus Ulrich (2013) Going green as a marketing tool for libraries: environmentally sustainable management practices, IFLA WLIC SINGAPORE
- Scherer, a (2014). Green libraries promoting sustainable communities
- Zahrabi, M., & Biyabangard, M. F., (2014). "Reviewing the acceptance of green information technology (IT): based on the process-oriented management view". International conference of green economy. May 22. [In Persian].
- Hauk, p (2015). How to become / How to identify a green library? Standards for certification.
- Baroudi, C. (2015), Green IT: In the language of humanity. Translated by Zahrabi, M., Teheran: Hirmand. 19. [In Persian].
- Thomas, R (2016). Green libraries
- Radfar, R., & Zahrabi, M. (2016). "Green IT management". Teheran, Science and cultural publications company. [In Persian].
- Kurbanoğlu, S. & Boustany, J (2014). From green libraries to green information
- Kraljević, Ivan & Lukačić, Petar (2015) Project Green Library in Croatia.
- Kurbanoğlu, S. & Boustany, J. (2014, October). From green libraries to green information literacy. In European Conference on Information Literacy (pp. 47-58).
- Hauke (2018) From Information Literacy to Green Literacy: Training Librarians as Trainers for Sustainability Literacy. <http://library.ifla.org/id/eprint/2147>
- Genovese, Peter & Albanese, Patricia (2011) sustainable libraries, sustainable services: A Global view, IFLA PUERTORICO, 13-18 August, San Juan
- Parent, I (2013). Opening Address by IFLA president. IFLA journal. 39(4).344-357.

الگوی مصرف و توزیع فرهنگی تولیدات سینمایی در دوران پسادیدجتال

حاضران:

علیرضا تابش

(مدیرعامل بنیاد سینمایی فارابی)



سید جمال الدین اکبرزاده جهرمی

(استادیار ارتباطات اجتماعی دانشگاه علامه طباطبائی)



امیررضا تجویدی (دبیر علمی نشست)

(نویسنده حوزه سینما و رسانه، کارشناس ارشد علوم ارتباطات اجتماعی دانشگاه تهران)



درآمد

با گسترش دامنه شیوع ویروس کرونا در کشور ما، بسیاری از نهادهای خرد و کلان کشور از جمله سینما تحت تأثیر آن قرار گرفته‌اند. به این دلیل که شیوه‌های رایج مصرف تولیدات سینمایی نیازمند آئین‌هایی از جنس گردهمایی مخاطبان بودند، شیوع ویروس کرونا باعث به حداقل رسیدن امکان برگزاری این نوع گردهمایی‌ها شد و رفتن به سراغ شیوه‌های جای‌گزین توزیع و مصرف سینما در دستور کار قرار گرفت. این شیوه‌ها پیش از شیوع ویروس کرونا نیز رواج پیدا کرده بودند اما ضرورت روی آوردن به آنها در شرایط کنونی بیشتر احساس می‌شود. آنچه در این مجال بدان پرداخته شده، بررسی و درک ابعاد و مرور پیامدهای الگوی نوین مصرف و توزیع فرهنگی سینما و ارائه پیشنهادهایی در ابعاد سیاست‌گذارانه برای مدیریت وضعیت توزیع و مصرف تولیدات سینمایی ایران در این دوران است.

فصلنامه

نمایه پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

۱۶۱

واژه‌های کلیدی: مصرف فرهنگی تولیدات سینما، هنر دوران پسادیدجتال، مجازی

شدن سینما، هنر و کرونا

پیشینه و روندهای الگوی مجازی شدن توزیع و مصرف تولیدات فرهنگی سینما در عصر پسادیجیتال در ایران و جهان

تابش: کل زنجیره سینما تحت تأثیر کرونا قرار گرفت. می‌توان گفت که تنها فیلم‌نامه‌نویسان و ایده‌پردازان بودند که تحت تأثیر شرایط فیزیکی کرونا قرار نگرفتند اما مراحل پیش‌تولید، تولید و پس از تولید، جشنواره‌ها، اکران و رویدادهای سینمایی تحت تأثیر کرونا قرار گرفتند. از طرفی سیستم‌های استریم تعریف سینما را دگرگون کردند. در کشور ما و دیگر کشورها مشترکین سرویس‌های استریم یا سامانه پخش و نمایش آنلاین فیلم افزایش چشمگیری پیدا کردند، نتفلیکس در سال ۲۰۲۰ میلادی ۳۷ میلیون مشترک به تعداد قبلی مشترکین خود اضافه کرد به طوری که در حال حاضر طبق آخرین آمار ۲۰۲۰ مشترکین نتفلیکس در جهان ۲۰۴ میلیون مشترک هستند و پانصد فیلم و محتوا را در مرحله پس از تولید دارد. نتفلیکس یک سامانه تولید، پخش و نمایش فیلم، سرگرمی و محتواست که در تمام کشورها از نیروهای متخصص فیلم‌ساز و سینماگرا استفاده می‌کند و فقط در کشور مقصد آن مؤسسه کار تولید و توزیع را انجام نمی‌دهد. رقم مشترکین دیزنی پلاس پس از گذشت چهارده ماه فعالیت به ۸۶ میلیون مشترک رسیده است و جالب اینکه هفت محتوا از ده محتوای برتر پربیننده سال متعلق به دیزنی پلاس است. سرویس‌های استریم معنای سینما را در این دوران متحول کردند. از طرفی سازمان ملل سال ۲۰۲۱ میلادی را سال بین‌المللی اقتصاد خلاق نام‌گذاری کرده است و تأکید آن بر حمایت از جوامع محلی، مشاغل کوچک و فعالیت‌های فرهنگی هنری که توسط نسل جوان شکل می‌گیرد است. این نام‌گذاری از یک سو و بحران کرونا از سوی دیگر موجب افزایش مشترکین سرویس‌های استریم شد. در کشور ما نیز حدود ۲ میلیون مشترک از ورودی‌های مشهور محتوا دریافت می‌کنند.

تابش:
کل زنجیره سینما
تحت تأثیر کرونا
قرار گرفت. می‌توان
گفت که تنها
فیلم‌نامه‌نویسان و
ایده‌پردازان بودند
که تحت تأثیر شرایط
فیزیکی کرونا قرار
نگرفتند اما مراحل
پیش‌تولید، تولید
و پس از تولید،
جشنواره‌ها، اکران و
رویدادهای سینمایی
تحت تأثیر کرونا قرار
گرفتند.

جهرمی: بهتر است برای شروع قضیه را به طور تازه‌ای مفهوم‌پردازی کنیم. پدیده مصرف فرهنگی سینما در فضای مجازی سابقه‌ای تاریخی دارد، منظور از فضای مجازی در اینجا فضایی غیر از فضای متعارف سینماست. شروع تماشای فیلم در خارج از سالن سینما با اختراع تلویزیون و پس از آن در سال ۱۳۷۶ با اختراع ویدئو و اجاره‌دادن فیلم ویدئویی توسط برخی مؤسسات بود. البته کمپانی‌های آمریکایی کمپینی به راه انداختند که در آن مدعی شدند اجاره‌دادن ویدئو ناقض حقوق معنوی سازنده است اما این کمپین به نتیجه نرسید و این روند ادامه پیدا کرد. در ایران نیز اولین ورژن‌ها، ورژن بتامکس سونی بود به دلیل اینکه بتامکس اجازه بارگزاری فیلم‌های غیراخلاقی را نمی‌داد وی‌اچ‌اس به سرعت جایگزین بتا مکس شد از این موضوع درمی‌یابیم که تغییر و تحول در این عرصه فقط مربوط به فناوری نیست بلکه علاوه بر آن عواملی مثل قوانین و اقتصاد نیز تأثیرگذار

فصلنامه

**نمایش
پژوهش**

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

هستند. پس از آن شرکت‌هایی در آمریکا تأسیس می‌شوند که تلاش می‌کنند فرمت‌هایی را ابداع کنند که بتوانند مخاطبین بیشتری برای فیلم‌های ویدئویی پیدا کنند. پس از آن در دهه ۱۹۹۰ دی‌وی‌دی^۱ وارد عرصه می‌شود به این صورت که شرکتی تأسیس می‌شود که آرشیو کاملی از فیلم‌هایی که تا آن زمان وجود داشته است تهیه می‌کند که مبتنی بر اجاره سالانه فیلم‌ها بود. شرکت نتفلیکس در همان ابتدای تأسیس خود از یک ترفند استفاده می‌کند و یک بیزینس پلن جدید ایجاد می‌کند به این صورت که هزینه ارسال دی‌وی‌دی را حذف کرده و مشتریان با خرید اشتراک می‌توانستند هر تعداد اثری که می‌خواهند سفارش دهند. سپس با آمدن اینترنت تحولی دیگر در این صنعت به وجود آمد به این صورت که برخی افراد فیلم‌هایی را که در سالن‌ها به نمایش درمی‌آمد غیرقانونی فیلم‌برداری می‌کردند و در اینترنت بارگذاری می‌کردند. ابداع استریم تحول بزرگی در توزیع و مصرف سینما بود به طوری که کمپانی فیلم را در چند پلن ارسال می‌کند و کل فیلم در اختیار ما قرار نمی‌گیرد. اینجاست که وی‌اودی‌ها توسعه پیدا می‌کنند که مشهورترین آنها نتفلیکس و رقبای آن مثل آمازون هستند. این تاریخچه مختصری بود از اینکه سینما بخش عظیمی از درآمدش را خارج از سالن سینما به دست می‌آورد و در حال حاضر کرونا این روند را تسهیل کرده است.

چهره‌ی:
ابداع استریم تحول
بزرگی در توزیع و
مصرف سینما بود
به طوری که کمپانی
فیلم را در چند پلن
ارسال می‌کند و کل
فیلم در اختیار ما
قرار نمی‌گیرد.

تجوبدی: شیوع ویروس کرونا چه تأثیری روی تسریع، تشدید، تغییر، توزیع و مصرف سینما در کشور داشته است؟

تابش: کرونا مساجد، سینماها، دانشگاه‌ها، ورزشگاه‌ها و همه اماکنی را که مردم ارتباط فیزیکی با آنها داشتند تعطیل کرد و تأثیر بسیار مهمی روی اقتصاد، فرهنگ و هنر گذاشته است. برای مثال در این دوره نتوانستیم نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران را برگزار کنیم بنابراین تصمیم گرفته شد نمایشگاه مجازی کتاب در ایران برگزار شود. تفاوت این نمایشگاه با نمایشگاه‌های دیگر این است که مردم شبانه‌روزی می‌توانند کتاب‌هایی را که می‌خواهند سفارش دهند و از طریق پست دریافت کنند. البته نمایشگاه مجازی مخالفانی نیز دارد اما واقعیت این است که فقط ناشران بزرگ و صاحب‌نام در این دوره از نمایشگاه حضور پیدا نکردند بلکه ناشرهای کوچک و کمتر شناخته شده نیز توانستند آثار خود را بفروشند. در حال حاضر ما در عصر پسادیدجتال هستیم و مبحثی به عنوان مجازی و واقعی وجود ندارد. در تفکرات قدیمی دنیا به دو بخش تقسیم شد دنیای واقعیت و دنیای مجازی اما به نظر آقای تابش ما در یک دنیا زندگی می‌کنیم که آمیخته‌ای از هر دو بخش است به طوری که حقوق‌مان را از طریق تلفن دریافت می‌کنیم، قبض‌هایمان را از طریق اپلیکیشن‌های تلفن همراه پرداخت می‌کنیم و در آمازون یا دیجی‌کالا و غیره

فصلنامه

نمایه
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
 سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

۱۶۳

خرید می‌کنیم. هم فروشنده و هم خریدار در یک بستر پسادیدجیتالی خرید و فروش می‌کنند حتی محصولات فرهنگی مثل کتاب و موزیک را نیز از پلتفرم‌هایی مثل فیدیبو، طاقچه، آمازون موزیک و... دریافت می‌کنیم که این موارد مشخصاً مربوط به دوران کرونا نیست. حتی پلتفرم‌های سلامت مثل سامسونگ هلت داریم که تعداد قدم‌هایمان را می‌شمارد یا میزان اکسیژن خون را اندازه‌گیری می‌کند. هوش مصنوعی داده‌های ما را دریافت و تجزیه و تحلیل می‌کند. ما در دنیای امروز علاوه بر بدن جسمانی و روحانی یک بدن اطلاعاتی نیز داریم که هم وظایف مغز و هم وظایف بدن را انجام می‌دهد و هوش مصنوعی کمک می‌کند که این یافته‌ها تجزیه و تحلیل شود. این تجزیه و تحلیل یافته‌ها در توزیع و مصرف تولیدات سینمایی هم حائز اهمیت است. برای مثال وقتی ما وارد نتفلیکس می‌شویم اگر اهل حیات وحش باشیم هوش مصنوعی خودکار و باتوجه به داده‌هایی که جمع‌آوری کرده است تازه‌ترین مستندهای حیات وحش را به ما پیشنهاد می‌کند یا پلتفرم‌هایی مثل بلد و نشان با جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل داده‌ها مسیرهای با ترافیک سبک‌تر را در مسیریابی به ما نشان می‌دهند. به عبارت دیگر تمام زندگی ما درگیر فضای پلتفرمی شده است. کرونا تلنگر تکان‌دهنده‌ای برای همه ما بود که کارگزاران حکومت‌ها و کشورها، اهالی فرهنگ و هنر و اقتصاددان‌ها شتاب بیشتری روی مدیریت داده‌ها داشته باشند. زیرساخت‌های این الگوها از چندی پیش فراهم شده است و کرونا با ایجاد محدودیت‌های فیزیکی این روند را سرعت بخشید.

تأثیر شیوع کرونا بر تثبیت یا تغییر الگوی مصرف و توزیع سینما در عصر پسادیدجیتال جهرمی: کرونا فقط کاتالیزور تسریع این روند بوده است. ما باید به این توجه کنیم که چه اتفاقاتی در حال رخ دادن بوده و در مقابل این اتفاقات چه مقاومت‌هایی وجود داشته است و الزامات همه‌گیری کرونا باعث چه تغییراتی شده است. از یک دوره‌ای به بعد تحت تأثیر چندین عامل مثل دیدجیتالی شدن و مینیاتوری شدن قطعات، تحولات در حوزه نرم‌افزارهای کامپیوتری و توسعه در نقل و انتقالات اطلاعات و دیگر تحولات فنی پدیده‌ای به نام هم‌گرایی رسانه‌ای ایجاد شده است. هم‌گرایی رسانه‌ای به معنای فضاهاى مختلف رسانه‌ای است. برای مثال در سال‌های قبل مرزبندی‌های بسیار مشخص در تولید، توزیع و مصرف بین فضاهاى مختلف رسانه‌ای وجود داشت. تجهیزاتی که سیستم‌هایی که متولی تولید سینما بودند استفاده می‌کردند با تجهیزاتی که در تلویزیون و رادیو استفاده می‌شد کاملاً متفاوت بود. همچنین نیروهای انسانی که در این محیط‌های مختلف کار می‌کردند نیازمند مهارت‌های متفاوتی بودند اما هم‌گرایی رسانه‌ای باعث شد این مرزها تا حدود زیادی کمرنگ شوند. پس مصرف تولیدات سینمایی در خارج از سالن سینما از قبل به صورت جداگانه وجود داشته است اما هنگامی که اینترنت آمد امکان این فراهم

تابش:
کرونا تلنگر
تکان‌دهنده‌ای
برای همه ما بود که
کارگزاران حکومت‌ها
و کشورها، اهالی
فرهنگ و هنر و
اقتصاددان‌ها
شتاب بیشتری روی
مدیریت داده‌ها
داشته باشند.
زیرساخت‌های این
الگوها از چندی
پیش فراهم شده
است و کرونا با ایجاد
محدودیت‌های
فیزیکی این روند را
سرعت بخشید.

فصلنامه

نمایه
پژوهشدوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

شد که تمام این محتواهای متفاوت یعنی صوت، تصویر و متن همه باهم ادغام شوند و شکل دیجیتال به خود بگیرند چه به صورت فایل و چه به صورت استریم. شرکت‌هایی که متولی تولید این محتواها بودند مثل شرکت نتفلیکس که پس از ابداع استریم، فیلم‌های اکران‌شده را به صورت استریم در اختیار مشترکان خود قرار می‌داد. با ابداع استریم شرکت نتفلیکس توانست هم محتواهای سینمایی و هم تلویزیونی و رادیویی را به صورت استریم درآورد همچنین خود نتفلیکس وارد حوزه تولید محتوا شد. در جهان شیوه‌های مختلف توزیع سینما به سمت ادغام حرکت می‌کنند. وقتی که برای اولین بار آپارات و سینما وارد ایران شد حالت خانگی داشت و به صورت سالن‌های عمومی نبود بلکه در دربار و منزل ثروتمندان بود. در دهه شصت ویدئو وارد ایران می‌شود و شورای انقلاب اسلامی امر سامان‌دهی و رسیدگی به ویدئو را به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی سپرد و متولی سیاست‌گذاری در امر ویدئو وزارت فرهنگ و ارشاد است. دیجیتال شدن عرصه‌ای فراهم کرد تا از طریق سرویس شبکه‌های خانگی بتوان سریال تولید کرد. پس تماشای فیلم در خارج از سالن‌های سینما مدعیان مختلفی پیدا می‌کند که یکی از آنها وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی است و دیگری صداوسیما است همچنین وزارت ارتباطات که زیرساخت‌های اینترنتی را فراهم کرده است. در زمان دولت آقای دکتر احمدی نژاد از بالا رفتن سرعت اینترنت جلوگیری می‌کردند و دسترسی مخاطبین ایرانی را به اینترنت پرسرعت ممنوع اعلام می‌کردند و کاربران خانگی نمی‌توانستند اینترنتی با سرعت بالای k۱۲۸ داشته باشند. همین مهم‌ترین عامل برای جلوگیری از توسعه سرویس‌های ویدئویی درخواستی بود. بعد از پایان دولت آقای دکتر احمدی نژاد و روی کار آمدن دولت آقای دکتر روحانی این محدودیت‌ها برداشته می‌شود و سرعت و دسترسی اینترنت در ایران بسیار گسترده می‌شوند و شرایط برای استریمینگ مهیا می‌شود و شاهد ایجاد بازار نوظهوری بودیم که محل عرضه محتواهای دیجیتال است که هم‌زمان با خود، چرخه‌های دیگری را نیز راه‌اندازی کرد. پدیده‌ای در دنیا به شدت در حال گسترش است وقتی که به ایران می‌رسد زمینه‌ها و شرایط بافتی و ویژگی‌های منحصربه‌فرد سیاسی، فرهنگی و اجتماعی که در ایران وجود دارد باعث شد تحولی که در جهان به سرعت پیش می‌رفت در ایران دچار محدودیت شود؛ برای مثال سازمان صداوسیما مدعی بود که هر نوع تصویر که حالت فراگیر دارد باید زیر نظر این سازمان قرار بگیرد، اما در حال حاضر می‌بینیم که الزامات دنیای جدید ممکن نیست این محدودیت‌ها را تحمل کند، مثلاً تا قبل از کرونا نظام آموزش و پرورش اجازه بردن تلفن همراه به مدرسه را به دانش‌آموزان نمی‌داد اما امروزه ما به دلیل شرایط کرونا مجبور هستیم تلفن همراه و تبلت را با کمال میل و رغبت در اختیار دانش‌آموزان قرار دهیم که ساعت‌ها با این وسایل کار می‌کنند و از آنها استفاده می‌کنند. در مورد شرایط خاص ایران؛ کرونا کاری کرده است که محدودیت‌های

چهره‌ی:

هنگامی که اینترنت

آمد امکان این فراهم

شد که تمام این

محتواهای متفاوت

یعنی صوت، تصویر

و متن همه باهم

ادغام شوند و شکل

دیجیتال به خود

بگیرند چه به صورت

فایل و چه به صورت

استریم.

فصلنامه

نمایه
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

پیشین خود را با عریانی بیشتری به نمایش بگذارند و محدودیت‌ها و ملاحظات‌هایی که از توسعه روند هم‌گرایی جلوگیری می‌کرد با آمدن کرونا در سیاست‌های پیشینمان بازنگری و تأمل کردیم.

فرصت‌ها و تهدیدهای فراگیری الگوی توزیع و مصرف در عصر پسادیدجیتال برای سینمای ایران

تابش: امروزه با روی آوردن به مصرف فرهنگی در پلتفرم‌ها شاهد شیب منفی تیراژ دی‌وی‌دی هستیم به طوری که خط تولید این محصول دیجیتال‌ی رو به تعطیلی می‌رود. نکته دیگری که در دوران کرونا به وجود آمده است ظهور پدیده اکران آنلاین است به طوری که تنها در سال ۱۳۹۹، ۳۰ فیلم سینمایی را به صورت اکران آنلاین داشتیم. البته فیلم‌هایی که با بودجه سنگین آماده شده‌اند متقاضی اکران آنلاین نیستند. اتفاق دیگری که در ده سال اخیر افتاده است این است که موج جدیدی از سریال‌سازی توسط بخش خصوصی که رقیب تلویزیون ایران هستند به راه افتاده و به یک کسب و کار پرسود تبدیل شده است و خود پلتفرم‌ها آرام‌آرام به سمت تولید محتوا حرکت می‌کنند که این هم تأثیر مهمی روی مخاطب ایرانی داشته است و ذائقه مخاطب ایرانی بعد از سریال موفق **شهرزاد** تغییر می‌کند. حتی در سریال‌هایی که قبل از شهرزاد پخش شد ما شاهد رغبت مخاطبان ایرانی به دیدن سریال‌های وطنی بودیم. یک سری مباحث حقوقی بین تأمین‌کنندگان اقتصاد سینمایی و پلتفرم‌ها به وجود آمده است که یک چالش بر سر قیمت‌گذاری آثار است چون رقابت زیادی بین پلتفرم‌ها نیست و سازنده فیلم ناچار به پذیرفتن قیمتی می‌شود که پلتفرم می‌دهد. چالش دیگر انحصاری بودن پلتفرم‌ها در ایران است و به این دلیل که خودشان وارد تولید محتوا شده‌اند دستمزد بازیگران و عوامل را بالا بردند که متأسفانه تأثیر منفی روی تولیدات سینما گذاشته است. در سریال‌سازی شاهد دستمزدهای بسیار سنگین برای نقش‌های اول در برخی از پلتفرم‌ها هستیم در حالی که این سوپرستار ممکن است دیگر حاضر نباشد در سینما با دستمزد پایین‌تری کار کند و این موضوعی است که باید بیشتر به آن بپردازیم. چارچوب‌های تلویزیون چارچوب‌های محدودی هستند اما سریال‌سازی در بخش خصوصی دست‌ها را باز گذاشته و خارج از تلویزیون جمهوری اسلامی در حال فیلم‌سازی هستند. در ده سال گذشته بخش خصوصی چهل سریال نمایش خانگی در ایران تولید کرده است که مخاطب داخلی از آنها استقبال کرده. حتی یکی از این سریال‌ها دوبله شد و در روسیه و چند کشور عربی پخش شد. چیزی که اینجا باید به آن اشاره کنیم عادت مصرف رسانه‌ای در دوران گذار است. کتاب خواندن، دیدن فیلم سینمایی، شنیدن موسیقی، تماشای تئاتر و هنرهای نمایشی و حتی میزان مصرف اینترنت در ایران تغییر کرده است. پلتفرم‌ها

تابش:
امروزه با روی آوردن به مصرف فرهنگی در پلتفرم‌ها شاهد شیب منفی تیراژ دی‌وی‌دی هستیم به طوری که خط تولید این محصول دیجیتال‌ی رو به تعطیلی می‌رود.

فصلنامه

نمایه پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

داده‌هایی به منظور ذائقه‌سنجی در اختیار دارند اما باید توجه کرد که از این داده‌ها چگونه می‌توان برای ارتقای کیفیت سینما استفاده کرد. در تمام این سال‌ها متصدیان امر کودک و متولیان امر آموزش و پرورش در کشور استفاده از تلفن همراه را ممنوع می‌کردند اما کرونا کاری کرد که شاهد تأسیس مدرسه مجازی، شبکه شاد، دانشگاه مجازی و هیئت‌های مذهبی مجازی باشیم. از طرفی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری بلافاصله بعد از کرونا اعلام کرد بخش ویژه کرونا پلاس را راه‌اندازی کرده و استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان را به سرمایه‌گذاری ترغیب کرده است. همان‌طور که می‌دانید بیش از ۳ هزار سالن در چین فیلم سینمایی نمایش می‌دهند و در اغلب سالن‌های تازه تأسیس در چین سنسورهایی نصب شده است که نقشه یو ایکس فیلم را می‌تواند به تهیه‌کننده فیلم تحویل دهد. برای مثال مخاطب فیلم لحظاتی با هیجان فیلم نگاه می‌کند لحظه‌ای چرت می‌زند و لحظه‌ای با کنجکاوی فیلم را دنبال می‌کند که تمام این حالات مخاطب را سنسور ثبت می‌کند و به این ترتیب رفتار مخاطب را با هوش مصنوعی ارزیابی می‌کنند که دستیابی به این امر در پلتفرم‌ها بسیار دست‌یافتنی‌تر است. به‌رحال شیوه مدیریت فرهنگی در کشورهای مختلف متفاوت است. از سال ۱۳۸۴ به بعد همچنان الگوی ما در سیاست‌گذاری حوزه فرهنگ و هنر و سینما تغییر نکرده است درحالی‌که این شانزده سال، سال‌های مهم تاریخ بشر بود و دیدیم که چین و آمریکا و حتی کشورهای آسیایی و منطقه سیاست‌گذاری‌ها و زیرساخت‌های متفاوتی داشتند؛ اما در ایران هنوز الگوهای ما مانند شانزده سال پیش است. کرونا کاری کرد که ما این تغییر را بهتر حس کنیم. خوشحالم که وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی از دو سال پیش توجه بیشتر به عرصه دیجیتال را مطرح کردند و تیمی در وزارتخانه موظف شده است که این مقوله را با معاونت‌های تخصصی پیش ببرد. تمام تلاش متصدیان حوزه فرهنگ و هنر به خصوص بخش دولتی و در کنار آن بخش خصوصی این است که با ایجاد سیاست‌های تشویقی کاری کنیم که این مرحله نیز در حوزه فرهنگ، هنر و سینما در کشور سپری شود و به جایگاهی در عرصه منطقه‌ای و جهانی برسیم که حق فرهنگ و هنر کشور است.

تجویدی: گسترش پیدا کردن الگوی توزیع و مصرف فرهنگی سینما در عصر حاضر چه ابعاد فرهنگی و اجتماعی داشته و چه فضایی را در حوزه تولید توزیع و مصرف تولیدات سینما در ایران به جای گذاشته است؟

جهرمی: استریمینگ باعث شده است که برای پخش نیاز به سیستم‌های خاصی نداشته باشیم و مصرف‌کننده درگیر پیچیدگی‌های فنی نمی‌شود و فارغ از اینکه از چه وسیله‌ای استفاده می‌کند مثل تلفن همراه و تبلت، لپ‌تاپ یا کامپیوتر و با هر سیستم‌عاملی چه ویندوز، آی‌اواس یا اندروید و دسترسی به اینترنت می‌تواند به محتواهای دلخواه خود

فصلنامه

نمایه
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

۱۶۷

دسترسی پیدا کند، یعنی مصرف بسیار راحت شده است و به گسترش مصرف بین اقشار مختلف با سوادهای رسانه‌ای متفاوت منجر شده است. در حوزه توزیع، مبحث الگوریتم مهم است. تفاوت شبکه‌های رسانه‌های جدید با رسانه‌های سنتی در فراهم بودن امکان رصدکردن و نظارت بر رفتار مصرف‌کننده و مخاطب است. ارائه‌دهندگان سرویس‌ها می‌توانند تمام داده‌های مربوط را از شما در اختیار داشته باشند. داده‌هایی مثل اینکه شما چه کسی هستید، مرد هستید یا زن، چه ساعتی فیلم تماشا می‌کنید، بیشتر چه نوع محتوایی را تماشا می‌کنید یا اینکه کجا فیلم را رد کردید و کجا آن را متوقف کرده‌اید و دوبار تماشا کرده‌اید. در شبکه‌های اجتماعی نیز همین‌طور است وقتی که شما وارد شبکه‌های اجتماعی می‌شوید با توجه به داده‌هایی که از شما دارد علاوه بر صفحاتی که آنها را دنبال می‌کنید محتوایی را که فکر می‌کند برایتان جالب است پیشنهاد می‌دهد. اکثر این الگوریتم‌ها پنهان نگه داشته می‌شوند و در مورد جزئیات داخلی آن صحبت نمی‌شود و کمتر کمپانی‌ای پیدا می‌شود که بگوید چه داده‌هایی از مخاطب جمع‌آوری می‌کند و چه پردازشی روی آنها انجام می‌دهد و براساس چه سیاست‌هایی این محتواها را پیشنهاد می‌کند. نتفلیکس با فراخوان جایزه ۲۰۰۶ نفر از برنامه‌نویسان و متخصصان هوش مصنوعی را برای ساخت الگوریتم پیشنهاد ارائه فیلم به مخاطبان دعوت کرد. این الگوریتم می‌تواند علائق شما را شناسایی کند و مطابق آن محتواهایی را به شما پیشنهاد کند. این الگو برای شناسایی علائق و گرایش‌های جامعه بسیار مهم است. همچنین سیاست‌گذاران می‌توانند از این محتواها برای تعیین اینکه چه نوع محتواهایی باید بیشتر تولید شود استفاده کنند. سریال **تاج و تخت** از همین سیستم برای ساخت سناریو استفاده کرده است یعنی تمام داده‌های قبلی مخاطبین نتفلیکس را با هوش مصنوعی رصد کرده و برای مثال براساس آنها بهترین هنرپیشه‌هایی که می‌توانند در این سریال بازی کنند و مضامینی که می‌تواند بیشتر توجه مخاطب را جلب کند تشخیص داده می‌شود. مورد دیگری که در بحث پلتفرم‌ها اهمیت دارد جهانی محلی شدن است. برخلاف دوره پیشاهم‌گرایی و پیشاديجیتالی شدن که اقدام به تولید محتواها کار سختی بود، از طریق پلتفرم‌هایی مثل نتفلیکس شاهد تولیداتی هستیم که می‌تواند توجه هر نوع ذائقه‌ای را فارغ از مرزهای ملی جلب کند. قبل از اینکه نتفلیکس ایران را یکی از کشورهای معرفی کند که به آن خدمات‌رسانی می‌کند نتفلیکس فیلتر نبود اما اکنون نیز از طریق سیستم‌های وی‌پی‌ان دسترسی به آن ممکن است. موضوع مهم این است که بالاینکه این شرکت‌ها ماهیت جهانی دارند ما با مفهوم جهانی شدن صرف روبه‌رو نیستیم و خود را متعهد می‌دانند که به ذائقه‌های محلی توجه کنند. خودتنظیمی به این معناست که یک شرکت با انتخاب خودش بخشی از محتواها را برای یک‌سری از مخاطبان محدود می‌کند برای مثال اگر فیلمی صحنه‌هایی دارد که برای یک فرهنگ

جهرمی:
مورد دیگری که در بحث پلتفرم‌ها اهمیت دارد جهانی محلی شدن است. برخلاف دوره پیشاهم‌گرایی و پیشاديجیتالی شدن که اقدام به تولید محتواها کار سختی بود، از طریق پلتفرم‌هایی مثل نتفلیکس شاهد تولیداتی هستیم که می‌تواند توجه هر نوع ذائقه‌ای را فارغ از مرزهای ملی جلب کند.

فصلنامه

نمایه پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

و کشور حساسیت‌زا هستند، آنها را برای آن‌آی‌پی‌ها سانسور می‌کند؛ یعنی شرکت‌های بزرگ برای اینکه بتوانند در حوزه‌های محلی رقابت کنند سعی می‌کنند تا حد ممکن حساسیت‌ها و محدودیت‌های کشورهای را که به آنها سرویس‌دهی می‌کنند درک کنند. سرویس‌های محلی هم در رقابت با سرویس‌های جهانی کار می‌کنند. استرالیا پلتفرمی محلی دارد که بعد از نتفلیکس پرمخاطب‌ترین پلتفرم در استرالیاست. در مکزیک و ایران نیز نمونه‌هایی وجود دارد. این فضای جدید که به واسطه اینترنت و دیجیتالی شدن ظهور پلتفرم‌های جدید ایجاد شده است از یک طرف توزیع را جهانی و از طرفی توزیع را محلی کرده است؛ یعنی دو روند متناقض هم‌زمان باهم در حال کارکردن هستند.

تابش:

تولیدکنندگان نیز

در دنیای پرقاب

اینترنت امروز با

مشکل مواجه

هستند زیرا برای مثال

مستندسازان ایرانی

فقط با همکاران

خود در ایران رقابت

نمی‌کنند بلکه با

تمام مستندسازان

در جهان در حال

رقابت است؛ بنابراین

تولیدکننده ایرانی

رقبای خارجی دارد که

ما آنها را به رسمیت

نشناخته‌ایم.

تجویدی: گسترش یافتن شیوه نوین مصرف و توزیع سینما در عصر حاضر مثل حقوق مصرف‌کننده، حقوق تولیدکننده‌های سینما و... باعث ایجاد چه مسائل حقوقی جدیدی در سینمای ایران شده است؟

تابش: مسائل حقوقی بین تولیدکننده، مصرف‌کننده، توزیع‌کننده و تأمین‌کننده آرام آرام دیده می‌شوند. آقای تابش که مدیر سینمای فارابی هستند و در عرصه‌های تولید، بازاریابی داخلی و خارجی و برگزاری رویدادها و جشنواره‌ها فعالیت می‌کنند گفته‌اند در تمام این عرصه‌ها مسائل حقوقی جدید را دیده‌اند. مثلاً یک فیلم که ما پنجاه درصد شریک هستیم و پنجاه درصد از مالکیت آن متعلق به تهیه‌کننده است، در پلتفرم‌هایی بدون اجازه پخش می‌شود. برای مصرف‌کننده نیز به همین شکل است و مخاطب در رقابت با پلتفرم‌های خارجی پلتفرم ایرانی را انتخاب کرده است پس دریافت محصول باکیفیت جزء حقوق او است. تولیدکنندگان نیز در دنیای پرقاب اینترنت امروز با مشکل مواجه هستند زیرا برای مثال مستندسازان ایرانی فقط با همکاران خود در ایران رقابت نمی‌کنند بلکه با تمام مستندسازان در جهان در حال رقابت است؛ بنابراین تولیدکننده ایرانی رقبای خارجی دارد که ما آنها را به رسمیت نشناخته‌ایم. در عرصه فرهنگ اعمال سیاست‌های سلبی فایده‌ای ندارد بلکه باید با تسهیلگری در حوزه تحقیق و توسعه و سیاست‌های ایجابی از آنها حمایت کنیم. در حوزه بازاریابی در بخش فرهنگ و هنر نیز اشکالاتی اساسی وجود دارد و اساساً بخشی با عنوان تحقیق و توسعه در بخش فرهنگ و هنر نداریم. اکثر همکاران من در مقایسه با تولیدکنندگان خارجی تخصص لازم را ندارند؛ بنابراین کمک به بخش خصوصی در این زمینه‌ها می‌تواند اتفاق بیفتد؛ و در حوزه دولت باید تسهیلگر بخش خصوصی باشیم. چطور در چین با وجود جمعیت زیاد مردم رغبتی به پیام‌رسان‌ها و اپ‌های خارجی ندارند؟! دلیل این است که چین با وجود سیاست‌های انسدادی، اینترنت داخلی خود را بسیار قوی ساخته است؛ البته دلیل دیگر آن زبان است به همین دلایل مردم چین تمایلی به استفاده از اپلیکیشن‌های خارجی ندارند. مشکل

فصلنامه

نمایه
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

دیگری که ما در مصرف فرهنگی کشور داریم این است که برای پلتفرم‌های مورد نیاز باید وی پی‌ان روشن باشد. سیاست سخت‌گیرانه موجب بزرگ‌شدن این هویت مخفی شده است. در کشورهای دیگر زمانی از وی پی‌ان استفاده می‌شود که شهروندی بخواهد یک عملیات مخفی خراب‌کارانه یا زیرزمینی انجام دهد. بدین ترتیب وقتی کاربران ایرانی با وی پی‌ان وارد سایت‌ها می‌شوند امکان جمع‌آوری داده و تجزیه و تحلیل رفتار آنها وجود ندارد و بدین ترتیب سالانه تا حد زیادی اقتصاد کشور را محدود می‌کنیم. مسئله دیگری که متأسفانه بین ما ایرانی‌ها وجود دارد دانه‌لدهای غیرمجاز به دلیل محدودیت‌های موجود است که اگر سیاست‌های ایجابی بود می‌توانستیم بسیار موفق‌تر از حال عمل کنیم. در مدیریت محتوای دیجیتال هم به نظر آقای تابش بهترین کار، سیاست‌های ایجابی است. سال‌هاست که دغدغه ما این است که چرا مردم برای سبک زندگی ایرانی اسلامی تولیدات خوبی در اختیار ندارند؟ آیا سیاست‌های ایجابی برای تولیدکنندگان فرهنگی در کشور داشته‌ایم یا اینکه فقط سیاست‌های ما سرکوب بوده است؟ باید بدانیم با فیلترکردن به تولید محتوای غنی نمی‌رسیم. در دنیا به جای سیاست‌های سخت‌گیرانه برای دیدگاه‌های علمی، فرهنگی و اعتقادی که مد نظرشان است از سیاست‌های تشویقی استفاده می‌کنند و تولیدکننده این کشور در آن زمینه‌ها محتوا تولید می‌کند و مردم نیز استقبال می‌کنند. ما ناخواسته برای خود محدودیت‌هایی ایجاد کرده‌ایم و یکی از تهدیدهایی که در کشور ما با این سیاست سلبی وجود دارد کم‌رنگ شدن نقش حاکمیت است و بازیگران غیردولتی که همان مدیران پلتفرم‌ها هستند کنترل مصرف و رفتار مردم را به دست می‌گیرند؛ درحالی‌که در خیلی از کشورها از این مرحله عبور کرده‌اند. درحال حاضر ما در دورانی زندگی می‌کنیم که گوگل اعلام کرده است تا ۲۰۳۰ با دیتایی که در اختیار دارد می‌تواند هر سؤالی را پیش‌بینی کند. این یعنی گوگل یک غول بزرگ اطلاعاتی شده است که می‌تواند پاسخ‌گوی سؤالات و نیازهای شهروندان همه جای دنیا باشد. همان‌طور که می‌دانید گوگل سرویس‌های مختلفی به مشتریان خود ارائه می‌دهد؛ بنابراین آقای تابش معتقد است اگر همچنان بر سیاست‌های سلبی تأکید کنیم به جایی نمی‌رسیم و چاره‌ای نداریم جز اینکه که در بخش‌های مختلف تولید محتوا، پخش و توزیع، نقش تسهیلگر و ایجابی داشته باشیم.

پیشنهادهای قابل عرضه در عرصه سیاست‌گذاری دولتی که وضعیت توزیع و مصرف سینما درحال حاضر با اتکا بر آن می‌تواند با ثبات بیشتری مواجه شود و آسیب‌های کمتری را تجربه کند.

جمهوری: شیوه تماشایی که روزبه‌روز در حال گسترش است و کرونا نیز ابعاد جدیدی به آن داده است از نظر زیبایی‌شناختی در عرصه تولید تأثیر می‌گذارد. درست است

تابش:

مسئله دیگری که متأسفانه بین ما ایرانی‌ها وجود دارد دانه‌لدهای غیرمجاز به دلیل محدودیت‌های موجود است که اگر سیاست‌های ایجابی بود می‌توانستیم بسیار موفق‌تر از حال عمل کنیم.

فصلنامه

نمایه پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

۱۷۰

که صفحه‌های نمایش خانگی نیز بزرگ شده‌اند اما در هر صورت این تجربه با تجربه سالن سینما کاملاً متفاوت است. همان‌طور که اصول زیبایی‌شناختی در تلویزیون با سینما متفاوت است به نظر می‌آید که اگر این روند همین‌طور ادامه پیدا کند مسلماً غیرمستقیم بر نحوه ساختن فیلم نیز تأثیرگذار خواهد بود. تولیدکنندگان فیلم‌های پرهزینه همچنان مردد هستند که آیا محصولات خود را روی پلتفرم‌ها عرضه کنند یا منتظر بمانند که این بحران پشت سر گذاشته شود و در سالن‌های سینما به نمایش درآید. این سؤالی است که سینماگران در تمام دنیا با آن مواجه هستند زیرا قبل از این فیلم‌هایی که مستقیم و قبل از اکران وارد شبکه‌های توزیع می‌شدند دلالت ضمنی آن این بودند که کیفیت مناسب را ندارند؛ اما بحران کرونا همه معیارها را جابه‌جا می‌کند و مصرف را امری فردی می‌سازد. البته در سینما نیز مصرف فردی بود اما همان‌طور که گفته شد دستگاه‌های دیجیتال چیزی بین سینما و تلویزیون هستند زیرا تماشای تلویزیون یک تماشای جمعی بود این پدیده در حال تغییر است و فقط جنبه فناوری ندارد. تعداد صفحات نمایشی که در داخل یک خانه است افزایش یافته یعنی علاوه بر اینکه چند صفحه نمایش بزرگ تلویزیون در هر خانه وجود دارد صفحات نمایش تلفن همراه و تبلت‌ها نیز وجود دارند. باتوجه به آمارها بیشترین قشری که فیلم تماشا می‌کند نوجوانان و جوانان هستند و اغلب آنها از طریق تلفن‌های کوچک محتوا و فیلم تماشا می‌کنند. همین موضوع باعث شده فردی شدن تماشا روزه روز گسترده‌تر شود. در جامعه ما که حساسیت‌های فرهنگی در مورد تماشای محتواهای مختلف وجود دارد به این ترتیب امکان نظارت والدین کاهش می‌یابد. این موضوع ممکن است پیامدهای زیادی روی تربیت فرزندان در جامعه داشته باشد. موضوع دیگر محدودیت‌های مکانی و زمانی که به واسطه کرونا در حال کم‌رنگ شدن است. در ابتدا فقط در سالن سینما و بعد در خانه و اکنون در هر زمان و مکانی می‌توان فیلم تماشا کرد. بحث دیگر پراکنده شدن مخاطبان است که دلیل آن عرضه محتواهای متنوع و متکثر از سوی پلتفرم‌هاست و از آن طرف پیچیدگی که به واسطه نفوذ مدرنیته در ظاهر جوامع پیش آمده است. برای مثال در جامعه ایران ممکن است یک فرهنگ رسمی برای رسانه‌های جمعی عرضه شود. سلائق و الگوهای مشخصی هستند اما در جامعه تنوع بسیار بیشتر است. به نظر می‌آید که این پلتفرم‌ها که بُعد محلی و جهانی دارند پاسخگوی این تکثر هستند و به آنها دامن می‌زنند. موضوع دیگر در مصرف، شیوه‌های تازه مصرف هستند. در گذشته قسمت‌های مختلف سریال را به صورت خطی و بافاصله در تلویزیون تماشا می‌کردیم اما اکنون با استفاده از پلتفرم‌ها می‌توانیم به تمام قسمت‌ها دسترسی داشته باشیم که موجب تغییر در عادات تماشا شده است. اتفاقات و تحولاتی که رخ

چهره‌ی:

تولیدکنندگان

فیلم‌های پرهزینه

همچنان مردد

هستند که آیا

محصولات خود را

روی پلتفرم‌ها عرضه

کنند یا منتظر بمانند

که این بحران پشت

سرگذاشته شود و در

سالن‌های سینما به

نمایش درآید.

فصلنامه

نمایش
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

داده است فقط مربوط به فناوری نیست بلکه اتفاقاتی که در خود جوامع می افتد نیز تأثیرگذار هستند. برای مثال کوچک شدن خانواده‌ها در مسئله فردی شدن تماشا تأثیرگذار بوده است یا پدیده ایجاد زندگی‌های مجردی و فردی به خصوص در مورد خانم‌ها که در گذشته تا زمانی که ازدواج نکرده بودند با خانواده زندگی می کردند اما اکنون این گونه نیست؛ اما آیا محدودیت‌ها و مشکلاتی که وجود دارد فنی و فناورانه است یا اینکه ابعاد وسیع‌تر و گسترده‌تری در مسائل فرهنگی و سیاسی نیز دارد؟ به نظر دکتر جهرمی درزمینه فناوری با محدودیت‌های زیادی مواجه نیستیم و بیشتر محدودیت‌ها مربوط به مسائل فرهنگی، سیاسی و حتی امنیتی است و این اتفاق در همه دنیا افتاده است. منطقی که ما در سینما داشته‌ایم منطقی مبتنی بر فرهنگ بوده است اما بحث پلتفرم‌ها و اتصال آن به اقتصاد و مشاغل جدید باعث شده که در همه دنیا حتی اروپا منطق سیاست‌گذاری جدید جنبه اقتصادی پیدا کند. به همین دلیل در بسیاری از کشورها به این بخش که مربوط به صنایع خلاق است با یک منطق اقتصادی توجه می شود. اگر به ایران برگردیم ما به دلیل اینکه از لحاظ سیاسی در شرایط خاص قرار داریم ملاحظه اصلی که در سیاست‌گذاری برای حوزه سایه می اندازد ملاحظه امنیتی است. ما با یک دولت امنیت ملی روبه‌رو هستیم که به لحاظ داخلی و خارجی ممکن است خود را با تهدیدهای جدی روبه‌رو ببیند و این تهدیدها باعث می شود که روندهای سیاست‌گذاری آن شکل مرسوم و معمولی نداشته باشد. به نظر می آید بخشی از سیاست‌هایی که مبتنی بر محدودیت است به این برمی گردد که نظام جمهوری اسلامی خود را با تهدیدهای بسیاری روبه‌رو می بیند. نظام سیاسی در ایران به واسطه آموزه‌های جمهوری اسلامی خود را در حیطه فرهنگ مسئول می داند به این دلیل در حوزه فرهنگ ورود می کند اما علاوه بر این کشور ما در چهل سال بعد از انقلاب پیوسته در معرض تهدید و جنگ بوده و بیم اینکه بازگذاشتن این فضا ممکن است باعث تهدیدهای جدی امنیتی شود باعث شده در بسیاری از زمینه‌ها محدودیت‌های زیادی اعمال شود. ملاحظاتی که ما باید در حوزه سیاست‌گذاری به آن توجه کنیم این است که ما نمی توانیم ایران را با یک کشور معمولی مقایسه کنیم. در اغلب دنیا بخشی که در این حوزه سیاست‌گذاری می کند یک نهاد است اما ممکن است اجزای مختلفی داشته و بخش‌های متفاوت سیاسی در آن وجود داشته باشد. در حالت کلی نهادهای متولی سیاست‌گذاری در حوزه فرهنگ یا یک نهاد هستند یا اینکه اگر چندین نهاد باشند بین آنها تقسیم کار صورت گرفته است؛ اما در ایران نوعی تعارض نیروها را شاهد هستیم این کشمکش‌ها در سطح کلان سیاسی وجود دارد بر تمام بخش‌ها سایه می اندازد.

جهرمی:

منطقی که ما در سینما داشته‌ایم
منطقی مبتنی بر فرهنگ بوده است
اما بحث پلتفرم‌ها و اتصال آن به اقتصاد و مشاغل جدید باعث شده که در همه دنیا حتی اروپا منطق سیاست‌گذاری جدید جنبه اقتصادی پیدا کند.

فصلنامه

نمایه پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

جمع بندی

تابش: در فرایند دیجیتالی شدن و رسمیت یافتن وی اودی ها کشور ما در مقایسه با کشورهای دیگر تأخیر داشت. تفاوتی که بین نسلی که در دهه نود یعنی عصر پسادیجیتال متولد شده با نسل های قبل وجود دارد این است که در آن زمان کتاب خواندن، تماشای فیلم و... به صورت آنالوگ بود اما نسل جدید که در دوران پسادیجیتال به دنیا آمده اند به تمام منابع به صورت دیجیتالی دسترسی دارد و حتی اپلیکیشن ها را بسیار راحت تر از پدر و مادرشان نصب می کنند و به لپ تاپ، تبلت و نرم افزارهای مختلف دسترسی دارند؛ البته این نسل جدید ذائقه متفاوتی دارد به همین دلیل در حوزه فرهنگ و هنر باید ذائقه سنجی انجام شود. موضوعی که متوجه تولیدکنندگان عرصه فرهنگ و هنر است تغییر الگوی تولید است زمانی ما سالی یکی دو فیلم می ساختیم اما در حال حاضر در الگویی جدید مصرف تولیدات فرهنگی تولیدکنندگان ما باید الگوهای قدیمی را دور بریزند و با شکل و شمایی جدید تولید محتوا را پیش ببرند. اینجا باید به نسل جدیدتر تولیدکننده اتکا کنیم زیرا آنها این گارد سخت و محکم پیش کسوت ها را ندارند. نکته دیگری که باید به آن اشاره کرد لزوم توجه به سواد رسانه ای است که سال هاست در محافل عمومی، رسانه ها، دانشگاه ها و مدرسه ها مطرح می شود که باید به آن توجه شود. کشور ما دشمنانی دارد قدرتمند و مسلط به ابزارهای سینمایی که فیلم و محتوای فرهنگی تولید می کند پس باید به قدرت نرم در کشور ما بیش از گذشته با سیاست های ایجابی توجه شود. نکته دیگری که ما همیشه از آن غفلت می کنیم این است که ما پدیده های دیجیتالی را با علوم انسانی سابق می سنجم در حالی که در بیست سال گذشته در جهان علمی به نام علوم انسانی دیجیتالی به وجود آمده است. مثلاً پدیده آدمی مثل تتلو را عده ای از جامعه شناسان با گزاره های علمی درستی که تدریس و مطالعه کرده اند می سنجد در حالی که باید با گزاره های علوم انسانی دیجیتالی سنجد زیرا آقای تتلو برآمده از فضای دیجیتالی است و فضای دیجیتالی این آدم را معرفی کرده و طرف داران زیادی برای او ایجاد کرده است. اساساً شناخت زیست حوزه دیجیتالی باید تقویت شود و برای تقویت قدرت نرم در کشور باید تولیدکنندگان فرهنگی رویه های جدیدتری را در تولید محصولات فرهنگی پیش بگیرند. ما امروزه با شیب منفی تولید و عرضه حامل دیجیتالی دی وی دی روبه رو هستیم و اساساً تولید آن رو به تعطیلی می رود. در این چند سال همه گیری کرونا، با ظهور پدیده اکران آنلاین روبه رو هستیم که از ابتدا تاکنون، حدود سی فیلم سینمایی اکران شده است. اتفاق دیگری هم در ده سال گذشته افتاده و آن ایجاد موجی از سریال سازی ها در حامل دی وی دی و در سال های اخیر، در وی اودی ها هستند که رقیب تلویزیون ایران به شمار می آیند. امروز این پدیده، تبدیل به یک کسب و کار پرسود برای تولیدکنندگان این

تابش:

تفاوتی که بین

نسلی که در دهه

نود یعنی عصر

پسادیجیتال متولد

شده با نسل های

قبل وجود دارد

این است که در آن

زمان کتاب خواندن،

تماشای فیلم و...

به صورت آنالوگ بود

اما نسل جدید که در

دوران پسادیجیتال

به دنیا آمده اند

به تمام منابع

به صورت دیجیتالی

دسترسی دارد و

حتی اپلیکیشن ها را

بسیار راحت تر از پدر

و مادرشان نصب

می کنند و به لپ تاپ،

تبلت و نرم افزارهای

مختلف دسترسی

دارند.

فصلنامه

نمایه پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

سریال‌ها شده که حتی خود پلتفرم‌ها هم به سمت تولید این سریال‌ها رفته‌اند که تأثیرات مهمی بر ذائقه مخاطب ایرانی داشته‌اند. به طوری که می‌توان بررسی کرد که پس از دیدن سریال پرتعداد شهرزاد، ذائقه ایرانی چه تغییراتی می‌کند؛ اما در مورد چالش‌های این حوزه، برخی مباحث حقوقی بین تأمین‌کنندگان آثار سینمایی و پلتفرم‌ها به وجود آمده که از جمله آنها، چالش بر سر قیمت‌گذاری آثار است و تولیدکنندگان فیلم، گاهی اوقات مجبور می‌شوند قیمت پیشنهادی پلتفرم را قبول کنند و اثر خود را برای نمایش در اختیار آنها بگذارند. چالش دیگر، همان مسئله انحصاری بودن پلتفرم‌های وی‌اودی در ایران است و به این دلیل که خود وارد صحنه تولید محتوا شده‌اند، روی بالا رفتن دستمزد بازیگران تأثیر گذاشته که این خود تأثیر منفی بر تولیدات سینما و دستمزدهای بازیگران در این عرصه گذاشته است. موضوع دیگر این است که سریال‌سازی در بخش خصوصی، دست آنها را باز گذاشته و خارج از چارچوب‌های سریال‌سازی تلویزیون کار می‌کنند؛ اما از طرف دیگر بازتاب خوب این سریال‌ها و حتی صادرات آنها به کشورهای منطقه و فارسی‌زبان دیده می‌شود. به طور کلی در سال‌های گذشته عادت مصرف رسانه‌ای در ایران تغییر کرده و از طرف دیگر، مخاطبان جدیدی هم در دوران کرونا داشتیم که اساساً باید همه اینها ذائقه‌سنجی شوند. اینکه چطور ما از این مفاهیم و اطلاعات، داده‌سنجی کنیم در ارتقای صنعت فیلم‌سازی بسیار مهم است. شیوه مدیریت فرهنگی در کشورهای مختلف، متفاوت است. الگوی سیاست‌گذاری فرهنگی و هنری ما از سال ۱۳۸۴ به این طرف، تغییری نکرده در حالی که این شانزده سال، سال‌های بسیار مهمی برای کشورهای دیگر بوده است. کشورهای چین، کره و حتی کشورهای اروپایی در مقررات فرهنگی و هنری و حتی فناوری، سیاست‌گذاری متفاوت و توأم با پیشرفتی داشته‌اند. به نظر آقای تابش کرونا کاری کرد که ما این تغییر را بیشتر حس کنیم. مدیران فرهنگی باید با سیاست‌های تشویقی و ایجابی، کاری کنند که این مرحله هم در عرصه فرهنگ و هنر ایران سپری شود و به آن جایگاهی برسیم که حق کشور ما در منطقه است.

جهرمی: سینمای کلاسیک حجم زیادی از ادبیات و توجهات را به خود جلب کرده است و بحث و گفت‌وگوهای زیادی در مورد آن انجام شده است اما به نظر می‌آید که تحولی که صورت گرفته است و می‌تواند آینده سینما را طور دیگری رقم بزند همچنان نخبگان و اندیشمندان به آن توجه نکرده‌اند و امیدواریم از این به بعد بیشتر به این مسئله توجه شود.

فصلنامه

نمایه
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

۱۷۴

بی تفاوتی؛ یک انتخاب ناگزیر

حاضران

جبار رحمانی

(استادیار مؤسسه مطالعات فرهنگی و اجتماعی)



محمد رضا سرگلزایی

(روان پزشک و مدرس)



فاطمه علمدار

(جامعه شناس و مؤلف کتاب بی تفاوتی یک انتخاب ناگزیر)



مصطفی اسدزاده (دبیر علمی نشست)

(دانش آموخته دکتری سیاست گذاری فرهنگی)



درآمد

نشست «بی تفاوتی؛ یک انتخاب ناگزیر» در راستای بررسی پدیده بی تفاوتی از منظر روان شناسی، انسان شناسی و جامعه شناسی برگزار شد. دکتر سرگلزایی انتخاب بی تفاوتی را در دو پارادایم زیست شناسی تکاملی و سلامت روان بررسی کرد. از نظر او انتخاب بی تفاوتی غریزی و در راستای حفظ بقا در چارچوب نگاه زیست شناسی تکاملی شکل می گیرد ولی در چارچوب ایده سلامت روان انسان ها با تلاش برای ایجاد تغییر در وضعیت های نامطلوب احساس ارزشمندی و معنا می کنند. دکتر علمدار انتخاب بی تفاوتی را در بستر موقعیت اجتماعی که وضعیت نامطلوب در آن رخ می دهد بررسی کرد. از نظر او در هر موقعیت اجتماعی سه عنصر بازیگران، نسبت بازیگران با یکدیگر و منطق فرهنگی توجیه کننده انتخاب های رفتاری در تعامل با یکدیگر نوع رفتار را مشخص می کنند. دکتر رحمانی نیز با بیان اینکه بی تفاوتی در عرصه گمین شافت و گزل شافت متفاوت است پیشنهاد کرد که مسئله بی تفاوتی نه در سطح فردی بلکه در سطح گروهی و باتوجه به ویژگی های متفاوت گروه های اولیه و ثانویه در جامعه ما مطالعه شود.

فصلنامه

نمایه پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

واژه های کلیدی: بی تفاوتی اجتماعی، زیست شناسی تکاملی، سلامت روان، منطق فرهنگی، گمین شافت، گزل شافت

اسدزاده: برنامه دیگری را از مجموعه نشست های علمی پژوهشکده فرهنگ با حضور دکتر جبار رحمانی، استادیار موسسه مطالعات فرهنگی و اجتماعی، دکتر محمدرضا سرگلزایی، روان پزشک و مدرس، و دکتر فاطمه علمدار، جامعه شناس و مؤلف کتاب بی تفاوتی یک انتخاب ناگزیر، برگزار می کنیم. موضوع گفت و گو معرفی و نقد کتاب بی تفاوتی، یک انتخاب ناگزیر اثر خانم دکتر فاطمه علمدار و بررسی مسئله بی تفاوتی اجتماعی از منظر روان شناسی، جامعه شناسی و انسان شناسی است.

فاطمه علمدار در کتاب بی تفاوتی یک انتخاب ناگزیر توضیح داده اند که به رغم آنکه در زندگی روزمره معمولاً کلمه بی تفاوت با بی مبالا هم نشین می شود و برای تقبیح فرد از آن استفاده می شود؛ ولی مفهوم بی تفاوت بودن و بی تفاوتی لزوماً ناسزا نیست و انواع مختلفی دارد و در برخی موقعیت های اجتماعی حتی کنشی عقلانی است که گریزی از آن نیست.

سرگلزایی: آیا بی تفاوتی لزوماً بار ارزشی منفی دارد؟ آیا بی تفاوتی یک ناسزا است و اگر به کسی این واژه را بگوییم او باید از خود دفاع کند و بگوید خیر من بی تفاوت نیستم؟ در این نشست که کنار هم جمع شده ایم هریک سنی داریم یکی سی و دیگری چهل یا پنجاه ساله است؛ اما به راستی این گونه نیست که مغز ما که به موقعیت های زندگی خود می نگرد یک مغز پنجاه یا سی یا چهل ساله باشد. این مغزی است که ۶ میلیون سال قدمت دارد و در این درازای زمان راه های فراوانی را از سرگذرانده است. دست کم بین ۲۰۰ تا ۳۰۰ هزار سال از وقتی که مغز ما زبان مند شده - یعنی می تواند زبان نحوی و زبان مبتنی بر جمله ها و انتزاع و استعاره را درک کند - می گذرد و واکنش های امروزی ما به مسائل در این چند صد هزار یا میلیون سال ریشه دارد. با این نگاه مسئله را ذیل چند داستان می توان بررسی کرد.

یک داستان این است که تمامی جانوران هنگامی که در موقعیت خطر و تهدید قرار می گیرند تعادل زیستی خود را از دست می دهند. همه جانوران در ساقه مغز شان سه واکنش پیش فرض به عنوان واکنش های اولیه پاسخ دادن به محیط دارند. این واکنش ها به صورت تعریف شده وجود دارند و بدون تلاش در دسترس اند عبارت اند از Fight and Flight، freeze؛ یعنی ستیز و گریز و همان فریز. در این نگاه ما یا برای تغییر دادن محیط و به دست آوردن تعادلی که می خواهیم حمله می کنیم و می جنگیم، یا برعکس فرار می کنیم یا یخ می زنیم و منجمد و بی حرکت می شویم تا خطر گذر کند. شاید آن مهاجم یا گرگ و پلنگ و ببر اصلاً ما را نبیند و ما را با درخت اشتباه بگیرد و از کنارمان عبور کند. این واکنش ها چیزی نیست که ما آنها را انتخاب کنیم بلکه آنها محصول صد هزار سال یا حتی همان گونه که گفته شد میلیون ها سال انتخاب طبیعی است. هنگامی که اوضاع برای ما دردناک است و ما در وضعیت آسیب و درد قرار می گیریم در صدد انجام کاری برمی آییم. یکی از کارهایی که می توانیم انجام دهیم کنش اجتماعی است یعنی کاری

سرگلزایی:
تمام جانوران
هنگامی که در موقعیت
خطر و تهدید قرار
می گیرند تعادل
زیستی خود را از
دست می دهند. همه
جانوران در ساقه
مغز شان سه واکنش
پیش فرض به عنوان
واکنش های اولیه
پاسخ دادن به محیط
دارند؛ این واکنش ها
به صورت تعریف شده
وجود دارند و بدون
تلاش در دسترس اند
و عبارت اند از ستیز،
گریز و فریز.

فصلنامه

**نمایه
پژوهش**

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

کنیم تا وضع کنونی را تغییر دهیم. اگر دیدیم مسئله‌ای که با آن مواجهیم، از ما قدرتمندتر است و ما توان انجام کاری در مقابل آن نداریم و به آسانی ما را از بین می‌برد، واکنش فرار به ذهنمان می‌رسد. اینجاست که می‌بینید کسانی که برخورداری‌های مالی یا مهارتی یا هرچیز دیگری دارند به فکر کوچ و مهاجرت می‌افتند. گروه دیگری هم وارد ماجرای بی تفاوتی، انزوا و انفعال می‌شوند و کاری انجام نمی‌دهند تا شاید طوفان خود فرونشیند یا آتش سوزی تمام شود و تنها خانه من سالم بماند و نسوزد. اینها همه واکنش‌های غریزی است و نمی‌توان گفت خوب‌اند یا بد اما اگر امروز زنده‌ایم به دلیل همین واکنش‌هاست بنابراین به عنوان بقای گونه، کنش‌های مفیدی هستند و همین انفعال ممکن است سبب باقی‌ماندن گونه و ژن ما شود. به هرروی شرایطی که بر ما حاکم است و ما از آن راضی نیستیم اگر به مرگ ما یا فرزندانمان منجر نشود ژنمان باقی می‌ماند. این واکنش‌ها برای بقای ژن و گونه ما مفید است بنابراین نمی‌توانیم آنها را زیر سؤال ببریم.

داستان دیگر این است که ما انسان‌های نوین و تربیت شده هستیم و نمی‌توانیم خود را تنها عضوی از یک گونه و مجموعه ژنی نگاه کنیم. انسان نوین ما به خود می‌نگرد و کیفیت زندگی‌اش را ارزیابی می‌کند و معنایی از ارزشمندی یا بی‌ارزشی برای خود تعریف می‌کند که تنها ناظر بر بقا یا عدم بقای ژن یا حیات مادی نیست. ما موجوداتی معطوف به معنایییم و می‌خواهیم به زندگی خود و دنیا معنا دهیم. ما نمی‌توانیم بی‌معنابودن را تاب آوریم. در این داستان انسان وقتی می‌جنگد یا فرار می‌کند یا منجمد می‌شود از خود می‌پرسد که آیا کار درست را انجام می‌دهم؟ اگر احساس و ادراک ما نوعی در مواجهه با یک مسئله این باشد که وجود و فردیت ما در حل مسئله و تغییردادن اوضاع و معنای ما می‌تواند نقشی داشته باشد و ما می‌توانیم کنش فعالانه‌ای از خود نشان دهیم در آن هنگام ما مسئولیت حل مسئله را می‌پذیریم و این کار را که انجام می‌دهیم. در نتیجه این انتخاب چند اتفاق رخ می‌دهد. نخست؛ زندگی‌مان معنادار می‌شود برای نمونه با خود می‌گوییم درست است که در وضعیت کنونی و در کشورمان نمی‌توانیم کاری کنیم تا کودک کار نداشته باشیم اما می‌توانیم کاری انجام دهیم تا او در مسیر مهارت‌آموزی باشد تا شاید تعداد اندکی از این کودکان بتوانند برای خود آینده متفاوت‌تری از زباله‌گردی یا ایستادن بر سر چهارراه بسازند. افزون بر این اگر باور داشته باشیم که می‌توانیم در حل مسئله نقش کوچکی داشته باشیم سبب می‌شود تا در این مورد با دیگران گفت‌وگو کنیم و همین موضوع مهارت حل مسئله و کار گروهی و خلاقیت را در ما افزایش می‌دهد.

بنابراین درست است که از جنبه تکاملی واکنش نشان‌ندادن برای بقای گونه کمک‌کننده است؛ اما از منظر روان‌پزشکی و سلامت روان تلاش برای تغییر و رشد روانی-اجتماعی که فرد با کار گروهی، گفت‌وگو، سازمان‌دهی کردن و خلاقیت به دست می‌آورد به رشد او منجر می‌شود.

گروهی از مردم این توانمندی ژنتیکی را دارند که در شرایط استرس و تروما خود را در وضعیت دفاعی یا Dissociation یا گسست قرار دهند و برخی دیگر دچار کرحتی عاطفی یا بی‌دردی و خود را افسرده‌کردن می‌شوند؛ بنابراین تمامی افسردگی‌ها ژنتیکی و بیولوژیکی نیستند بلکه برخی از افسردگی‌ها به این دلیل شکل می‌گیرند که فرد خود را از محیط جدا کرده و خشم و احساس بی‌ارزش بودن را درونی می‌کند و با خود می‌گوید من چه کسی هستم که بخواهم چیزی را تغییر بدهم؟ من انسانی ناتوان، ضعیف، خسته و به پایان خط رسیده هستم. حتی گاهی به قول فروید این خشم درون فکنی شده به این منجر می‌شود که ما به جای اینکه در بیرون مداخله و کاری انجام دهیم خودزنی کنیم و از خود رفتارهای مازوخیسمی نشان دهیم یا خودکشی کنیم. در مقابل عده‌ای هم هستند که خشمشان را درون فکنی نکرده و آن را به بیرون ام و نسبت به بیرون دارم. این خشمی که به بیرون داریم به چه چیزی منجر می‌شود؟ گاهی منجر به پرخاشگری بی‌هدف می‌شود یعنی می‌خواهیم با همه دعوا کنیم چیزی که ما در رانندگی‌هایمان می‌بینیم. ما جزء دارندگان آمارهای بالای تصادفات رانندگی در دنیا هستیم و رانندگی‌مان به این شکل است که گویی گلا دیاتورها با ارا به‌هایی که در فیلم‌های هالیوودی بن هور و مانند آن دیده‌ایم می‌خواهند یکدیگر را از بین ببرند یا وقتی می‌خواهیم از خیابان عبور کنیم و روی خط عابر پیاده هم هستیم اما اتومبیلی که به ما نزدیک می‌شود با اینکه ما را می‌بیند به جای اینکه سرعتش را کم کند پایش را روی گاز می‌گذارد تا ما نتوانیم عبور کنید گویی قرار است ما حق از او تضییع کنیم. انگار به راستی در ناخودآگاه راننده چیزی وجود دارد که می‌خواهد کسی را که نمی‌شناسد بکشد. این چیست؟ این همان خشمی است که به دلیل نتوانستن و اینکه نمی‌توانیم کاری انجام دهیم بروز پیدا می‌کند بنابراین خشممان را با فریادزدن بر سر هرکسی که نزدیکمان باشد یا بتوانیم خالی می‌کنم. نوع دیگری از واکنش هم با نام «پرخاشگری منفعلانه» وجود دارد. این واکنش به شکلی است که شخص مبتلا به آن کار دیگری را مختل می‌کند شارژ ساختمان را نمی‌دهد یا کار دیگران را انجام نمی‌دهد و عقب می‌اندازد، دروغ می‌گوید.

بنابراین درست است که از منظر زیست‌شناسی تکاملی بی‌تفاوتی برای بقا کارکرد دارد ولی از دید روان‌شناسی و روان‌پزشکی فردی و بالینی این وضعیت ناکارآمد و ناسالم است و باید برای آن کاری کنیم. بر اساس یافته‌های مؤسسه گالوپ در سال ۲۰۱۸ اوضاع اجتماعی جامعه ما خوب نیست. چرا اوضاع ما به این شکل است؟ پارادایم‌های فکری مختلف برحسب اینکه فرهنگ را زیربنا بدانند یا اقتصاد را یا سیاست را پاسخ‌های مختلفی به این پرسش می‌دهند. به گمان دکتر سرگلزایی در وضعیت کنونی ایران سیاست زیربناست و فرهنگ و اقتصاد روبنا هستند و تا این نگاه تغییر نکند نمی‌توان کار خاصی انجام داد. در مرحله بعد، زمینه‌های فرهنگی انفعال روانی-اجتماعی در جامعه

سرگلزایی:

درست است که از
منظر زیست‌شناسی
تکاملی بی‌تفاوتی
برای بقا کارکرد
دارد ولی از دید
روان‌شناسی و
روان‌پزشکی فردی و
بالینی این وضعیت
ناکارآمد و ناسالم
است و باید برای آن
کاری کنیم.

فصلنامه

نمایه
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

ما نقش بسزایی در شکل‌گیری وضعیت کنونی دارند که در اینجا به چند مورد از آنها اشاره می‌شود. نخست؛ نامشخص بودن مرز حریم شخصی و فردی. ما سال‌هاست که در تعلیق میان فرهنگ روستایی و کلان‌شهری مانده‌ایم و این تعلیق سبب می‌شود که نتوانیم تصمیم بگیریم که در هر موقعیتی چه واکنشی درست است. مثلاً اگر فردی فرزند خود را کتک می‌زند این مسئله‌ای خانوادگی است که به من ارتباطی ندارد یا اینکه من باید در برابر آن واکنش نشان دهم؟ در فرهنگ روستایی، پدر مالکیت مادی و معنوی فرزندش را دارد و بنابراین رفتار او با فرزندش ربطی به دیگران ندارد ولی در فرهنگ کلان‌شهری و نوین که فرد در آن حرمت دارد افراد موظف‌اند که خشونت را به سازمان‌های اجتماعی مسئول گزارش دهند. دومین چیزی که سبب انفعال ما می‌شود بی‌اعتمادی اجتماعی است. مسئله بعدی بمباران خبری در شبکه‌های اینترنتی است که ما را دچار فلج انتخاب می‌کند. هنگامی که ما بیش از اندازه حق انتخاب داریم احساس بهتری نخواهیم داشت. سیستم عصبی مرکزی ما در حدی توان دارد که می‌تواند میان شش گزینه یکی را انتخاب کند هنگامی که این سیستم با انتخاب میان شش صد گزینه روبه‌رو می‌شود دچار انفعال و selection paralysis و فلج انتخاب می‌شود. مسئله دیگر عرفان‌زدگی فرهنگی است و این ایده که تنها با مهر و عشق و انرژی مثبت می‌توان وضعیت فعلی را تغییر داد. مسئله دیگر اندیشه صفر و صد است. اینکه فکر کنیم یا یک انسان کامل و بی‌گناهی یا اصلاً نباید کنش اجتماعی انجام دهیم. همان نیهیلیسم روان‌شناختی است که در تحلیل رفتار متقابل به وضعیت من بدم، تو بدی و او بد است شناخته می‌شود و نقطه مقابل اندیشه طیفی است؛ و آخرین مسئله مهارهای تربیتی است. در فرهنگ ما مدرسه و خانواده به ما می‌آموزند که مهم نباش، فکر نکن، بزرگ نشو، اطاعت کن و بزرگ‌تر به جای تو می‌اندیشد پس سکوت کن و صدايت را بالا نبر.

در اینجا چند راه‌حل فردی و فرهنگی نام برده می‌شود و به راه‌حل‌های جمعی پرداخته نمی‌شود. نخست؛ تقویت مهارت پرسشگری است. هر فرد باید بتواند بپرسد که اسطوره‌ها و باورها و آیین‌های محلی از کجا آمده‌اند و چه کارکردی داشته‌اند و آیا امروز هم کارکردی دارند یا خیر. دوم؛ تأسیس و ترویج مدارس غیررسمی برای آموزش مهارت‌های زندگی کلان‌شهری. هریک از ما می‌توانیم چند خانواده شویم و برای آموزش مهارت‌های زندگی کلان‌شهری مدارس غیررسمی بسازیم. راه‌حل دیگر این است که هریک از ما که برای ده یا چند صد تن دارای مرجعیتی هستیم به خودافشاگری دست بزنیم. برای دیگران توضیح دهیم که در چه موقعیت‌هایی از زندگی اشتباه کرده‌ایم یا متوجه فلان موضوع نشدیم و فلان تصمیمی که گرفتیم نادرست بوده است. چرا باید این کار را انجام دهیم؟ به این دلیل که این اندیشه صفر و صد که به نیهیلیسم روان‌شناختی تبدیل می‌شود از میان برداشته شود. هریک از ما باید در برابر اسطوره‌شدن مقاومت کند

و بگوید بله من یک کنشگر اجتماعی، فرهنگی و مدنی هستم اما اینجا درخصوص همسر من دوست و رفیق یا هر شخص دیگری فلان کار اشتباه را انجام دادم که ناشی از ناپختگی من بوده است. راه حل پایانی هم این است که در رسانه‌های اجتماعی انضباط رفتاری داشته باشیم. برای اینکه دچار فلج انتخاب نشویم خودمان خودمان را محدود کنیم و فکر کنیم در مورد چه چیزهایی می‌توانیم کنش اجتماعی نشان دهیم. آیا می‌توانیم در مورد سوختن مازوت در نیروگاه‌ها کنشی داشته باشیم؟ خیر. چه کاری می‌توانیم انجام دهیم؟ در چه زمینه‌ای می‌توانیم کارایی داشته باشیم. عضو همان گروه‌ها و شبکه‌های خبری و صفحات اینستاگرامی باشیم.

اسدزاده: کتاب بی‌تفاوتی یک انتخاب ناگزیر را نشر احسان منتشر کرده است. دکتر علمدار در مقدمه کتاب نوشته‌اند این کتاب ادعای نمی‌کند بی‌تفاوتی وجه غالب خلیقات ایرانی هاست اما می‌خواهد بداند ایرانی‌ها بی‌تفاوتی را به چه شکل تعریف می‌کنند و متوجه می‌شوند.

علمدار: همه ما روزانه با وضعیت‌های نامطلوب بسیاری مواجه می‌شویم. درحالی‌که توان محدودی داریم و نمی‌توانیم همه وضعیت‌های نامطلوب را تغییر دهیم و بهتر کنیم؛ بنابراین ناگزیر باید انتخاب کنیم که به کدام وضعیت واکنش فعالانه نشان دهیم و در مقابل کدام وضعیت بی‌تفاوت باشیم. از این منظر بی‌تفاوتی یک پدیده اجتماعی است. پدیده‌های اجتماعی را از مناظر مختلفی می‌توان تحلیل کرد و این تحلیل‌ها برحسب اینکه چه فهم و تعریفی از انسان و اختیار یا اجبار او در جریان زندگی اجتماعی داریم باهم متفاوت می‌شوند. دکتر علمدار در این کتاب انسان را موجودی می‌داند که توانایی معنادهی به پدیده‌ها را دارد و می‌تواند ارتباطات متقابل بین خود و دیگران و طبیعت و ماورا و... را بفهمد. از این منظر محیط فرهنگی-اجتماعی شناخت انسان‌ها را شکل می‌دهد و انسان‌ها برحسب شناختشان از محیط، رفتارهایشان را صورت‌بندی می‌کنند و با همین رفتارها بر محیط فرهنگی و اجتماعی تأثیر می‌گذارند و این محیط را تغییر می‌دهند. با بررسی انتخاب‌های رفتاری انسان‌ها می‌توان الگوهایی را در این انتخاب‌ها تشخیص داد و با کشف و بررسی و فهم این الگوها نظمی را نشان داد که به تداوم زندگی اجتماعی منجر می‌شود. افراد در جریان زندگی روزمره خود همه باهم و در کنار هم هنرمندانه رفتارهای خود را به شکلی تنظیم می‌کنند تا این نظم بازتولید شود و زندگی اجتماعی پیش‌بینی‌پذیر شود و مختل و متوقف نشود و انرژی زیادی صرف موقعیت‌هایی نشود که چرخ‌دنده‌هایشان می‌توانند به آسانی و عادی بچرخند. این نظم که در قرن‌های متمادی شکل گرفته درعین حال بسیار باثبات و بسیار شکننده است. برای مثال به چالش‌های نوجوانان در فضای مجازی دقت کنید. نوجوانی که در حضور

علمدار:

همه ما روزانه

با وضعیت‌های

نامطلوب بسیاری

مواجه می‌شویم.

درحالی‌که توان

محدودی داریم

و نمی‌توانیم همه

وضعیت‌های

نامطلوب را تغییر

دهیم و بهتر کنیم؛

بنابراین ناگزیر باید

انتخاب کنیم که به

کدام وضعیت واکنش

فعالانه نشان دهیم

و در مقابل کدام

وضعیت بی‌تفاوت

باشیم.

فصلنامه

**نمایه
پژوهش**

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

پدرش یا مادرش سیگار می‌کشد یا موسیقی نامناسبی پخش می‌کند و از واکنش آنها فیلم می‌گیرد و این موضوع سبب خنده می‌شود. اینجا این خنده‌دار است که همه نظم فعلی را می‌شناسند و می‌دانند سیگار کشیدن یا گوش دادن به موسیقی نامناسب در حضور پدر و مادر در فرهنگ ما پذیرفته شده نیست و نادیده گرفتن این نظم بیشینی سبب شگفتی و شوک دیگران می‌شود. با این همه افراد می‌توانند تصمیم بگیرند که در چارچوب نظم موجود رفتار نکنند و همین نشانه شکنندگی این نظم است. مسئله این است کسی که نظم را برهم می‌زند باید هزینه‌های این درهم ریختگی را هم بپردازد و چون ما در بسیاری از مواقع نمی‌خواهیم این هزینه‌ها را بپردازیم ترجیح می‌دهیم نظم موجود را حفظ کنیم. مسئله اصلی ما این است در مواجهه با یک وضعیت نامطلوب مثلاً خشونت خانگی چگونه تصمیم می‌گیریم که چه رفتاری نشان بدهیم؟ در هر موقعیت اجتماعی سه عنصر دخیل‌اند: نخست بازیگران آن صحنه؛ مثلاً در یک صحنه خشونت خانگی شخص پرخاشگر و شخصی که مورد ضرب و شتم قرار می‌گیرد و همسایه یا شخص دیگری که ناظر و شاهد این موقعیت است بازیگران صحنه هستند. دوم؛ نسبت این بازیگران با یکدیگر. فکر کنید خانواده‌ای که با فرزند خود خوش رفتار می‌کند سرایدار آپارتمان ماست و ما از لحاظ سرمایه اقتصادی و اجتماعی و روانی و ابزارهایی که در اختیار داریم از او موقعیت بالاتری داریم و به عبارت دیگر فرادست او محسوب می‌شویم. به طور طبیعی در این موقعیت واکنش ما متفاوت است با وقتی که خودمان سرایدار خانه‌ای باشیم که مالک آن خانه با فرزندش با خشونت رفتار می‌کند. علاوه بر این میزان نزدیکی بازیگران صحنه به یکدیگر نیز در انتخاب رفتاری‌شان تأثیر می‌گذارد. اگر در خیابان ببینیم که از خواهرمان دزدی می‌شود نوع مواجهه‌مان فرق می‌کند با وقتی که با دزدی از فردی غریبه مواجه می‌شویم؛ بنابراین نسبتی که بازیگران با یکدیگر دارند هم در انتخابشان بسیار اهمیت دارد. سومین عنصری که در انتخاب بی‌تفاوتی تأثیر دارد منطق‌های توجیهی ماست.

ما در فرهنگی زاده شده‌ایم و در آن ارزش‌ها و هنجارهایی را آموخته‌ایم، جامعه‌پذیر شده‌ایم و مسائلی را برای خود درونی کرده‌ایم و بر اساس آن می‌توانیم از دنیا درکی داشته باشیم. نوعی دانش متقابل پیشینی که از لحاظ تاریخی-فرهنگی همه در آن مشترکیم. هنگامی که کسی در مورد تجربه مهاجرتش می‌گوید در بخش‌هایی باگ‌هایی وجود دارد که او در این دانش متقابل پیشینی که همه در آن شریک‌اند با دیگران شریک نیست برای نمونه گاهی معنای نگاهی را متوجه نمی‌شود و همین مسئله روابطش را با مشکلات جدی مواجه می‌کند یا کسی که از خارج می‌آید و وارد روابط ما می‌شود گاهی متوجه چیزهایی نمی‌شود که ما متوجه می‌شویم به این دلیل که ما دارای دانش متقابل پیشینی هستیم. چون ما در این فرهنگ نفس کشیده‌ایم می‌توانیم مسائل و وقایعی را پیش‌بینی کنیم و همین موضوع به ما احساس امنیت می‌دهد و سبب می‌شود تا انتخاب‌های یکدیگر را بفهمیم. همان‌طور

که گفته شد درک فرهنگی ما از موقعیت سومین عنصری است که بر تصمیم‌های رفتاری ما تأثیر می‌گذارد. به‌طور کلی در جامعه ما سه منطق فرهنگی اصلی در انتخاب بی‌تفاوتی تأثیرگذار هستند. نخست منطق تشخیص. هنگامی که می‌خواهیم تصمیم بگیریم در مورد موقعیتی بی‌تفاوت باشیم یا بی‌تفاوت نباشیم باید بتوانیم تشخیص دهیم که آیا فلانی که در این موقعیت بد و نامطلوب قرار گرفته است نتیجه رفتارهای بد خود را می‌بیند یا خیر؟ آیا حقش است که درگیر این وضعیت شود یا خیر؟ می‌گوییم «جیک جیک مستونت بود، یاد زمستونت نبود»، یک لایه ژرف‌تر و عمیق‌تر قوه تشخیص به نگاه هستی‌شناسانه ما برمی‌گردد. در فرهنگ ما نگاهی وجود دارد که می‌گوید گاهی کائنات برای ما چیزهایی را در نظر گرفته است که باید در برابر آنها شکیبایی کنیم یا تسلیم شویم و محترمانه رفتار کنیم و اگر این‌گونه رفتار نکنیم کائنات ما را مجازات می‌کند. برای نمونه در یکی از گفت‌وگوها شخصی می‌گفت همه به زوجی که بچه‌دار نمی‌شدند می‌گفتند این وضعیت را بپذیرید و کوششی برای تغییر آن نکنید؛ اما آنها به جای پذیرش این موضوع مدام به دنبال درمان رفتند و کارهای گوناگونی انجام دادند اما در نهایت بچه که به دنیا آمد پدرش تصادف کرد و از دنیا رفت. موقعیتی‌هایی این‌چنینی که باید این قوه تشخیص داشته باشیم و متوجه باشیم چه زمانی کائنات از ما می‌خواهد در مورد موضوع و مسئله‌ای بی‌تفاوت باشیم و برای تغییرش تلاشی نکنیم و صلاح ما در آن است و چه هنگام کائنات از ما چنین چیزی را نمی‌خواهد. این نگاه فرهنگی ما را در موقعیت بسیار پیچیده‌ای قرار می‌دهد. ما گاهی به موقعیتی واکنشی نشان نمی‌دهیم و می‌گوییم می‌ترسیم فلانی «آه» بکشد. در فیلم‌های «کلید اسرار» یا «شاید برای شما اتفاق بیفتد» چنین موقعیت‌هایی را فراوان می‌بینیم. دومین منطق فرهنگی که در این زمینه تأثیرگذار است مصلحت است. هنگامی که می‌بینیم اتومبیلی در حال آتش گرفتن است کسی از ما انتظار ندارد وارد آن شویم و شخص درون آن را نجات دهیم. اگر وارد شویم کسی به ما نمی‌گوید شما بی‌تفاوت نیستید به ما فداکار، ایثارگر و قهرمان می‌گویند؛ اما اگر وارد هم نشویم برای بی‌تفاوتی شماتت نمی‌شویم. در شکل دیگری از مصلحت‌سنجی ما می‌دانیم که اگر یک وضعیت نامطلوب را تحمل نکنیم با وضعیت نامطلوب‌آزاردهنده‌تری مواجه می‌شویم. مثلاً پزشک‌ها در اوضاع جنگی ناگزیرند که از رسیدگی به برخی مجروحان امتناع کنند تا مجروحان دیگری را درمان کنند که امید بیشتری به بهبودشان دارند. سومین منطق فرهنگی که روی بی‌تفاوتی اجتماعی تأثیر می‌گذارد منطق فرهنگی کارایی است که به تعریف ما از وضعیت بد و نامطلوب برمی‌گردد. اگر ما وضعیت نامطلوب را بسیار پیچیده و غیرقابل تغییر تعریف کنیم و آن را اژدهای هزار سری تصور کنیم که هر سرش را که قطع کنیم سردیگری جای آن رشد می‌کند طبیعی است که احساس کنیم وارد چنین چیزی شدن بیهوده است. اینکه گاهی در پایان مباحثمان با آهی می‌گوییم خانه از پای بست ویران است همین است. هنگامی که فکر می‌کنیم خانه از

علمدار:

انتخاب بی‌تفاوتی در بستری از کنش و واکنش میان عناصر مختلف رقم می‌خورد و نمی‌توان به سادگی بی‌تفاوتی را به کنشی منفی تقلیل داد. در این نگاه بی‌تفاوتی انواع مختلفی دارد. انتخاب بی‌تفاوتی ممکن است بز دلانه یا خردمندانه باشد.

فصلنامه

نمایه پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

پای بست ویران است هیچ دلیلی وجود ندارد وارد شویم و مداخله کنیم.

بنابراین انتخاب بی تفاوتی در بستری از کنش و واکنش میان عناصر مختلف رقم می خورد و نمی توان به سادگی بی تفاوتی را به کنشی منفی تقلیل داد. در این نگاه بی تفاوتی انواع مختلفی دارد. انتخاب بی تفاوتی ممکن است بزدلانه یا خردمندانه باشد. در اینجا به توضیح هفت گونه بی تفاوتی که دکتر علمدار شناسایی کرده اند می پردازیم.

اول؛ بی تفاوتی برای حفظ بقاست که نمونه آن همان آتش سوزی اتومبیلی است که ما وارد آن نمی شویم. دوم؛ بی تفاوتی تنبیهی است که ما تشخیص می دهیم گرفتار شدن در وضعیت نامطلوب حق کسی است و اتفاقاً باعث می شود سرش به سنگ بخورد و خوب است که این وضعیت نامطلوب را تجربه کند. سوم؛ بی تفاوتی مؤمنانه است. مثلاً می گوییم زنی که در برابر بد رفتاری های شوهرش شکیبایی می کند فلان پاداش ها را می گیرد. کسی که این نگاه را داشته باشد نزد مشاور نمی رود تا بخواهد زندگی اش را بهتر کند بلکه تعریفش را از صورت مسئله تغییر می دهد. چهارم؛ بی تفاوتی بزرگ منشانه است. وقتی کارخانه داری به کارگرس پولی قرض می دهد کسی از این کارخانه دار انتظار ندارد سر ماه برود و به کارگر خود بگوید پول مرا پس بده اگر این کار را انجام دهد رفتاری تنگ نظرانه انجام داده است و شماتت می شود. اینجا جامعه از او انتظار دارد بزرگ منشانه بی تفاوت باشد. پنجم؛ بی تفاوتی گزینشی است. مثال معروفش همین است که اگر غذا روی گاز باشد و زنگ خانه را بزنند و تلفن هم زمان زنگ بزند نخست کدام یک را انجام می دهیم. هریک را انتخاب کنیم دیگری را از دست می دهیم. گاهی وضعیت های نامطلوب به این شکل است و ما انتخاب می کنیم در مقابل کدام یک بی تفاوت باشیم. ششم؛ بی تفاوتی محتاطانه است که وقتی رخ می دهد که ما با وضعیتی مبهم مواجه شویم. چنین وضعیتی هایی در جامعه ما بارها اتفاق می افتد. ما همواره فکر می کنیم پشت پرده هایی وجود دارند که ما از آنها بی خبر هستیم و دست های پشت پرده ای هستند که می خواهند ما را فریب دهند و اگر زود واکنش نشان دهیم فریب می خوریم؛ بنابراین باید شکبیا باشیم و پیش از اینکه آنها موفق شوند ما را فریب دهند نخست از داستان باخبر شویم سپس واکنش نشان دهیم و معمولاً هم متوجه پشت پرده و اتفاقات آن نمی شویم. در انواع و اقسام هشتگ هایی که زده می شود افراد این مباحث را بسیار داغ می کنند که ما نمی دانیم چه موضوعی در حال اتفاق افتادن است. این وضعیت همان وضعیت فتنه است که می گویند در وضعیت فتنه مانند شتری باشید که نه بار می برد و نه بچه شیر می دهد. هیچ سودی برای هیچ کسی نداشته باشید. ساکت و بی طرف. آخرین گونه بی تفاوتی هم بی تفاوتی نظام مند است. هنگامی که ما وضعیت نامطلوب را بسیار بزرگ و پیچیده و ساختاری تعریف می کنیم و خودمان را در برابر آن بسیار کوچک و ناتوان می بینیم لاجرم تصمیم می گیریم تلاشی برای تغییر آن انجام ندهیم.

علمدار:

هنگامی که ما وضعیت

نامطلوب را بسیار

بزرگ و پیچیده و

ساختاری تعریف

می کنیم و خودمان

را در برابر آن بسیار

کوچک و ناتوان

می بینیم لاجرم

تصمیم می گیریم

تلاشی برای تغییر آن

انجام ندهیم.

فصلنامه

نمایه
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

ما انسان‌ها موجودات محدودی هستیم و این چنین موجودی نمی‌تواند در برابر بی‌نهایت وضعیت نامطلوبی که در زندگی شخصی و اجتماعی و دنیای گسترده و محیط‌زیست و طبیعت و مانند آن روی می‌دهد واکنش نشان دهد. همگی ما بی‌تفاوت می‌شویم و این یک کنش طبیعی است. مسئله این است که ما چگونه انتخاب می‌کنیم که بی‌تفاوت باشیم؟ چیزی که باید برایش شمات شویم بی‌تفاوت شدن نیست بلکه این است که خودآگاه نباشیم و خود را بازنگری نکنیم و نتوانیم امکانات و محدودیت‌هایمان را درست شناسایی کنیم و بفهمیم در برابر هر موقعیتی چه امکانات و محدودیت‌هایی داریم و چه رفتاری می‌توانیم از خود نشان دهیم؛ بنابراین عذاب وجدان‌های بیهوده‌ای که در فضای جامعه ما وجود دارد که ما بی‌تفاوتیم و هر بلایی بر سر ما بیاید حقم‌ان است اشتباه است و باعث می‌شود که نتوانیم روی فهم و امکانات و محدودیت‌های خود و تغییرات مثبتی که می‌توان به وجود آورد تمرکز کنیم.

علمدار:
ما انسان‌ها موجودات محدودی هستیم و این چنین موجودی نمی‌تواند در برابر بی‌نهایت وضعیت نامطلوبی که در زندگی شخصی و اجتماعی و دنیای گسترده و محیط‌زیست و طبیعت و مانند آن روی می‌دهد واکنش نشان دهد. همگی ما بی‌تفاوت می‌شویم و این یک کنش طبیعی است.

اسدزاده: دکتر علمدار در فصل چهارم کتاب در مقام جمع‌بندی گفته‌اند که در جامعه ما چهار عامل اساسی و مهم در آفرینش بی‌تفاوتی اجتماعی نقش دارند. نخست؛ انسداد جریان‌های اطلاعاتی، دوم؛ مرگ خلاقیت، سوم؛ انباشت تنش‌های گوناگون و چهارم؛ احساس تنهایی و انزوا که به نظر می‌رسد به بی‌تفاوتی نظام‌مند نزدیک بود که کاری از من برنمی‌آید پس رهاش می‌کنم. سؤالی که مطرح است، این است که آیا بی‌تفاوت نبودن دشوار است؟

رحمانی: در پژوهش‌های دانشگاهی بی‌تفاوتی از منظر آسیب‌شناختی و به‌طور خاص در حوزه کنش فردی بررسی می‌شود. برای مثال وقتی در این پژوهش‌ها از مردم می‌پرسند که بی‌تفاوتی چیست؟ ۵ درصد پاسخ می‌دهند بی‌تفاوتی اهمیت ندادن افراد به مسائل اجتماعی است و ۲۱ درصد بی‌توجهی به مشکلات شخصی دیگران را به معنای بی‌تفاوتی می‌دانند. ۱۲ درصد بی‌مسئولیتی را به معنای بی‌تفاوتی دانسته‌اند و ۱۱ درصد هم گفته‌اند بی‌تفاوتی یعنی شخص برای سرنوشت شخصی خود اهمیتی قائل نشود. سؤالی که مطرح می‌شود این است که آیا بی‌تفاوتی پدیده‌ای اجتماعی است یا پدیده‌ای اخلاقی - آسیب‌شناختی؟ در نهایت هم می‌توان این پرسش را مطرح کرد که چگونه می‌توان از دریچه پدیده بی‌تفاوتی جامعه امروز را ارزیابی و واکاوی کرد.

واژه بی‌تفاوتی باینکه مصطلح شده است اما از لحاظ بار معنایی اندکی ابهام دارد ولی در اینجا وارد بحث واژگانی نمی‌شویم و از همین واژه مصطلح استفاده می‌کنیم که رایج هم است. عموماً ابعاد عاطفی و انگیزشی افراد در مفهوم بی‌تفاوتی برجسته می‌شود. در این نگاه، وجوه شناختی و عقلانی وجوه پسینی‌اند که بر این واقعیت نظام عاطفی و احساسی

فصلنامه

نمایه پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

وارد می شوند و در عمل آن را توجیه می کنند. دکتر علمدار در کتاب بی تفاوتی یک انتخاب ناگزیر به خوبی چگونگی به وجود آمدن بی تفاوتی را با توجه به موقعیت و بافت اجتماعی تعامل توضیح می دهند با این حال حتی در بحث ایشان هم بی تفاوتی اگرچه یک پدیده اجتماعی عنوان شده است اما یک وضع خوب نیست. مطالعات دیگری هم که در این زمینه انجام شده از جمله کار خانم سارا غلامیان، آقای میرزاپور و آقای ناصر رضوانی جویباری که سلامت و سرمایه اجتماعی، احساس امید به آینده و امید سیاسی و التزام مدنی را از عوامل مؤثر بر کاهش بی تفاوتی اجتماعی می دانند. تمامی اینها مستلزم وجود رابطه ای عمیق و مطمئن و نزدیک و با حس تعلق بالا به گروه های اجتماعی بزرگ و کوچک است. چون یکی از مباحث مطرح در مورد مفهوم گروه است به موضوع گروه ها می پردازیم.

بی تفاوتی و عوامل مؤثر بر افزایش آن بیشتر در وضعیت آنومیک و بی اعتمادی و گسست هنجاری و بیگانگی اجتماعی مشاهده می شود. در این میان عوامل دیگری مانند نارضایتی، محرومیت نسبی، پایین بودن التزام مدنی، پایین بودن امید سیاسی و حتی پایین بودن مسئولیت پذیری مطرح می شود. نکته مهمی که وجود دارد این است که در ایران بیشتر بی تفاوتی افراد در عرصه جامعه یا گزل شافت - یعنی عرصه کلانی که زندگی عمومی در آن جریان دارد و از نهادهای بزرگ، مناسبات ناپایدار و غیرشخصی و الگوهای روابط تجاری - حقوقی تشکیل شده و در آن رقابت و تخصص و مسئله کارکردها مهم است و نهادهای انتزاعی و کلان حضور دارند - مطالعه می شود. در مقابل توجهی به عرصه اجتماع یا گمین شافت نشده است. منظور از گمین شافت گروه های کوچکی است که مبتنی بر اشتراک و صمیمیت و هویت مشترک و گاه روابط تباری و نزدیک میان افراد با علائق صمیمانه و تعاملات رودرو شکل می گیرند. شاید بتوان گروه های گمین شافتی را به تعبیری همان گروه های اولیه مانند خانواده و دوستان دانست. اگر به این دوگانه دقت کنیم باید از دو گروه سخن بگوییم گروه های اولیه که گروه های کوچک، نزدیک، صمیمی و مبتنی بر تعاملات رودرو هستند که به هم تعلق و وابستگی زیادی دارند و گروه های بزرگ یا همان نهادهای کلان انتزاعی جامعه و حوزه هایی که ما یک ناشناس هستیم و در آنها حضور داریم.

بیشتر پژوهش ها و تحلیل در ایران در حوزه گزل شافت است و بی تفاوتی در بافت های عمومی و غریبه بررسی شده است. مثلاً به کسی که در بیرون به او تعرض شده یا از او دزدی شده یا رویدادی که در میدان کاج اتفاق افتاد و دکتر علمدار در کتابشان به آن اشاره کرده اند. در پژوهش «ایرانی از نگاه دیگری» که پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات آن را منتشر کرده است،^۱ سؤال این بود که اصولاً ایرانی ها فردگرا هستند یا جمعگرا؟ بر اساس یافته های آن مطالعه، ما ایرانیان بالاترین میزان جمع گرایی را در حوزه خانوادگی و مذهبی داریم. تمام آن چیزی که سفرنامه ها از شخصیت منفی ایرانی ها می گویند که نمونه عالی آن «حاجی بابا اصفهانی»

فصلنامه

نمایه
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

۱۸۵

جیمز موریه است در عرصه عمومی و گروه‌های بزرگ، سیاست و اقتصاد است. ایرانیان در این حوزه‌ها خودمدار، خودمحور و خودخواه می‌شوند و برای حفظ منافع خود حاضر هستند از هر دسیسه‌ای استفاده کنند؛ اما در حوزه‌های خانوادگی و مذهبی - جایی که بالاترین سرمایه اجتماعی، اعتماد، التزام و نظم هنجاری وجود دارد - ما شاهد فردگرایی خودخواهانه نیستیم. در میان پژوهش‌هایی که همین پژوهشکده محترم منتشر کرده است هنگامی که از مردم در مورد مسئولان؛ یعنی نهادهای بزرگ می‌پرسیم نزدیک به ۴۰ درصد می‌گویند که در این افراد ویژگی‌های اخلاقی معطوف به دروغ‌گویی زیاد و بسیار زیاد وجود دارد و نزدیک به ۲۰ درصد آن‌را کم می‌دانند. یا در برابر سوءاستفاده از مقام و موقعیت نزدیک به ۴۶ درصد این مورد را بسیار زیاد می‌دانند. در مورد قوم‌وحشی بازی ۵۸ درصد گزینه زیاد و بسیار زیاد را انتخاب می‌کنند و ۴۳ درصد معتقدند مسئولان بانندی عمل می‌کنند. دقت کنید بانندی عمل کردن و قوم‌وحشی بازی دقیقاً کنشگری آدم‌ها در حوزه گمین‌شافت و گروه‌های نخستین را نشان می‌دهد. درحالی که این افراد در رأس نهادهای مدنی یا عمومی قرار گرفته‌اند که عرصه گزل‌شافت است اما آنجا را تغییر کاربری داده‌اند و در خدمت منافع گروهی خودشان درآورده‌اند. حتی هنگامی که از مردم سخن می‌گوییم، بی‌اعتمادی به مردم به معنی ناشناس‌ها در پاسخ‌ها مشهود است. مطالعات نشان می‌دهد که بالای ۶۰/۶ درصد پاسخ‌دهنده‌ها گفته‌اند ویژگی‌های اخلاقی منفی در مردم زیاد و بسیار زیاد است درحالی که ۵۰-۴۹ درصد ویژگی‌های مثبت را بسیار کم دانسته‌اند. براین اساس جامعه ما بی‌اعتماد و به شدت مشکوک است چون مردم نمی‌توانند آن را بشناسند و در عمل آن‌را حوزه ناامنی می‌پندارد و تجربه هم این‌را برایشان اثبات کرده است. در کلیشه‌ها می‌گویند اروپایی‌ها افراد سردی هستند که در این بخش به این موضوع نمی‌پردازیم. با نقل خاطره‌ای از دکتر رحمانی شاید این موضوع بهتر نشان داده شود. ایشان گفته‌اند: «روزی در یکی از شهرهای آلمان با یکی از دوستان آلمانی‌ام قدم می‌زدم فقیری آنجا بود که مردم بی تفاوت از کنار او عبور می‌کردند. گفتم چرا به او کمک نمی‌کنید دوستم توضیحی داد که برایم بسیار جالب بود. گفت بر اساس ساختاری که ما در جامعه مان داریم نهادهایی وجود دارند که این‌گونه افراد می‌توانند به آنها مراجعه کنند بیمه بی‌کاری بگیرند تا بتواند کار پیدا کند. اگر این فرد بیمه بی‌کاری می‌گیرد و کاری هم پیدا نمی‌کند یعنی فرد تنبل و سوءاستفاده‌گری از منابع جامعه است؛ پس من دلیلی ندارم به او کمک کنم». در این منطق نهادهای کلان و قابل اعتمادی وجود دارند که چنین کسی می‌تواند به آنها مراجعه کند تا او را تا هنگامی که کار پیدا کند تأمین کنند. پس اگر کار پیدا نمی‌کند مقصر خودش است. نکته اصلی این است که در آلمان می‌توان اعتماد به نهادهای عمومی را به شکل روشن دید و در چنین بافتی بی تفاوتی به فرد بی‌خانمان اساساً بی تفاوتی نیست بلکه یک راهبرد اجتماعی است مردم در این جامعه مالیات می‌دهند تا نهادهای کلان جامعه را مدیریت کنند؛ یعنی یک نوع نهادسازی برای امر عمومی در عرصه عمومی برای افراد ناشناس وجود دارد.

فصلنامه

نمایه
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

هنگامی که روی مطالعات بی‌تفاوتی در ایران دقت می‌کنیم متوجه می‌شویم که مسئله اصلی این است که ما گروه‌های بزرگ نداریم که اعتماد و سرمایه اجتماعی و نظم درونی و هنجاری آنها بالا باشد و همین زنگ خطر را برای وضعیت آنومیک در ایران به صدا درآورده است. جامعه در ایران در موقعیت ضعف است و به همین دلیل انسان‌ها در نسبت با گروه‌های نخستین یعنی رفقا و آشنایان و تبار احساس تعلق و هویت را تجربه می‌کنند و بالاترین میزان اعتماد و آمادگی برای فداکاری و ایثار را در این گروه‌ها می‌بینیم. بازهم به بحثی نظری برمی‌گردیم؛ جامعه متشکل از گروه‌هاست که یا گروه‌های اولیه‌اند با منطق گمین شافت یا گروه‌های بزرگ‌اند با منطق گزل شافت. ما کنشگری‌هایمان را در این دو گروه انجام می‌دهیم. هنگامی که در عرصه گزل شافت ناسامانی داریم هرگونه ورود به آن ممکن است بالاترین میزان هزینه را داشته باشد. بارها دیده‌ایم کسی می‌رود تا طرفین دعوا را از هم جدا کند اما کشته می‌شود یا کسی خواسته در راه مانده‌ای را نجات دهد اما او را کتک زدند و اتومبیل و دارایی‌اش را هم دزدیده‌اند. عرصه‌های ناامنی و تهدید در حوزه‌های عمومی رو به افزایش است درحالی‌که در گروه‌های نخستین و کوچک مانند روابط خویشاوندی و دوستانه این ناامنی وجود ندارد و انسان‌ها نه تنها بی‌تفاوت نیستند بلکه مواجهه‌هایشان ایثارگرایانه هم هست.

نکته دیگر نظام اخلاقی جامعه ماست. اخلاق ما مدنی نیست. در جامعه ما به تعبیری اخلاق مذهبی وجود دارد که آرمان آن کنشگری با نیت پاک و انگیزه‌های ایثارگرانه از سر عشق به جامعه یا برحسب وظیفه است. اگر دقت کنید ما همواره در بحران‌ها این چنین افرادی را با وجدانشان روبه‌رو می‌کنیم که اگر می‌خواهید انسان باشید فلان کار را انجام دهید. مسئله بر سر این است که این‌گونه کنشگری معمولاً معطوف به هموعان است و در مواقع حساس به اجتماع دینی و خودی‌ها و نزدیکان تقلیل داده می‌شود. در مجموع این وضعیت اخلاقی فردمحور که بر نیت و وجدان تأکید دارد نمی‌تواند در حوزه‌های ناشناس و در سطح کلان کارکرد داشته باشد. یک توجیه برای فساد بالای نظام اقتصادی و سیاسی ایران بررسی همین نکته است که چه گروه‌هایی بر سر چه منافعی در حال قبضه‌کردن منابع برای خود هستند. اگر شما در گروه‌های اولیه بی‌تفاوتی نشان دهید از جایی به بعد در آن حل خواهید شد حتی اگر در آن پیوند تباری داشته و در حلقه رفقای اولیه هم باشید. اگر در این بازی شرکت نکنید کم‌کم حذف می‌شوید به این دلیل است که دو آسیب مهم در جامعه ما بحث آقازادگی و رانت است که در عمل این فساد ساختاری را به ژرف‌ترین وجه خود رسانده‌اند. دقیقاً در همین منطق گروهی عمل می‌کند یعنی گروه‌های نخستین که بر مسند امور هستند حوزه‌های سیاسی را برای منافع شخصی و گروهی خود تسخیر می‌کنند. آنها در خصوص نزدیکان خود بی‌تفاوت نیستند و در نتیجه مسئله عمومی ما گروه‌های بزرگ دیگر است. مطالعات هم نشان داده است

رحمانی:

هنگامی که روی

مطالعات بی‌تفاوتی

در ایران دقت می‌کنیم

متوجه می‌شویم که

مسئله اصلی این

است که ما گروه‌های

بزرگ نداریم که

اعتماد و سرمایه

اجتماعی و نظم

درونی و هنجاری آنها

بالا باشد و همین

زنگ خطر را برای

وضعیت آنومیک در

ایران به صدا درآورده

است.

فصلنامه

نمایه
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

که اصولاً اخلاق در میان روابط میان گروه‌ها کارکردی ندارد چون بحث منافع در میان است و نظام‌ها و سازوکارهای حقوقی و قانون عمومی باید آن را مهار کند درغیراین صورت ما شاهد این‌گونه رویارویی‌های رانتهی با منابع خواهیم بود. ما حتی اخلاق میان‌نهادی و میان‌گروهی هم نداریم یعنی اخلاق مدنی ما در میان افراد، حوزه‌های ناشناس و مهم‌تر از همه میان گروه‌ها و نهادها مبهم است. چیزی که به‌تازگی ذیل موضوع توازن منافع مطرح می‌شود این موارد را به‌خوبی نشان می‌دهد؛ بنابراین قواعد عمومی ما در حوزه‌های اخلاقی هم مبهم و ضعیف و بسیار ضعیف و نحیف‌اند.

نکته دیگری که در ایران وجود دارد و بی‌تفاوت نبودن را بسیار دشوار می‌کند سرکوب نظام‌مند نهادهای مدنی است. در تمامی اسناد بالادستی جمهوری اسلامی نهادهای مدنی از بالا تعیین شده‌اند و نهادهای مدنی آزاد و خودبنیان نداریم. به‌تازگی نهادهای مدنی مردمی که مشروعیت و محبوبیت پیدا می‌کنند هم به‌شدت زیر فشار قرار می‌گیرند تا از بین بروند. از سوی دیگر ما راهکارهای حقوقی کافی هم برای بحث بی‌تفاوت بودن یا بی‌تفاوت نبودن در قبال جامعه را نداریم. پیمایش‌های عمومی هم نشان می‌دهد که مؤلفه آنومیک و گسست هنجاری و ناامیدی سیاسی در جامعه بالاست به همین دلیل به‌عبارتی بی‌تفاوتی نه یک کنش فردی بلکه یک کنش گروهی است. ما در بهترین حالت انرژي ایتارگری‌ها و تعهد و التزاممان را در گروه‌های نخستین صرف می‌کنیم و چون نمی‌توانیم منطق گروه‌های بزرگ را بفهمیم ترجیح می‌دهیم در آن حوزه‌ها محتاط و بی‌تفاوت عمل کنیم تا هزینه‌مان بالا نرود.

در مقام جمع‌بندی مجدداً به خطا و اشتباه تحلیلی برمی‌گردیم که در جامعه و فضای علوم اجتماعی وجود دارد. اینکه ما جامعه را در دوگانه فرد و جامعه می‌بینیم اما به نظر می‌رسد بهتر است جامعه را در دوگانه‌های گروهی ببینیم. جامعه متشکل از گروه‌های نخستین و گروه‌های ثانویه بزرگ است. اگر این‌گونه بنگریم آسان‌تر می‌توانیم متوجه شویم که بی‌تفاوتی نه یک راهبرد فردی بلکه یک راهبرد گروهی است؛ یعنی گروه ما به ما آموخته است بی‌تفاوت نباشیم اما در گروه‌های دیگر یاد گرفته‌ایم تا بی‌تفاوت باشیم. در این منطق است که ما با نبود تعادل میان گروه‌های بزرگ و گروه‌های کوچک و تسخیر گروه‌های بزرگ به سود گروه‌های کوچکی مواجهیم. به این نکته دقت کنید که جامعه و تحولات و دگرگونی‌های آن محصول گروه‌هاست و گروه‌های بزرگی که نهادسازی می‌شوند باز هم در گروه‌های کوچک شکل می‌گیرند. در چارچوب نظام‌های فرهنگی و اجتماعی ما ساماندهی گروه‌های بزرگ با اعتراض یا آشکارشدگی گروه‌های کوچک که حول خویشاوندی و رفقا شکل می‌گیرد و با مجموعه ستادهای رانتهی و آقا‌زادگی مواجه می‌شود. با این حال با تلاش برای تبدیل عرصه عمومی به یک عرصه آشکار و قابل اعتماد و هنجاری می‌توانیم میزان بی‌تفاوتی در عرصه عمومی را کاهش دهیم.

رحمانی:

بی‌تفاوتی نه یک راهبرد فردی بلکه یک راهبرد گروهی است؛ یعنی گروه ما به ما آموخته است بی‌تفاوت نباشیم اما در گروه‌های دیگر یاد گرفته‌ایم تا بی‌تفاوت باشیم.

فصلنامه

نمایه
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

جنگ رسانه‌های اجتماعی؛ سلاح‌هایی برابر برای همه^۱

• جلال خوش‌چهره^۲

چکیده

محافظه‌کاری معنا ندارد واقعیت را باید پذیرفت. فناوری ارتباطات هر روز رخ تازه‌ای از خود نشان می‌دهد و زندگی اجتماعی انسان‌ها را در اقصی نقاط جهان متأثر از خود کرده و بیش از این نیز خواهد کرد.

اینترنت یا همان فضای مجازی حالا به اندازه‌ی هوای لازم برای تنفس در زندگی عموم مردم نقش حیاتی دارد. نادیده‌اش نمی‌توان گرفت. ممکن نیست در گذشته که اکنون با وجود فناوری‌های جدید به‌ویژه ارتباطات به سرعت از ما دور می‌شود توقف کرد. چاره کار تعامل سازنده با آن است. هرکس در این باره پیشتازی کرده توانسته از مزایای آن در همه سطوح علمی، اجتماعی، نظامی - امنیتی و اقتصادی - صنعتی به‌گونه‌ای کاربردی بهره‌مند شود. آنان که هنوز سودای گذشته را در سر دارند جز رویکرد دفعی - سلبی و فرسودن خود در برابر غول فناوری فربه‌تر شدن هر روز ارتباطات بیشتر شبیه آب در هاون کوبیدن عمل می‌کنند.

نوگرایی با صحنه‌گذاشتن بر عقلانیت پیامدهای «خوب یا بد» خود را در چارچوب عقلانی و علمی مدیریت می‌کند. این رفتار با کنترل‌های بی‌حاصل فاصله‌داشته‌ومی‌کوشد موقعیت‌های تازه را با ایجاد فرصت‌های بدیع برای اصلاح موقعیت‌هایی در راه خدمت به توسعه و تعالی اجتماعی، سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و سرانجام امنیت و ثبات اجتماعی اداره کند.

«رسانه‌های اجتماعی به مثابه سلاح‌هایی برابر برای همه» اکنون چالشی است که مدیران اجتماعی اعم از دولتمردان، سیاسیون، فعالان اقتصادی، جنبش‌های اجتماعی، خانواده‌ها و سرانجام یکایک مردم عادی که در فضای مجازی به «ذره‌های اتمی» شبیه شده‌اند با آن روبه‌رو هستند. رسانه‌های اجتماعی کارکردی متفاوت از فضای سایبری دارند که کاربران آن به دانش و مهارت فنی نیاز دارند. رسانه‌های اجتماعی امکانی ساده و برابر در اختیار همگان هستند. همین امر سبب شده تا آسیب‌پذیری‌ها با دستاوردهای آن برابری کند به‌گونه‌ای که برخی آن را به «جنگ رسانه‌های اجتماعی» تعبیر کرده‌اند و با نگاه به خطراتی که در پی دارد به روش‌های مختلف به مقابله با آن می‌پردازند. البته بسیاری از این مقابله‌ها با نگرشی ساده‌لوحانه فاقد تصور چگونگی دفاع در برابر حملات جنگ رسانه‌های اجتماعی هستند.

واژه‌های کلیدی: جنگ رسانه‌های اجتماعی، اربشو، مایکل، رسانه‌های اجتماعی، فناوری ارتباطات

فصلنامه

نمایه
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

۱۸۹

1. Social Media Warfare: Equal Weapons for All

۲. روزنامه نگار، (jalal.khoshchehreh@gmail.com)



اربشلو، مایکل (۱۳۹۸). **جنگ رسانه‌های اجتماعی؛ سلاح‌هایی برابر برای همه**. ترجمه محمد رضا کریمی قهرودی و ندا انعامی. تهران: مؤسسه آموزشی و تحقیقاتی صنایع دفاعی. قیمت: ۶۰,۰۰۰ تومان.

نگرشی متفاوت به رسانه‌های اجتماعی

«مایکل اربشلو»^۱ در کتاب علمی-کاربردی خود با عنوان «جنگ رسانه‌های اجتماعی؛ سلاح‌هایی برابر برای همه» کوشیده است ضمن نگاه واقعی و حفظ رویکرد ایجابی خود به کارکرد رسانه‌های اجتماعی در خدمت به استقرار عدالت، صلح و آزادی بزرگ واقعیت انکارناپذیر تأکید کند. این نویسنده با نگاه به کارکردهای متعارض رسانه‌های اجتماعی معتقد است: «دوران حاضر عصر جنگ نامنظم و نامتعارف است که راهبردهای آن باید سیال و انطباق‌پذیر باشد».

اربشلو می‌نویسد: اکنون استفاده از تاکتیک‌های رسانه‌های اجتماعی^۲ به طرز شگفت‌آوری در همه حوزه‌ها از جمله مقابله با تروریسم و جرائم جنگی گسترش یافته و محلی برای گرد هم آمدن گروه‌های دارای علائق ویژه فراهم کرده است. نویسنده آن‌گاه به نکته مهم‌تری اشاره می‌کند: «موضوع آزاردهنده آن است که رسانه‌های اجتماعی تا چه اندازه برای اهداف شرارت‌آمیز استفاده می‌شوند». او می‌نویسد: «باوجود اقدام‌های مثبت زیادی که با استفاده از رسانه‌های اجتماعی در پشتیبانی از دولت باز در زمینه بهداشت و مباحث زیست محیطی و غالباً تنها سرگرمی‌های مثبت صورت می‌گیرد افراد شرور در جهان دستیابی برابر به سلاح‌های رسانه‌های اجتماعی دارند».

اشتباه نشود نویسنده بر این نکته مهم تأکید دارد که افراد شرور از ابتدای تاریخ در زندگی سیاسی-اجتماعی انسان‌ها حضور داشته‌اند و این ربطی به فناوری ارتباطات ندارد. آنچه در حال حاضر اهمیت دارد این است که «وقتی برنامه‌های کاربردی رسانه‌های اجتماعی به آسانی در دسترس قرار دارند و پا به عرصه اینترنت گذاشته‌اند افراد فرومایه^۳ جهان نیز به استفاده از آن رو آورده‌اند».

فصلنامه

نمایه
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

۱۹۰

1. Michael Erbschloe
2. Social media War far tactics
3. Deplorable

اریشلو هدف از کتاب علمی- تحقیقاتی خود را ایجاد امکان صرفه‌جویی در زمان مدیران و سربازان پیاده‌نظام رسانه‌های اجتماعی می‌خواند. او می‌نویسد؛ این کتاب برای تحقیق در مورد روش‌های جنگ رسانه‌های اجتماعی و روش‌های مقابله با آن نوشته شده است.

یک اقدام ارزشمند

اقدام ارزشمند «مؤسسه آموزشی و تحقیقاتی صنایع دفاعی» در ترجمه و انتشار این کتاب حجیم اما جذاب و پرکشش مایکل اریشلو در نوع خود بدیع و حائز توجه ویژه علاقه‌مندانی است که در حوزه ارتباطات و به‌ویژه رسانه‌های اجتماعی مطالعه و فعالیت دارند. این مؤسسه از سال ۱۳۶۸ تاکنون به‌عنوان نهادی اندیشه‌ورز با هدف «پشتیبانی از نیروهای مسلح در زمینه علوم نرم» فعالیت خود را ادامه داده است. مؤسسه کوشیده است با انتشار آثار تحقیقی و علمی نهادی پیشرو، فرصت‌آفرین و نوآور در توسعه اندیشه و مبانی نظری و کاربردی علوم دفاعی بروز یافته و به معرفی و ترویج مفاهیم جدید نه تنها نزد نیروهای مسلح بلکه عموم طالبان اندیشه‌ورز پرداخته است و آثار ارزشمندی را در کارنامه خود ثبت کرده است. برگردان کتاب مایکل اریشلو بی‌گمان در این شمار جا دارد. مهم‌ترین که «محمد رضا کریمی» و «ندا انعامی»، مترجمان کتاب تحقیقی-علمی اریشلو، توانسته‌اند با نثری روان و ویرایشی موزون کتاب را برای خوانندگان فارسی‌زبان هرچه بیشتر جذاب کنند.

رابطه شکلی عنوان و محتوای کتاب

«جنگ رسانه‌های اجتماعی؛ سلاح‌هایی برابر برای همه» ممکن است در وهله نخست به هر شنونده کلام آن حسی از نگاه سلبی نویسنده و بانیان انتشار کتاب را به رسانه‌های اجتماعی القا کند به‌ویژه آن‌که مؤسسه‌ای وابسته به نیروهای مسلح آن را منتشر کرده است اما طراحی جلد، مروری بر یادداشت مترجمان، پیشگفتار، مقدمه و سرانجام سرفصل‌های کتاب به سرعت رغبت خوانندگان را برای خواندن آن برمی‌انگیزد. این کتاب باتوجه به این امر که شبکه‌های اجتماعی، شبکه‌های دیداری، بلاگ‌ها، میکرو بلاگ‌ها، انجمن‌های محتوایی، پیام‌رسان‌های فوری، خدمات موقعیت‌یابی، بازی‌های برخط، ابزارهای به اشتراک‌گذاری فایل‌های ویدئویی، موسیقی و... اکنون بخشی جدایی‌ناپذیر از زندگی امروز مردم هستند با نگاه ایجابی و کاربردهای مثبت این وضع روش‌های مقابله با فرومایگانی را در دستور کار قرار داده که با اعمال خود رسانه‌های اجتماعی را به صحنه جنگ آن‌هم از جنس «جنگ نامنظم» و «نامتعارف» تبدیل کرده‌اند. از این رو نویسنده روش‌های آفندی و پدافندی لازم در عرصه جنگ رسانه‌های

اجتماعی را در پانزده فصل توصیف و تبیین می‌کند و راهکارها را تجویز می‌کند. به سخن نویسنده «فصل‌های کتاب به روشی سازمان‌دهی شده‌اند که امکان تحلیل کاربرد جنگ رسانه‌های اجتماعی را در انواع مختلف سازمان‌ها یا گروه‌های دارای علائق ویژه ارائه می‌دهند». اهمیت و جذابیت فصل‌های کتاب دربرگیری همه گروه‌های اجتماعی، سیاسی، اقتصادی (صنعتی-تجاری) و نظامی و دولت‌هاست.

رسانه‌های اجتماعی در قاب سه بعدی

فصل نخست، با ارائه چارچوب نظری برای تحلیل راهبردهای در حال ظهور جنگ رسانه‌های اجتماعی به این امر اشاره دارد که اکنون این رسانه‌ها به موضوع مطالعه علوم نظامی بدل شده و در نزاع‌های آینده نقش گسترده‌تر و بااهمیت‌تری ایفا خواهد کرد. در فصل دوم، موضوع استفاده غیرنظامی دولت‌ها از رسانه‌های اجتماعی را برای جنگیدن، دفاع یا کنترل بررسی کرده است. نویسنده در این فصل به چالش‌های فراوان دولت‌ها در خصوص جنگ رسانه‌های اجتماعی می‌پردازد. به زعم نویسنده ترجیح اغلب دولت‌ها در این چالش دفاعی بوده و به شدت بر صیانت از خود تمرکز دارند. از این رو این نوع دولت‌ها با امکان دفاع از منافع ملی (دست‌کم دفاع از مقام‌های دولتی) خود در برابر حملات مبتنی بر رسانه‌های اجتماعی یا الهام‌گرفته از آنها روبه‌رو می‌شوند. نویسنده این نوع چالش را نقد و بررسی کرده است.

در فصل سوم، مواجهه سازمان‌های نظامی را با رسانه‌های اجتماعی تحلیل می‌کند. طرفه این‌که اربشلو بر این باور است که سازمان‌های نظامی در تحقیق و تلاش برای راهیابی منطقی، علمی و مؤثر در تعامل نه تنها با رسانه‌های اجتماعی بلکه فناوری‌های نوین همواره پیش‌تاز بوده و قادرند نتایج دستاوردهای خود را در این زمینه در اختیار دیگر بخش‌ها بگذارند. این فصل از آن رو اهمیت ویژه نزد خوانندگان، به ویژه نیروهای مسلح، دارد که موضوع عملیات روانی را در فضای مجازی و جنگ رسانه‌های اجتماعی مطالعه کرده و راهکارهای عملی را در این باره ارائه می‌کند.

از فصل چهارم به بعد نویسنده به کیفیت و کمیت حضور فعالان بخش‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی در عرصه رسانه‌های اجتماعی می‌پردازد و راهکارهایش را برای مصون ماندن فعالان شرور برمی‌شمارد.

عناوین فصول چهارم به بعد عبارت‌اند از: مساعی شرکت‌ها برای به کارگیری جنگ رسانه‌های اجتماعی یا پاسخگویی به راهبردهای آن، استفاده گروه‌هایی با علاقه ویژه (گروه‌هایی با علائق مشترک) از رسانه‌های اجتماعی به عنوان یک سلاح، جنگ رسانه‌های اجتماعی در فرایند انتخابات سیاسی، جنگ رسانه‌های اجتماعی در پشتیبانی از اهداف

فصلنامه

نمایه
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

اجتماعی، اجیرشدگان^۱ و فعالان^۲ جنگ رسانه‌های اجتماعی، رسانه‌های اجتماعی به‌عنوان سلاحی برای استخدام، جنگ رسانه‌های اجتماعی برای ناموران (سلبیتی‌ها)، کودکان قربانی جنگ رسانه‌های اجتماعی، قربانیان بزرگ‌سال در جنگ رسانه‌های اجتماعی، واکنش قانون به جنگ رسانه‌های اجتماعی، واکنش نظام آموزشی به جنگ رسانه‌های اجتماعی و سرانجام پایش تهدیدهای جنگ رسانه‌های اجتماعی.

پرهیز نویسنده از نگرش امنیتی محض

نکته مهم در خوانش سرفصل‌های کتاب این است که نباید تصور شود که نویسنده و منتشرکنندگان کتاب در پی القای نگرشی فقط امنیتی و سلبی به رسانه‌های اجتماعی هستند. نویسنده کتاب سابقه سی ساله در تجزیه و تحلیل اقتصاد فناوری اطلاعات، سیاست عمومی مرتبط با فناوری در مهندسی مجدد فرایندهای سازمانی دارد و همچنین کتاب‌های بسیاری را در زمینه مباحث اجتماعی و مدیریت فناوری اطلاعات نگاشته و بیشتر آنها برخی از جنبه‌های امنیت اطلاعات یا امنیت صنفی را پوشش داده‌اند اما کوشیده از جایگاه نظریه‌پرداز ارتباطات و نگرش علمی خود مراقبت کرده و تا حدود مطلوب و معقولی بی‌طرفی خود را حفظ کند.

امانت‌داری در برگردان متن

ویژگی دیگر این کتاب امانت‌داری مترجمان و تعهد مؤسسه آموزشی-تحقیقاتی صنایع دفاعی در بی‌پرده‌گفتن موضوعات مطرح‌شده از سوی نویسنده کتاب است. این امر سبب شده تا خواننده بتواند با کارکرد رسانه‌های اجتماعی، عملکرد فعالان این رسانه و چگونگی عملکرد دولت‌ها در چالش با رسانه‌های اجتماعی در چهارگوشه جهان – حتی دولت جمهوری اسلامی ایران – آشنا شده و در همه سطوح اطلاع کافی به دست آورد. نویسنده و نیز مترجمان اذعان داشته‌اند که تنها در برخی موضوعات را که به اخلاق و قبح اجتماعی آسیب وارد می‌کرده از دایره پرداخت و برگردان متن حذف کرده‌اند. به این ترتیب خواننده با مطالعه فصل‌های کتاب به‌ویژه در بخش‌های اجتماعی با مباحثی درباره گروه‌های اجتماعی دارای علائق ویژه و مهم‌تر کارآمدی شهروند خبرنگارها^۳ روبه‌رو می‌شود که امانت‌داری و تعهد مترجمان را در برگردان زبان کتاب نمایان می‌کند.

تاکتیک‌های راهبردی نویسنده

ارزش در پرداخت به آینده‌ها و پدافندهای مؤثر در جنگ رسانه‌های اجتماعی به چند

1. Mercenaries
2. Activists
3. Citizen journalists

تاکتیک ثابت در همه فصول اشاره دارد. به عبارت دیگر او تاکتیک‌های پیشنهادی‌اش را به تناسب سطوح مختلف کارکرد رسانه‌های اجتماعی به ترتیب زیر ارائه می‌کند: خوداعتباردهی، تأثیرگذاری، تقویت، ترغیب نهادهای غیرهم‌پیمان، عضوگیری، تلقین و رابطه‌سازی.

نویسنده همچنین در پایان هر فصل ضمن نتیجه‌گیری از مباحث مطرح شده در بخش‌های مختلف آن فصل ابتکار ویژه‌ای به خرج داده است. اربشلو در هر فصل ضمن ارائه کلیدواژه‌های مربوط به بحث موضوعی بخشی را به عنوان دستور کار ارائه می‌کند. همچنین برای عملیاتی‌کردن راهکارهایش پرسش‌هایی طرح می‌کند که خوانندگان کتاب در هیئت کاربران محتوایی بتوانند آن‌را در گردهمایی‌های آموزشی-کاربردی خود و در بستری از تجربه‌هایشان به بحث و نظر بگذارند. همین امر کتاب را در سطح یک جزوه آموزشی مؤثر در همه دستگاه‌ها، اداره‌ها، مؤسسه‌ها و نظام‌های دولتی و قضایی کاربردی می‌کند.

دایره محدود گزارش‌های میدانی کتاب

نویسنده در فصل‌های نخست کتاب به تجربه چالشگری دولت‌ها و نظام‌های سیاسی در چهارگوشه جهان پرداخته و به نقد آن همت گمارده اما در اغلب فصل‌های کتاب دایره گزارش تجربی-میدانی آن محدود به ایالات متحده آمریکا است. به عبارت دیگر مصداق‌های کتاب عموماً تجربه‌هایی است که در جامعه آمریکا رخ داده است. اگر این وضع را - با وسواس - نقص کتاب بخوانیم از آن رو است که نمی‌توان اوضاع جاری در ایالات متحده را به هزار دلیل و برهان به دیگر کشورها تعمیم داد. برای مثال قوانین انتخاباتی، سازمان‌های مدافع حقوق اقلیت‌ها و گروه‌های دارای علائق ویژه، تکرگرایی، رسانه‌های گروهی، سازمان‌ها و مؤسسه‌های اقتصادی، تفکیک قوا، توانمندی‌ها و گستره عمل بخش‌های خصوصی و دولتی، نهادهای حمایت از خانواده و اقلیت‌های جنسی، مذهبی و... در ایالات متحده بسیار متفاوت از دیگر کشورها حتی اروپا هستند. باین حال روش‌های تاکتیکی ارائه شده از سوی نویسنده احتمال دارد در همه نقاط جهان کاربرد خود را داشته باشد.

جلد کتاب

برگردان کتاب جنگ رسانه‌های اجتماعی؛ سلاح‌هایی برابر برای همه در شمار بهترین‌ها در موضوع ارتباطات به حساب می‌آید اما آرایش جلد کتاب این پرسش را نزد مخاطب ایجاد می‌کند که نویسنده چنین کتابی کیست؟ جلد کتاب تنها به سه معرفی اکتفا کرده است: عنوان، ناشر و مترجمان. این امر سبب می‌شود تا مخاطب تصور کند که

فصلنامه

نمایه
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

کتاب به عبارتی جمع‌آوری مطالبی دربارهٔ رسانه‌های اجتماعی است. پرسش نویسنده این سطور همچنان باقی است که چرا مؤسسهٔ انتشار کتاب از آوردن نام نویسنده روی جلد خودداری کرده است؟ آیا همین نقص ممکن نیست بر میزان رغبت مخاطب برای خواندن کتابی تحقیقاتی، علمی و کاربردی تأثیر منفی بگذارد؟

طرفه اینکه مترجمان در معرفی نویسنده تنها در اشاره‌ای کوتاه در بخش پایانی و مجزا از یادداشت خود بسنده کرده‌اند. در این معرفی نیز بسیار مقتصد عمل شده و توضیح مختصر آن هیچ آشنایی روشنی را به مخاطب از نویسنده ارائه نمی‌دهد. چنین به نظر می‌رسد که مؤسسهٔ انتشاراتی کتاب یا اطلاعات محدودی از نویسنده دارد و یا به‌عمد خواسته است هویت او را در لابه‌لای صفحات پنهان کند.

همچنین مترجمان کتاب در توافقی نسبتاً چشمگیر هیچ آشنایی روشنی از خود به خوانندگان نمی‌دهند. این در حالی است که تسلط آنان در برگردان کتاب و پی‌نویس‌های تخصصی آن گواه بر تجربهٔ طولانی و پرمغز ایشان است. امید است در تجدید چاپ اثر این موارد برطرف شود.

«جنگ رسانه‌های اجتماعی؛ سلاح‌هایی برابر برای همه» کتابی است که لازم است همهٔ متصدیان امر رسانه‌های اجتماعی، مدیران مؤسسه‌های اقتصادی، گروه‌های اجتماعی و دولتمردان آن‌را بخوانند و در کتابخانه‌های خود جلدی از آن‌را در جایگاه کتاب مرجع داشته باشند. کتابی جامع، راهبردی و پر از نکات خواندنی در عرصهٔ ارتباطات جمعی.

رسانه‌های نوین: درآمدی انتقادی

• حسین بصیریان جهرمی^۱

چکیده

کتاب رسانه‌های نوین: درآمدی انتقادی، نوشته‌ی مارتین لستر و همکاران در سال ۱۳۹۸ با ترجمه‌ی دکتر احسان شاه‌قاسمی، مقدمه‌ی دکتر سعیدرضا عاملی و به همت انتشارات پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات منتشر شده است. ویرایش نخست این کتاب با عنوان انگلیسی New media: A critical Introduction و با تلاش جمعی پنج نفره به سرپرستی مارتین لستر،^۲ استاد فرهنگ، رسانه و نمایش دانشگاه غرب انگلستان در بریستول،^۳ در سال ۲۰۰۳ میلادی و ویرایش دوم آن در سال ۲۰۰۹ از سوی انتشارات راتلج^۴ منتشر شده است. نسخه‌ی انگلیسی این اثر از لحاظ ارجاعات علمی تا زمان نگارش این یادداشت (خرداد ۱۴۰۰) بیش از ۲۷۰۰ ارجاع را به خود اختصاص داده است. هرچند نسخه‌ی فارسی این کتاب با عنوان رسانه‌های نوین با مقدمه‌ی انتقادی پیش‌ازین، در سال ۱۳۹۳ با ترجمه‌ی سعید و پروانه فرامرزیانی نیز منتشر شده بود؛ اما در کتاب قبلی تنها بخش‌هایی از متن اصلی ترجمه شده و در مجموع ۲۴۸ صفحه دارد. حال آنکه کتاب اخیر، مبتنی بر ترجمه‌ی کامل اثر انگلیسی و در مجموع ۷۰۰ صفحه است.

واژه‌های کلیدی: رسانه‌های نوین، مطالعات انتقادی، مارتین لستر، احسان شاه‌قاسمی،

حسین بصیریان

فصلنامه

نمایه
پژوهش

۱. دکتری علوم ارتباطات، پژوهشگر و مترجم (hossein.basirian@gmail.com)

2. Martin Lester

3. University of the West of England, Bristol

4. Routledge



مارتین لستر و دیگران (۱۳۹۸). **رسانه‌های نوین: درآمدی انتقادی**. ترجمه احسان شاه‌قاسمی. تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.

درباره مترجم (احسان شاه‌قاسمی)

احسان شاه‌قاسمی (دکترای علوم ارتباطات و عضو هیئت علمی دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران)، تاکنون بیش از چهل کتاب را ترجمه کرده است. بر این اساس، یک محاسبه سرانگشتی نشان می‌دهد او در پانزده سال گذشته حدود هفت میلیون کلمه را ترجمه کرده است. البته برخی از آنها مستقیم به حوزه ارتباطات مرتبط نیست؛ اما در ادامه کتاب‌های مهم‌ترایشان را مرور خواهیم کرد.

نخست اینکه، شاه‌قاسمی برخی از کتاب‌های اصلی و پایه‌ای رشته ارتباطات را همچون سواد رسانه‌ای، نظریه‌های ارتباطات، فهم صنایع رسانه‌ای، فلسفه ارتباطات، فهم نظریه رسانه‌ها، صنایع رسانه‌های اجتماعی، پیشرفت‌های جدید در بازاریابی آنلاین، روش‌های پژوهش در رسانه‌ها و ارتباطات، فلسفه فیلم‌نامه و البته کتاب رسانه‌های نوین: درآمدی انتقادی را ترجمه کرده است. سوای از این فهرست، او کتاب‌های دیگری مانند آمار اجتماعی، اصول سینما، خاستگاه‌های ارتباطات انسانی، رسانه‌ها، اقناع و پروپاگاندا و کتاب‌های دیگری را نیز ترجمه کرده است که هنوز منتشر نشده‌اند.

دوم، شاه‌قاسمی از حدود ده سال پیش پژوهش‌هایی را درباره «فرهنگ شهرت» آغاز کرد. افزون بر آن، از سال گذشته موفق شده یک واحد درسی با عنوان «مطالعات هواداران و سلبریتی‌ها» در دانشگاه تهران ارائه کند که از آن بسیار استقبال شد و به آن توجه شده است. به این دلیل که شهرت در عصر رسانه‌های اجتماعی نیازمند منابع جدید بود، شاه‌قاسمی در این حوزه نیز کتاب‌هایی را ترجمه کرده است که برخی از آنها از این‌فرارند: فرهنگ شهرت، فعالیت‌های انسان‌دوستانه سلبریتی‌ها، ایدئولوژی دهشگری جهانی، خدایان بدکردار، سلبریتی‌های اینترنتی، دستنامه مطالعات شهرت راتلج، روانشناسی شهرت، تاریخ شهرت و فرهنگ کارداشیان.

سوم، شاه‌قاسمی در یک حوزه کمتر مرتبط یعنی «اخلاق و منش زیست علمی» هم فعال بوده و کتاب‌هایی را ترجمه کرده است. جنجال‌برانگیزترین این کتاب‌ها

فصلنامه

**نمایه
پژوهش**

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

فیلسوفان بدکردار و رابطه ننگین بوده‌اند که بحث‌های بسیاری را به راه انداخته‌اند. این دو کتاب به زبان ساده می‌گویند فلسفه فیلسوف را نمی‌توان از خود فیلسوف جدا کرد و افزون بر آن، آنچه سال‌ها درباره فضائل فیلسوفان می‌خوانده‌ایم و می‌دیده‌ایم، در اکثر مواقع فریبی بیش نبوده است. برخی از کتاب‌هایی که شاه‌قاسمی در این موضوع ترجمه کرده عبارت‌اند از: فیلسوفان بدکردار، رابطه ننگین: سیمون دوبوار، ژان پل سارتر و بیانکا لمبلین، سایه‌نویسی و اخلاق اصالت، چارلی چاپلین، افسانه قدرت مردانه. شاه‌قاسمی به تازگی کتاب ایده خطرناک داروین را ترجمه کرده و به گفته خودش به زودی کتاب دوازده دانه زندگی و دوازده دانه دیگر زندگی - هر دو از جردن پیترسون - را ترجمه خواهد کرد.

اکثر مقاله‌ها و کتاب‌های تألیفی شاه‌قاسمی به زبان انگلیسی نوشته شده‌اند. البته شمار کتاب‌های تألیفی او زیاد نیست و معتقد است نویسنده باید بسیار در تألیف سخت‌گیر باشد. پرب‌راه نیست که گفته‌اند: «ترجمه یعنی برگرداندن متنی که مسئولیت درستی آن به گردن کسی دیگر است، حال آنکه تألیف یعنی آفرینش متنی که هویت علمی شخص را در آینده تشکیل خواهد داد».

درباره کتاب و کیفیت ترجمه

احسان شاه‌قاسمی، مترجمی پرتلاش، پژوهشگری سخت‌کوش و استادی روزآمد و جسور است. همان‌طور که پیش‌تر اشاره شد، ترجمه بیش از چهل اثر علمی در پانزده سال گذشته، کارنامه‌ای است که در تعداد کمی از استادان دانشگاه و حتی مترجمان حرفه‌ای مشاهده می‌شود.

بالین حال و به‌رغم اینکه کتاب رسانه‌ها نوین: درآمدی انتقادی (ویرایش دوم، ۲۰۰۹) در گروه نخست از مجموعه کتاب‌های اصلی و پایه‌ای رشته ارتباطات قرار دارد که دکتر شاه‌قاسمی ترجمه کرده، اما به دلیل اینکه بیش از یک دهه از انتشار آن گذشته و ویرایش جدید و روزآمدی از آن نیز منتشر نشده است، در مقایسه با کتاب‌های مهم و مشابهی که در دوازده سال اخیر (۲۰۲۱-۲۰۰۹) در اروپا و ایالات متحده منتشر شده‌اند، نظیر دانشنامه بین‌المللی انتشارات سیج در حوزه رسانه‌های جمعی و جامعه^۱ (۲۰۱۹)، ارتباطات جمعی: زندگی کردن در یک جهان رسانه‌ای^۲ (۲۰۱۸) و درآمدی بر رسانه‌های جدید^۳ (۲۰۱۸) سهم درخور توجهی در متون و ادبیات علوم ارتباطات و رسانه‌های جمعی ندارد. در ایران نیز در مقایسه با آثار مشابه و برجسته‌ای که در سال‌های اخیر در ایران تألیف شده‌اند، نمونه‌های جامع‌تری مبتنی بر هیافت‌ها و سرفصل‌های جدید می‌توان

1. The SAGE International Encyclopedia of Mass Media and Society
2. Mass Communication: Living in a Media World
3. New Media An Introduction

یافت. شاهد این مثال، کتاب رسانه‌شناسی مهدی محسنیان‌راد^۱ است که در اواخر سال ۱۳۹۹ در ۱۱۳۰ صفحه و ۲۱ فصل از سوی سازمان مطالعه و تدوین کتاب‌های علوم انسانی (سمت) منتشر شده است.

پیش از پرداختن به محتوای کتاب، بیان این نکته ضروری است که هرچند ترجمه اخیر، حاوی سرفصل‌های سودمند و آموزنده‌ای برای دانشجویان علوم ارتباطات، مدیریت رسانه و حتی جامعه‌شناسی ارتباطات است؛ اما مترجمان همواره کتاب‌هایی را برای ترجمه برمی‌گزینند که در مقام مقایسه با نمونه‌های مهم‌تر، ارزشمندتر و جامع‌تر در کشور مقصد (در اینجا ایران)، اثری در دسترس نباشد؛ از این حیث نسبتاً اطمینان دارم که در بازه ترجمه این کتاب، مترجم محترم به چنین کتاب‌هایی دسترسی نداشته یا در اولویت ناشر نبوده است.

کتاب در برخی از موارد نیز از ویراستاری علمی یا وحدت رویه در سبک نگارش برخوردار نیست. برای مثال دکتر سعیدرضا عاملی در مقدمه‌ای که بر این اثر نگاشته، از عبارت «پیشگفتاری انتقادی» به عنوان برابرزاده A Critical Introduction استفاده کرده است! حال اگر این دو واژه را با برابرزاده دیگری همچون «خوانش انتقادی» یا «خوانشی انتقادی» معادل سازیم؛ مبتنی بر بافت، مضمون و موضوع کتاب، متناسب‌تر و با مسمی‌تر جلوه می‌کند و می‌توانست جایگزین عبارت «درآمدی انتقادی» شود.

نکته دیگر اینکه، عاملی خود در مقدمه‌ای که بر این کتاب آورده، با نگاهی نقادانه مسیر فکری پنج نویسنده این کتاب را بیشتر منتسب و متمایل به ریموند ویلیامز، از بنیان‌گذاران مکتب مطالعات فرهنگی بریتانیا، می‌داند و از این منظر در تعارض با مک‌لوهان، رویکرد حاکم بر این کتاب را بیش از سرشت رسانه یا ذات فناوری، متعلق به کاربرد و تأثیر آن می‌داند. عاملی در ادامه از ترجمه‌نشدن عامدانه واژه «تکنولوژی» به واژه فارسی «فناوری» از سوی مترجم کتاب دفاع کرده و این امر را دارای ریشه‌های فلسفی مستتر در جهان باستان می‌داند که در نهایت باعث ترجیح مترجم در کاربرد آن شده است. حال آنکه در واژه‌شناسی ارتباطات و رسانه و دانشنامه‌های تخصصی علوم انسانی و مهندسی، واژه فناوری «دانش تکنیک‌ها، فرایندها و کسب مهارت‌ها محسوب شده است که می‌تواند در ماشین‌ها تعبیه شود تا بدون اطلاع دقیق از عملکرد آنها امکان کار با آنها فراهم آید». همچنین «فناوری»، مجموعه «دانش» قابل دسترس برای ساختن ملزومات و مصنوعات از هر نوع، برای پرداختن به حرفه‌ها و مهارت‌هاست که در قالب فرهنگ و زندگی روزمره نیز (که موضوع این کتاب است) تلقی می‌شود.

همچنین، این کتاب مبتنی بر متن و محتوایی که در برخی از فصل‌ها در بر دارد، رنگ کهنگی گرفته است. برای مثال در فصل سوم، سرفصل‌هایی همچون «شبکه‌ها،

فصلنامه

نمایه
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

کاربران و علم اقتصاد» سرعنوان‌هایی با عنوان «جهان‌های ویکی و وب ۲/۰»، «زندگی در امر همپوشان» و «اینترنت و گستره همگانی» برخلاف عنوان کتاب، رسانه‌های نوین، برای خوانندهٔ امروزی نو و تازه نیست.

نکتهٔ قابل‌تأمل دیگر اینکه، مترجم در ترجمهٔ این اثر کمتر به دادن پانویس و تحشیه‌نویسی که سنت پسندیده و عالمانه‌ای در امر ترجمه کتاب‌های علمی و دانشگاهی به شمار می‌رود، مقید یا علاقه‌مند است. هرچند در این مورد، گزینش و استخدام برخی از برابر نهاده‌ها، نشانگر اهتمام ویژه و دقت عالمانهٔ مترجم است؛ اما ارائهٔ توضیحات بیشتر و میسوط‌تر در قالب یادشده، پانویس، می‌توانست یاریگر خوانندهٔ مشتاق باشد. در این مورد می‌توان به مصادیقی همچون عبارت «امر همپوشان» در فصل سوم (ص ۳۵۹) «زندگی در امر همپوشان»،^۱ «ترارسانه‌ای» در بخش مطالعه موردی «متنیت‌های ترارسانه‌ای»^۲ (ص ۳۶۹) و واژهٔ «خودکارگان»^۳ در مبحث «تکنولوژی‌های زیست‌شناختی: تاریخ خودکارگان»^۴ فصل پنجم (ص ۵۶۳) اشاره کرد.

جمع‌بندی

کتاب رسانه‌های نوین: درآمدی انتقادی، نوشتهٔ مارتین لسترو همکاران که با ترجمهٔ دکتر احسان شاه‌قاسمی و به همت انتشارات پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات منتشر شده، فارغ از لغزش‌های جزئی و پیشنهادهایی که می‌تواند در ویرایش‌ها یا چاپ‌های بعدی (حسب نظر مترجم و ناشر محترم) در دستور کار قرار گیرد، اثری است که شخصاً از آن آموختم و مطالعهٔ آن را به دانشجویان علوم ارتباطات، مدیریت رسانه، جامعه‌شناسی و علوم اجتماعی توصیه می‌کنم. همچنین همکاران دانشگاهی و مترجمان علوم ارتباطات را به خوانش آن دعوت می‌کنم. در روزگاری که اوضاع نشر و حل‌روزر انتشارات چندان خوب و به سامان نیست، اهتمام به ترجمه، انتشار و نقد چنین آثاری می‌تواند انگیزه، امید و اشتیاق را در جامعهٔ علمی و معرفتی افزون سازد.

- 1 Living in the interface
- 2 Transmedial textualities
- 3 Automata
- 4 Biological technologies: the history of automata

اسلکتیویست (انقلاب هشتگ‌ها): قواعد کنشگری سایبری برای اسلکتیویست‌ها^۱

• زینب قادری^۲

چکیده

آیا تاکنون اصطلاح «مبارزه از زیر لحاف» را شنیده‌اید؟ درست است! کاملاً متناقض است. مبارزه فعالیتی پر جدوجهد و همراه با سخت‌کوشی است اما لحاف با استراحت و خواب عجین است و چگونه می‌شود این دو را در کنار هم گذاشت؟! اسلکتیویسم^۳ که به «مبارزه از زیر لحاف» هم معروف است به فعالیت‌هایی مجازی اطلاق می‌شود که در کاربر احساس رضایت کاذب از انجام عملی مثبت را برمی‌انگیزاند. کارشناسان رسانه در توصیف فعالیت‌های اسلکتیویستی می‌گویند که کاربران با «حداقل تلاش» که معمولاً محدود به یک کلیک و فشردن دکمه ارسال است احساس می‌کنند در راستای یک هدف اجتماعی یا سیاسی کنش داشته‌اند و سهمی ادا کرده‌اند. فرد کلارک و دوايت اوزارد اولین کسانی بودند که در سال ۱۹۹۵ دو واژه (slacker) به معنی فرد تنبل و سست و بی‌حال و (Activism) به معنی فعالیت را باهم تلفیق کرده و اسلکتیویسم را در وصف جوانانی به کار بردند که می‌خواستند با اقدامات کوچکی مثل کاشت یک درخت به تخریب محیط زیست اعتراض کنند.

واژه‌های کلیدی: سلکتیویست، انقلاب هشتگ‌ها، مبارزه از زیر لحاف، کنشگری سایبری، مگ کیل

فصلنامه

نمایه
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

۲۰۳

1. Slacktivism: using digital media to create change

۲. دانشجوی دکتری علم اطلاعات و دانش‌شناسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال (Ghaderi.lib@chmail.ir)

3. Slacktivism



کیل، مگ (۱۳۹۷). **سلکتیویست (انقلاب هشتگ‌ها): قواعد کنشگری سایبری برای اسلکتیویست‌ها**. ترجمه و تألیف سیدعلی موسوی. تهران: نسل روشن.

کتاب **اسلکتیویست (انقلاب هشتگ‌ها)**: قواعد کنشگری سایبری برای اسلکتیویست‌ها ترجمه و تألیف سیدعلی موسوی است و انتشارات نسل روشن در سال ۱۳۹۹ آن را منتشر کرده است. عنوان کتاب اصلی «اسلکتیویست: استفاده از رسانه‌های دیجیتال برای ایجاد تغییر^۱» است این کتاب را خانم مگ کیل^۲ در سال ۲۰۱۷ نوشته است. همان‌طور که از عنوان کتاب برمی‌آید این کتاب سعی دارد راهکارهای عملی ارائه دهد برای کنشگری مثبت و تأثیرگذار از طریق رسانه‌های اجتماعی دیجیتال که مسیری متفاوت از رسانه‌های جریان اصلی در هر جامعه‌ای را سپری می‌کنند.

درباره نویسنده:

مگ کیل یک فعال اجتماعی در سازمان‌های مردم‌نهاد ایالات متحده و تحصیل‌کرده در رشته مدیریت دولتی است. از فعالیت‌های اصلی او نوشتن برای نشریات و آموزش فعالان فضای مجازی است.

در این مقاله سعی داریم به معرفی و نقد این کتاب پرداخته و نقاط قوت و ضعف آن را بیان کنیم. در این راستا ابتدا ساختار کتاب به لحاظ شکلی و ظاهری و روش فصل‌بندی بررسی شده و سپس به محتوای کتاب می‌پردازیم.

نقد صوری

اولین مشخصه هر کتاب که خواننده با آن مواجه می‌شود جلد کتاب است که طراحی آن و اطلاعاتی که به مخاطب می‌دهد بسیار مهم است. به نظر می‌رسد در طراحی جلد این کتاب تلاش شده است از طرح جلد کتاب اصلی الهام گرفته شود و البته با عنوان فارسی کتاب (انقلاب هشتگ‌ها) تناسب معنایی خوبی دارد.

فصلنامه

نمایه پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

۲۰۴

۱. چاپ اول کتاب در سال ۱۳۹۷ بوده و در سال ۱۳۹۹ تجدید چاپ شده است.

2. Slacktivist: Using Digital Media to Create Change
3. Meg Cale

نکته‌ای در جلد و صفحه عنوان کتاب به چشم می‌خورد یا بهتر است بگوییم به چشم نمی‌خورد! نام نویسنده اصلی است که فقط در صفحه شناسنامه کتاب و در فیپا ذکر شده است و به نظر می‌رسد سیاست ناشر کتاب این بوده است که با تغییر عنوان و استفاده از واژگان «ترجمه و تألیف» در صفحه عنوان کتاب اثر را به جای یک ترجمه صرف اثری بومی شده و متناسب با خواننده ایرانی معرفی کند. هرچند با مراجعه به متن کتاب مشاهده می‌شود این هدف به خوبی محقق نشده است که در بخش محتوایی بیشتر توضیح داده خواهد شد.

فهرست پس از سخن ناشر و نویسنده کتاب آمده است که به لحاظ ساختاری برای نوشتن آن کمترین دقت و اصول به کار گرفته نشده است که بتوان عناوین اصلی و فرعی و فرعی‌تر را تشخیص داد. بی‌دقتی در تدوین فهرست کتاب تا آنجاست که در پایان فهرست عنوان «فهرست وب‌سایت‌ها» و شماره صفحه ۲۱۳ نوشته شده است که در انتهای کتاب اصلاً اثری از آن نیست و کتاب در صفحه ۲۱۰ به پایان می‌رسد.

در نگارش متن اصلی کتاب نوع و اندازه فونت مناسبی استفاده شده است که مطالعه را برای خواننده عمومی آسان می‌کند؛ اما صفحه‌بندی و عنوان‌بندی کتاب می‌توانست بسیار مناسب‌تر و جذاب‌تر طراحی شود تا خواننده هر فصل و عناوین اصلی و فرعی و نظام و رابطه بین آنها را راحت‌تر درک نماید.

در برخی فصل‌ها از تصاویر معدودی استفاده شده است که کیفیت چاپ آنها بسیار پایین بوده و عملاً نمی‌توان از آنها استفاده کرد.

معرفی و بررسی محتوایی

در مقایسه با کتاب اصلی بخش‌هایی به کتاب افزوده شده است و ساختار فصل‌بندی تغییر داده شده است.

متن این کتاب با مقدمه‌ای شروع می‌شود که در متن اصلی وجود ندارد و تاریخچه اولین نافرمانی‌های مدنی در فضای مجازی را ذکر کرده است که به سال ۱۹۹۴ برمی‌گردد. در صفحه ۳۳ این بخش آمده است: «نافرمانی مدنی الکترونیکی بیش از آنکه خسارت به بار آورد ذهن مخاطبان را درگیر می‌کند تا متوجه اهداف آن شوند».

با مطالعه مقدمه ضمن اینکه با اهمیت کنشگری در فضای مجازی آشنا می‌شویم این نکته آشکار می‌گردد که مقصود نویسنده از به‌کاربردن واژه «اسلکتیویست» همان «کنشگر» در فضای مجازی است و این کتاب قصد دارد نحوه استفاده از ابزارهای اینترنتی برای ایجاد تغییرات مثبت در جامعه را عملی آموزش دهد.

فصل‌های کتاب پس از مقدمه آغاز می‌شوند که در هفت سرفصل اصلی دسته‌بندی شده‌اند. عنوان‌های سرفصل‌های اصلی به این شرح است:

فصل اول: آنچه باید از این کتاب انتظار داشت؛
 فصل دوم: اسلکتیویسم بهتر است یا شیوه‌های سنتی کنشگری؟
 فصل سوم: چند نکته طلایی؛
 فصل چهارم: ضعف و قوت‌های کنشگری دیجیتال؛
 فصل پنجم: محدودیت‌های کنشگری از طریق رسانه‌های دیجیتال؛
 فصل ششم: واکنش به انگیزه‌ها و لحظات آموختنی؛
 فصل هفتم: افزونه‌های ضروری.

ذکر این نکته ضروری است که لحن نویسنده در متن کتاب اصلی این‌گونه است که خواننده را مخاطب قرار داده است اما در این کتاب لحن نویسنده سوم شخص غایب است. همچنین نحوه فصل‌بندی و ساختار کتاب اصلی شامل بخش‌های^۱ اصلی است که هر بخش از فصل‌های^۲ متعدد تشکیل شده است که در کتاب ترجمه شده فقط از فصل‌های شماره‌گذاری شده استفاده شده است و عنوان‌های بخش‌ها ذکر نشده است. عنوان‌های ترجمه شده فصل‌ها در بیشتر موارد با فصل‌های کتاب اصلی هم‌خوانی دارد. در ادامه با این فصل‌ها آشنا می‌شویم:

در فصل اول این کتاب خواننده با هدف نویسنده آشنا می‌شود که به گفته خودش «کنشگری باتکیه بر دنیای دیجیتال» است و اشاره دارد که این کتاب تنها یک مقدمه و سرآغازی است برای رهنمون‌سازی برای کنشگری و جریان‌سازی مثبت اجتماعی و سعی دارد از پدیده اسلکتیویست که به نوعی بار منفی در مفهوم خود دارد برای حمایت از جنبش‌های اجتماعی تأثیرگذار استفاده کند.

فصل اول بسیار کوتاه است و از عنوان در نظر گرفته شده هم می‌توان فهمید که این مطالب را می‌شد در مقدمه کتاب ذکر کرد و آوردن فصلی با این عنوان به نظر مناسب نمی‌آید.

در فصل دوم با بیان اینکه کماکان رسانه‌های سنتی برای افزایش سطح آگاهی مخاطبان و مدیریت افکار عمومی تلاش می‌کنند و نمی‌توان نقش آنها را در آگاه‌سازی از مسائل جامعه نادیده گرفت اما در پیکار با رسانه‌های مدرن نوظهور چندان توان عرض اندام ندارند علت این مهم هم نه تنها کارکرد رسانه‌های نوین بلکه از دست دادن اعتماد مخاطبان به این رسانه‌هاست چرا که کاربران آنها را وابسته به نهادهای قدرت می‌دانند. در این فصل نویسنده افراد جامعه را به سه دسته تقسیم می‌کند عامه خاموش که مسائل و مشکلات را می‌بینند اما آن را معضلی که باید برطرف شود تلقی نمی‌کنند، عامه آگاه که مشکل را تشخیص می‌دهند اما برای اصلاح آن هیچ کاری نمی‌کنند و عامه فعال که هم می‌دانند و هم برای ساماندهی وضع موجود اقدام می‌کنند. از نظر نویسنده شبکه‌های

فصلنامه

نمایه
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

۲۰۶

اجتماعی این قابلیت را دارند که عامهٔ خاموش را به عامهٔ آگاه و فعال تبدیل کنند. در فصل سوم کتاب همان‌طور که از عنوانش مشخص است نکاتی ذکر شده است که یک اسلکتیویست یا کنشگر فضای مجازی قبل از ورود به این عرصه باید آنها را در نظر بگیرد مانند اینکه ممکن است افرادی هدفشان از کنشگری کسب سود و درآمد باشد نه لزوماً اصلاح و ایجاد تغییر، زمان‌بر بودن پروسهٔ تغییر نگرش، احساس مسئولیت نکردن در قبال مسائل جامعه به‌عنوان خصلت نسل جدید، لزوم اندیشیدن تدابیر برای تخصیص انرژی و منابع انسانی بیشتر تا حرکت‌هایی که در فضای مجازی شکل می‌گیرد به حرکت‌های پایدار تبدیل شود، احتمال تبدیل شدن افراد حاضر در فضای مجازی به مشاهده‌گر صرف به‌جای مشارکت‌کننده در کنش‌های سیاسی و اجتماعی چون بر آنها امر مشتبه می‌شود که فعالیت در فضای مجازی جای فعالیت در فضای واقعی را می‌گیرد، برجسته شدن نقش‌آفرینی‌های مجازی گاه به این می‌انجامد که دیده شدن و تماشایی شدن در مقایسه با فعال بودن اهمیت بیشتری پیدا می‌کند و درنهایت باید توجه داشت که قواعد کنشگری دیجیتال شاید درکل یکی باشد اما بنا بر فرهنگ و خرده فرهنگ حاکم بر جوامع و نگرش‌ها در اجرا تفاوت‌هایی خواهد داشت.

فصل چهارم کتاب به بیان نقاط ضعف و قوت کنشگری دیجیتال می‌پردازد. از نظر نویسنده شکستن انحصار کنشگری سنتی و در معرض دید عموم قرارگرفتن اقدامات و اهداف کنشگران از طریق رسانه‌ها و قدرت اینترنت برای فراهم کردن مخاطب جهانی برای کمپین‌ها به‌عنوان نقاط قوت کنشگری دیجیتال نام برده شده است و در کنار این نقاط قوت سطحی بودن و شاید حتی احمقانه بودن برخی اقدامات در قالب اسلکتیویسم، نادیده‌گرفته شدن سه ویژگی مهم کنشگری شامل عقلانی بودن، اخلاق بودن، ارتباطی بودن و همچنین بی‌توجهی به اولویت‌های راهبردی ازجمله تربیت و آموزش کنشگر و ارائه برنامه‌های مدون برای حفظ امنیت کنشگر از نقاط منفی کنشگری دیجیتال است.

در فصل پنجم محدودیت‌های کنشگری از طریق رسانه‌های دیجیتال بیان شده است که در ابتدا تعدادی از نقدهای وارد بر کنشگری دیجیتال را ذکر کرده است:

- اسلکتیویسم موجب پست شدن کنشگری واقعی شده است.
- اسلکتیویست‌ها برای هدفشان در زندگی واقعی فعال نیستند.
- کنشگری آنلاین ساده‌تر از آن است که بخواهد تأثیرگذار باشد.
- آیا کنشگری آنلاین یک هوس است؟ و

• کنشگری آنلاین اتاقک‌های پژواک (اتاقک‌های پژواک مفهومی است که می‌گوید مردم جوامعی را می‌سازند که فقط افراد موافق با ایده‌هایشان پیرامونشان جمع می‌شوند) ایجاد می‌کند.

در ادامه این فصل تأثیر رسانه‌ها در ایجاد تغییرات از منظر نظریه‌پردازان آمده است که سه دیدگاه افراطی و تفریطی و بینابین درباره نقش و تأثیر وسایل ارتباط جمعی ذکر شده است. سپس تفاوت اینترنت و دیگر وسایل ارتباط جمعی بیان شده است که به نظریات نظریه‌پردازانی چون تامپسون^۱ و راین گولد^۲ در زمینه اینترنت پرداخته است.

همچنین نویسنده به این جهت که کنشگری دیجیتال بر بستر رسانه قابلیت طرح شدن و دیده شدن را دارد نظریه‌های ناظر بر تأثیر رسانه‌ها روی مخاطبان شامل نظریه برجسته‌سازی، نظریه کنش ارتباطی هابرماس و نظریه کلی و ولخارت^۳ در مورد تأثیر گروه را بررسی کرده است.

در ادامه فصل پنجم با بیان اینکه هر کسب و کار، فرد معروف، تأثیرگذار و سیاستمدار دارای یک هویت برند و مأموریت است به ذکر پرسش‌هایی به عنوان راهنما برای ساخت برنامه کسب و کار و هویت برند پرداخته است از جمله اینکه مأموریت شما چیست؟ می‌خواهید به چه کسی کمک کنید؟ چرا جهان به تغییر مد نظر شما نیاز دارد؟ مخاطبان‌تان چه کسانی هستند؟ و...

پس از آن راهنمای ساخت سبک را به عنوان سندی که تمامی اطلاعات مربوط به هویت و رفتار کنشگرانه در آن فهرست شده‌اند گام به گام ذکر کرده است. بیانیه مأموریت، شعار، لوگو، پالت رنگ، المان‌ها، صدا، نوا، طرز بیان و لهجه از این موارد است. همان‌طور که مشاهده می‌شود این بخش کتاب با راهنمای عملی برای ایجاد و طراحی یک کنشگری مجازی شروع می‌شود که به نظر می‌رسید مناسب‌تر است برای این بخش فصل مجزا در نظر گرفته شود.

فصل‌های شش و هفت، ۷۵ درصد کتاب را تشکیل داده‌اند و می‌توان گفت مطالب اصلی کتاب را دربردارند که معلوم نیست چرا نویسنده تمام این مطالب را فقط در دو فصل گنجانده است در حالی که می‌شد از دسته‌بندی بهتر و با عناوین مناسب‌تر استفاده کرد که خواننده را به راحتی راهنمایی کند. چرا که به ادعای خود کتاب این اثر قرار است یک راهنمای عملی و کاربردی برای کنشگری اجتماعی در فضای مجازی باشد!

عنوان فصل ششم «واکنش به انگیزه‌ها و لحظات آموختنی» است!

متأسفانه نتوانستم ارتباطی منطقی میان عناوین فرعی و موضوعات مطرح شده در این فصل با عنوان اصلی آن پیدا کنم همچنین میان مطالب ارائه شده تحت عنوان‌های این فصل رابطه منظم و منطقی وجود ندارد و ذهن خواننده را سردرگم می‌کند. برای مثال اولین عنوان این فصل «چند راه ضروری برای آغاز مسیر کنشگری» است که مطالعه، شنیدن از

1. Thompson
2. Rheingold
3. Harold Kelley & Edmund Volkart

تجربیات افرادی که هویتشان با شما متفاوت است، آگاهی یافتن از مهارت‌های خودتان، ایده‌های هوشمندانه و مفهوم دسترسی رسانه‌ای را که نشان می‌دهد حتی گروه‌های حاشیه‌نشین به رسانه‌های جدید دسترسی دارند از آن جمله می‌داند.

سپس پنج گام برای بهبود در اسلکتیویسم عنوان شده است اما پس از آن مطالبی در حوزه سواد رسانه‌ای بیان شده است از جمله تشخیص اخبار جعلی و روش‌هایی برای بررسی صحت مطالب در فضای مجازی که نکات کاربردی و مفیدی دربردارد و هر کاربر فضای دیجیتال باید آنها را بیاموزد اما با مطالب قبلی ارتباط معناداری ندارد.

در ادامه به موضوع تولید محتوا می‌پردازد و «هرآنچه یک کنشگر درباره محتوا باید بداند» از ایجاد تقویم محتوا، میزان تولید محتوا، زمان‌بندی، گسترده‌سازی و انواع رسانه‌های مختلف و اینکه چه محتوایی برای عناوین مختلف بهتر است شامل ویدئو، اینفوگرافیک و انواع محتوای متنی تا قابلیت اشتراک‌گذاری و جمعیت‌شناختی کاربران در این بخش آمده است.

به این دلیل که هر شبکه اجتماعی فرهنگ مختص خودش را برای محتوا دارد شناخت «ارقام محتوا در شبکه‌های اجتماعی» بسیار اهمیت دارد که در این بخش از فصل ششم کتاب به آن پرداخته شده است و خلاصه آن در جدول زیر ارائه شده است:

مطلب طولانی	مطلب کوتاه	ویدئو	عکس
فیس‌بوک	بله	بله	بله
اینستاگرام	نه	بله	بله
پینترست	نه	به‌نوعی	بله
تامبلر	بله	بله	بله
توییتر	نه	بله	بله
یوتیوب	نه	بله	بله

بهتر بود در این قسمت معادل لاتین عناوین شبکه‌های اجتماعی به صورت پانویس و یا هر صورت دیگری نوشته شود.

نکات مربوط به تولید محتوا بسیار مفید و مناسب است و برای کاربر فضای مجازی که قصد کنشگری دارد کاربرد زیادی دارد اما در ادامه این مطالب به عنوانی برمی‌خوریم که ربط زیادی با تولید محتوا ندارد و آن «ترکیب روش‌های کنشگری برای دستیابی به یک کمپین منسجم» است که راهکارهای بسیار مفیدی دارد و پس از آن به «اهمیت پرکردن خلأ میان کنشگری دیجیتال و سنتی» پرداخته و روش‌هایی کاربردی برای «انتقال جنبش به دنیای آفلاین» را بیان کرده است. به این دلیل

که انسجام و نظم مطالب کتاب اهمیت زیادی برای درک مفاهیم مطرح شده دارد مناسب‌تر بود که این مطالب در فصل پنجم و در ادامهٔ مباحث محدودیت‌های کنشگری درج می‌شد چرا که بیشتر مطالب این فصل از ابتدای آن معطوف به تولید و انتشار محتواست و حتی در صفحات پایانی فصل راهنمای عملی و کاربردی برای «استفاده از وب و مشتقات» آن شامل بلاگ‌نویسی آمده است که از جنبه‌های فنی گرفته تا ملاحظات محتوایی، انتشار و اشتراک‌گذاری را دربردارد.

پیشنهاد می‌شود به این دلیل که موضوع اصلی فصل ششم تولید محتوا و انتشار آن در فضای مجازی است به صورت زیر عنوان بندی شود:

- تولید محتوا به عنوان کنشگر
- تعیین راهبرد (که در این قسمت مطالب صفحه‌های ۷۶-۶۹ از فصل پنجم گنجانده شود).
- مقدمات تولید محتوا به عنوان کنشگر
- انتشار محتوا
- سواد رسانه‌ای

فصل هفتم کتاب با عنوان «افزونه‌های ضروری» با معرفی برنامه‌هایی برای بهبود و افزودن کاربردهای جنبی به وبسایت‌ها و بلاگ‌ها شروع می‌شود. برخی از این افزونه‌ها به این شرح است:

...Total Cache, CovertKit, Revive Old Post Google Analytics, W3

از مطالب این فصل برمی‌آید که هدف آن بیان نکاتی برای گسترش مخاطبان و توسعه و پایداری فعالیت در فضای مجازی است. یکی از راهکارها برای گسترش مخاطبان را نگارش برای دیگران دانسته و نقاط ضعف و قوت آن را توضیح داده است. سپس به ویژگی‌های هریک از شبکه‌های اجتماعی (فیس‌بوک، اینستاگرام، توئیتر، تامبلر، ثاندربولک^۱ و یوتیوب) مفصل و جداگانه در راستای استفادهٔ ابزاری از آنها برای کنشگری پرداخته است.

در ادامه مطالب بسیار مفیدی در خصوص «فرهنگ فراخوانی» عنوان شده است که مقصود اصلی آن فرهنگ اظهارنظرهای عمومی در فضای مجازی است که به علت آموزش‌ندادن پایهٔ نظری جنبش‌های کنشگری و عدالت اجتماعی در دانشگاه‌ها با مشکل‌های فراوانی همراه هستند.

عواید و خطرهای کنشگری در فضای دیجیتال، راهکارهای مفید برای حفظ روحیهٔ یک کنشگر و روش‌های سنجش پیشرفت فعالیت‌های یک اسلکتیویست از دیگر موضوعات مطرح شده در این فصل است.

فصلنامه

نمایه
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

۲۱۰

تأمین سرمایه مادی از مسائل بسیار مهم ادامه فعالیت و ماندگاری در فضای کنشگری مجازی مأموریت محور است. نویسنده با استدلال به این جمله که «اسلکتیویست‌ها هم باید نان بخورند» به ارائه راهکارهای مفید و کاربردی برای کسب درآمد آنلاین پرداخته و کسب سرمایه دیجیتال را در چهار دسته قرار داده است:

۱. تبلیغ سایر کسب و کارها

۲. فراهم آوردن خدمات

۳. ساخت خط تولید فیزیکی

۴. ساخت محصولات دیجیتال

در ادامه این بخش نحوه برپا کردن تبلیغات مختص آمازون همراه با تصاویر بی کیفیت ارائه شده است که باتوجه به شرایط کشور ما کاربران ایرانی کمتر می‌توانند از آن استفاده است و اگر در این مورد از سایت‌های مشابه داخلی استفاده شده بود بسیار کاربردی تر بود. مطلب بعدی فصل هفتم کتاب معرفی ابزارهای دیجیتال برای یک بلاگ نویس و کارآفرین در فضای مجازی جهت ایجاد تفاوت در بهره‌وری و بازده کلی کسب و کار آنلاین است که از ابزارهای بازاریابی رسانه‌ای گرفته تا وب‌هاستینگ^۱ (میزبانی وب) و نرم افزارهای طراحی گرافیک و ویرایش عکس و فیلم مانند فتوشاپ، کانوا^۲، Pixlr و... معرفی شده‌اند. نویسنده کتاب را با نکاتی کوتاه در خصوص عکاسی، سرمایه‌گذاری، استفاده از نرم افزار حسابداری، پشتیبانی و بازاریابی، ابزارهای بلاگ نویسی و بازاریابی ایمیلی به پایان می‌رساند. در انتها بخشی به عنوان منابع و مطالعات پیشنهادی آمده است که به عبارتی منابعی ذکر نشده و کتاب‌هایی برای مطالعه پیشنهاد شده است که مشخص نیست با چه هدفی و در چه حوزه موضوعی (نه لزوماً روش‌های علمی استناددهی) عنوان کتاب و نام نویسنده را ذکر کرده است و به این دلیل که نام ناشر و تاریخ انتشار کتاب‌ها در معرفی کتاب نقش مهمی دارند باید مثلاً با این روش ساده به آنها نیز اشاره می‌شد. نویسنده، عنوان کتاب، ناشر، تاریخ نشر.

نقاط قوت و ضعف کلی:

نقطه قوت اصلی این کتاب ضرورت پرداختن به موضوع کنشگری در فضای دیجیتال و ارائه روش‌هایی اصولی برای این پدیده انکارناپذیر است.

اهداف نویسنده از نوشتن این کتاب را می‌توان در این موارد خلاصه کرد:

- راهنمای عملی برای ایجاد تغییر در جامعه از طریق کنشگری دیجیتال.
- چگونه یک برند دیجیتال طراحی کنید.
- چگونه طرح راهبردی محتوا بسازید.
- دستورالعمل گام به گام برای تأسیس و ایجاد یک بلاگ شخصی.

فصلنامه

نمایه پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

• راهکارهای درآمدزایی از فضای دیجیتال

• چگونه فعالیتتان را از فضای آنلاین به تأثیر در جهان واقعی ببرید.

همه اینها نکاتی است که برای شروع و ادامه یک کنشگری آنلاین لازم است و با مطالعه کتاب **انقلاب هشتگ‌ها** تا حدی به دست می‌آید.

به این دلیل که کتاب ترجمه و تألیف است هرچند در ترجمه مطالب اصلی شرط امانت‌داری رعایت شده است مطالبی هم به آن اضافه و یا از آن کم شده است. برای مثال فصل دوم از بخش اول کتاب اصلی داستان کامل زندگی نویسنده، فعالیت‌ها و نحوه ورود او به دنیای کنشگری دیجیتال بیان شده است که در کتاب فارسی کاملاً حذف شده است. بیان کتاب تا حدی روان و سلیس است اما در برخی موارد از معادل‌های نامأنوس برای واژه‌های تخصصی استفاده شده است. مثلاً در صفحه ۷۴ واژه‌های «تصورنمایه»^۱ و یا «تصویر صورت»^۲ و یا در صفحه ۱۵۷ واژه «واقع‌نمای تلویزیون»^۳ بدون آوردن معادل انگلیسی آن در پانویس به کار برده شده است و این در حالی است که واژگانی مانند «تئوریک» و «آکادمیک» که معادل‌های رایج فارسی دارند به همین شکل استفاده شده‌اند.

نقطه ضعف اصلی کتاب نداشتن هیچ‌گونه ارجاع درون‌متنی و حتی منابع و مآخذ است که برای اعتباربخشی هر منبع اطلاعاتی ضروری است.

از نقاط ضعف دیگر این کتاب می‌توان به تناسب نداشتن فرم و محتوا اشاره کرد. به این دلیل که محتوای کتاب، آموزشی است و قصد ارائه راهکار و دستورالعمل دارد، مطالب می‌بایست متناسب با این محتوا ارائه شود بدین صورت که از عناوین اصلی و فرعی مرتبط با هر سرفصل، شماره‌گذاری‌های مناسب، جدول‌های مقایسه‌ای، دسته‌بندی‌های سلسله‌مراتبی، تصاویر باکیفیت، نمونه‌های ملموس و بسیاری موارد دیگر استفاده شود تا در نهایت نظم و انسجام مهندسی شده و درک‌شدنی به خواننده ارائه دهد.

نقطه ضعف دیگر کتاب این است آن‌گونه که انتظار می‌رود برای کاربر و مخاطب ایرانی بومی‌سازی نشده است. بدین معنا که به مثال‌ها و نمونه‌ها، شبکه‌های اجتماعی، نرم‌افزارهای کاربردی، سایت‌های اینترنتی و حتی شرایط فرهنگی و اجتماعی کشور در ارائه محتوا توجه نشده است.

سخن پایانی اینکه موضوع پرداخته شده در این کتاب بسیار پراهمیت و دارای ضرورت است اما به لحاظ کیفی نمی‌توان نمره مطلوبی به آن اختصاص داد و مدعی شد که خلأ موجود در منابع مکتوب در این زمینه را به خوبی پر کرده است چه اینکه کارگاه‌ها و دوره‌های آموزشی چندرسانه‌ای آنلاین و آفلاین در حوزه بلاگری به وفور در فضای مجازی برگزار می‌گردد و هزینه‌های درخور توجهی هم برای کاربران و متقاضیان به همراه دارد.

1. Avatar
2. HeadShot
3. Reality Show

فصلنامه

نمایه پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

برآمدن ژانر خلییات در ایران (یک جامعه‌شناسی غیرخودمانی)

• سعیده زادقناد^۱

چکیده

خلقیات‌پژوهی در ایران و کتاب‌های منتشرشده در این حوزه، همواره مورد استقبال خوانندگان ایرانی قرار گرفته‌اند؛ کتاب‌هایی که تلاش می‌کنند تا با واکاوی و بررسی ویژگی‌های جامعه ایرانی، علاوه‌برنمایش تصویری از کلیت رفتاری و اخلاقی ایرانیان، راهکارهایی برای برون‌رفت از آسیب‌ها و ردیلت‌های اخلاقی جامعه ارائه کنند. اگرچه این آثار از اقبال خوبی برخوردار بوده، اما همگی در مسیر علمی و متقن گام برنداشته و گاه نویسندگان، تفاسیر شخصی و عامه‌پسند موجود در حیات روزمره خود را در قالب اثری کالبدشکافانه روانه بازار کرده‌اند. به‌این‌ترتیب جامعه دانشگاهی ایران به‌ویژه جامعه‌شناسان این حوزه، چند سالی است که دغدغه جدی‌تری در حوزه سوق‌دادن خلییات‌پژوهی در مسیر علمی خود یافته‌اند. بر همین اساس، کتاب برآمدن ژانر خلییات در ایران را می‌توان یکی از این آثار قلمداد کرد که از توان خود برای اصلاح مسیر خلییات‌پژوهی استفاده می‌کند. نوشته پیش رو، درصدد معرفی و نقد علمی این اثر برآمده است.

واژه‌های کلیدی: خلییات‌پژوهی، ژانر، جامعه‌شناسی، شخصیت و منش ایرانی

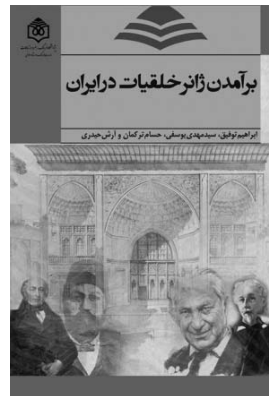
فصلنامه

نمایه
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

۲۱۳

۱. پژوهشگر حوزه خلییات و منش ایرانیان (zadghannad@gmail.com)



توفیق، ابراهیم، سیدمهدی یوسفی، حسام
ترکمان و آرش حیدری (۱۳۹۸). **برآمدن ژانر
خلقیات در ایران**. تهران: پژوهشگاه فرهنگ
هنر و ارتباطات. قیمت: ۹۰ هزار تومان.

کتاب **برآمدن ژانر خلییات در ایران** عنوان تألیفی مشترک از سوی ابراهیم توفیق، مهدی یوسفی، حسام ترکمان و آرش حیدری است که در سال ۱۳۹۸ از سوی پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات به زیور چاپ آراسته شد. این اثر - که شکل‌گیری آن در دغدغه‌های پژوهشگاه در مورد وضعیت خلییات ایرانی ریشه دارد^۱ - حاصل پژوهشی است که می‌کوشد تا با تبیین دقیق مفهوم خلییات، حدود صوری آن را تعیین کند و به بررسی این مسئله بپردازد که ژانر به چه معنا واقعیتی اجتماعی است یا به عبارت بهتر، چگونه می‌توان آن را مانند واقعیتی اجتماعی مطالعه کرد تا از این رهگذر نشان دهد، متونی که هدف اصلی و محوری آنها پرداختن به خلییات است و خود را به‌نوعی ذیل خلییات نویسی تعریف می‌کنند، چگونه تولید و در کارزارهای نظری و عملی به کار رفته‌اند.

از خلییات ایرانی تا خلییات نویسی وطنی

کتاب **برآمدن ژانر خلییات در ایران** که در پنج فصل تدوین شده است، در آغاز می‌کوشد تا به تعریف ژانر و مفاهیم و نظریه‌های این حوزه بپردازد و با عنایت به رویکرد باختین^۲ به ژانر، تعریف خلییات را به‌عنوان یک ژانر عرصه کند. نویسندگان این اثر با معیارهایی خاص به سراغ متون مورد مطالعه‌شان رفته‌اند که حدود مطالعاتی آنان را مشخص می‌کند. از نگاه آنها اگرچه متون بسیاری در مورد ایرانی‌ها نوشته شده اما این مطالعه روی آثاری متمرکز شده است که تنها و صریح خلییات ایرانی را تشریح کرده و اشاره به این خلییات، محور اصلی آنهاست و به‌عبارتی ساده‌تر در قلمرو خلییات نویسی قرار گرفته‌اند؛ متونی را که متخصصان و متفکران و افرادی

۱. انتشار کتاب‌هایی چون منش ملی (نوشته الکس اینکلس، ترجمه علی پاپلی یزدی)، ره افسانه زدند (تألیف ارمین امیر)، ایرانی‌ترین غیرایرانی‌ها (نوشته محمدرضا جوادی یگانه)، ایرانی از نگاه دیگری (به قلم جبار رحمانی و حسین میرزایی)، سفرنامه نویسی (تألیف کارل تامپسون، ترجمه سعیده زادقناد)، جامعه‌شناسی خودمانی و شرق‌شناسی (تألیف ارمین امیر) و چرایی محبوبیت حافظ (نوشته مرتضی کرامتی) در کنار برگزاری همایش‌ها و نشست‌های تخصصی و شکل‌گیری گروه «خلقیات و منش ایرانیان» از جمله فعالیت‌های پژوهشگاه در کنار سفارش پژوهش مذکور است.

2. Mikhail Mikhailovich Bakhtin

با تخصص‌ها و جایگاه‌های متفاوت در بازه‌ای حدوداً پنجاه‌ساله تولید کرده‌اند. توفیق و همکارانش در این اثر، چارچوب دیگری را نیز برای محدودکردن متون مورد مطالعه خویش برمی‌گزینند و آن آثاری است که عموماً نگرشی انتقادی به رفتارهای روزمره ایرانیان دارند؛ به‌ویژه آن بخش از رفتارها که نسبتاً پایدار تلقی می‌شوند یا دست‌کم از میزان تکرارپذیری درخور توجهی برخوردارند. از سوی دیگر این متون به سراغ ارزش‌گذاری رفتار ایرانیان رفته و می‌کوشند نه با نگاهی عامه‌پسند و غیرمستند که با اراده به فهم عالمانه، وضعیت اجتماعی وضعیت رفتاری ایرانیان را توصیف کنند، آن‌هم نه با صورتی ادبی، دینی و اخلاقی یا خطابی. آنچه از محتوای برآمدن ژانر خلیقات در ایران برمی‌آید، نشان می‌دهد، نویسندگان این اثر بر این باورند که ژانر خلیقات نویسی، خاص ایران است و در هیچ نقطه‌ای از دنیا، نمی‌توان ردپای چنین ژانری را جست‌وجو کرد. همچنین معتقدند که این ژانر خصلتی غیرمقایسه‌ای دارد - برخلاف مباحثی چون منش ملی که به مقایسه دست می‌زند - ژانر خلیقات نویسی، تلاشی برای مقایسه خلیقات ایرانی با خلیقات سایر ملل ندارد.

ظهور خلیقات نویسی در ایران

کتاب برآمدن ژانر خلیقات در ایران پس از عبوردادن خواننده خود از تونل تعاریف و چارچوب نظری، او را در برابر یکی از برجسته‌ترین آثار نیم قرن اخیر در حوزه واکاوی خلیقات ایرانی قرار می‌دهد و با معیارهایی که پیش‌تر در خصوص آنها سخن رفت، کتاب خلیقات ما ایرانیان تألیف جمالزاده را واکاوی می‌کند. در این فصل ابتدا به خلیقات‌گونگی و پیشینه محتوایی ژانر خلیقات پرداخته می‌شود که به عبارتی دیگر بیشتر نشان‌دهنده تفاوت‌هایی است میان پیشینه و عملکردهای ژانری خلیقات که از سال‌های پایانی عصر قاجار به تدریج شکل گرفته‌اند. عمده‌ترین این تفاوت‌ها، تعریف خلیقات در مرزهای ملی و در مورد استبداد و عقب‌ماندگی‌اند که باعث می‌شوند، شکست‌نوسازی با تقویت گفتار خلیقات‌گونه پیوند یابد. همچنین در این فصل به تثبیت خلیقات‌گرایی و تشکیل عملکردهای صوری ژانر خلیقات از این زمانه تا آغاز گفتمان خلیقات در آستانه دهه ۱۳۴۰ شمسی پرداخته شده است. به عبارت دیگر در این دوران است که با بازاندیشی شکست تجربه مشروطه، اولین قواعد بنیادی ژانر خلیقات قوام می‌یابند. نویسندگان در این فصل به تحولات، ابزارها و طرف‌های گفت‌وگو در آستانه پیدایش خلیقات نویسی نیز پرداخته‌اند. به عبارت دیگر، آنها تلاش کرده‌اند، نشان دهند که چگونه در تجربه شکست جنبش‌های ملی و مدنی دهه ۱۳۲۰ و دو سال اول این دهه برای اولین بار این امکان پدید می‌آید که خلیقات به مبنای ژانری یک نوشته بلند تبدیل شود. همچنین توفیق و همکارانش در این اثر به سراغ پیدایش ژانر می‌روند و نشان می‌دهند

که در لحظه تولد خلیات نویسی در دهه چهل این فضا حاکم است که دیگر امیدی فراواقعی به رفع خصیصه‌های منفی خلیات ایرانی وجود ندارد و دیگر آنکه گفتارهای جدید، گفتارهای عالمانه‌ای بودند که می‌کوشیدند در صورت‌های علمی توضیح دهند که خلیات ایرانیان چگونه مایه شکست دائمی نوسازی در آنها شده است. از این رو نویسندگان در پی آن هستند تا گفت‌وگوهای سال‌های دهه ۱۳۴۰ تا ۱۳۵۰ را در این دو محور که به آنها اشاره شد بررسی کنند. از سوی دیگر این به بررسی موقعیت بیرون‌بودگی «مؤلف نو» می‌پردازند؛ که هم‌زمان با دهه‌های گسترش سواد در میان عموم مردم و نیز پیشرفت صنعت نشر در ایران بود امکانی که می‌تواند، آینه‌ای در مقابل مردم بگیرد و مستقیم خطاب به آنان سخن بگوید. خطاب مستقیم به مردم، در پی یادآوری مسئولیت تمامی ایرانیان در شکل‌دهی به وضعیت عقب‌مانده و خودکامه که انگشت خود را روبه‌روی این مخاطب جدید گرفته و بگوید: «تو، خود مقصری».

کتاب برآمدن ژانر خلیات در ایران درصدد ترسیم خطوط تکوین ژانر خلیات در ایران بعد از انقلاب نیز برمی‌آید. به باور نویسندگان اثر، ژانر خلیات با گذشت یک دهه از پیروزی انقلاب سال ۱۳۵۷ ایران، دوباره صورت‌بندی، بازآرایی و بازسازی شده است و این امر، واکنشی بود علیه سرخوردگی‌هایی که از تحقق نیافتن آرمان‌های اعلامی به وجود آورده بود؛ چراکه هر انقلابی با ایده‌های آرمانی آغاز می‌شود و سپس به حدود واقعی و ذهنی‌ای برمی‌خورد که روندهای مصلحانه آن را مختل می‌کنند. به زعم توفیق و همکارانش انقلاب اسلامی، مایه پیدایش تحولات دیگر و ایجاد موج جدیدی از خلیات نویسی شده است.

نقد و بررسی اثر

در نقد و بررسی کتاب برآمدن ژانر خلیات در ایران، باید به این نکته اذعان داشت که این ژانر در دوره‌ای متولد می‌شود که مفهوم ملت بزرگ در ادبیات سیاسی ایران برجسته شده است؛ مفهومی با یک چهره دوگانه که از سویی عنصر قوام‌بخش دولت ملی است و از سوی دیگر، جانوری ناطق، میل‌مند و بالقوه طغیانگر. از این رو این ژانر در چنین فضایی شکل می‌گیرد که در آن شاهد بر ساخت ریاکارانه مفهوم ملت به نفع دولت هستیم؛ یعنی مفهوم تحقیرشده ملت به ناگاه معنایی ویژه می‌یابد. از این رو یکی از مواردی که در این کتاب قابل نقد و بررسی است، غفلت از سابقه ایرانی سخن‌گفتن از توده یا عوام الناس است. در تبارشناسی این مفاهیم که به آرای اندیشمندانی چون فارابی بازمی‌گردد، توده مفهومی تحقیرشده است که در مقابل مفاهیم انسان‌های وارسته و آزاده قرار می‌گیرد و این دوگانه‌سازی و نکوهش به‌منزله یک ناخودآگاه تاریخی در ژانر خلیات نویسی ایرانی نیز متبلور شده است. از این رو به نظر می‌رسد باوجود اشارات این کتاب به این تبار ایرانی و اسلامی بحث در خصوص آن هنوز اندک است و به

فصلنامه

نمایه
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

روشنگران عصر قاجار، از طالبوف و ملکم گرفته تا میرزا حبیب اصفهانی و زین‌العابدین مراغه‌ای محدود شده است، نویسندگان حتی در پی پاسخ به این پرسش برنیامده‌اند که چرا از حاجی بابای موریه گرفته تا جامعه‌شناسی خودمانی نراقی، جملگی در زمانه خود، آثار پراقبالی بوده‌اند. آیا جز اینکه همین عوام‌الناس به اصطلاح تحقیرشده، در پس گزنده‌ترین انتقاداتی که از خود می‌شنیده و می‌خوانده، علاج را طلب می‌کرده است؟ از سوی دیگر کتاب، خلیقات نویسی ایرانی را متأثر از شرق‌شناسی می‌داند، حال آنکه ریشه‌های فراوانی در ادبیات و عرفان ایرانی حضور دارد که در آن توده یا عوام‌الناس به مثابه همان چیزی قلمداد می‌شوند که خلیقات‌نویسان ایرانی آن را نکوهیده‌اند. علاوه بر این ردپای آنچه تحت عنوان خودشرق‌شناسی^۱ از آن یاد می‌شود، در این آثار به وضوح قابل رؤیت بوده که گویی تلاشی به منظور تثبیت رویکرد شرق‌شناسانه است. همچنین مغالطه این همانی خلیقات نویسی و لیبرالیسم و نئولیبرالیسم که در این کتاب ادعا شده است، این ژانر را به گونه‌ای لیبرالی، سلطنت طلبانه، دولتی و پان‌ایرانیسمی فرو می‌کاهد، حال آنکه کتاب از گونه رادیکال و چپ‌گرایانه این ژانر سلب اعتبار می‌کند. توفیق و همکارانش در بخش دوازدهم کتابشان با اشاره به پروژه «ایرانیان از نگاه سفرنامه‌نویسان بیگانه» (محمد رضا جواد یگانه و سعیده زادقناد) ضمن پیچیده دانستن و مفصل خواندن آن، کتاب را محصول حمایت دستگاه‌های دولتی (شورای اجتماعی کشور) می‌خوانند که حاضر به انتشار آن شده‌اند و بر همین اساس نخستین اثر آکادمیک در ژانر خلیقات پس از انقلاب را محصول حمایتی دولتی برمی‌شمارند.^۲ از منظری دیگر، توفیق و همکارانش مصرند که ژانر خلیقات نویسی صبغه‌ای ایرانی دارد و در هیچ جای دنیا نظیر آن را نمی‌توان جست. حال آنکه آثاری نظیر بی‌شعوری نوشته خاویار کرمنت^۳ که در زمره جامعه‌شناسی‌های اخلاقی عوام‌گرایانه غیرآکادمیک قرار دارد، بی‌شبهت به جامعه‌شناسی خودمانی حسن نراقی یا حتی خلیقات‌مآیرانیان جمالزاده نیست. از دیگر نقدهایی که می‌توان به این کتاب وارد دانست آن است که جامعه‌شناسی توفیق و همکارانش با تأسی به یک رویکرد همبستگی محور، جامعه‌شناسی انتقادی را به حاشیه رانده‌اند. از سوی دیگر، به رغم تسلط نسبی نویسندگان کتاب به تاریخ معاصر، به استلزامات تجدد آفرانه ایرانی توجهی نشده است. توجه به این نکته اهمیت دارد که در فرایند تجدد ایرانی تمایز نوظهور فرد و حکومت که برآمده از احتساب فرد به عنوان واحد اساسی ساختارهای جامعه مدرن بود غفلت شده است. تصور جدید از انسان که

۱. این اصطلاح نخستین بار در رساله دکتری آرمین امیر با محوریت تبارشناسی خلیقات‌نویسان ایرانی مطرح شده است و معنای آن همکاری اندیشمندان شرقی در پروژه شرق‌شناسی است.

۲. نگارنده که یکی از اعضای تیم پژوهشی این اثر است، اذعان می‌دارد که کتاب ده جلدی ایرانیان از نگاه سفرنامه‌نویسان بیگانه، بدون حمایت نهادهای دولتی به سرانجام رسیده و تنها نسخه‌های محدود از آن از سوی وزارت کشور و با همکاری پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی چاپ شده است.

3. Xavier Crement

هیچ‌کس حق برتری بر دیگری ندارد و فرد در جامعه نوین، دست‌کم بنا بر قاعده، دیگر رعیت نیست در پروژه تجدد آمرانه ایرانی در معنای واقعی کلمه تعقیب و عملی نشد، بنابراین آنچه به آن تأکید شد تنها وجه اثبات‌گرایانه و ابزاری تمدن نوین بود اما وجه فرهنگی تجدد که بر جنبه‌های دموکراتیک تکیه داشت، نادیده گرفته شد. همچنین کتاب باوری به مفهوم شخصیت ایرانی ندارد؛ مفهومی که با ساختار شخصیت‌نمایی معادل گرفته می‌شود و مشتمل بر مشخصات نسبتاً پایدار شخصیت؛ مشخصاتی مانند خصلت‌های شخصیتی^۱، صور مواجهه با تکانه‌ها^۲ و عواطف،^۳ فهم از خود^۴ و اموری از این دست است. علاوه بر این کتاب به مفهوم ناخودآگاه جمعی در شکل‌گیری خلیقات ایرانی عنایتی ندارد. چه به تعبیر فروید، ناخودآگاه را محصول تجربه‌های شخصی بدانیم و چه آنها را از منظر یونگ از لحظه تولد به ارث برده باشیم، برآمدن ژانر خلیقات در ایران، توصیف و تحلیلی برای این مفهوم ندارد. حال آنکه عناصری مانند آداب و رسوم، خرافات، افسانه‌ها، عناصر هنری یا دین بخشی از ناخودآگاه جمعی هر قوم قلمداد می‌شود و کهن‌الگوهای موجود در همه این عناصر متفاوت از فرهنگ‌های دیگر است از این رو بخش اعظم آن چیزی که در ژانر خلیقات‌نویسی از آن با عنوان فساد یا ناهنجاری اخلاقی یاد می‌شود، محصول همین ناخودآگاه جمعی است که اتفاقاً در برهه‌های تاریخی و موقعیت‌های جغرافیایی، به بقای بشر ایرانی مدد رسانده است. در پایان نیز می‌توان مدعی شد که در جوامع در حال گذاری چون ایران نظریه‌های ساختاری بسترهای مناسب را برای تحلیل در حوزه‌های چون خلیقات ایرانی فراهم نمی‌کند؛ بنابراین لازم است تا ساختارگرایی را با تحلیل ریزوماتیک همراه سازیم که همگام با بسیاری از آموزه‌های پست‌مدرنیستی به عرصه نظام‌های معرفتی قرن بیستم گام نهاده است.

1. Character traits
2. Impulses
3. Affects
4. Conceptions of Self

راه‌حل‌هایی برای مسائل اجتماعی

• اسماعیل غلامی پور^۱

چکیده

کتاب راه‌حل‌های برای مسائل اجتماعی، مجموعه مقالاتی (۳۳ مقاله در ۳۴۲ صفحه) از نویسندگان مختلف درخصوص مسائل و مشکلات اجتماعی در آمریکا و سایر کشورهای صنعتی است که استانی آیتزن و کریگ لیدهام آنها را گردآورده‌اند. حدود چهل محقق آمریکایی، در جست‌وجوی پاسخ چند پرسش اساسی‌اند: چرا آمریکا که ثروتمندترین کشور جهان است در مقایسه با بسیاری از کشورهای صنعتی، در صدر جدول فرضی مواجهه با مسائل و مشکلات اجتماعی قرار دارد؟ دولت آمریکا در سیاست‌گذاری عمومی و اجتماعی، چه چیزهایی می‌تواند از کشورهای موفق در کاهش میزان به‌وجودآمدن مسائل و مشکلات اجتماعی یاد بگیرد؟ چرا دولت آمریکا از سیاست‌های موفق سایر کشورها در رفع یا کاهش به‌وجودآمدن مسائل و مشکلات اجتماعی خود استفاده نمی‌کند؟ روش مقالات کتاب، تطبیقی است. علاوه بر توصیف دقیق مسائل و مشکلات اجتماعی آمریکا و مقایسه راه‌حل‌ها، از تجربه کشورهای موفق در سیاست‌گذاری برای کاهش به‌وجودآمدن مسائل و مشکلات اجتماعی و حل‌وفصل آنها استفاده شده است. پاسخ‌های این کتاب به پرسش‌ها از سطح عبور می‌کند و در ساختار و نظام اقتصادی-اجتماعی و سیاسی موجود آمریکایی، حفره‌ها و اشکال‌های اساسی را می‌یابد که به ایجاد و تشدید مسائل و مشکلات اجتماعی منجر شده‌اند. از پاسخ‌های مشترک مقالات کتاب این است که عامل عمده وضعیت به‌وجودآمدن مسائل و مشکلات اجتماعی آمریکا را در مقایسه با نوزده کشور صنعتی «درنظرگرفتن بودجه محدود از سوی دولت آمریکا برای امور اجتماعی و رفاهی و تخصیص بودجه نامحدود برای امور هزینه‌های اجتماعی و رفاهی در دیگر کشورهای صنعتی» می‌داند. همچنین تسلط ایدئولوژی فردگرایی رقابتی بر فرهنگ عمومی، تسلط محافظه‌کاران راست‌گرا بر نهادهای سیاست‌گذار و قانون‌گذار، ضعف جریان چپ عدالت‌خواه و ضعف تشکیلاتی اتحادیه‌های کارگری از عوامل مهمی است که مانع درس‌گرفتن دولت آمریکا از سیاست‌های اجتماعی کشورهای موفق صنعتی شده است.

فصلنامه

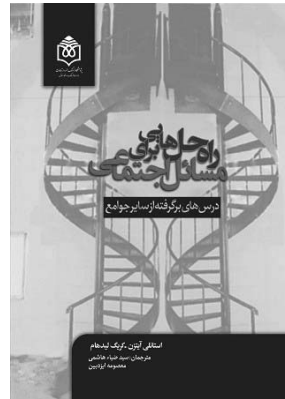
نمایه
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

۲۱۹

واژه‌های کلیدی: مسائل اجتماعی، استانی آیتزن و کریگ لیدهام، سیاست‌گذاری عمومی، سیاست‌گذاری اجتماعی

۱. دانش‌آموخته دکتری جامعه‌شناسی (egholamipour@gmail.com)



آیتزن، استانی و کریگ لیدهام (۱۳۹۹). **راه حل هایی برای مسائل اجتماعی: درس هایی برگرفته از سایر جوامع**. ترجمه سید ضیاء هاشمی و معصومه ایزدیین. تهران: انتشارات پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.

اگر بخواهیم از کتابی خوب با روش گردآوری مجموعه مقاله سخن بگوییم، باید از چنین سرفصل هایی مثال بزنیم: مقالاتی در مورد یک مسئله با پرسش یا پرسش های مشابه و پاسخ هایی با رویکرد مشخص و تا حد زیادی در یک چشم انداز نظری. بدین سان، ۳۳ مقاله در یک مجموعه، چنان در کنار هم چفت و بست می یابند که فصل های یک کتاب را تشکیل می دهند. بعضی از کتاب هایی که به روش گردآوری مقاله منتشر شده اند، فقط مجموعه مقاله هایی جداگانه از مسائلی متفاوت اند که با رویکردهای نظری و روش های مختلف طرح شده اند و پاسخ های متنوع یافته اند.

کتاب راه حل های برای مسائل اجتماعی بین کتاب های موجود در مورد مسائل اجتماعی در بازار ایران، از جنبه های مختلف، منحصر به فرد است که در ادامه بیشتر توضیح داده می شود. حدود چهل محقق آمریکایی در جست و جوی پاسخ چند پرسش اساسی اند: چرا آمریکا که ثروتمندترین کشور جهان است در مقایسه با بسیاری از کشورهای صنعتی، در صدر جدول فرضی مواجهه مسائل و مشکلات اجتماعی قرار دارد (مسائلی چون فقر، تعداد کودکان و سالمندان فقیر، ترک تحصیل کودکان و نوجوانان، مرگ و میر نوزادان، تعداد بی خانمان ها، نابرابری در توزیع ثروت، طلاق، خانواده های تک والد، بارداری نوجوانان، قربانیان رانندگی در حین مستی، اختلافات نژادی، بیکاری، تخریب محیط زیست از جمله جنگل زدایی و تولید مواد زائد پرخطر و انتشار گازهای گلخانه ای، اعتیاد، میزان قتل و جرائم مختلف، تعداد زندانیان، تعداد تجاوز و...) به عبارت دیگر، تفاوت آمریکا با سایر کشورهای صنعتی در چیست که آمریکا با این همه ثروت و پیشرفت اقتصادی و فناوری، بیشترین میزان درگیری با همه مسائل و مشکلات اجتماعی را دارد و این مسائل در حال تشدید شدن هستند؟ پرسش دیگر این است که در سیاست گذاری عمومی و اجتماعی، دولت آمریکا چه چیزهایی می تواند از کشورهای موفق در کاهش به وجود آمدن مسائل و مشکلات

فصلنامه

نمایه پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

اجتماعی یاد بگیرد؟ و سؤالی دیگر اینکه چرا دولت امریکا از تجربه‌ها و سیاست‌های موفق سایر کشورها در رفع یا کاهش به‌وجودآمدن مسائل و مشکلات اجتماعی خود استفاده نمی‌کند؟ محققان مختلف در مقاله‌های این کتاب به دنبال پاسخ‌هایی برای این پرسش‌های اساسی‌اند و سعی دارند پس از بررسی تطبیقی مسائل امریکا با کشورهای دیگر، از تجربه کشورهای موفق در سیاست‌گذاری اجتماعی استفاده کنند تا راه‌حلی برای کاهش به‌وجودآمدن مسائل و مشکلات اجتماعی در امریکا پیدا کنند.

بنابراین روش کار در این کتاب بررسی تطبیقی است که می‌تواند بسیار آموزنده باشد. همچنین علاوه بر توصیف دقیق مسائل و مشکلات اجتماعی در امریکا و مقایسه راه‌حل‌ها، از تجربه کشورهای موفق در سیاست‌گذاری اجتماعی برای کاهش به‌وجودآمدن مسائل و مشکلات اجتماعی و حل‌وفصل آنها استفاده شده است. بنابراین هم روش تطبیقی و هم استفاده از تجربه کشورهای موفق در سیاست‌گذاری می‌تواند برای پژوهشگران، دولت و جامعه مدنی در ایران بسیار آموزنده باشد. نکته مهم‌تر، پاسخ‌های متفاوت این کتاب به پرسش‌های اساسی در مورد به‌وجودآمدن مسائل و مشکلات اجتماعی امریکا است پاسخ‌هایی که از سطح عبور می‌کند و در ساختار و نظام اقتصادی-اجتماعی و سیاسی موجود امریکایی، حفره‌ها و اشکالات اساسی را می‌یابد که به ایجاد و تشدید مسائل اجتماعی منجر شده‌اند، البته نه به شیوه آرمان‌گرایان چپ‌گرا بلکه به شیوه محققانی دقیق که مسائل را کامل بررسی می‌کنند.

کتاب از ۳۳ مقاله تشکیل شده است که هرکدام یک فصل را تشکیل می‌دهند^۱ و فصل‌های مختلف به پنج بخش تقسیم شده است. نکته مهم در مورد قالب مقاله‌ها این است که چکیده‌ای کوتاه در ابتدای هر مقاله آمده است که دریافت پیام اصلی مقاله را برای مخاطب سهل و آسان می‌کند.

در بخش اول با عنوان «مقدمه» که سه مقاله را در برمی‌گیرد، ضمن توصیف وضع موجود مسائل و مشکلات اجتماعی مختلف امریکا و مقایسه آن با چند کشور توسعه‌یافته و بررسی پیامدهای سیاست‌های دولت امریکا برای حل مسائل و مشکلات اجتماعی، به این پرسش نیز پرداخته می‌شود که چرا دولت امریکا از سیاست‌های موفق سایر کشورها در رفع یا کاهش به‌وجودآمدن مسائل و مشکلات اجتماعی خود استفاده نمی‌کند. گزیده نتایج کلی این بخش عبارت از این است که امریکا در مقایسه با نوزده کشور صنعتی در صدر جدول فرضی مواجهه با مسائل اجتماعی

فصلنامه

نمایه
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

۲۲۱

۱- سه فصل از این کتاب به دلیل آنچه مترجمان، «مطابقت‌نداشتن با زیست‌بوم فرهنگی ایران» عنوان کرده‌اند، ترجمه نشده است.

قرار دارد و دلیل عمده این وضعیت «در نظر گرفتن بودجه محدود از سوی دولت امریکا برای امور اجتماعی و رفاهی و تخصیص بودجه نامحدود برای امور اجتماعی و رفاهی در دیگر کشورهای صنعتی» است. آندرو شاپیرو (۱۹۹۲) با بررسی مقایسه‌ای نشان می‌دهد که دولت‌های دیگر کشورهای صنعتی در مقایسه با دولت امریکا، درصد بالاتری از تولید ناخالص داخلی خود را به «هزینه‌های اجتماعی» تخصیص می‌دهند و دولت ایالات متحده در مقایسه با سایر کشورهای همسان خود، مقدار کمتری از تولید ناخالص ملی خود را برای تأمین اجتماعی و خدمات رفاهی چون مسکن، بهداشت، مقرری خانواده‌های تک‌والد و... هزینه می‌کند؛ برای مثال در حالی که دولت امریکا ۲۶/۶ درصد از بودجه را هزینه می‌کند، دولت کشور سوئد ۵۲/۲ درصد از بودجه خود را صرف هزینه‌های اجتماعی می‌کند. به عبارت دیگر «سیاست‌های اجتماعی» در کشورهای مذکور گسترده و کارآمد است و دولت‌های سهم بیشتری از درآمدهای کشور را برای هزینه‌های اجتماعی در زمینه کمک هزینه‌های خانواده، یارانه‌های مسکن، یارانه‌های عمومی مراقبت‌های کودک و مرخصی‌های با حقوق والدین و... در نظر می‌گیرند. کشورهای صنعتی پیشرفته (مانند آلمان، انگلستان و...) سیاست‌های اجتماعی بهینه‌ای برای تأمین مالی مراقبت‌های بهداشتی تمامی شهروندان خود دارند؛ بیمه درمانی در امریکا عمومی نیست و بسیاری از فقرا، از خدمات درمانی محروم‌اند. تضعیف دولت رفاهی و کالایی و بازاری شدن (قابل خرید و فروش کردن) همه چیز، از ویژگی‌های اساسی نظام اجتماعی موجود در امریکا است. کالایی و بازاری شدن درمان از ویژگی‌های اساسی نظام امریکایی است و مراقبت‌های درمانی بر اساس توانایی افراد در پرداخت هزینه‌ها، سهمیه‌بندی (طبقاتی) شده است. خدمات و امکانات دولتی در زمینه مهدکودک‌ها و برنامه‌های پیش‌دبستانی، نظام یک‌پارچه آموزش دولتی در کشورهای صنعتی در مقابل سیستم غیرمتمرکز و خصوصی امریکا، مزایای بالاتر کارگران در دیگر کشورها و مزایا و قدرت چانه‌زنی پایین طبقه کارگر در امریکا و بسیاری شاخص‌های رفاهی و اجتماعی دیگر که در کشورهای صنعتی مورد بحث وجود دارد و در امریکا وجود ندارد.

تسلط ایدئولوژی لیبرالی فردگرایی رقابتی بر فرهنگ عمومی، تسلط محافظه‌کاران راست‌گرا بر نهادهای سیاست‌گذار و قانون‌گذار و ضعف جریان چپ عدالت‌خواه و ضعف تشکیلاتی اتحادیه‌های کارگری از عوامل مهمی هستند که مانع از درس گرفتن دولت امریکا از سیاست‌های اجتماعی کشورهای موفق صنعتی شده است. در مقابل این وضعیت، کشور کانادا است که به دلیل دارا بودن اتحادیه کارگری قوی و نظام سیاسی چندحزبی، انتقال افکار عمومی به سیاست‌گذاری عمومی و اجتماعی بسیار کارا تر از امریکا است؛ و این نکته اساسی نیز وجود دارد که مداخله اساسی دولت در

فصلنامه

نمایه
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

تخصیص کالاها و ایجاد یک نظام رفاهی به معنی کاهش یا محدودسازی آزادی‌های مدنی نیز نبوده است.

نویسندگان توضیح می‌دهند که عامل حادث شدن بسیاری از مسائل و مشکلات اجتماعی از جمله افزایش فقر و نابرابری شدید اجتماعی که خود عامل بسیاری از گرفتاری‌های دیگر است، تضعیف دولت رفاهی و در نتیجه کاهش سیاست اجتماعی و هزینه‌های اجتماعی بوده است، رویکردی که از زمان فرانکلین روزولت آغاز شده و متأسفانه هم‌اکنون نیز بین دو حزب دموکرات و جمهوری خواه وجود دارد و از هژمونی ایدئولوژیکی نیز برخوردار است. این نتیجه‌ای مهم برای دولت ایران نیز خواهد بود که هر دو جریان سیاسی رسمی معتقد به تضعیف نظام رفاهی و به اصطلاح سپردن امور به بازار هستند. رویکردی که با سیاست‌هایی چون خصوصی‌سازی، آزادسازی قیمت‌ها و... آن هم به روش‌هایی رانتی و فسادآمیز به بیکاری، فقر و نابرابری بیشتر و افزایش مسائل و مشکلات اجتماعی دامن زده است.

در بخش دوم با عنوان «مسائل نابرابری» به موضوع فقر و نابرابری‌های اجتماعی از جمله شکاف طبقاتی، تبعیض جنسیتی، سنی و نژادی و نابرابری درآمد در کشورهای توسعه‌یافته پرداخته می‌شود و نشان داده می‌شود که امریکا در تمام این زمینه‌ها نابرابری و تبعیض بالاتری دارد. همچنین ده مقاله این بخش به این موضوع می‌پردازند که چرا اراده سیاسی برای کاهش این نابرابری‌ها و شکاف‌های اجتماعی در امریکا وجود ندارد. نتایج کلی که می‌توان از این بخش گرفت مانند بخش اول است: نابرابری و فقر در امریکا بالاتر است و دلیل عمده آن، بودجه بیشتری است که کشورهای دیگر برای ریشه‌کنی فقر در نظر می‌گیرند و هزینه می‌کنند (در قالب نظام جامع تأمین اجتماعی، خدمات مساعدتی و...) و نظام مالیاتی که برای کاهش فقر و انجام امور رفاهی و خدماتی تنظیم شده است. برخی نویسندگان این بخش مدعی‌اند که فرهنگ و نظام اعتقادی فردگرا و نظامی که مبتنی بر اصلاح فرد است، از عوامل مهم در استقرار نیافتن نظام تأمین اجتماعی در امریکا است. همچنین قوت جریان‌های سیاسی برابری خواه در کشورهای اروپایی برای نمونه نقش سازمان‌دهی موفق فمینیست‌ها در پیروزی سوسیال دموکرات‌ها در انتخابات سوئد باعث شده است که سیاست‌های عمومی در راستای برابری جنسیتی باشد و به همین دلیل موقعیت زنان در سوئد در مقایسه با زنان آمریکایی بهتر است.

به طور کلی، روح کلی حاکم بر این بخش و کلیت کتاب این است که نابرابری شدید با کاهش اعتماد، عدم انسجام اجتماعی و افزایش مواجهه با مسائل و مشکلات اجتماعی و نیز جرائم همراه است. در کشورهایی که سطح بالایی از برابری اجتماعی و اقتصادی دارند و دولت رفاه کارآمدی وجود دارد (مانند کشورهای نروژ، دانمارک

و سوئیس) انسجام اجتماعی بالاتر از کشورهایی است که سیاست‌های نابرابرکننده (مانند آمریکا) دارند. کاهش فقر و نابرابری و بهبود رفاه و امنیت انسانی-اجتماعی-اقتصادی زمینه‌های ساختاری ایجاد می‌کند که اعتماد و همبستگی اجتماعی و رابطه دولت و جامعه را تقویت کند. در شرایط معیشتی-سیاسی-اجتماعی ناامن و در وضعیت دوقطبی و نابرابری شدید، بی‌اعتمادی بیشتر می‌شود و همبستگی اجتماعی کاهش می‌یابد. به نظر می‌رسد که نتایج این کتاب، پیام‌های مهمی برای سیاست‌گذاران و مقامات سیاسی و اداری در ایران دارد تا چشم‌انداز منسجمی در باب نقش رفاهی و اجتماعی دولت در جامعه داشته باشند و همه مسائل را با عصای جادویی بازار و بخش خصوصی حل نکنند.

در بخش سوم با عنوان «مسائل نهادی» در ده مقاله به سیاست‌های متفاوت جوامع توسعه‌یافته در حوزه‌های مختلف از جمله خانواده، حل پیامدهای طلاق، آموزش در مدارس، تعلیم نیروی انسانی و... پرداخته می‌شود. در این بخش توضیح داده می‌شود که «سیاست‌ها و نهادهای حمایت اجتماعی» تا چه حد در کاهش آسیب به افراد مهم هستند. برای نمونه، ویلیام گود نشان می‌دهد که کشورهای اروپای شمالی (دانمارک، نروژ، سوئد و فنلاند) همان میزان طلاق سایر کشورهای صنعتی را دارند اما به شیوه موفق‌تری از آمریکا و دیگر کشورهای اروپایی به پیامدهای میزان بالای طلاق (به‌ویژه نیازهای مخصوص کودکان) رسیدگی کرده‌اند. استیون گرن هوث نشان می‌دهد که چگونه حکومت فرانسه این امکان را فراهم ساخته است که تمامی کودکان پیش‌دبستانی از هر طبقه اجتماعی به مراکز مراقبت روزانه دسترسی داشته باشند و در مقابل نظام مراقبت همگانی فرانسه، فقط حدود یک‌سوم کودکان سه و چهار ساله آمریکایی در مراکز پیش‌دبستانی‌ها حضور می‌یابند. در این بخش نهادهای بهداشتی، آموزشی، قوانین و مقررات کار و... در ایالات متحده و دیگر کشورها بررسی می‌شود و نتیجه کلی این است که در همه این حوزه‌ها، کشورهای موردبررسی از آمریکا وضعیت بهتری دارند که دلیل اصلی آن، سیاست‌ها و قوانین (نهادهای) مناسب و بهینه است.

نویسندگان بخش چهارم با عنوان «مسائل مردم: منابع و امکانات» که در شش مقاله موضوعات مختلفی چون محیط زیست، مسائل و سیاست‌های شهری، قوانین صنعتی و... را به روش تطبیقی بررسی می‌کنند و نویسندگان بخش پنجم با عنوان «کجروی» که در سه مقاله به وضعیت آسیب‌هایی چون اعتیاد و جرائم مختلف و سیاست‌های متفاوت در کشورهای مختلف و آمریکا به شیوه تطبیقی می‌پردازند، در همان چشم‌انداز نظری و نهادی بخش‌های پیشین وضع موجود در آمریکا را نقد و سیاست‌های اصلاحی را پیشنهاد می‌کنند.

فصلنامه

نمایه
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

جمع‌بندی

پرسش‌ها و پاسخ‌های ساختاری کتاب **راه‌حل‌های برای مسائل اجتماعی** در مورد جامعه آمریکا ممکن است برای ایران نیز آموزنده باشد. در زمانی که کاهش خدمات عمومی (کاهش تخصیص بودجه برای هزینه‌های اجتماعی)، کاهش مقررات دولتی، آزادسازی قیمت‌ها، خصوصی‌سازی منابع عمومی و... از عناصر مشترک سیاست و ایدئولوژی هر دو جریان سیاسی هستند، بد نیست که مقامات سیاسی و اداری ایران به پیامدهای این سیاست‌ها در آمریکا بیشتر توجه کنند. سیاست‌هایی که در پیوند با ساختار تبعیض‌آمیز، باعث به وجود آمدن گسترده مسائل و مشکلات اجتماعی شده‌اند و آنها را عمیق‌تر کرده‌اند. البته این سیاست‌ها سه دهه است که با فراز و فرودهایی پیگیری می‌شود و امروزه پیامدهای منفی آن می‌توان مشاهده کرد و می‌توان نشان داد که در بسیاری از حوزه‌ها از جمله بهداشت، آموزش، مسکن و... ایران نیز راه آمریکا را در پیش گرفته و می‌توان نشان داد که چه نتایجی بار آورده است. دولت ایران نیز در حال کاهش تخصیص بودجه برای هزینه‌های امور اجتماعی و رفاهی است و هم‌زمان ایدئولوژی فردگرایی رقابتی ترویج می‌شود و از سوی دیگر جریان حقیقی عدالت‌خواهی در نهادهای سیاست‌گذار و قانون‌گذار وجود ندارد. در جامعه مدنی نیز ضعف جریان چپ عدالت‌خواه و ضعف تشکیلاتی اتحادیه‌های کارگری و دیگر نهادهای مدنی از عوامل مهمی هستند که ممکن است مانع از درس‌گرفتن ما از سیاست‌های اجتماعی کشورهای موفق صنعتی شود.

پیگیر اخبار نباشید

• دکتر امیدعلی مسعودی^۱

کتاب پیگیر اخبار نباشید، پس از کتاب هنر شفاف اندیشیدن از رولف دوبلی، که به چاپ پانزدهم هم رسیده است، نتیجه یک سخنرانی است که ۱۲ آوریل ۲۰۱۳ در دفتر روزنامه گاردین ایراد شده است.

از نظر رولف دوبلی کار تولید و انتشار اخبار در روزنامه‌ها کاری سرگرم‌کننده است. هرچند از نظر مترجم کتاب عادل فردوسی‌پور:

این روزها بسیاری از تولیدکنندگان خبر، دروغ را به جای حقیقت به خوردمان می‌دهند و دردناک اینکه خریداران پُرشماري هم دارند. خبرهای دروغ، دروغ‌های بزرگ و باورهای بزرگ‌تر ما به این خبرهای دروغ‌ها. من اسمش را می‌گذارم: «گوبلزيسم خبری».

به عبارت دیگر مترجم تولید و انتشار خبر را مانند تبلیغات آلمان نازی و معاون تبلیغاتی اش «جوزف گوبلز» می‌داند. به همین دلیل رولف دوبلی می‌گوید: «عصر دیجیتال اخبار را از یک سرگرمی بی‌ضرر به یک سلاح کشتار جمعی تبدیل کرده است و مستقیماً سلامت ذهنی ما را نشانه گرفته است. باید از سرراش کنار برویم». (ص ۱۳)

از نظر رولف دوبلی با ظهور اینترنت، دسترسی به اخبار آسان‌تر شده است: «من فقط گرفتار روزنامه‌ها، مجلات، تلویزیون و رادیو نشده بودم. از ظهور اینترنت در دهه ۹۰، ناگهان حجم دانستنی‌ها از قبل هم بیشتر شد. به یک‌باره «همه‌چیز» در دسترس بود. خبرها از هر گوشه دنیا سرازیر می‌شد». (ص ۱۸)

از نظر دوبلی اعتیاد به اخبار از اعتیاد به الکل خطرناک‌تر است؛ زیرا برای دسترسی به الکل باید از موانع دسترسی عبور کرد. (ص ۱۹) اما اخبار این‌طور نیست. همه‌جا پیدا می‌شود.

او معتقد است: «در بیست سال گذشته و با ظهور اینترنت و گوش‌های هوشمند، اعتیاد ما به اخبار به جنونی خطرناک تبدیل شده است که به سختی می‌توان از آن فرار کرد. زمان آن رسیده است که متوجه عواقب مصرف اخبار باشیم و برنامه سم‌زدایی را شروع کنیم». (ص ۲۴)

در همان فصل چهارم و قبل از پایان کتاب توصیه‌اش این است:

«چشم‌تان را باز کردم؟ اگر پاسخ مثبت است بقیه کتاب را نخوانید. کاری که اکنون باید انجام دهید این است: اخبار را از ذهنتان بیرون کنید. از آن دست بکشید. آن‌هم به شکلی سخت‌گیرانه، دسترسی خود را به منابعی جز منابع جزئی تا حد ممکن دشوار

فصلنامه

نمایه
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

۲۲۲



دوبلی، رولف (۱۳۹۹). پی‌گیر اخبار نباشید.
ترجمه عادل فردوسی پور. تهران: نشر چشمه.

کنید. اشتراک تمام خبرنامه‌هایتان را لغو کنید. همین حالا اپلیکیشن‌های خبری را از گوشی و آی‌پدتان پاک کنید. تلویزیونتان را بفروشید». (ص ۲۶)

شاید مهم‌ترین فصل کتاب فصل ۲۳ باشد که دوبلی با عنوان «خبرنگاران خبرسازی می‌کنند» به انتقاد از غول‌های اینترنتی می‌پردازد و خبرنگاران را تبرئه می‌کند: «مسئول دانستن خبرنگاران به دلیل این آشفتگی مثل این است که حبه‌های قند را مقصر اصلی رژیم غذایی ناسالممان بدانیم»؛ و تأکید می‌کند: «درواقع این غول‌های اینترنتی مانند گوگل، فیس‌بوک و آمازون بودند که سود تبلیغاتی آن مؤسسات خبری را به جیب زدند و کسب‌وکارشان را کساد کردند؛ اما این غول‌ها فقط تا جایی موفق هستند که ما مصرف‌کنندگان و قتل‌م‌ها را در پلتفرم‌های آنها بگذرانیم». (ص ۹۶)

تا فصل ۳۲ کتاب دوبلی سرسختانه با پیگیری اخبار مخالف است؛ اما در این فصل ناگهان به یاد می‌آورد که مطبوعات و رسانه‌ها قرار است صاحبان قدرت را زیر نظر داشته باشند و براساس این اصل «ادموند بورک» فرانسوی که «مطبوعات رکن چهارم دموکراسی‌اند»، می‌پرسد:

«اگر همه ما دست از خبر خواندن بکشیم، چه کسی قرار است صاحبان قدرت را زیر نظر داشته باشد؟» (ص ۱۲۵) و سپس پاسخ می‌دهد: «دموکراسی زمانی محقق می‌شود که در کنارش رسانه‌های آزاد، علاوه بر بیان حقایق، اوضاع را بی‌کم‌وکاست و با تمام پیچیدگی‌هایش به تصویر بکشند». (ص ۱۲۷)

در ادامه دوبلی برای تحقق دموکراسی در جامعه راه‌حل را در تهیه و انتشار گزارش‌های خبری می‌داند و نیاز به دو گونه خبرنگار را برای اجرای این امر برمی‌شمارد: «بنابراین دو گونه خبرنگاری نیاز داریم. اول به خبرنگاری تحقیقی تا حقایق و خطاها را برملا کند. دوم، خبرنگاری که تصویر کلان را توصیف کند و اطلاعات و توضیحات پیش‌زمینه‌ای ضروری را ارائه کند و به آن خبرنگار تحلیلی گفته می‌شود». (ص ۱۲۷)

فصلنامه

نمایه
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

او برای نمونه از خبرنگارانی چون باب وودوارد^۱ و کارل برنشتاین^۲ از روزنامه نگاران واشنگتن پست^۳ نام می برد که در اوایل دهه ۱۹۷۰ میلادی باعث برکناری ریچارد نیکسون، رئیس جمهور وقت امریکا، در قضیه «واترگیت» شدند که رئیس جمهور امریکا در فضای رقابت های انتخاباتی در دفتر رقیب دموکراتش در هتل واترگیت وسایل شنود گذاشته بود.

مخالف با خبر. چرا؟

موجی از مخالفت ها با خبر و شنیدن آن در امریکا به راه افتاده است؛ و سرآغاز آن را باید در توثیق های دونالد ترامپ، رئیس جمهور قبل امریکا، دانست که در تبلیغات دوران رقابت های انتخاباتی از رسانه های جریان اصلی (رادیو، تلویزیون، مطبوعات و خبرگزاری ها) انتقاد کرد و آنها را مشتبی دروغ گو معرفی کرد که فقط اخبار جعلی تولید می کنند. معرفی کرد. علاوه بر این کسانی مانند آلن دوباتن، نویسنده خبر (راهنمای کاربران)، هم از اخبار رسانه ها انتقاد می کند و خواستار آگاهی مخاطبان در برابر اخبار می شوند: «طرح این سؤال که چرا اخبار مهم است، به این معنی نیست که فرض کنیم اخبار اهمیت ندارند؛ بلکه به این معنی است که مزایای آگاهانه در معرض خبر قرار گرفتن را یادآوری کنیم». (دوباتن، ۱۱: ۱۳۹۸) او حتی تا آن اندازه از خبر انتقاد قرار می کند که آن را جایگزینی برای مذهب در جامعه تلقی می کند:

«هگل معتقد بود جوامع وقتی مدرن می شوند که خبر را به عنوان منبع محوری برای هدایت و معیار قدرت و جایگزین مذهب شود. در جوامع با اقتصاد توسعه یافته، خبر اکنون همان جایگاه قدرتی را به خود اختصاص داده است که پیش تر در اختیار مذهب بود». (دوباتن: ۸)

شاید مروری بر مخالفت های کشورهای جهان سوم و در حال توسعه در اوایل دهه ۱۹۷۰ با سیاست «جریان آزاد اطلاعات» کشورهای غربی به ویژه امریکا و انگلیس بیشتر به شناخت دلایل مخالفت با «شنیدن اخبار» کمک کند.

«در شانزدهمین اجلاس کنفرانس عمومی یونسکو که در پاییز ۱۹۷۰ در پاریس برگزار گردید، برای نخستین بار سیاست جریان آزاد اطلاعات از سوی تعدادی از دولت های عضو این سازمان مهم جهانی، مورد انتقاد و اعتراض واقع شد و هم زمان با آن الگوی «توسعه بخشی ارتباطات» که از طرف غربی ها به عنوان یک الگوی واحد و جهانی، برای اعمال در تمام کشورهای جهان سوم عرضه گردیده بود، نیز با معارضة جویی سیاست های ملی ارتباطی روبه رو گردید». (مک براید، ۱۳۹۳: ۱۵)

مخالفت‌های کشورهای جهان سوم و به‌ویژه کشورهای عضو سازمان کشورهای غیرمتعهد، با سرآزیرشدن اخبار و اطلاعات از سوی چهارغول خبری جهان، یونایتدپرس، آسوشیتدپرس، فرانس پرس و رویترز، به کشورهایشان کار را تا آنجا پیش برد که امریکا و انگلیس و پس‌از آن دولت اشغالگر قدس از سازمان یونسکو رفتند و امریکا با نپرداختن کمک‌های مالی به یونسکو، عملاً این سازمان را تحت فشارهای اقتصادی و سیاسی گذاشت. این‌گونه رفتارها فقط به دلیل آن بود که آن روزها چیزی به اسم فضای مجازی و رسانه‌های مجازی وجود نداشت و اخبار در انحصار غول‌های خبری وابسته به سرمایه‌داران جهان بود. حتی کوشش‌های کشورهای غیرمتعهد برای تأسیس یک خبرگزاری مستقل با عنوان تاینوگ در یوگسلاوی با شکست روبه‌رو شد؛ اما امروزه که انحصار خبری غول‌های استکباری درهم شکسته است، از نظر نویسندگان و نظریه‌پردازان غربی دیگر نباید به اخبار گوش داد.

انتقاد از ترجمه کتاب

از این کتاب تاکنون سه ترجمه چاپ شده است که علاوه بر ترجمه عادل فردوسی‌پور و همکاران مترجمش، باید از دو کتاب دیگر هم نام برد: اول دیگر اخبار نخوانید! ترجمه فائزه طباطبایی و دوم، اخبار را پیگیری نکنید راهنمایی برای یک زندگی شاد و آرام‌تر و حکیمانه ترجمه سیندخت سرلک.

نخستین پاراگراف کتاب را فردوسی‌پور و همکاران این‌گونه ترجمه کرده‌اند:

«۱۲ آوریل ۲۰۱۳ به دفتر روزنامه گاردین دعوت شدم تا درباره کتاب هنر شفاف اندیشیدن که تازه به انگلیسی چاپ شده بود صحبت کنم». (ص ۱۱)

ترجمه سیندخت سرلک:

«۱۲ آوریل سال ۲۰۱۳ برای صحبت درباره کتابم هنر شفاف اندیشیدن که به‌تازگی به زبان انگلیسی منتشر شده بود به مجله «گاردین» دعوت شدم». (ص ۷)

ترجمه فائزه طباطبایی:

«دوازدهم آوریل ۲۰۱۳ به روزنامه گاردین دعوت شده بودم تا درباره کتابم، هنر شفاف اندیشیدن، که تازه نسخه انگلیسی آن چاپ شده بود، صحبت کنم». (ص ۱۱)

به نظر می‌رسد ترجمه طباطبایی روان‌تر و دقیق‌تر باشد.

عنوان انگلیسی کتاب عبارت است از:

Stop Reading the News

A manifest for a Happier, calmer and wiser life

حال به ترجمه‌های عنوان نگاه کنید:

ترجمه فردوسی‌پور:

پیگیر اخبار نباشید. در عنوان کلمه پیگیر وجود ندارد و بلکه توقف و ایستادن آمده

فصلنامه

نمایه
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

۳۳۰

است. ضمناً عنوان فرعی کتاب ترجمه نشده است.

ترجمه سیندخت سرلک:

اخبار را پیگیری نکنید. راهنمایی برای یک زندگی شادتر، آرام‌تر و حکیمانه‌تر. در این ترجمه علاوه بر عنوان، عنوان فرعی هم ترجمه شده است اما برای ترجمه مانیفست^۱ که تقریباً معادل برنامه است، کلمه راهنما را آورده است که معادل (Guide) است.

ترجمه طباطبایی:

دیگر اخبار نخوانید. مانیفستی برای زندگی شادتر و آرام‌تر و عقلانی‌تر. طباطبایی هر جا که معادل فارسی کلمه‌ای را نیآورده است، همان کلمه را به فارسی نوشته است. مثل تزو مانیفست.

با وجود این از میان این سه ترجمه، متن طباطبایی روان‌تر و نزدیک‌تر به زبان فارسی بوده است. توجه داشته باشیم که طباطبایی به تنهایی متن را ترجمه کرده است. ولی فردوسی‌پور دو همکار دیگر هم داشته است.

اما مزیت کتاب فردوسی‌پور، پیش‌تازبودنش در ترجمه این کتاب است. فراموش نکنیم رولف دوبلی را فردوسی‌پور با ترجمه کتاب هنرشاف اندیشیدن به ما معرفی کرد که ترجمه‌ای شیواتر و قابل قبول‌تر از این کتاب داشت و ما از این نظر مدیون او هستیم.

منابع و مآخذ

دوباتن، آلن (۱۳۹۸). **خبر (راهنمای کاربران)**. مترجم شقایق نظرزاده. تهران: نشر فرمهر. دوبلی، رولف (۱۳۹۹). **پیگیر اخبار نباشید**. مترجمان عادل فردوسی‌پور، بهزاد توکلی و علی شهروز. تهران: نشر چشمه.

دوبلی، رولف (۱۳۹۹). **دیگر اخبار را نخوانید**. ترجمه فائزه طباطبایی، تهران: فرهنگ نشر نو.

دوبلی، رولف (۱۴۰۰). **اخبار را پیگیری نکنید**. راهنمایی برای یک زندگی شادتر، آرام‌تر و حکیمانه‌تر. ترجمه سیندخت سرلک، تهران: انتشارات آتیسا.

مک براید، اشن (۱۳۹۳). **یک جهان، چندین صدا**، ارتباطات در جامعه امروز و فردا. ترجمه ایرج یاد. تهران: سروش.

تازه‌های پژوهش

• سماء کشاورز دبیزجینی

■ موج ششم نظرسنجی دیدگاه مردم در خصوص کرونا، پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات آذر ۱۴۰۰ نتایج آخرین نظرسنجی پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات نشان می‌دهد ۸۴٫۲ درصد پاسخگویان، واکسن کرونا تزریق کرده‌اند و تنها ۱۵٫۸ واکسن کرونا نزده‌اند. ترس از عوارض واکسن کرونا، عدم اعتماد به واکسن‌های موجود، ابتلا به کرونا و گذراندن دوران نقاهت (پس از ابتلا به کرونا) مهم‌ترین دلایل پاسخگویانی بوده که واکسن کرونا تزریق نکرده‌اند. بنا بر اعلام روابط عمومی پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، موج ششم نظرسنجی پژوهشگاه درباره دیدگاه مردم در خصوص کرونا، آبان ۱۴۰۰ با حجم نمونه ۲۱۱۲ نفر از افراد بالای ۱۸ سال به بالای ساکن در شهر و روستاهای کشور و به صورت تلفنی انجام شده است. به استناد این نظرسنجی، ۱۳٫۹ درصد افرادی که واکسن نزده‌اند، چنین استدلال کرده‌اند که به واکسن‌های موجود اعتماد ندارند و از عوارض واکسن می‌ترسند. ۱۱٫۳ درصد از این افراد نیز ابتلا به کرونا و گذراندن دوره نقاهت را دلیل واکسن نزدن اعلام کرده‌اند. ۱۰٫۷ درصد نیز بیان کرده‌اند که اعتقادی به واکسن نزدن ندارند. همچنین ۶۳٫۴ درصد افراد پاسخگو هر دو دوز و ۲۰٫۸ درصد نیز یک دوز واکسن کرونا را دریافت کرده‌اند.

موج ششم نظرسنجی دیدگاه مردم در خصوص کرونا نشان می‌دهد مردم همچنان به رعایت دستورالعمل‌های بهداشتی مرتبط با این اپیدمی اهتمام می‌ورزند. به استناد این نظرسنجی، حدود ۶۳ درصد پاسخگویان به صورت کامل فاصله فیزیکی با دیگران را رعایت می‌کنند. ۸۳٫۴ درصد آنان نیز همچنان به عدم دست‌دادن و روبوسی کردن با اطرافیان‌شان پایبند هستند. ۸۴٫۲ درصد افراد نیز کاملاً از ماسک استفاده می‌کنند و ۹۲ درصد شست‌وشوی دست‌ها را جدی می‌گیرند. به استناد این نظرسنجی ۶۷٫۵ درصد پاسخگویان، شست‌وشو و ضدعفونی کردن وسایل خریداری شده از بیرون را به صورت کامل رعایت می‌کنند. حدود ۵۲ درصد افراد پاسخگو نیز رفت‌وآمد با اقوام و آشنایان‌شان را به خاطر شرایط کرونایی کاهش داده‌اند؛ البته این دستورالعمل بهداشتی کمتر از

فصلنامه

نمایه
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

سایر پروتکل‌ها از سوی پاسخگویان رعایت شده است.

نتایج موج ششم نظرسنجی پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات نشان می‌دهد، اعتماد مردم به دولت در خصوص مدیریت بحران کرونا نسبت به پنج ماه گذشته افزایش چشمگیری یافته است؛ واکسیناسیون عمومی تأثیر بسزایی در این خصوص داشته است. به استناد این نظرسنجی، ۵۸٫۴ درصد پاسخگویان عملکرد دولت در خصوص واکسیناسیون عمومی را موفق ارزیابی کرده‌اند. در حالی که ۱۷٫۱ درصد دولت را در امر واکسیناسیون ناموفق دانسته‌اند. ۲۱٫۶ درصد افراد نیز ارزیابی بینایی در این زمینه دارند. نظرسنجی آبان ماه پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات همچنین نشان می‌دهد ۴۰٫۵ درصد افراد پاسخگو، به سیاست‌های دولت در خصوص بحران کرونا اعتماد دارند. در مقابل، ۳۰٫۶ درصد پاسخگویان به اقدامات دولت در خصوص مدیریت بحران کرونا اعتماد ندارند. ۲۵٫۸ درصد افراد پاسخگو نیز میزان اعتماد خود را در سطح متوسط ارزیابی کرده‌اند. مقایسه یافته‌های این نظرسنجی با موج قبل نظرسنجی (اردیبهشت ۱۴۰۰) نشان از افزایش حدود ۲۰ درصدی اعتماد مردم در این زمینه دارد.

یافته‌های نظرسنجی پژوهشگاه درباره دیدگاه مردم در خصوص کاهش یا رفع برخی محدودیت‌های کرونایی مرتبط با اماکن آموزشی، بیانگران است که ۴۲٫۹ درصد پاسخگویان با بازگشایی مدارس و ۴۷٫۳ درصد با بازگشایی دانشگاه‌ها موافقت می‌کنند. در زمینه رفع محدودیت‌های اماکن تفریحی و فرهنگی، نظر مردم بیشتر گرایش به کنترل شرایط و عدم رفع محدودیت‌ها میل دارد. به گونه‌ای که تنها ۱۹٫۲ درصد پاسخگویان موافق بازگشایی سینماها، سالن‌های تئاتر و برگزاری کنسرت‌ها، ۲۹٫۸ درصد موافق بازگشایی ورزشگاه‌ها و ۲۱٫۱ درصد موافق رفع محدودیتی مربوط به سفرکردن به تمامی نقاط کشور هستند.

ششمین موج از مجموعه نظرسنجی‌های پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات در خصوص کرونا نشان می‌دهد ۸۱٫۳ درصد مردم به واکسن کرونا و اثربخشی آن امید دارند. این نظرسنجی نشان می‌دهد ۵۰٫۹ درصد پاسخگویان به میزان زیاد و ۳۰٫۴ درصد تا حدی به اثربخشی واکسن کرونا امیدوار هستند. در مقابل ۱۷٫۳ درصد افراد نیز امید چندانی به اثربخشی این واکسن برای پایان بخشی به اپیدمی کوید ۱۹ ندارند. براساس این نظرسنجی، ۷۴٫۹ درصد پاسخگویان، واکسیناسیون عمومی را در کاهش میزان نگرانی از ابتلا به کرونا مؤثر دانسته‌اند. به استناد نظرسنجی پژوهشگاه ۵۵٫۳ درصد پاسخگویان، واکسیناسیون عمومی را در کاهش میزان نگرانی از ابتلای خود یا اعضای خانواده به ویروس کرونا مؤثر دانسته‌اند. ۱۹٫۶ درصد افراد پاسخگو نیز اعلام کرده‌اند تا حدی واکسیناسیون عمومی از میزان این نگرانی کاسته است. از سوی

فصلنامه

نمایه
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

دیگر ۲۴٫۵ درصد پاسخگویان معتقدند تزریق واکسن کرونا در جامعه از نگرانی‌های مرتبط با ابتلای خود یا خویشاوندان آن‌ها به این ویروس کم نکرده است. براساس نظرسنجی پژوهشگاه، ۶۴٫۷ درصد پاسخگویان نحوه نوبت‌دهی و واکسیناسیون در بین گروه‌های جامعه را عادلانه دانسته‌اند. درحالی‌که ۱۲ درصد نسبت به این موضوع اعلام مخالفت کرده‌اند. همچنین ۱۸٫۷ درصد افراد نیز تا حدی توزیع واکسن در بین اقشار جامعه را درست و عادلانه ارزیابی کرده‌اند.

■ **سنجش نگرش شهروندان پیرامون رسانه‌های اجتماعی، مرکز افکارسنجی دانشجویان ایران (ایسپا)، دهم شهریور ۱۴۰۰:**

مرکز افکارسنجی دانشجویان ایران (ایسپا) به منظور پایش افکار عمومی در ارتباط با برخی از مسائل روز کشور در روزهای ۱۷ تا ۲۰ مردادماه ۱۴۰۰ یک نظرسنجی پیرامون نگرش شهروندان درخصوص رسانه‌های اجتماعی در مقیاس ملی به انجام رسانده است. اطلاعات این نظرسنجی با رعایت اصول علمی و با در نظر گرفتن جمعیت ۱۸ سال به بالای کل کشور (اعم از مناطق شهری و روستایی) با تعداد نمونه ۱۵۷۰ نفر به شیوه مصاحبه تلفنی گردآوری شده است.

۵۰٫۴ درصد پاسخگویان این نظرسنجی را مردان و ۴۹٫۶ درصد آن‌ها را زنان تشکیل می‌دهند. ۲۴ درصد در بازه سنی ۱۸-۲۹ سال، ۴۹٫۷ درصد در سنین ۳۰-۴۹ سال و ۲۶٫۳ درصد در سنین ۵۰ سال و بالاتر از آن بوده‌اند. ۶۹٫۷ درصد پاسخگویان را افراد متأهل، ۲۳٫۹ درصد آن‌ها را افراد مجرد و ۶٫۵ درصد را افراد بدون همسر (طلاق یا فوت) تشکیل داده‌اند. ۳۸٫۲ درصد پاسخگویان این نظرسنجی در مراکز استان‌ها، ۳۵٫۸ درصد در سایر شهرها و ۲۶ درصد در روستاها سکونت داشته‌اند.

برای بررسی نگرش پاسخگویان پیرامون رسانه‌های اجتماعی، از آن‌ها پرسیده شد «افراد دیدگاه‌های متفاوتی درباره رسانه‌های اجتماعی دارند، من بعضی از آن‌ها را برای شما می‌خوانم. شما بگویید که با هر کدام از این دیدگاه‌ها، موافقید یا مخالف؟»

۷۸٫۸ درصد از پاسخگویان با گویه «این روزها استفاده از رسانه‌های اجتماعی لازم و ضروری است» موافق و ۱۳٫۴ درصد مخالف‌اند. ۷٫۸ درصد پاسخگویان در این خصوص اظهار بی‌اطلاعی کرده‌اند.

۵۸ درصد از پاسخویان با گویه «رسانه‌های اجتماعی باعث تقویت روابط اجتماعی شده‌اند» موافق و ۲۷٫۳ درصد مخالف بوده‌اند. ۱۴٫۷ درصد در پاسخ به این سؤال گفته‌اند نظری ندارند یا آن را بی‌پاسخ گذاشته‌اند.

۳۲٫۲ درصد از پاسخگویان با گویه «دنیا بدون رسانه‌های اجتماعی، جای بهتری است» موافق و ۵۷ درصد مخالف بوده‌اند. ۱۰٫۸ درصد پاسخی به این پرسش

نداده‌اند یا گفته‌اند «نمی‌دانم».

از پاسخگویان پرسیده شد «در حال حاضر، شما از کدام رسانه‌های اجتماعی استفاده می‌کنید؟» براساس نتایج به دست آمده، ۴۸٫۴ درصد از پاسخگویان گفته‌اند فقط از رسانه‌های اجتماعی خارجی مثل تلگرام، واتساپ و اینستاگرام استفاده می‌کنند. در مقابل ۱٫۸ درصد بیان کرده‌اند فقط از رسانه‌های اجتماعی داخلی مثل سروش، روبیکا و... استفاده می‌کنند. ۲۲٫۸ درصد پاسخگویان گفته‌اند هم از رسانه‌های اجتماعی داخلی و هم خارجی استفاده می‌کنند. ۲۷ درصد پاسخگویان گفته‌اند در حال حاضر کاربر هیچکدام از رسانه‌های اجتماعی داخلی یا خارجی نیستند.

استفاده پاسخگویان از رسانه‌های اجتماعی در بین گروه‌های مختلف سنی متفاوت است. به طوری که گروه سنی ۱۸ تا ۲۹ سال بیش از سایر گروه‌های سنی فقط از رسانه‌های اجتماعی خارجی استفاده می‌کنند. ۵۰٫۵ درصد از گروه سنی ۱۸ تا ۲۹ سال، ۴۹٫۴ درصد از گروه سنی ۳۰ تا ۴۹ سال و ۴۴٫۴ درصد افراد ۵۰ سال و بالاتر گفته‌اند فقط از رسانه‌های اجتماعی خارجی استفاده می‌کنند. همچنین درصد افرادی که گفته‌اند از هیچکدام از رسانه‌های اجتماعی (داخلی و خارجی) استفاده نمی‌کنند در بین سنین ۵۰ سال و بالاتر (۳۴ درصد) بیشتر از دیگر گروه‌های سنی است. این میزان در بین افراد ۱۸ تا ۲۹ سال ۲۱٫۵ درصد و در بین افراد ۳۰ تا ۴۹ سال ۲۶ درصد است. استفاده پاسخگویان از رسانه‌های اجتماعی برحسب سایر متغیرهای زمینه‌ای تفاوت معناداری ندارد.

از شهروندانی که از رسانه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند، پرسیده شده است «معمولاً هر چند وقت یکبار وارد رسانه‌های اجتماعی که برایتان می‌خوانم می‌شوید؟» طبق یافته‌های نظرسنجی، واتساپ از رسانه‌های اجتماعی پرتعدادی است که فقط ۳٫۱ درصد از کسانی که حداقل از یک رسانه اجتماعی استفاده می‌کنند گفته‌اند از آن اصلاً استفاده نمی‌کنند. اما ۴۴٫۸ درصد در طول روز به طور مستمر از آن استفاده می‌کنند. ۴۰٫۶ درصد روزی یک یا چندبار، ۹٫۲ درصد هفته‌ای یک یا چندبار و ۲٫۳ درصد ماهی یک یا چندبار از واتساپ استفاده می‌کنند.

بعد از واتساپ، اینستاگرام از رسانه‌های محبوب شهروندان به شمار می‌رود که ۲۷٫۱ درصد در طول روز به صورت مستمر از آن استفاده می‌کنند. ۳۹٫۳ درصد روزی یک یا چندبار، ۱۲٫۴ درصد هفته‌ای یک یا چندبار و ۲٫۷ درصد ماهی یک یا چندبار به آن سر می‌زنند. ۱۸٫۵ درصد کاربران اصلاً وارد این رسانه اجتماعی نمی‌شوند.

۳۵٫۶ درصد کاربران رسانه‌های اجتماعی، اصلاً از تلگرام استفاده نمی‌کنند، اما ۱۲٫۹ درصد در طول روز به طور مستمر، ۲۷٫۳ درصد نیز روزی یک یا چندبار، ۱۷٫۹ درصد هفته‌ای یک یا چندبار و ۶٫۳ درصد ماهی یک یا چندبار وارد تلگرام می‌شوند.

فصلنامه

نمایه
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

۷۸ درصد کاربران رسانه‌های اجتماعی از روبیکا استفاده نمی‌کنند. فقط ۱٫۷ درصد در طول روز به‌طور مستمر، ۶٫۸ درصد روزی یک یا چندبار، ۷٫۶ درصد هفته‌ای یک یا چندبار و ۵٫۹ درصد ماهی یک یا چندبار از آن استفاده می‌کنند.

سروش یکی دیگر از رسانه‌های اجتماعی داخلی است که ۸۸٫۱ درصد کاربران رسانه‌های اجتماعی از آن استفاده نمی‌کنند و فقط ۰٫۸ درصد شهروندان در طول روز به‌طور مستمر به آن سر می‌زنند. ۳٫۸ درصد روزی یک یا چندبار، ۳٫۷ درصد هفته‌ای یک یا چندبار و ۳٫۵ درصد ماهی یک یا چندبار وارد سروش می‌شوند.

از کاربران رسانه‌های اجتماعی پرسیده شد «آیا خود شما از طریق رسانه‌های اجتماعی کسب درآمد دارید؟» براساس نتایج نظرسنجی، ۱۹٫۸ درصد کاربران (معادل ۱۴٫۵ درصد کل نمونه) گفته‌اند از طریق رسانه‌های اجتماعی کسب درآمد می‌کنند و در مقابل ۸۰٫۲ درصد گفته‌اند درآمدی از طریق رسانه‌های اجتماعی ندارند. کسب درآمد شهروندان از طریق رسانه‌های اجتماعی در بین زنان و مردان متفاوت است. به‌طوری که مردان بیشتر از زنان بیان کرده‌اند از طریق رسانه‌های اجتماعی کسب درآمد می‌کنند. کسب درآمد از طریق رسانه‌های اجتماعی بر حسب سایر متغیرهای زمینه‌ای تفاوت معناداری ندارد.

در ادامه از کسانی که از رسانه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند پرسیده شد «آیا شما یا اعضای خانواده‌تان از طریق رسانه‌های اجتماعی مجازی مثل تلگرام، روبیکا و اینستاگرام کالا یا خدمات خرید می‌کنید؟». از بین کسانی که از رسانه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند، ۵۵ درصد گفته‌اند خود یا اعضای خانواده‌شان از طریق رسانه‌های اجتماعی مجازی کالا یا خدمات خرید می‌کنند. خرید کالا و خدمات از طریق رسانه‌های اجتماعی مجازی در بین زنان و مردان متفاوت است. به‌طوری که زنان بیشتر از مردان بیان کرده‌اند از طریق رسانه‌های اجتماعی مجازی خرید می‌کنند. خرید کالا و خدمات از طریق رسانه‌های اجتماعی بر حسب سایر متغیرهای زمینه‌ای تفاوت معناداری ندارد.

در سؤالی از کاربران رسانه‌های اجتماعی پرسیده شد: «درمجموع چقدر نگران هستید که ناخواسته اطلاعات شخصی‌تان در رسانه‌های اجتماعی فاش شود؟» بر اساس نتایج نظرسنجی حاضر، ۴۴٫۸ درصد کسانی که از رسانه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند، اصلاً نگران فاش شدن اطلاعات شخصی خود در رسانه‌های اجتماعی نیستند. ۹٫۶ درصد به میزان کم، ۱۶٫۸ درصد به میزان زیاد و ۱۳٫۹ درصد تا حدودی در این خصوص احساس نگرانی می‌کنند. ۱۴٫۸ درصد کاربران کاملاً نگران فاش شدن اطلاعات شخصی خود در رسانه‌های اجتماعی هستند.

میزان نگرانی پاسخگویان از فاش شدن اطلاعات شخصی در رسانه‌های اجتماعی

در بین زنان و مردان متفاوت است. به طوری که مردان بیشتر از زنان در این خصوص اظهار نگرانی کامل و زیاد کرده‌اند. میزان نگرانی پاسخگویان از فاش شدن اطلاعات شخصی خود در رسانه‌های اجتماعی برحسب سایر متغیرهای زمینه‌ای تفاوت معناداری ندارد.

نگرانی پاسخگویان از فاش شدن اطلاعات شخصی خود در رسانه‌های اجتماعی برحسب نوع رسانه‌های اجتماعی مورد استفاده (داخلی و خارجی) متفاوت است. ۵۳٫۶ درصد از کسانی که فقط از رسانه‌های اجتماعی داخلی استفاده می‌کنند، اصلاً نگران فاش شدن اطلاعات شخصی خود در رسانه‌های اجتماعی نیستند. این نسبت برای کسانی که فقط از رسانه‌های اجتماعی خارجی استفاده می‌کنند ۴۸٫۹ درصد است.

■ نحوه پیگیری اخبار روز جامعه توسط شهروندان، مرکز افکارسنجی دانشجویان ایران (ایسپا)، شهریور ۱۴۰۰:

مرکز افکارسنجی دانشجویان ایران به منظور پایش افکار عمومی در ارتباط با نحوه پیگیری اخبار روز جامعه، در روزهای ۲۱ تا ۲۵ شهریور ۱۴۰۰ یک نظرسنجی در مقیاس ملی و با شیوه مصاحبه تلفنی انجام داده است. جامعه آماری این نظرسنجی کلیه شهروندان ۱۸ سال به بالای ساکن در مناطق شهری و روستایی کل کشور و تعداد نمونه آن ۱۵۸۱ نفر بوده است.

۵۰٫۲ درصد پاسخگویان این نظرسنجی مرد و ۴۹٫۸ درصد زن هستند. ۲۷ درصد پاسخگویان در رده سنی ۱۸ تا ۲۹ سال، ۴۵٫۸ درصد در رده سنی ۳۰ تا ۴۹ سال و ۲۷٫۲ درصد در رده سنی ۵۰ سال و بالاتر قرار دارند. ۲۳٫۸ درصد مجرد، ۶۹٫۹ درصد متاهل و ۶٫۳ درصد بدون همسر بر اثر طلاق یا فوت همسر هستند. ۳۸٫۳ درصد پاسخگویان در مراکز استان، ۳۵٫۶ درصد در شهرهای کوچک‌تر و ۲۶٫۱ درصد در روستاها سکونت دارند.

جهت بررسی نحوه پیگیری اخبار روز جامعه توسط پاسخگویان در سؤالی پرسیده شد «شما اخبار روز جامعه را بیشتر از چه طریقی پیگیری می‌کنید؟» پاسخگویان فقط می‌توانستند یک گزینه را انتخاب کنند. ۴۲٫۱ درصد پاسخگویان در پاسخ به این سؤال صداوسیما، ۴۱٫۴ درصد فضای مجازی (رسانه‌های اجتماعی و سایت‌های خبری)، ۵۰٫۱ درصد شبکه‌های ماهواره‌ای، ۲ درصد دوستان و آشنایان، ۰٫۲ درصد روزنامه‌ها و ۶٫۹ درصد سایر موارد را انتخاب کرده‌اند. ۲۰٫۳ درصد نیز به این سؤال پاسخ ندادند. مقایسه این نتایج با یافته‌های پیشین ایسپا نشان می‌دهد پیگیری اخبار روز از طریق صداوسیما در شهریورماه ۱۴۰۰ نسبت به اسفند ۱۳۹۷، ۱۵٫۶ درصد کاهش یافته است.

فصلنامه

نمایه
پژوهشدوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

درمقابل استفاده از فضای مجازی به عنوان منبع کسب خبر در این بازه زمانی بیش از ۱۵ درصد افزایش یافته است.

زنان (۴۸.۴ درصد) بیشتر از مردان (۳۷.۸ درصد) از صداوسیما و مردان (۴۷.۲ درصد) بیشتر از زنان (۳۷.۳ درصد) از فضای مجازی به عنوان منبع کسب خبر استفاده می‌کنند.

براساس نتایج این نظرسنجی تفاوت بارزی در نحوه پیگیری اخبار در میان گروه‌های سنی مشاهده می‌شود. ۷۰.۱ درصد افراد ۵۰ سال به بالا گفته‌اند اخبار روز را بیشتر از طریق صداوسیما دنبال می‌کنند. این میزان در گروه سنی ۳۰ تا ۴۹ سال ۳۸.۵ درصد و در گروه سنی ۱۸ تا ۲۹ سال تنها ۲۳.۹ درصد است. در مقابل ۶۴.۸ درصد شهروندان گروه سنی ۱۸ تا ۲۹ سال گفته‌اند فضای مجازی مهم‌ترین منبع آن‌ها برای کسب اخبار است. این میزان در گروه سنی ۳۰ تا ۴۹ سال ۴۶.۵ درصد و در گروه سنی ۵۰ سال به بالا تنها ۱۳.۲ درصد است.

۴۷.۵ درصد افراد متأهل و ۲۴.۹ درصد افراد مجرد صداوسیما را به عنوان مهم‌ترین منبع کسب خبر خود اعلام کرده‌اند.

۶۱.۸ درصد کسانی که تحصیلات زیردیپلم دارند اخبار را بیشتر از طریق صداوسیما دنبال می‌کنند. این میزان در بین افراد دارای تحصیلات دیپلم ۴۲.۲ درصد و در بین افراد با تحصیلات دانشگاهی ۲۸.۳ درصد است. در مقابل ۶۰.۵ درصد افراد دارای تحصیلات دانشگاهی، ۴۲.۵ درصد از افراد دارای دیپلم و ۲۰.۳ درصد افراد با تحصیلات زیردیپلم برای کسب اخبار روز بیشتر به فضای مجازی مراجعه می‌کنند.

یافته‌های این نظرسنجی نشان می‌دهد مرجعیت صداوسیما به عنوان مهم‌ترین منبع کسب اخبار با افزایش هزینه سرانه خانوار کاهش می‌یابد. در حالی که ۵۵.۶ درصد از کسانی که گفته‌اند سرانه هزینه خانوار آن‌ها کمتر از یک میلیون تومان است، گزینه صداوسیما را انتخاب کرده‌اند، این میزان در بین اعضای خانوارهای با سرانه هزینه سه میلیون تومان و بیشتر ۳۱.۳ درصد است. در عوض مراجعه به فضای مجازی به عنوان مهم‌ترین منبع کسب اخبار با افزایش سرانه هزینه خانوار بیشتر می‌شود. ۵۱.۵ درصد اعضای خانوارهای با سرانه هزینه ۳ میلیون تومان یا بیشتر و تنها ۲۹.۶ درصد اعضای خانوارهای با سرانه هزینه کمتر از یک میلیون تومان گزینه فضای مجازی را انتخاب کرده‌اند.

۵۸.۷ درصد ساکنان روستاها گفته‌اند برای آگاهی از اخبار روز بیشتر به صداوسیما مراجعه می‌کنند. این میزان در شهرهای مرکز استان ۳۷.۹ درصد و در سایر شهرها ۳۷.۴ درصد است. مراجعه به فضای مجازی به عنوان منبع کسب اخبار روز در روستاها ۲۶.۴ درصد، در شهرهای مرکز استان ۴۷.۵ درصد و در سایر شهرها ۴۸.۲ درصد بوده است.

■ تولید و مصرف فرهنگی، زیست فرهنگی استادان دانشگاه به مثابه زیست از دست رفته، موسسه

مطالعات فرهنگی اجتماعی، مجری: حامد طاهری کیا، پاییز ۱۳۹۹.

این پژوهش به دنبال بررسی چگونگی مصرف آثار فرهنگی و هنری اساتید دانشگاه بوده و آن را در قالب زیست فرهنگی اساتید، به مسئله تبدیل کرده است. زیست فرهنگی یک استاد دانشگاه ایرانی چگونه است؟ برای پاسخ به این پرسش نیز اشاره‌ای به وضعیت زیست علمی اساتید داشته‌اند تا بتوانند آنچه از موقعیت زیست علمی استاد بر زیست فرهنگی او تأثیر می‌گذارد، ترویجی بهتر پیدا کنند؛ بنابراین، پژوهش حاضر بر اساس روش شناختی کیفی در دو دانشگاه دولتی تهران و دانشگاه آزاد واحد تهران مرکز انجام شده است. در دو دانشگاه یادشده، دانشکده‌های مختلفی قرار دارند که در سه گروه عمده هنر، علوم انسانی و مهندسی با ۱۲۰ استاد مصاحبه به عمل آمده است. در نتیجه‌گیری آمده است که زیست علمی اساتید در ساختار اداری دانشگاه به گونه‌ای درگیر شده است که باید به تعداد انبوه متن علمی چاپ کنند، زیرا به جز آن موقعیت استادی از دست می‌رود؛ بنابراین، استاد به کارگر فرهنگی تبدیل شده است که مدام باید متن علمی تولید کند و این، خارج از استانداردهای تولید متن علمی نوآورانه است. پس استاد دچار سرخوردگی است. از طرفی دانشگاه ایرانی نیز نسبت به وضعیت زیست فرهنگی استاد بی‌اعتناست؛ بدین ترتیب، اولویت استاد ایرانی گذراندن زمان در حوزه تخصصی است و او نسبت به ضرورت مصرف آثار فرهنگی و هنری نه تنها آگاهی ندارد، بلکه در وضعیت بحرانی به سر می‌برد.

این پژوهش بیان می‌کند که وقتی زیست فرهنگی اساتید دانشگاه این گونه گرفتار از هم‌پاشیدگی است، تأثیرهای آن به زیست فرهنگی آن‌ها هم سرایت می‌کند. بسیاری از کارهای دانشگاه، به زندگی خصوصی اساتید نیز کشیده می‌شوند و اساتید در استرسی به سر می‌برند که آن نیز با مسائل معیشتی و تأمین نبودن زندگی آن‌ها همراه است. چنین سرخوردگی‌هایی که ناشی از مصائب اشغال موقعیت استادی دانشگاه است، آن‌ها را با افول شوق، روزمرگی، مرگ انگیزه‌ها و از خود بیگانگی همراه می‌کند؛ به همین سبب، استفاده از آثار فرهنگی و هنری برای استاد به موضوعی دست‌چندم تبدیل می‌شود. وقتی بسترهای نوآوری خشک می‌شوند، دیگر استاد به دنبال ارتباط با دنیای پیرامون برای توسعه مرزهای تخصصی‌اش نیست. زیست فرهنگی استاد، تنها فرصت برای قرارگرفتن در معرض حوزه‌های معرفتی مختلف است.

■ مطالعه‌ای بر تجربه زیسته از تحقیر اجتماعی در روابط استاد-شاگردی (شناسایی ارجاعات معنایی

و گونه‌های تحقیر)، موسسه مطالعات فرهنگی و اجتماعی، مجری: مهشید شهیدی، پاییز ۱۳۹۹.

در این پژوهش به بررسی فهم و درک دانشجویان از تحقیر در روابط استاد-شاگردی است. در این پژوهش با روش کیفی با ۴۵ نفر از دانشجویان شریف، بهشتی و تهران

فصلنامه

نمایه
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

مصاحبه شده است. تجربه دانشجویان از تحقیر در رابطه با استاد در سه مضمون کلی معنا دهی شده است: یک سویتی قدرت، تاکید بر هنجارهای آموزشی و القای فرودستی و بازسازی سلطه. همچنین چهارگونه تحقیر در این پژوهش شناسایی شده است: تحقیر مبتنی بر ویژگی‌های فردی، تحقیر مبتنی بر موقعیت اجتماعی، تحقیر مبتنی بر عدم انطباق با هنجارهای اجتماعی و تحقیر مبتنی بر ارزش‌های آموزشی.

این پژوهش بیان می‌کند که: یک سویتی قدرت، به این معنا ارجاع داشته ایت که دسترسی استادان به فرصت‌ها، امتیازات و منابع سبب شده است تا دانشجویان تحت کنترل آن‌ها دربیایند؛ بر این اساس، عدم پاسخگویی استادان در خصوص نمرات و اعمال قدرت در این خصوص یکی از زمینه‌های ایجاد حس تحقیرشدگی در دانشجویان بوده است. پاسخ‌دادن به سوالات دانشجویان در کلاس‌های درس نیز از دیگر مصادیق این یک سویتی، تاکید استادان بر وظایف دانشجویان بدون ارجاع به وظایف خود است. باید توجه داشت که این مقوله بیش از هر چیز نشان می‌دهد که استادان در تعامل با دانشجویان چه تفاوت‌هایی در دسترسی قدرت دارند، از چه ابزارهایی در این زمینه استفاده می‌کنند و تا چه میزان این نابرابری در ساختار آموزشی نهادینه شده است. یکی دیگر از مضامین معنایی اشاره شده از سوی دانشجویان، تاکید بر بازسازی سلطه از سوی استادان و القای حس فرودستی به دانشجویان است که اغلب با سرکوب ابراز نظر در کلاس‌ها و تاکید بر ناتوانی و بی‌سوادی دانشجویان همراه بوده است.

دیگر مضمون مطرح شده از سوی دانشجویان، بحث تاکید بر هنجارهای آموزشی بوده است؛ بر این اساس، هنجارهای موجود در فضای آموزشی، عامل تحقیر دانشجویان بوده است. در واقع، به نظر می‌رسد که در هر واحد آموزشی هنجارهایی خاص غالب است که عدم انطباق با آن هنجارها و استانداردها می‌تواند به تحقیر دانشجویان منجر شود؛ بر این اساس، یک مولفه تحقیر و نادیده انگاری دانشجویان ضعیف است، مولفه دوم تاکید بر خطاهای دانشجویان و یادآوری آن‌هاست و مولفه سوم به ایدئال‌ها شخصی استادان اشاره دارد. بدین ترتیب، پیروی از یک رویکرد یا مکتب در فضای آموزشی می‌تواند به تحقیر و طرد دانشجویانی منتهی شود که از آن رویکرد خاص پیروی نمی‌کنند.

■ دستاوردها و چالش‌های حضور زنان در آموزش عالی: با تاکید بر مسائل اجتماعی، موسسه

مطالعات فرهنگی و اجتماعی، مجری: اعظم ازاده، پاییز ۱۳۹۹.

این پژوهش در پی یافتن این پرسش‌هاست: تا چه میزان می‌توان مقوله آسیب اجتماعی زنان را به تحصیلات دانشگاهی مرتبط ساخت؟ به عبارت دیگر آیا دانشگاه و حضور در فضای دانشگاه در افزایش جرم زنان مؤثر است؟ در این بین باید نکاتی را مدنظر قرارداد؛

نخست آنکه آیا سایر بخش‌ها و نهادهای جامعه از این تأثیرگذاری مستثنا هستند؟ و دیگر آنکه باید مشخص شود چه امری در زمرهٔ تخلف و چه مواردی در زمرهٔ جرم قرار دارد؟ پاسخ به این سؤالات منوط به بررسی پدیدهٔ تحصیلات زنان و آسیب اجتماعی در فضای عمومی است نه تنها در گسترهٔ فضای دانشگاه؛ بر همین اساس در پژوهش حاضر سعی شده است از مجموعه پژوهش‌های موجود در حوزل آسیب‌های اجتماعی و جرائم، نه تنها در حوزهٔ زنان تحصیل کرده و یا در حال تحصیل در مراکز آموزش عالی، بلکه از مجموعه مقالات، پایان‌نامه‌ها و طرح‌های پژوهشی‌ای که به قیاس زنانه و مردانه بودن جرائم و آسیب‌های اجتماعی با در نظر گرفتن سایر شرایط دیگر پرداخته‌اند، نیز بهره برد. بر این اساس ۸۱ عنوان پژوهشی، به روش فراتحلیل مورد بررسی قرار گرفت که در نهایت نتایج حاصل بدین صورت بوده است: برخورداری بیشتر از سرمایهٔ اجتماع بازدارندهٔ مواجهه دختران دانشجو با رفتارهای غیراخلاقی است. آسیب‌های اجتماعی دختران دانشجو با آسیب‌های روانی آنان ارتباط دارد. با این حال آسیب‌های فرهنگی و اجتماعی در بین دانشجویان دختر و پسر نسبت به جامعه کمتر است. مشکلات دانشجویان دختر غیربومی ساکن در خوابگاه در سه طبقهٔ فردی، امکانات خوابگاه و مدیریتی، شناسایی شده و آسیب‌های زندگی دانشجویی برای برخی دانشجویان غیربومی در چهار طبقهٔ جسمانی، روانی، تحصیلی و ناهنجاری‌های اخلاقی رفتاری شناسایی شده‌اند. میزان جرائم با تأکید بر ضمانت اجرای قانونی در میان دانشجویان دختر بر اساس یافته‌ها بسیار محدود گزارش شده است.

این پژوهش به چهار پرسش این‌گونه پاسخ داده است: بین جنسیت و جرائم و آسیب‌های اجتماعی تفاوتی وجود دارد؟ آیا زنان و مردان از لحاظ نوع، میزان و نرخ جرائم و آسیب‌های اجتماعی تفاوت دارند؟ یافته‌ها حاکی از آن بود که: تقریباً در همهٔ انواع کجروی، پسران بیش از دختران مرتکب رفتار انحرافی شده‌اند.

آیا در میان تحصیل کرده‌ها و دانشجویان زن و مرد در نوع و میزان و نرخ جرائم و آسیب‌های اجتماعی تفاوتی وجود دارد؟ آیا دختران دانشجو بیشتر مرتکب جرائم و آسیب‌های اجتماعی‌اند یا پسران دانشجو؟ آیا جرائم با ضمانت اجرای قانونی یا انحرافات و آسیب‌های اجتماعی با ضمانت اجرای اجتماعی در میان دختران و پسران دانشجو متفاوت است؟ یافته‌ها حاکی از آن بود که: پسران دانشجو بیش از دختران دانشجو خطرپذیر هستند.

با فرض تفاوت در نرخ و نوع و میزان جرائم و آسیب‌های اجتماعی بین زنان و مردان، چه نوع پژوهش‌هایی در حوزهٔ زنان انجام شده و به چه نتایجی دست یافته‌اند و آیا می‌توان به این مهم پاسخ داد که زنان در مبحث جرم چگونه‌اند؟ ساختار و نوع جرم زنان چگونه است؟ یافته‌ها حاکی از آن بود که جرم به عنوان فرمی از آسیب

فصلنامه

نمایه
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

اجتماعی که با منع قانونی همراه است، عملی تلقی می‌شود که تمامی افراد جامعه را در برمی‌گیرد اما در مقابل تخلف به معنای نقض قواعد غیررسمی است که در بستر تاریخی افراد را مستوجب تنبیه می‌داند که در خصوص جامعه ایران، بخشی قابل توجهی از آن برگرفته از ساختار ایدئولوژیک حاکم بر شرایط جامعه است. ساختاری که شاخص‌های مشخص و قطعی را ایجاد کرده و با بهره‌گیری از آن دست به طبقه‌بندی افراد به گروه‌های بهنجار و نابهنجار می‌زند که برخی از مواردی که در زمره انحراف و آسیب زنان تحصیل‌کرده مطرح می‌شود، در این دسته جای دارد. به عنوان مثال با تکیه بر پژوهش‌های مورد بررسی در خصوص اعتیاد، مصرف مواد در بین مردان رایج‌تر و بیشتر از زنان بود که بیانگر آن است که عوامل قانونی، فرهنگی، تربیتی و جغرافیایی در افزایش شیوع مصرف در بین زنان دخالت دارند که بر اساس فاکتور جنسیت بیش از ۷۰ درصد جامعه آماری معتقد بودند که در آینده دختران به اندازه پسران به مواد مخدر گرایش دارند اما در حال حاضر سهم زنان از گروه مصرف‌کنندگان کمتر از ۱۰ درصد است. وضعیت جرائم و آسیب‌های اجتماعی در دختران دانشجو چگونه است؟ نتایج بررسی گواه این واقعیت بود که زنان نیز شهروندانی از این جامعه محسوب می‌شوند با باورها، ویژگی‌های شخصیتی خاص خود که بسته به شرایط گوناگون اجتماعی، فرهنگی، شخصیتی و حتی اقتصادی خود، دست به رفتار می‌زنند؛ بنابراین در یک وضعیت یکسان، واکنش متفاوتی از افراد بروز می‌کند.

■ کیانی‌ده‌کیانی، کیوان (۱۴۰۰). علل رکود جنبش دانشجویی در ایران (بررسی موردی دهه ۹۰)، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه خوارزمی، دانشکده حقوق و علوم سیاسی. دانشجویان همواره به مثابه یک نیروی اجتماعی فعال در تحولات سیاسی-اجتماعی جوامع تأثیرگذار بوده و همچنین به عنوان یک قشر منتقد در قالب جنبش دانشجویی، بر تصمیم‌گیری‌های سیاسی و روند سیاست‌های جامعه در راستای اصلاح یا تغییر موثر بوده‌اند. جنبش دانشجویی در ایران فراز و فرودهای بسیاری را تجربه کرده است. در دوره‌ای از تاریخ معاصر، دانشجویان در قالب تشکلهای مختلف با ایجاد امواج فکری و تحرک در جامعه، موجب اصلاحات سیاسی و فکری در سطح حاکمیت و اجتماع شده‌اند. اما در دوره‌ای نیز در مقایسه با دوره‌های گذشته، شاهد بی‌تحرکی و انفعال جنبش‌های دانشجویی بوده‌ایم. پایان‌نامه حاضر با هدف بررسی علل رکود جنبش دانشجویی در ایران در دهه ۱۳۹۰ با روش مصاحبه خبرگان سامان یافته است. مصاحبه‌شوندگان ۱۵ نفر از فعالان جنبش‌های دانشجویی و کارشناسان این حوزه بودند. روش گردآوری داده‌ها از طریق مصاحبه نیمه ساختاریافته و روش تحلیل داده‌ها روش تفسیری است. از نتایج تحقیق اینکه مشخص شد «تغییر گفتمان حاکم

بر مجامع دانشجویی از آرمان‌گرایی به واقع‌گرایی و محاسبه‌گری، و از رادیکالیسم به محافظه‌کاری و همچنین سرخوردگی از فعالیت‌های پیشین جنبش‌های دانشجویی در حمایت از جریان‌ات سیاسی بدون دست یافتن به نتیجه‌ای ملموس، باعث رکود فعالیت‌های دانشجویی ایران در سال‌های دهه ۱۳۹۰ شده است».

■ طه یاسین، اسراء (۱۳۹۹). تأثیر قدرت نرم و رسانه‌های اجتماعی بر فرهنگ تظاهرات، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، جامعه المصطفی العالمیه، موسسه آموزش عالی علوم و معارف.

این پایان‌نامه شامل تأثیر قدرت نرم و شبکه‌های رسانه‌های اجتماعی بر فرهنگ اعتراض است. این مطالعه به نقش شبکه‌های رسانه‌های اجتماعی در شکل‌گیری افکار عمومی به‌مثابه ابزاری با قدرت نرم که به مردم در صحنه‌های تظاهرات هدایت می‌شود، می‌پردازد. محقق در این مطالعه همچنین سعی کرد اثبات کند که تغییرات فکری تحت تأثیر رسانه‌ها روند خارجی به سمت قدرت نرم با حفظ نقش و اثربخشی قدرت سخت در صورت لزوم است. این مطالعه همچنین به دنبال اثبات نقش موتورهای رسانه‌های اجتماعی در ایجاد تغییر در برخی از کشورهای عربی است. محقق در این مطالعه به چندین رویکرد علمی از جمله روش توصیفی و تحلیلی متکی بود. هدف از بکارگیری این روش در این مطالعه دستیابی به درک و آگاهی دقیق از ابعاد واقع بینانه پدیده‌ها و موضوعات. از این رو، قوانین اساسی که رویکرد توصیفی بر اساس آن استوار است، تعریف پدیده مورد بررسی علاوه بر بررسی، مطالعه و تجزیه و تحلیل آن با تلاش برای توصیف تحلیل مفهوم قدرت نرم و تأثیر آن بر رسانه‌های اجتماعی و ارتباط آن با فرهنگ اعتراض در منطقه عرب است. محقق به روش تجزیه و تحلیل سیستماتیک متکی بود، همان‌طور که مطالعه بر مقایسه بین قدرت نرم و قدرت سخت متکی بود برای سیاست خارجی و روشن کردن تأثیرات و نتایج تولید شده توسط هر دو نیرو، چه منفی و چه مثبت، و از این طریق محقق به چندین نتیجه رسید، از جمله اینکه بین حق مقاومت در برابر استبداد و حق آزادی اعتراض مسالمت‌آمیز رابطه وجود دارد. با وجود تفاوت بین آن‌ها به‌عنوان حق، حالت دوم معمولاً مقدم بر اولی است. موضوع حق اعتصاب از نظر حق جمعی بودن و همچنین این واقعیت که اعتصاب‌کنندگان می‌توانند در صورت تصمیم‌گیری اعتصاب‌کنندگان برای بیرون رفتن در خیابان و همچنین حق آزادی اعتراض مسالمت‌آمیز، تضمین لازم را داشته باشند. همان‌طور که قوه قضائیه با متوقف کردن اجرای قانون سازماندهی تظاهرات در صورت غیرقانونی بودن قانون یا اعتراض قبلی به آن قبل از صدور قانون، نقش اصلی در محافظت از این را حق دارد.

فصلنامه

نمایه
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

تازه‌های کتاب

● سماء کشاورز دیزجینی



شهر و سینما در ایران، نویسنده: بهارک محمودی، نشر: علمی فرهنگی، چاپ اول ۱۴۰۰، قیمت: ۵۵۰۰۰ هزار تومان.

شهری که در سینما باز نمایانده می شود چگونه شهری است؟ ابعاد رابطه میان شهر و سینما کدام است؟ سینما ضمن آنکه میان خاطره و امر بازنموده پیوند ایجاد می کند آن را از طریقی دیگر به نحوی بسط می دهد که گویی از نو خلق می شود. شهر در سینما از نو ساخته می شود و بخش هایی هم از آن از خاطره ما پاک می شود؛ شهری که سینما را ممکن کرده و سینمایی که شهر را توسعه می دهد. محلات و نقاطی از شهر را ابتدا سینما کشف می کند و سپس این مکان ها در واقعیت جایگاهی می شوند برای زیستن و رجوع.

از سویی دیگر سینما هم به برخی مکان ها برای نشان دادن شهر رجوع می کند. تحقیق در باب نشانه های شهری در سینما چگونه ممکن است؛ برج آزادی، پل طبیعت، یا تصویری عمیق و چندوجهی از بخشی از شهر که تولید خاطره می کند؟ آیا تحقیق در این زمینه مستلزم نوعی نگاه نخبه گرایانه بر بازنمایی شهر است با نگاهی مبتنی بر زندگی روزمره، آیا سینماگران در پی ارسال پیامی عامدانه و به اصطلاح روشنگرانه در ارتباط با شهر هستند یا اینکه شهر خود را غیرمستقیم از خلال فیلم آشکار می کند و ابعاد معمولی زندگی را باز می تابانند؟ مقالات این کتاب در پاسخ به پرسش ها و مسائل مذکور تدوین شده است، و نویسندگان تلاش کرده اند پاسخی منسجم پیشنهاد کنند.

همبستگی اجتماعی و دشمنان آن، نویسنده: آرمان ذاکری، نشر: نی، چاپ اول ۱۴۰۰، قیمت: ۱۲۰/۰۰۰ هزار تومان.

در ایران زمینه های شکل گیری مکتب دورکیم و همچنین تداوم آن در فرانسه چندان شناخته نیست و همین مسئله باعث شده اساساً روایت رادیکال از دورکیم، در نظر اغلب جامعه شناسان

فصلنامه

نمایه پژوهش

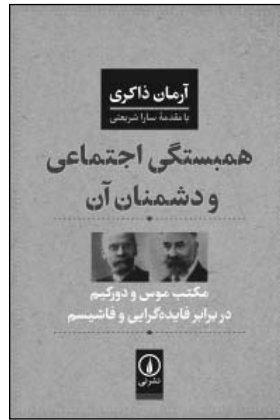
دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

۲۴۵

سیاسی، برای شکل‌گیری دموکراسی و بقای آن ضروری است.



- انقلاب در میراث فرهنگی، نویسنده: سارا کریمی
 چاپ اول ۱۴۰۰، قیمت: ۴۸۰۰۰ هزار تومان.
 انقلاب در میراث فرهنگی به روند پر نشیب و فراز سازمان میراث فرهنگی در فرایند شکل‌گیری مدرنیته‌ی ایرانی می‌پردازد. برای آن‌که بدانیم هویت ایرانی در دنیای مدرن چگونه ساخته شد، باید مواد و مصالح نخستین آن را بشناسیم. یکی از مهم‌ترین عناصر هویت ملی، رویکردی است که با آن تاریخ خود را بازخوانی می‌کنیم. این پژوهش به این پرسش پاسخ می‌دهد که از زمانی که تمنای مدرن شدن در ایران اوج گرفت، چه ایده‌هایی درباره میراث تاریخی‌مان مطرح شد؛ این ایده‌ها چگونه تبدیل به برنامه‌های عملی شدند و شهرهای ما را تغییر شکل دادند؟ در این شهرها چه چیز میراث تلقی شد و با آن چه کردند؟
 برای پاسخ به این پرسش‌ها فرایند

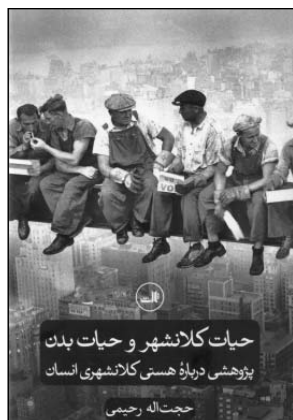


ایرانی، متأثر از خوانش پارس‌نوی از دورکیم، بسیار دور از ذهن باشد. اثر حاضر تلاشی است برای عبور از درک مسلط از دورکیم در جامعه‌شناسی ایران و گشودن راه برای خوانشی رادیکال از او و پیروانش... به طور کلی مکتب دورکیمی، هم در برابر اتمیزاسیون ناشی از سیاست‌های نئولیبرال و فایده‌گرا و هم در برابر واکنش‌های فاشیستی و هویت‌خواهانه جوامع توده‌ای و ناامن که اعضای آن برای دستیابی به همه نداشته‌های خود به چهره‌های اقتدارگرا پناه می‌برند، از بازسازماندهی اجتماعی و شکل‌گیری نهادهای واسط مانند اصناف، اتحادیه‌ها و انجمن‌ها دفاع کرده است. از نظر آن‌ها وجود گروه‌های ثانوی میان دولت و افراد از به وجود آمدن جامعه‌ی توده‌ای و دولت توتالیتر ممانعت می‌کند. سازماندهی اجتماعی، از پایین در قالب‌های متنوعی چون انجمن‌ها، اصناف، سندیکاها، سمن‌ها و سایر تشکلهای اجتماعی و مشارکت آن‌ها در حیات اجتماعی و

فصلنامه

نمایه پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
 سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰



- حیات کلانشهر و حیات بدن، نویسنده: حجت‌اله رحیمی، نشر: ثالث، چاپ اول ۱۴۰۰، قیمت: ۶۸۰۰۰ هزار تومان.

در دیالکتیک بدن و کلانشهر، کلانشهر و ماشین‌های آن تمامیت خود را به بدنی منتقل می‌کنند که هرگز به دنبال تمامیت نبوده است، بلکه پیوسته در طلب فقدان، شدن، گشودگی به روی جهان و رهایی است. اگر به عمیق‌ترین لایه‌های زندگی خود رجوع کنیم، خواهیم دید چیزی که ما می‌خواهیم و آرزو می‌کنیم، گشودگی به روی جهان به جای فروبستگی نسبت به آن، شدن پیوسته به جای سکون، و شور و هیجان به جای کرختی و افسردگی در حیات است. نه تمامیت، نه کلیت، نه سلطه و نه توقیف جریان زندگی، هیچ‌کدام با حیات بدن مناسبتی ندارند. مسئله اساسی حیات بدن در کلانشهر این نیست که کلانشهر تمامیتی را عرضه می‌کند که مطلوب بدن ساکن در کلانشهر نیست، بلکه این است که بدن اساساً طالب تمامیت نیست، زیرا دچار فقدان، و

مدرنیزاسیون در ایران را مروری اجمالی می‌کنیم و سپس با تمرکز بر چهار دهه پس از انقلاب ۱۳۵۷، درباره ایده‌ها و برنامه‌های متولیان میراث فرهنگی بحث می‌کنیم. با تمرکز بر دوره ۱۳۵۷ تا ۱۳۹۲ (یعنی از شکل‌گیری تا اتمام دوره سازمان میراث فرهنگی) پژوهش بر این مدار اصلی شکل می‌گیرد که تناقضات در عرصه میراث فرهنگی ناشی از مبانی نظری است یا مدیریت اجرایی. درواقع، مؤلفان این کتاب فقط به بررسی توصیفی تاریخی نپرداخته‌اند، بلکه در پرسش نقادانه از کنشگران تاریخی، با بررسی جزء به جزء فرایند شکل‌گیری سازمان میراث فرهنگی، تلاش کرده‌اند نگاه کلی خود به سرگذشت این سرزمین را از دست ندهند. هدف آن بوده که در تاریخ میراث فرهنگی، تاریخ ایران مدرن مشاهده شود و شکل‌گیری یک سازمان و نحوه عملکرد آن و نیروهای درونش در تاریخ ایران مدرن فهم شود. این شیوه از پژوهش تاریخی که با کلامی روایی همراه شده، بر آن است تا با نزدیک شدن به حوزه مشخصی از تاریخ سرزمینی، مسیر تکوین آن را ترسیم کند و تناقض‌ها و هماهنگی‌های درونی آن را نشان دهد. از مسیر آشکارسازی این ظرفیت‌ها، امکانات و محدودیت‌های موجود در صحنه‌های تاریخی نمایان می‌شوند و برای مخاطبان معلوم خواهد شد که تاریخ نه یک مسیر یگانه محتوم، بلکه بستری از ظرفیت‌ها برای اراده‌های موجود در موقعیت است.

فصلنامه

نمایه پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

خواهان آن است که این فقدان در حالت اصلی‌اش باقی بماند. تمامیت چیزی نیست که بدن را به سبب فقدان سرزنش کنیم، زیرا تمامیت هرگز جزو ذات بدن نبوده است. همین فقدان منبع گشودگی، حرکت و شدن پیوسته بدن است؛ حرکتی که هر گونه تمامیتی، از جمله تمامیت کلانشهر، مانع آن است.



- دانش محلی، نویسنده: کلیفورد گیتس، مترجم محسن ثلاثی، نشر: ثالث، چاپ اول ۱۴۰۰، قیمت: ۱۵۰۰۰۰ هزار تومان. این اثر با پیگیری ردپای قانون در سه سنت حقوقی اسلامی، اندیایی و مالایی اندونزیایی در پی فهم آن است که قانون چه چیز هست و چه چیز باید باشد، چگونه تحقق یافته و آیا یک نوع تمایز قانونی هرگز وجود داشته است. همچنین با تحلیل تفاوت‌های این سنت‌ها در جهانی که دیگر محدود به سرزمین‌های باستانی رم و یونان نیست و سنت‌های حقوقی متضادی در سراسر آن در برابر هم صف‌آرایی کرده‌اند، به بررسی نقش آن‌ها

در تحول قضاوت رویه‌مند می‌پردازد. «نگریستن به خودمان آن چنان که دیگران ما را نگاه می‌کنند، می‌تواند دریچه چشم‌هایمان را باز کند. دیدن دیگران به عنوان کسانی که با ما ماهیتی مشترک دارند، اخلاقاً بسیار پسندیده است. ولی از رهگذر دیدن خودمان در میان دیگران است که عظمت ذهن انسان خود را نشان می‌دهد. بدون این نوع نگاه، از عینیت چیزی جز خودستایی برنمی‌آید و رواداری تظاهری بیش نیست. انسان‌شناسی تفسیری اگر وظیفه‌ای کلی در جهان بر عهده داشته باشد، چیزی جز بازآموختن همین حقیقت گریزنا نیست».

- سینمای انیمیشن ایران: شخصیت و هویت، نویسنده: خشایار قاضی‌زاده و علی قاضی‌زاده، ناشر: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، چاپ اول ۱۴۰۰، قیمت: ۷۸۰۰۰ هزار تومان.

این کتاب، با تمرکز بر مؤلفه‌های هنری برای خلق و پردازش شخصیت‌هایی که معرف هویت ملی در یک اثر انیمیشن باشند، به تحلیل نمونه‌هایی از تولیدات انیمیشن ایران می‌پردازد تا میزان توفیق این هنر-صنعت را در این عرصه دریابد و زمینه را برای تولید آثاری با رویکرد بازنمایی هویت فرهنگی ایرانی فراهم سازد. به عبارت دیگر، این اثر با هدف شناسایی، معرفی و تدوین شاخصه‌های هویت فرهنگی، ملی و هنری مؤثر در شخصیت‌پردازی انیمیشن برای دستیابی به وجوه مختلف هویتی-هنری

فصلنامه

نمایه
پژوهشدوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

حوزه است. موضوعی که باعث می‌شود شخصیت پرورده نشود و ابعاد مختلف مورد نیاز برای خلق شخصیت در نظر گرفته نشود. به همین منظور، لازم است ضمن کشف استعدادها در این زمینه، مراکز آموزش اصول فیلم‌نامه‌نویسی به صورت حرفه‌ای تأسیس شوند.



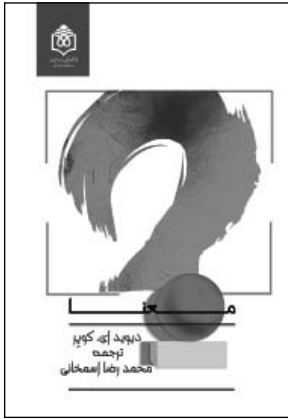
- **چرخه مد در ایران**، نویسنده: حسین مهریانی‌فر، ناشر: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، چاپ اول ۱۴۰۰، قیمت: ۵۹۰۰۰ هزار تومان.

این کتاب در ۴ فصل سامان یافته که «صنعت فرهنگی مد، خلاقیت، هویت و فرهنگ»، «چرخه مد؛ مبانی، نظریه‌ها و دیدگاه‌های رایج»، «چرخه مد لباس در ایران» و «نتیجه‌گیری»، به ترتیب، عناوین فصل‌های آن هستند. این اثر به استناد مقدمه عماد افروغ، دربردارنده دو ویژگی خاص و دلالت‌آمیز برای پژوهشگران و علاقه‌مندان رویکرد ملی-دینی در حوزه مد لباس است؛ اول اینکه واکاوی دقیقی درباره مفهوم‌شناسی‌ها و نظریه‌های



در شخصیت‌پردازی پویانمایی‌های ایرانی تألیف شده است. دریافت وجوه تفاوت و تشابه نشانه‌های هویتی موجود در شخصیت‌های پویانمایی با شاخصه‌های هویت فرهنگ ایرانی از دیگر اهداف این کتاب است.

این اثر پس از بررسی شخصیت‌های انیمیشن ایرانی، باتوجه به غالب بودن مضامین مذهبی در ۶ مورد از آن‌ها، نتیجه می‌گیرد که هویت دینی بیش از سایر هویت‌ها در شخصیت‌های قهرمان دیده می‌شود. هویت ملی دومین هویت در شخصیت‌های قهرمان است و هویت اجتماعی و هویت فرهنگی، سهم کمتری از بقیه را به خود اختصاص داده‌اند. نویسندگان این کتاب اذعان می‌دارند که طراحان و سازندگان بیش از آنکه به سنت‌ها و فرهنگ تصویری ایرانی دقت کنند، به آثار تجربه‌شده در انیمیشن جهان توجه داشته‌اند. مطابق بخشی از یافته‌های این اثر، یکی از بنیادی‌ترین مشکلات، نبود فیلم‌نامه منسجم و اندیشیده در این



- معنا، نویسنده: دیوید ای. کوپر؛ ترجمه: محمدرضا اسمخانی، ناشر: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، چاپ اول ۱۴۰۰، قیمت: ۶۰۰۰۰ هزار تومان.

به تعبیر نویسنده، «معنا» از کانونی‌ترین و فراگیرترین مفاهیمی است که آدمی در اختیار دارد، به طوری که گرافه نیست «جهان انسانی» را با «جهان معنا» معادل بگیریم. افزون بر این، بحث از معنا و حامل اصلی‌اش، یعنی «زبان»، یکی از مهم‌ترین مسائلی است که در کانون توجه فلاسفه قرار داشته است؛ از بحث‌های کلاسیک افلاطون تا «فلسفه زبان» سده بیستم. در امتداد این سنت، دیوید کوپر در کتاب معنا می‌کوشد با عزیمت از بحث‌های تخصصی-تحلیلی در باب «معنای زبانی». معنایی که با کلمات، جملات و اظهارات زبانی همبسته است. شرحی عام‌تر از این مقوله بنیادین ارائه دهد و نشان دهد چگونه می‌توان از «معنا»ی آثار هنری، آیین‌ها و مناسک، کنش‌های اجتماعی،

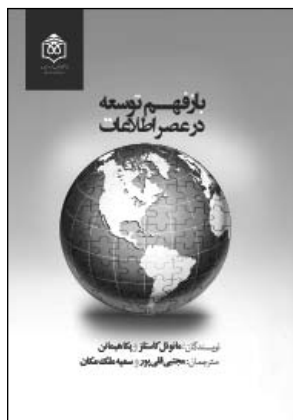
فرهنگی و اجتماعی مرتبط با موضوع دارد و دوم آنکه به دلیل رویکرد دینی نویسنده، مرور خوبی بر منابع دینی یا به تعبیری دلالت‌های هویتی- فرهنگی اسلامی- دینی صورت گرفته است. در ذیل نگاه و رویکرد دینی و با استفاده از منابع و آرای اندیشمندان دینی، توجه به عفاف و حجاب به مثابه حقی الهی، حفاظت از شأن و مقام انسان، نفی تقلید از بیگانگان، رعایت عرف جامعه اسلامی و نفی لباس شهرت، پرهیز از تفاخر و تبرج و خودنمایی، التزام به هنجارهای جنسی و جنسیتی در لباس، قبح مصرف‌گرایی یا مصرف تظاهری و توجه به مقوله بااهمیت وحدت در عین کثرت از نقاط قوت این کتاب است.

نویسنده در این کتاب، پس از مطالعه وضعیت موجود مراحل مختلف چرخه مد در ایران نتیجه می‌گیرد که فرایند وطنی و درون‌زای مد لباس در کشور شکل نمی‌گیرد و در وضعیت موجود چرخه مد بومی وجود ندارد. مطابق این نتیجه‌گیری، در شرایط موجود، مراحل مختلف فرایند گردش مد لباس در ایران از یکدیگر منفصل‌اند و هماهنگی و کار نظام‌مند و نیز هدفمندی میان این اجزا (محقق، طراح، تولیدکننده، بازاریاب و توزیع‌کننده) وجود ندارد؛ و چنانچه هماهنگی و هم‌صدایی وجود داشته باشد، در کپی‌برداری، تقلید و دنباله‌روی از الگوهای پرترفدار و پر فروش وارداتی است که از سوی برندهای غربی (اغلب اروپایی) تأثیرگذار در

فصلنامه

**نمایه
پژوهش**

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰



پژوهشگران مختلف از یک چارچوب مفهومی نظری یگانه در مطالعه موارد و زمینه‌های متفاوت است که به باور مترجمان، این یگانگی چارچوب نظری و چندگانگی کاربری آن در کشورها و زمینه‌های مختلف، هم بر جذابیت روش‌شناختی و هم بر اهمیت راهبردی کتاب به‌خصوص، برای کشور ما که در مسیر توسعه با چالش‌های فکری و عملی روبه‌روست، می‌افزاید.

این کتاب در سه بخش و ۱۰ فصل ساماندهی شده است. بخش اول، یک چارچوب تحلیلی ارائه می‌دهد که با حفظ دیدگاه‌های متکثر نویسندگان، الهام‌بخش مباحث مطرح‌شده در کتاب است. در این بخش همچنین نویسندگان، بنیان منطقی انتخاب مطالعات موردی را توضیح می‌دهند. بخش دوم شامل مطالعات موردی براساس ترتیب مستخرج از چارچوب تحلیلی است که غنای مشاهدات تجربی گردآمده در این بخش، الگویی برای بحث‌های نظری

ژست‌های بدنی و درنهایت «هدف یا غایت زندگی» سخن گفت.

کوپر، برخلاف بسیاری از آثار معاصر در باب فلسفه معنا و زبان، دغدغه طراحی «نظریه‌ای» در باب معنا ندارد، بلکه می‌کوشد «معنای معنا» را از طریق کندوکاو در بُرد گسترده «معنا» و نقش‌های گوناگون آن در زندگی روشن سازد. بدین ترتیب، نویسنده، با خارج کردن مسأله معنا از بحث‌های فنی فلسفه زبان، بصیرت‌های تازه‌ای راجع به «دلالیت»، «کارکرد» و «جایگاه» آن به ما انتقال دهد که نه فقط مورد علاقه فلاسفه زبان است، بلکه همچنین می‌تواند برای همه دانشجویان و خوانندگانی که به وجهی از وجوه درگیر مسئله «معنا» هستند مفید واقع گردد. کتاب معنا به مجموعه «مسائل کانونی فلسفه» انتشارات آکیومن تعلق دارد که هر مجلد به بحث از یکی از مفاهیم پایه فلسفی می‌پردازد. عناوین فصل‌های کتاب نیز به این شرح‌اند: بُرد معنا؛ زبان؛ معرفت، معنا و جهان؛ معنا، جامعه، و علوم انسانی؛ معنا و هنر؛ و معنای زندگی.

- **بازفهم توسعه در عصر اطلاعات، نویسنده: مانوئل کاستلزو پکا هیمانن، ترجمه مجتبی قلی‌پور و سمیه ملک‌مکان، ناشر: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، چاپ اول ۱۴۰۰، قیمت: ۱۰۲۰۰۰ هزار تومان.**

به استناد مقدمه مترجمان این اثر، مهم‌ترین جذابیت این کتاب در استفاده

فصلنامه

نمایه پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

مشاوران علمی پیمایش‌های ملی گفتگو شده است.

به‌منظور تکمیل تحلیل نقادانه این پیمایش‌ها، یازده متن تحلیلی / انتقادی نیز درباره هرکدام از پیمایش‌های ملی مهم در قالب «تک‌نگاشت»، توسط شماری از محققان نوشته شده که در بخش پیوست این کتاب آمده است؛ این متن‌ها حاوی اطلاعاتی درباره کلیت پیمایش مورد بررسی و مقوله‌های سنجیده‌شده در آن پیمایش است. بنابراین می‌توان این کتاب را اثری پیشگام در «تحلیل انتقادی پیمایش‌های ملی ایران» دانست که ضمن پذیرش ضرورت و سودمندی پیمایش‌های ملی، کوشیده نقدی درونی از این نوع پژوهش‌ها را بسط دهد.

- نوجوان و تفکر انتقادی، نویسنده: زهره سعیدی، ناشر: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، چاپ اول ۱۴۰۰، قیمت: ۴۳۰۰۰ هزار تومان.

در این کتاب نویسنده قصد دارد بداند که آیا داستان‌ها و رمان‌های موجود در بازار از محتوای فکری برخوردار هستند و با توجه به نقشی که می‌توانند در گسترش تفکر انتقادی در جامعه ایفا کنند، توانسته‌اند از عهده این وظیفه برآیند یا خیر؟ به همین منظور و برای یافتن پاسخ پرسش فوق، پژوهشگر ۳۰ داستان و رمان نوجوان در گروه سنی ۱۲ تا ۱۵ سال، مربوط به سال‌های ۹۰ تا ۹۸، در سه دسته رسمی، نخبه‌گرا و پرفروش اعم از تألیف یا ترجمه را

بنیادین درباره مفهوم توسعه و همچنین مباحث سیاستی درباره عمل توسعه در مرحله کنونی تکامل انسان فراهم کرده است. در بخش سوم با عنوان «بازفهم توسعه» نیز تلاش می‌شود با توجه به آنچه در بخش مطالعات موردی مشاهده شده و نیز برخی از نکات کلیدی برآمده از مباحث جاری در این موضوع، فهمی دوباره از توسعه ارائه شود.



- تحلیلی نقادانه از پیمایش‌های ملی در ایران، نویسنده: فاطمه جواهری، ناشر: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، چاپ اول ۱۴۰۰، قیمت: ۹۷۰۰۰ هزار تومان. این اثر که دستاورد پژوهش انجام‌شده در پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات است، در پی ارائه روایت تاریخی نسبتاً جامعی از «پیمایش‌های ملی» در ایران پس از انقلاب و نیز ثبت تجربه بیشتر افراد مؤثر در این پیمایش‌هاست؛ از این‌رو در این پژوهش، با اکثر قریب به اتفاق خالقان پیمایش‌های ملی، برخی مدیران سازمانی سفارش‌دهنده پیمایش‌ها و نیز ناظران یا

فصلنامه

**نمایه
پژوهش**

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

در پرورش تفکر انتقادی نوجوانان و قدرت استدلال‌ورزی آن‌ها، دارای اهمیت تلقی شده است. با استناد به این پژوهش، تفکر فلسفی (مهارت‌های فکری) به نوجوانان زبان گفتگو و چگونگی ارتباط با دیگران را می‌آموزد و به آنها یاد می‌دهد که شهروندی با اخلاق باشند و مسئولیت گفتار و رفتار و اعمال خود را به عهده بگیرند. توانایی‌های مذکور آنها را قادر می‌سازد تا اصول اخلاقی و دینی را با دلیل بپذیرند و چون با پشتوانه عقلی آنها را پذیرفته‌اند، وفاداری‌شان به آنها ماندگار شود. همین مسأله منجر به ارتقای زندگی فردی و اجتماعی در ابعاد مختلف آن خواهد شد.



بررسی و تحلیل کرده است تا نشان دهد آن‌ها تا چه اندازه دارای محتوایی هستند که بتوانند امکان تقویت مهارت‌های فکری به‌طور عام و تفکر انتقادی به‌طور خاص را فراهم کنند. به بیان دیگر، آیا آن‌ها واجد مفاهیم فکری فلسفی و دارای ظرفیت ارتقای تفکر انتقادی در کودکان و نوجوانان هستند؟ این کتاب در دو بخش و ۶ فصل تنظیم شده است. بخش اول به مباحث نظری پیرامون تفکر انتقادی و بخش دوم به ارزیابی داستان‌ها مبتنی بر مباحث بخش اول اختصاص یافته است. نویسنده در بخش پیشگفتار به نقاط ضعف نظام آموزشی در اطاعت‌پذیری و سرکوب‌گری روحیه پرسشگری و خلاقانه کودکان و نوجوانان اشاره و سپس پیشنهادهایی برای اصلاح آن با تأکید بر ضرورت تفکرورزی ارائه کرده است.



بزه‌دیدگی جنسی در شبکه‌های اجتماعی، نویسنده: منصوره فصیح، ناشر: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، چاپ اول ۱۴۰۰، قیمت: ۶۲۰۰۰ هزار تومان.

این کتاب تلاش می‌کند تا با معرفی شاخص‌های شبکه‌های اجتماعی، چرایی بزه‌دیدگی جنسی در آن را بررسی کند،

نویسنده در این اثر، داستان را شروعی کاربردی و اثرگذار برای تشویق نوجوان به تفکر و تأمل می‌داند که در این میان، داستان‌هایی با ایده‌ها و مفاهیم فلسفی،

فصلنامه

نمایه پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

این زمینه و در نظر گرفتن سیاست‌های کیفری مشدد در زمینه جرائم جنسی و هرزه‌نگاری کودکان در فضای مجازی.



ارتباطات: یک پسرارشته، نویسنده: سیلیو ویسورد، ترجمه محسن گودرزی، ناشر: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، چاپ اول ۱۴۰۰، قیمت: ۶۶۰۰۰ هزار تومان.

به استناد مقدمه مترجم، نویسنده در کتاب ارتباطات: یک پسرارشته، روی لبه تیغ قدم می‌زند، چراکه سعی دارد تا ابعاد هستی‌شناختی و معرفت‌شناسی میدان مطالعات ارتباطات را روشن سازد. اگرچه این کار در ابتدا ساده به نظر می‌رسد؛ ولی در عین حال، می‌تواند پیچیدگی‌های موجود در این عرصه را بیشتر کند. پیوند ناگسستنی ارتباطات با دیگر حوزه‌ها و رشته‌ها، مسئله جهانی‌شدن رشته ارتباطات (حضور دائمی پژوهشگران ارتباطات از آمریکا و کشورهای اروپای غربی، نفوذ گسترده خوانش آمریکایی از مطالعات ارتباطات در همه کشورهای دنیا،

الگوهای بزه‌دیدگی جنسی در این مینا را کنکاش و سرانجام سازوکارهای پیشگیری را ارائه دهد. به عبارت دیگر، این پژوهش سعی می‌کند با شناسایی بزه‌دیدگان فضای مجازی و آشنایی با زمینه‌های بروز جرم علیه آنان، از بزه‌دیدگی افراد خصوصاً دو گروه آسیب‌پذیر یعنی زنان و کودکان، با ارائه راهکارهایی عملی پیشگیری کند. به استناد این مطالعه، کودکان و نوجوانان به‌عنوان یکی از مهم‌ترین آسیب‌پذیرترین اقشار جامعه به‌نحوی که در معرض انواع بزه‌دیدگی و صدمه‌های جبران‌ناپذیر جسمی، روحی، اجتماعی و ... قرار دارند و به لحاظ شرایط ویژه و کاربرد وسیع فناوری‌های نوین اطلاعات و ارتباطات در عصر حاضر، بیش از هر زمان دیگری در معرض خطر قرار گرفته‌اند. نتیجه این امر تأیید و تأکید نظام‌های حقوقی و اجتماعی مختلف، اعم از داخلی و بین‌المللی بر اصل لزوم حمایت ویژه از کودکان و نوجوانان است.

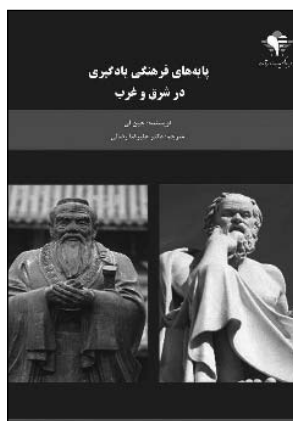
بر همین مبنا نویسنده از مهم‌ترین اقدامات حمایتی در راستای پیشگیری از بزه‌دیدگی جنسی کودکان در شبکه‌های اجتماعی نام می‌برد که عبارتند از: آسیب‌شناسی استفاده از اینترنت به‌خصوص در نوجوانان و جوانان، ارتقای سطح آگاهی کودکان و نوجوانان از چگونگی استفاده از اینترنت و شبکه‌های اجتماعی، افزایش قدرت مقابله کودکان با بزه‌کاران جنسی و هرزه‌نگاران در فضای مجازی از طریق بالابردن اطلاعات و آموزش‌های لازم در

فصلنامه

**نمایه
پژوهش**

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

ارتباطات، تغییر جهت برآمده از «ارتباطات دیجیتال»، ارمغان جهانی‌شدن و یک پسا رشته، به ترتیب عناوین فصل‌های اول تا پنجم آن هستند.



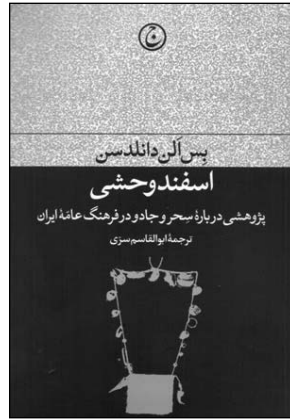
- پایه‌های فرهنگی یادگیری در شرق و غرب، نویسنده: جین لی، مترجم: علیرضا رضائی، ناشر: موسسه مدارس یادگیرنده مرآت، ۱۳۹۹

جین لی در کتاب پایه‌های فرهنگی یادگیری در شرق و غرب، اصول و روش‌های آموزش و یادگیری را از گذشته تا به الان بررسی می‌کند تا دلیلی منطقی برای این تفاوت‌ها در شرق و غرب بیابد. جین لی (Jin Li) پژوهشگر بخش آموزش و توسعه انسانی در دانشگاه براون آمریکا، به دنبال یافتن دلایلی برای این تفاوت‌هاست و ریشه‌هایش را در پایه‌های فرهنگی یادگیری جستجو می‌کند. نویسنده برای پیدا کردن ریشه‌های تفاوت شما را به گذشته‌های خیلی دور می‌برد و نقش افرادی مانند کنفوسیوس در شرق و سقراط در غرب را بررسی قرار می‌کند. او بعد از تحقیقات

حضور در حال رشد محققان سایر کشورها در جریان اصلی این میدان و نیز تلاش این محققان برای معرفی مطالعات بومی ارتباطات به دیگر کشورها و شکل‌گیری روندهای فزاینده دیجیتالی‌شدن از جمله علی است که می‌تواند نافرjami چنین تلاشی را رقم بزند.

با وجود این، نویسنده کتاب، فارغ از همه سختی‌های ناشی از قدم زدن در این مسیر و به رغم ابهام ذاتی ابعاد هستی‌شناختی رشته ارتباطات، در رسیدن به هدف خود موفق بوده است. نویسنده در کتاب ارتباطات: یک پسا رشته توانسته است مسیر پیش روی پژوهشگران، دانشجویان و علاقه‌مندان رشته ارتباطات و مطالعات رسانه را روشن‌تر سازد؛ چراکه نویسنده با موشکافی ابعاد گوناگون و ابهام‌آفرین میدان ارتباطات، زمینه را برای برون‌رفت از پیچیدگی‌ها و سردرگمی‌های این میدان فراهم کرده است. این کار با به رسمیت‌شناختن ابهام‌ها و پیچیدگی‌های مطالعات ارتباطات و تلاش برای ارائه تفسیری پسا رشته‌ای و نه میان رشته‌ای از آن و رسیدن به «تخیل ارتباطاتی» که در فصل پنجم کتاب تبیین شده، شکل گرفته است. شاید تنها هدف نویسنده از نگارش چنین کتابی همین باشد: روشن‌ساختن ماهیت مطالعات ارتباطات و مسیر پژوهش در این عرصه. کتاب ارتباطات: یک پسا رشته در ۵ فصل سامان یافته که چندپارگی و فراطخصصی‌شدن، چهل‌تکه مطالعات

بسیار، اعتقاد دارد که الگوی یادگیری شرقی‌ها رفتارگرایانه و الگوی یادگیری غربی‌ها ذهن‌گرایانه است. برای شرقی‌ها تکامل فردی از لحاظ اخلاقی و اجتماعی الویت دارد، اما الویت غربی‌ها پرورش ذهن به منظور درک جهان است.



- اسفند وحشی: پژوهشی درباره سحر و جادو در فرهنگ عامه ایران، نویسنده: بس آلن داندلسن، مترجم: ابوالقاسم سری، ناشر: فرهنگ جاوید، ۱۳۹۹، ۴۵۰۰۰ تومان

داندلسن در پیشگفتار کتاب می‌گوید این کتاب در واقع بیانگر زندگانی کهن است، با ترس‌ها و خرافه‌هایش که خوشبختانه رو به نابودی دارد. بیشتر مطالب این کتاب در سرزمین خراسان فراهم آمده، اما چون زائران از سرتاسر ایران به شهر مقدس مشهد می‌آیند و بسیاری از ایشان بخشی از عمرشان را در این شهر می‌ماندند، جمعیت آن می‌تواند نماینده یک گروه آماری باشد. بسیاری از زنانی که مطالب کتاب از ایشان برگرفته شده، در اصل از

کرمان، یزد، اصفهان، تهران و بسیاری از روستاهای پیرامون این شهرها بوده‌اند و دیگران در اعداد کمتر از همدان، رشت و تبریز بوده‌اند. این کتاب پژوهشی بی‌مانند در فرهنگ عامه و افسانه‌های ایران و هم‌پایه کتاب «باورها و آیین‌های ایرانی» نوشته آنری ماسه فرانسوی است؛ اما بیش از آن کتاب، بر اساس تجربه‌های شخصی استوار است. نویسنده در این کتاب به موضوعاتی مانند چشم بد، آیین‌های زمان زاده شدن کودک، عشق و زناشویی، زیارت، آیین‌های خاکسپاری، فرشتگان، جهان‌شناسی، ستاره‌شناسی، نام‌ها و شماره‌های سالنامه، اهمیت گیاهان و درختان، بهداشت شخصی، طلسم و نشانه‌ها پرداخته است و مطالعه آن برای هر دانشجوی جدی فرهنگ ایران و اسلام مفید به نظر می‌رسد.



- بازگشت امر سیاسی، نویسنده: شانتال موفی، مترجم: جواد گنجی نشر نی ۱۳۹۹، ۳۶۰۰۰ هزار تومان
یکی از اهداف کتاب بازگشت امر سیاسی

فصلنامه

نمایه
پژوهشدوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

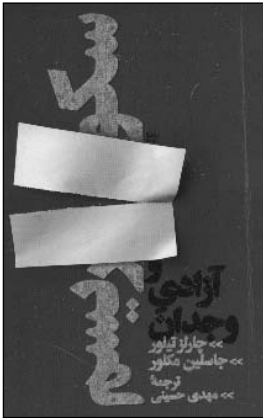
سیاست دموکراتیک شود. اولویت اصلی، از این رو، ایجاد و حفظ یک نظام دموکراتیک تکثرگراست که قائل به ضرورت امر سیاسی و محال بودن حذف آنتاگونیسم باشد. برای دستیابی به این هدف باید از بصیرت‌های منتقدان لیبرالیسم و حتی بصیرت‌های دشمنان آن بهره گرفت.



- حقایق نهان، دروغ‌های عیان (پیامدهای اجتماعی تحریف ترجیح)، نویسنده: تیمور کوران، ترجمه: حامد بهشتی، نشر روزنه، چاپ اول ۱۳۹۹، قیمت ۸۸۵۰۰ هزار تومان

این کتاب قرار است ریشه‌ها، نحوه عمل و پیامدهای مهم پدیده‌ای را بررسی کند که از بدو شکل‌گیری جوامع انسانی با بشر همراه بوده است، هرچند امروزه به سبب انقلاب ارتباطات و دسترسی همگانی به رسانه‌های جمعی و اخبار در سراسر جهان، توجهات بیشتری را به خود معطوف می‌کند. این پدیده از کوچک‌ترین واحدهای تجمع انسانی در سطح خانواده و گروه‌های دوستی، تا بزرگترین آن‌ها در

توصیف و درک فضای سیاسی بحران‌زده‌ای است که پس از فروپاشی نظام کمونیستی شوروی بر همه‌جا حاکم و در سال‌های اخیر هر دم بحرانی‌تر شده است و در حال حاضر هیچ افق سیاسی روشنی نمی‌توان برایش تصور کرد؛ آن‌هم در موقعیتی سرشار از کشمکش‌های قومی و مذهبی و نژادی و فرقه‌ای که تن به هیچ نوع کلیت سیاسی نمی‌دهند. فلسفه سیاسی در چنین جهان پیچیده و متناقضی هر لحظه با چالشی تازه و سخت مواجه خواهد شد. شانتال موف در این کتاب غالباً آن دسته از نظریه‌پردازان فلسفه‌ی سیاسی را به باد انتقاد می‌گیرد که هدف‌شان تبیین سیاست دموکراتیک در بطن لیبرالیسم و گفتار لیبرال مسلط است. به‌زعم موف، این متفکران و فیلسوفان سیاسی اساساً نمی‌دانند که محل اصلی مناقشه خودِ امر سیاسی است که در معرض خطری جدی قرار گرفته است. امر سیاسی سرشتی ویژه و تقلیل‌ناپذیر دارد و دو عنصر قدرت و آنتاگونیسم مؤلفه‌های اصلی آن‌اند؛ عناصری که سیاست دموکراتیک و تکثرگرا لاجرم باید آن‌ها را در مرکز توجه قرار دهد، چرا که انکار و سرکوب امر سیاسی حاصلی جز بازگشت نامنتظره آن و پیامدهای غافلگیرکننده و مخربش ندارد. لیبرالیسم و تفکر لیبرال در حال حاضر عاجز از درک سرشت امر سیاسی و خصلت محوناشدنی تعارضات سیاسی و آنتاگونیسم است و همین عجز بنیادی می‌تواند به هنگام تغییرات سیاسی ریشه‌ای منجر به نابودی



سطح جامعه سیاسی قابل ردگیری است: تحریف ترجیحات، تیمورکوران، دانشمند ترکیه‌ای-آمریکایی در این اثر تلاش می‌کند با بهره‌گیری از رویکردی میان‌رشته‌ای و با به‌کارگیری فنون و روش‌های تحقیق برآمده از روان‌شناسی، اقتصاد و سیاست، نخست دریابد چه انگیزه‌ها و مشوق‌هایی موجب می‌شوند افراد ترجیحات‌شان را در بسیاری موارد نادرست یا حتی وارونه، بازنمایی کنند؛ و از آن مهم‌تر اثر چنین عملی در شکل‌گیری، ماندگاری و تغییر ناگهانی ساختارهای کلان اجتماعی و سیاسی چیست. ظاهراً پاسخ به پرسش اول به‌خصوص برای شهروندانی که ذیل ساختارهای سرکوبگر سیاسی (همچون دیکتاتوری‌های کمونیستی در اروپای شرقی) زندگی می‌کنند، یا برای خواننده آشنا با این قبیل ساختارها چندان سخت به‌نظر نمی‌رسد. نکته مهم اثر کوران اما این است که به ما نشان می‌دهد «تحریف ترجیحات» نه منحصر به موضوعات و مسائل حساسی است که ریشه یا اثری در سپهر سیاست (به‌معنای ساختارهای کلان قدرت) دارند، و نه مختص نظام‌های دیکتاتوری و سرکوبگر.

- سکولاریسم و آزادی وجدان، نویسندگان: چارلز تیلور و جاسلین مک‌لور، مترجم: مهدی حسینی، نشر روزبهان، چاپ اول ۱۳۹۹، قیمت ۳۹۰۰۰ هزار تومان

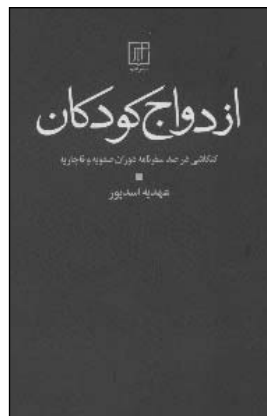
انتشارات دانشگاه هاروارد در توضیح این اثر می‌نویسد: «فهم چیستی سکولاریسم به اندازه فهم نابرابری‌های درآمد یا مسیرهای توسعه پایدار، ضروری و سودمند است. در این تحلیل فراگیر، چارلز تیلور و جاسلین مک‌لور شرح مستدل و رسایی از دو اصل عمده سکولاریسم - احترام برابر و آزادی وجدان - و دو شیوه اجرای آن - جدایی دین و دولت، و بی‌طرفی دولت در قبال دین‌ها - ارائه می‌دهند. اما مهم‌تر از این‌ها، نویسندگان کتاب، این استدلال قوی را مطرح می‌کنند که جهان ما از منظر دینی، متنوع‌تر از همیشه و از حیث سیاسی، درهم‌تنیده است. در چنین جهانی، سکولاریسم - چنانچه درست فهمیده شود - می‌تواند مسیری برای آزادی دینی و فلسفی فراهم آورد.

نظام سیاسی دموکراتیک، ارزش اخلاقی یا منزلت برابر همه شهروندان را به رسمیت می‌شناسد و از این رو، احترام یکسانی نثار همه آن‌ها می‌کند. با توجه به این که دولت باید دولت همه شهروندان باشد

فصلنامه

نمایه
پژوهشدوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

و نظر به برداشت‌های متفاوت و متکثر شهروندان از امر نیک، دولت نباید خود را با دین یا جهان بینی خاصی این همان کند. به همین دلیل، دولت باید از دین جدا باشد. این جدایی باید در حوزه‌های قضایی دولت حکمفرما شود. هم‌آمیزی قدرت سیاسی و برداشت دنیوی، کسانی را به شهروندان درجه دوم تبدیل می‌کند که از آموزه رسمی دولت حمایت نمی‌کنند.



- ازدواج کودکان (کنکاشی در صد سفرنامه دوران صفویه و قاجار) نویسنده: عهده‌یه اسدیپور، نشر علم، چاپ اول ۱۳۹۹، قیمت ۷۲۵۰۰.

در این کتاب، برای شناخت پدیده ازدواج کودکان ایرانی به گذشته نه‌چندان دور با دوران معاصر یعنی دوران صفویه و قاجاریه رجوع شده و در این راه از مهم‌ترین منبع تاریخی مکتوب موجود یعنی «سفرنامه» استفاده شده است. دوران کودکی نیز مانند «مفهوم کودکی» در طول تاریخ اغلب نادیده گرفته می‌شد. به‌رغم اهمیت اجتماعی‌ای که دوران کودکی برخوردار

است، این دوران در علوم اجتماعی نیز زمانی، نمود چندانی نداشت. تنها در دهه‌های اخیر است که توجه اندیشمندان روان‌شناس به ویژه روان‌شناسان رشد، انسان‌شناس و تاریخ‌دانان به کودکی جلب شده است. یکی از این مسائل مربوط به ازدواج است که از آن به عنوان «ازدواج کودکان» یاد می‌شود. کودکانی که در دنیای امروز با ازدواج پیش از موعد، به یکباره و به شکلی ناگهانی وارد دنیای بزرگسالی می‌شوند، با مسائل و مشکلاتی مواجه می‌شوند که شناخت این مسائل نیازمند مطالعات علمی دقیق و موشکافانه است.



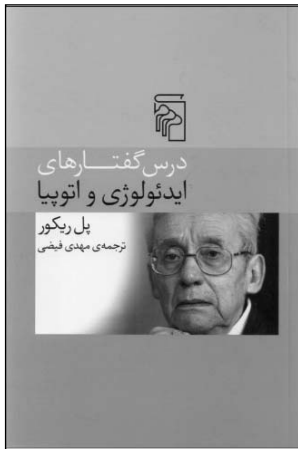
- توپولوژی خشونت، نویسنده: بیونگ چول هان، مترجم: آراز بارسقیان، نشر یکشنبه، چاپ اول ۱۳۹۹، قیمت ۲۹۰۰۰ هزار تومان.

در کتاب توپولوژی خشونت آمده است که چیزهایی وجود دارد که از بین نمی‌روند، خشونت یکی از آن‌هاست. امروزه خشونت دارد از شکل مرئی به

فصلنامه

نمایه
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰



نامرئی تبدیل می‌شود. از امری صریح تبدیل به امری ویروسی، از نیرویی خشن به نیرویی میانجی‌گر، از امر واقع تبدیل به امر مجاز، از شکلی فیزیکی تبدیل به شکلی روانی، از امری منفی تبدیل امری مثبت... چیزی زیرپوستی می‌شود و کم‌حرف. وارد فضایی مویرگ‌گونه و سیستم‌های عصبی می‌شود و در نتیجه این اشتباه را برای ما ایجاد می‌کند که خیال کنیم محو شده است. در لحظه‌ای که به‌طور کامل نامرئی می‌شود خود را با نیروی مقابل ادغام می‌کند. نیروی مقابلش همانا آزادی است. خشونت جنگی جایش را به خشونت نظام‌مند و بی‌نام و سوژه تهی‌گر داده که خود را مخفی می‌کند، چون با جامعه یکی شده است.

- درس گفتارهای ایدئولوژی و اتوپیا، نویسنده: پل ریکور، مترجم: مهدی فیضی، نشر مرکز، چاپ اول ۱۳۹۹، قیمت ۱۱۵۰۰۰ هزار تومان.

آنچه از ریکور برای ما بجا نمانده تحلیل گسترده پی‌آمدهای رویکرد هرمنوتیکی او به نظریه اجتماعی و سیاسی است. انتشار مجلد حاضر، درس گفتارهای ریکور درباره ایدئولوژی و اتوپیا، باید در راه پاسخ به این نیاز گام بردارد. ریکور در این درس گفتارها (۱۹۷۵) نخستین تحلیل مفصل‌اش از کارل مانهایم، ماکس وبر و کلیفورد گیرتز را عرضه می‌کند، و بحث‌های انتشار یافته‌اش

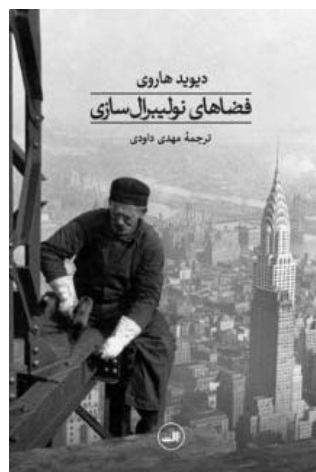
درباره ی لوئی آلتوسر و یورگن هابرماس را بسط می‌دهد. برخورد ریکور با مارکس، که موضوع پنج درس از هجده درس است، اهمیت ویژه‌ای دارد. ریکور مدت‌هاست که مارکس، فروید و نیچه را «سه استاد بزرگ تردید» نامیده است. از حیث دو موضوع درس - ایدئولوژی و اتوپیا - بعد از مانهایم، ریکور نخستین کسی است که کوشیده این دو موضوع را در درون یک چارچوب مفهومی به بحث بگذارد. معمولاً، ایدئولوژی سرفصلی برای جامعه‌شناسی یا علوم سیاسی بوده است، اتوپیا هم سرفصلی برای تاریخ یا ادبیات. ریکور ایدئولوژی و اتوپیا را کنار هم می‌گذارد و به این ترتیب این دو را بهتر تعریف، مرزبندی و از صورت‌بندی‌های مفهومی پیشین متمایز می‌کند، صورت‌بندی‌هایی که در آن‌ها ایدئولوژی متضاد هم واقعیت و هم علم بوده است و اتوپیا نیز رویایی صرف، آرزویی خیالی، انگاشته شده است.

فصلنامه

**نمایه
پژوهش**

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

بردن فقر است و در درازمدت، موجب بالاتر رفتن استانداردهای زندگی توده مردم می‌شود. دولت نولیبرال به‌ویژه در پیگیری خصوصی‌سازی دارایی‌ها به منزله ابزاری برای گشودن حوزه‌های تازه برای انباشت سرمایه پشتکار دارد. بخش‌هایی که پیش از این دولت آن‌ها را اداره می‌کرد یا بر آن‌ها نظارت داشت (حمل و نقل، مخابرات، نفت و دیگر منابع طبیعی، خدمات رفاهی، مسکن عمومی و آموزش و پرورش) به حوزه خصوصی سپرده شدند. این دولت خوییهای رقابت را فریاد می‌زند، درحالی که در واقع بازار را بر روی سرمایه تمرکز یافته و قدرت انحصاری می‌گشاید.



- فضاهای نولیبرال سازی، نویسنده: دیوید هاروی، مترجم: مهدی داودی، نشر ثالث، چاپ اول ۱۳۹۹. قیمت ۳۸۵۰۰ هزار تومان.

دیوید هاروی در کتاب خود بیان می‌کند که مأموریت بنیادی دولت نولیبرال تولید «حال و هوای مناسب برای کسب و کار» و بنابراین بهینه‌سازی شرایط برای انباشت سرمایه است؛ بدون توجه به پیامدهای آن برای اشتغال یا رفاه اجتماعی. این دولت‌ها با دولت‌های سوسیال دموکرات که به اشتغال کامل و بهینه سازی رفاه حال همه شهروندان خود متعهدند، در تضاد قرار می‌گیرند. دولت نولیبرال به پیش‌بردن انگیزه و امکان‌پذیرسازی کار و برانگیختن همه صاحبان کسب و کار توجه دارد (از طریق کاهش مالیات‌ها و دیگر امتیازها و همچنین تأمین زیرساختی به زیان دولت، در صورت لزوم) و چنین استدلال می‌کند که این امر به رشد و نوآوری میدان می‌دهد و تنها راه از بین



- مغز اجتماعی، نویسنده: متیو لیبرمن، مترجم: جواد حاتمی و محمدحسن شریفیان، انتشارات بینش نو، چاپ اول ۱۳۹۹، قیمت ۸۹۰۰۰ تومان.

کتاب حاضر روایتی است از متیو لیبرمن، محقق برجسته علوم اعصاب اجتماعی.

فصلنامه

نمایه
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰



- حقیقت و قدرت (دفتر نخست)، نویسنده: علی اصغر مصلح، نشر نی، چاپ اول ۱۳۹۹، قیمت ۳۶۰۰۰ تومان.

کتاب حقیقت و قدرت از سه فصل اصلی با عناوین «جستجوی حقیقت»، «خواست قدرت» و «جهان معاصر و نسبت به قدرت و حقیقت» تشکیل شده است. در این کتاب بیان شده است که: برای ورود به مباحث کلان فلسفی، باید به سوی ریشه‌ها رفت. مهم‌ترین موضوعات فلسفه با اندیشیدن به مسائل زمانه شکل گرفته است، از همین روی، در هر دوره‌ای می‌توان پرسید که مهم‌ترین مسئله فلسفی زمانه چیست. موضوع حقیقت در همه زمان‌ها مورد توجه بوده است، اما در زمان ما حقیقت در مقابل قدرت قرار گرفته است، به همین جهت می‌توان پرسش از نسبت حقیقت با قدرت را یکی از پرسش‌های اصلی این دوره دانست. اهمیت و نقش بسیاری از مسائل دوره‌ی معاصر تنها در نسبت با این تقابل مشخص می‌شود. حتی تفکر و فلسفه دیگر جز در ذیل حقیقت و نسبتی که حقیقت با قدرت پیدا کرده قابل فهم نیستند. فلسفه

او با استناد به برخی پژوهش‌های انجام گرفته در دو دهه اخیر، و با زبانی جذاب و متقاعدکننده می‌کوشد به مخاطبان‌ش بگوید مغز انسان برای اجتماعی بودن طراحی شده است، اگر با شواهد و تفسیرهای ارائه شده در این اثر موافق باشید، آنگاه باید بپذیرید که اجتماعی بودن نوع انسان محصول جانبی هوشمندی او نیست و چه بسا این اجتماعی شدن مغز است که موجب هوشمندی‌اش شده است.

در کتاب مغز اجتماعی، روانشناس مشهور، متیو لیبرمن، تحقیق پیشگامانه‌ای را در زمینه علوم اعصاب اجتماعی انجام داده و نشان می‌دهد که نیاز ما برای برقراری ارتباط با افراد دیگر حتی اساسی‌تر از نیاز ما به غذا و سرپناه است. به همین دلیل، مغز ما از اوقات فراغت خود برای یادگیری در مورد دنیای اجتماعی - افراد دیگر و رابطه ما با آن‌ها استفاده می‌کند. اعتقاد بر این است که برای تسلط بر یک مهارت باید ۱۰ هزار ساعت وقت بگذاریم. به گفته لیبرمن، هر یک از ما ۱۰ هزار ساعت وقت صرف کرده‌ایم تا در ده سالگی احساسات افراد و گروه‌ها را درک کنیم. کتاب مغز اجتماعی استدلال می‌کند که نیاز ما برای برقراری ارتباط و ارتباط با دیگران عامل اصلی رفتار ما است. خوشبختانه، مغز مکانیسم‌های پیچیده‌ای را برای تأمین جایگاه ما در جهان اجتماعی ایجاد کرده است.

فصلنامه

نمایه
پژوهش

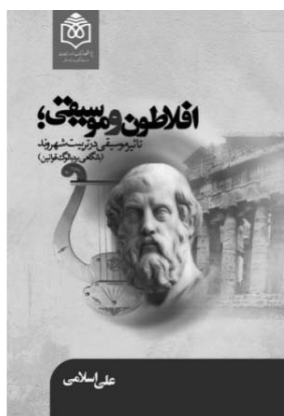
دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

در طول تاریخ در پی درک حقیقت بوده است، اما در زمان ما اساس حقیقت مورد تردید قرار گرفته و فلسفه هم نسبتی جدید با قدرت پیدا کرده است.



- بینایی و مدرنیته، نویسنده: جاناتان کرری، مترجم: مهدی حبیب‌زاده، نشر بان، چاپ اول ۱۳۹۹، قیمت ۶۲۰۰۰ هزار تومان. کتاب حاضر با طرح مسئله بینایی، از طریق مطالعه سیر تکوین مشاهده‌گر مدرن، چارچوبی تاریخی از دوره‌ای ترسیم می‌کند که بینایی مبدل به مسئله فلسفی جدیدی شد که گسست تاریخی سازنده‌ای را در ادراک بصری نمایان می‌کرد. این جاتیبینی از نحوه پیدایی وقوام یافتن سوژه مشاهده‌گر به منظور روشن ساختن ریشه‌های فرهنگ بصری مدرن ارائه می‌شود؛ مشاهده‌گری که در نیمه نخست قرن نوزدهم پدید آمد و ضمن بدل شدن به موضوع مطالعات علمی و قرارگرفتن در معرض سنجش‌های گمی، آماج روابط قدرت و شیوه‌های نوظهور مدیریت اجتماعی بود. درک چنین سوژه‌ای مستلزم بازنگری در پیوندهای متعاقبش با

دیگر صورت‌های سوژگی‌تبیته است که طی همان قرن فرد را در مقام شهروند، کارگر، دانش‌آموز، بیمار، مجرم و نظایر آن تعریف می‌کرد. به این ترتیب، گره خوردن روش‌های نظارت و مدیریت اجتماعی با ابداعات و دستاوردهای بصری قرن نوزدهم، یعنی با فرایندی که در کل می‌تواند به مدرن شدن بینایی تعبیر شود، از تحول همه جانبه‌ای خبر می‌دهد که به شکل‌های تازه‌ای از دیدن، و به ظهور تلقی جدیدی از بینایی منجر شده است که عادت‌ها و تجربه‌های بصری امروزی‌مان بر پایه آن‌ها استوارند. این کتاب شرح و تبیینی تبارشناسانه از همین فرایند مدرن شدن بینایی است.



- افلاطون و موسیقی؛ تاثیر موسیقی در تربیت شهروند (با نگاهی بر دیالوگ قوانین). نویسنده: علی اسلامی، ناشر: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، سال ۱۳۹۹، قیمت ۲۵۰۰۰ هزار تومان. این اثر با باور به اینکه موسیقی در اندیشه افلاطون دارای نقش تربیتی است، تلاش دارد تا عنصر یا عناصر موثر تربیتی در موسیقی از نظر

فصلنامه

نمایه
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

تشکیل شده است که «انسان‌شناسی زیبایی‌شناسی، بدن و خودتزیینی»، «قوم ترکمن، زن، زیبایی»، «خودتزیینی زنان ترکمن» و «زیبایی‌شناسی بومی، خودتزیینی زنان ترکمن روستای دویدوخ»، به ترتیب عناوین فصل‌های آن هستند. در پیشگفتار این کتاب که به قلم ناصر فکوهی نگاشته شده، آمده است که کتاب با سه موضوع حساس و مناقشه‌برانگیز درگیر می‌شود: نخست، «مطالعات زیبایی‌شناسی» یا همان‌گونه که در عنوان به صورت دقیق‌تر آمده است «انسان‌شناسی زیبایی‌شناسی»؛ دوم، حوزه «مطالعات بدن» و سوم، حوزه موسوم به «مطالعات قومی» که تلاش می‌شود این سه حوزه، به صورت جداگانه، در چارچوب عمومی نظریه انسان‌شناختی بررسی شود و در انتها به نتیجه‌ای درباره کتاب برسد.



- زیبایی‌شناسی پوشاک زنان پس از انقلاب اسلامی ایران، نویسنده: سیده‌راضیه یاسینی. ناشر: پژوهشگاه

افلاطون را فهم و چرایی اهمیت بسیار آن نزد وی را بیان کند. پژوهشگر در این اثر هدف از انتخاب «دیالوگ قوانین» برای بررسی را، به روز بودن این اثربریتی معرفی می‌کند و معتقد است ناب‌ترین و جدیدترین عقاید موسیقایی را که سوییۀ واقع‌گرایانه‌تری از قبل دارند، در این اثر افلاطون می‌توان یافت. این کتاب در پایان بر اساس نظر افلاطون، نتیجه می‌گیرد که موسیقی صحیح و هارمونی موجود در آن، علاوه بر انتقال لذت صحیح به روان شنونده، شرایط حرکت به سمت فضیلت و هماهنگی آن را فراهم می‌کند و منجر به پرورش آن در نفس شهروندی شود.



- خودتزیینی زنان ترکمن؛ درآمدی بر انسان‌شناسی زیبایی‌شناسی. نویسنده: طیبه عزت‌اللهی‌نژاد، ناشر: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، سال ۱۳۹۹، قیمت ۳۰۰۰۰ هزار تومان.

این کتاب که به بررسی زیبایی و زیبایی‌شناسی از دید افراد روستای دویدوخ می‌پردازد، از چهار فصل

فصلنامه

نمایه
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

فرهنگ، هنر و ارتباطات، سال ۱۳۹۹، قیمت ۶۰۰۰۰ هزار تومان.

این کتاب ناظر بر تحلیل زیبایی‌شناختی پوشاک زنان ایران پس‌انقلاب اسلامی با هدف ترسیم تصویری روشن از چگونگی تأثیر گفتمان‌های مختلف بر پوشاک و پوشش زنان است. به عبارت دیگر این اثر با مفروض دانستن تطور پوشاک زنان تحت گفتمان‌های رایج و حاکم در دوره‌های مختلف پس‌انقلاب، درصدد است تا تأثیر عوامل اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و اقتصادی بر زیبایی‌شناسی پوشاک زنان را در بستر گفتمان‌های حاکم و رقیب شش دوره گذار انقلابی (۱۳۵۷-۱۳۵۹)، ارزش‌گرایی / دفاع مقدس (۱۳۵۹-۱۳۶۷)، پس‌انگ / سازندگی (۱۳۶۷-۱۳۷۶)، اصلاح‌طلبی / آزادی‌خواهی (۱۳۷۶-۱۳۸۴)، اصول‌گرایی / بازگشت به ارزش‌ها (۱۳۸۴-۱۳۹۲) و اعتدال‌گرایی (۱۳۹۲-۱۳۹۶) مطالعه کند.



- هنر، دولت و نمایشگاه جهانی اکسپو، نویسنده: فهیمه زارع‌زاده. ناشر:

پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، سال ۱۳۹۹، قیمت ۲۵۰۰۰ هزار تومان.

این کتاب، با بررسی روش‌های هنری نمایشگاه‌ها چه به لحاظ شکل‌گیری ساختاری و چه به لحاظ آثار به نمایش گذاشته شده در آنها، نحوه بیان دولت‌ها به ویژه جمهوری اسلامی ایران را تحلیل می‌کند تا در نهایت، بتواند زمینه‌ساز راهبردهای بیانی برای استحکام بخشی به بنیان‌های فرهنگی ایران در چنین عرصه‌های مناسبی بین‌المللی شود. کتاب هنر، دولت و نمایشگاه جهانی اکسپو مجموعه‌ای از سه فصل تشکیل شده است که «دولت‌ها و نمایشگاه‌های جهانی اکسپو»، «جمهوری اسلامی ایران و نمایشگاه‌های جهانی اکسپو» و «راهبردهایی در بیان هنری کلان» به ترتیب، عناوین فصل‌های آن هستند. در این کتاب، توجه به مواردی چون کاربرد داده‌های فراصنعتی، روایت‌سازی از هویت ملی، نمایش تولیدهای علمی بر محور توانمندسازی نیروهای ذهنی، بازنمایی خودآگاهی سیاسی جدید، از جمله ضروریاتی دانسته شده که می‌تواند جمهوری اسلامی ایران را به امکاناتی در این زمینه برساند تا با کسب اهداف خود، به موفقیتی دست یابد تا در زمان ضرورت بسیج امکانات و جلوگیری از فرسایش مهلک توانمندی‌های مادی و معنوی‌اش در عرصه نمایشگاه‌ها، خویش را به صورت کلان‌روایی قوی و متعامل با سایر دولت‌ها بیان کند و این بیان را تضمینی مقتدرانه و هویت‌خواهانه در پایداری نظامش گرداند.

فصلنامه

نمایشگاه
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

Solutions to Social Problems

Esmail Gholamipour, Ph.D. of Sociology

Abstract

The book *Solutions to Social Problems*, contains research papers (33 articles in 342 pages) from different authors on social issues and problems in U.S.A and other industrial countries that Stanly Eitzen and Kerg Leedham have collected to a book. About 40 American researchers looking for answering some essential questions: why U.S.A. which is the richest country in the world, compared with the other industrial countries, is at the top of the hypothetical table for confrontation with social problems? What can U.S. government learn from successful countries to reduce the incidence of social problems in public and social policy? Why U.S. government doesn't use successful policies of other countries to eliminate or reduce its happened social issues and problems? Research methods of the articles of the book are comparative. Researchers in addition to detail description of social issues and problems of U.S. and comparing the solutions, have used successful country's experiences in reducing social issues and problems and resolving them. Answers of this book to the questions is not superficial, but they find out essential gaps and problems of existing structure and economic- social and political system of America which have led to the creation and intensification of social problems. From the common answers of the articles it can be seen that the researchers believe that the main cause of the situation of arising social issues and problems in U.S.A. comparing other 19 industrial countries is "Allocation of a limited budget for social and welfare affairs and unlimited budget allocation for social and welfare affairs in other industrial countries by the U.S. government". Also the dominance of the ideology of competitive individualism on public culture, dominance of the right-wing conservatives on policy- making and legislative institutions, weakness of left current Justice seeker and organizational weakness of workers' unions are the important factors that prevents U.S. government to learn from social policies of successful industrial countries.

Keywords

Social problems, Stanly Eitzen and Kerg Leedham, Public policy, Social policy.

The Rise of the Characters Genre in Iran (A Non-Familial Sociology)

Sai'deh Zadghannad, Researcher in the field of Iranian Characters and Nature

Abstract

Charactrology in Iran and the published books in this field, always have been welcomed by Iranian book readers; books that by analyzing and examining the characters of the Iranian community, try to offer solutions for getting out of the harms and vices of society in addition to displaying a picture of Iranian behavioral and moral generality. Although, these works have been well received, but they are not on a scientific and elaborate path. Sometimes, authors have been marketed their personal and popular interpretations of everyday life in the form of an autopsy. Therefore, it is several years that academic community of Iran, specially sociologists of this field, have more serious concerns to lead these kind of researches in the scientific path. Accordingly, the book "The Rise of the Characters Genre in Iran" can be considered as one of these works that uses its power to modify the right path for studying and researching of characters. The following book review tries to introduce and criticize this work scientifically.

Keywords

Research on characters, Genre, Sociology, Personality and character.

Slacktivists (Revolution of Hashtags): Cyber Activity Rules for Slacktivists

Zeinab Ghaderi, Ph.D. Candidate of Information Science and Knowledge, Islamic Azad University, North Tehran Branch

Abstract

Have you ever heard idiom “Fighting from under duvet”, It is right! It is completely contradictory. Fighting is diligent and hard work activity, but duvet involved rest and sleep. How these two can be together?!

Slacktivism that is known as “Fighting from under duvet”, refer to virtual activities that stimulate satisfied feeling in user of his positive action.

Media experts for describing slacktivist activities say that user by “minimal effort” that is usually a click and pressing a bottom, feel that have acted for a social or political action and had a share in it.

Fred Clark and Dewitt Ozard were the first who combined two words of slacker (lazy and sluggish person) and Activism (activity) and used slacktivism to describe youths that by small actions such as planting a tree to protest the destruction of environment.

Keywords

Slacktivist, Revolution of Hashtags, Fighting from under duvet, Cyber activity, Meg Cale.

New Media: a Critical Introduction

Hosein Basirian Jahromi, Ph.D. of Communication Science, Researcher and Translator

Abstract

The book “New media: A Critical Introduction”, written by Martin Lester and others and translated in the year 2019 by Dr. Ehsan Shahghasemi, Dr. Sai’dreza Ameli has written its introduction and Published by Culture, Art and Communication Research Institute. First edition of this book written by the effort of five researchers and leading of Martin Lester, Professor of Culture, Media and Drama at the University of the West of England in Bristol and published by Routledge in 2003 and its second edition published in 2009. English version of this work in terms of scientific references, at the time of writing this memo (June 2021) has more than 2700 references. Although, Persian version of this book with the title of “New Media with critical introduction, translated by Sai’d and Parvaneh Faramarzyani and published in 2014, but in previous book only parts of the original text had been translated and have a total of 248 pages. Whereas the resent book is the complete translation of the English version and it is 700 pages overall.

Keywords

New media, Critical studies, Martin Lester, Ehsan Shahghasemi, Hosein Basirian.

Social Media Warfare; Equal Weapons for All

Jalal Khoshchreh, Journalist

Abstract

Conservatism does not make sense; the reality must be accepted. Communication technology shows a new face every day and has affected social life of human being all over the world and it will do more than that.

Internet or virtual space now has vital role in public life like the air is needed to breath and it cannot be ignored. Now because of new technologies, specially communication which is moving fast, it is not possible to stop in the past. The solution is to interact constructively with it. Everyone who had been a pioneer in this arena, could enjoy from its profit in all scientific, social, military- security and economic-industrial levels, in a practical way. Those who still think of the past, have rejection- negative approach and exhaust themselves in front of giant technology and communication which getting more and more powerful.

By approving rationality modernity manages its “good or bad” consequences in the rational and scientific framework. This behavior is far from ineffective controls and tries to manage new positions by creating innovative opportunities to improve opportunities to serve development and excellence of social, political, economic, cultural and finally social security and stability.

Now, “Social media as equal weapons for all” is a challenge that social managers from government officials to politicians, economic activists, social movements, families and finally ordinary people who look like “atomic particles” in cyberspace face with it. Social media has a different function from cyberspace that its users need technical knowledge and skills. Social media is a simple and equal opportunity which is available to everyone. This has made vulnerabilities be equal to its achievements so that some interpreted it as “social media warfare” and looking at the dangers which follows it, stands against it in different ways. Of course, with a naive attitude, most of these confrontations have no idea how to defend themselves against social media war attacks.

Keywords

Social media warfare, Erbschloe, Michael, Social media, Communication technology.

Social Indifference; an Inevitable Choice

Attendees

Jabbar Rahmai, Assistant Professor in Institute for Social and Cultural Studies
Mohammadreza Sargolza'i (Psychiatrist and Professor)

Fatemeh Alamdar, Sociologist and the Author of the Book "Indifference: An Inevitable Choice"

Mostafa Asadzadeh, (Scientific Secretary of the Meeting), Ph.D. of Cultural Policymaking

Abstract

The meeting of "Social Indifference; an Inevitable Choice" was held with the aims of discussing indifference phenomenon from the perspective of psychology, anthropology and sociology. Dr. Sargolza'i examined choosing indifference in two paradigms of evolutionary biology and mental health. In his viewpoint, choosing indifference is formed instinctively and in order to maintain survival within the framework of evolutionary biology, but in the context of the idea of mental health, human tries to change unfavorable situations to feel valued and meaningful. Dr. Alamdar examined choosing indifference in the context of social status that unfavorable situation occurs. In her viewpoint, in any social situation, three elements of players, the relation of players to each other and cultural logic of justifier of behavioral choices determine the type of behavior by interacting with each other. Dr. Rahmani stated that indifference in the field of Gemeinschaft and Gesellschaft are different. He suggested that the issue of indifference should be studied at group level but not at individual level and considering different characteristics of the primary and secondary groups in our society.

Keywords

Social indifference, Evolutionary biology, Mental health, Gemeinschaft, Gesellschaft.

Cultural Consumption and Distribution Pattern of Cinematic Productions during Post Digital

Attendees

Alireza Tabesh, Managing Director of Farabi Cinema Fundation

Seyyed Jamaloldin Akbarzadeh Jahromi, Assistant Professor of Social Communication, Allameh Tabataba'i University

Amir Reza Tajvidi (Scientific Secretary of the Meeting), Writer in the field of Cinema and Media, M.A. in Social Communication Science, Tehran University

Abstract

With the spread of Corona Virus in our country, most of micro and macro Institutions of the country such as cinema have been affected by it. Because, common consumption methods of the cinematic productions were in need of rituals such as audience gatherings, but spread of Corona Virus minimized the possibility of holding such gatherings and so alternative methods of cinematic distribution and consumption was on the agenda. These methods had become popular even before spread of Corona Virus, but need to applying them is felt more in the current situation. What has been addressed on this session, is study and perception of dimensions and consequential reviews of modern methods of cultural consumption and distribution of the cinema and submit a proposal for managing condition of distribution and consumption of Iran's Cinematic productions during this situation.

Keywords

Cultural consumption of cinematic productions, Post digital art, Cinema virtualization, Art and Corona.

Evaluating Utilization of Green Library Components in Academic Libraries

Fatemeh Rezaeimanesh, M.A. Student of Information Science and Knowledge, University of Shahid Beheshti

Mohsen Haji Zeinolabedini, Faculty Member of Information Science and Knowledge Department, University of Shahid Beheshti

Amirreza Asnafi, Faculty Member of Information Science and Knowledge Department, University of Shahid Beheshti

Abstract

The most important aim of academic library is to provide services and disseminating information for satisfying information needs of university's community members and as a result upgrade quality of universities. It is obvious that success of any planning for providing services of academic library depends on accurate recognition of information needs of academic community. In other words, it should be considered that what kind of information may help learning, teaching and research and how can the library provide this information. Most experts believe that improving process of environment crises depends on improvements of man's doctrine and change in human attitudes, insights and knowledge about his destiny and surrounding environment. Therefore, public informing and educating the community about the environment, is important for continuation of human life. Academic library can offer a wide range of different services such as: user training, book loan, reference, lending between libraries, current informing, dissemination of selected information, reproduction of materials, arranging lecture sessions on library services, creating databases, bibliographic services and continues exploration to academic community. Space is considered as the most basic elements of academic library and can play a crucial role in the success and failure of its plans. In other words, there is a direct relation between suitable space of the library and the rate of utilization of its services. Study and research in the comfortable, quiet, pleasant, attractive and available place which is a necessity of every scientific and cultural center, has many fruitful results. Therefore, today in order to increase the usefulness of performance and services of these libraries for students and researchers, it is necessary to take steps towards sustainable development and the process of emergence.

This paper using the review of texts and resources, has studied the components of the green library in academic libraries.

Keywords

Green library, Academic library, Sustainable development, Environment.

فصلنامه

نمایه
پژوهش

دوره جدید، شماره سوم و چهارم
سال هشتم، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

۳۷۴

A Look at the Information Seeking Model of Saolinin (Ellis) in the Context of the Environment Study of Concepts

Ahmad Sha'bani, Faculty Member of Information Science and Knowledge Department, University of Esfahan

Hosein Adabi Firuzjah, Ph.D. Candidate of Information Science and Knowledge, University of Esfahan, Librarian of Central Library of Institute for Humanities and Cultural Studies

Abstract

Behavior of information seeking after perception or feeling the need, is any activity performed by an individual in order to find information to meet the need for information. Saolinin introduced a model for seeking information in everyday life (Elis) that is called citizen information seeking for studying information seeking in two context related to work and non-work. In this study by using review and describe existing sources and back grounds, essential concepts related to this model has been studied. This study indicated that Saolinin at workplace by studying needs, search, and using information considered the behavior of information seeking in everyday life. This was accompanied with works for important activities that individuals turn to unofficial sources to meet their information needs or rarely use channels that is formally not too much desired for solving the problem related to daily activities.

Keywords

Behavior of Information seeking, Saolinin model, Information seeking in everyday life (Elis), Concepts.

Reviewing Performance of Provincial Book Fairs from the View Point of Publishers, Participants, Experts and organizers of Provincial Book Fairs (2008-2017)

Salman Ansarizadeh, Ph.D., Tehran University

Ebrahim Heidari, Ph.D. of Cultural Management

Abstract

Book is one of the important factors for the growth and development of culture in any society. Publishing, distribution and book selling in different parts of the country influenced by various social, cultural, economic and political factors. Because of this, researching about this field for identifying effective factors in publishing development and gathering information about book distribution can help this industry effectively. Therefore, the aim of this research is studying Provincial Book Fairs in the year 2008 to 2017 from the view point of publishers, participants, experts and organizers. Research method of the study is survey and researcher made questionnaire that after gathering information from 384 persons from

research community, data were analyzed through SPSS software. Findings show that provincial book fair has two pros and cons viewpoint; some believe that holding provincial book fair gives the county audiences access to new publishing, compensate for some defects in the defective distribution system in Iran, passionate presence of people in the fair, expanding its market, justice in book distribution in the whole country, book reading and book culturalizing in the country, cash sales for publishers, An opportunity for small and county publishers and.... But unlike, others believe that provincial book fair threatens publishing economy of counties and drastically reduces sales of provincial bookstores. They also criticize absence of prominent national publishers, lack of rich books, lack of professional books, poor environmental advertising, being governmental, being far from the city and out of the reach in term of holding position and

Keywords

Provincial Book Fair, Publisher, Book subsidy, Book boot, Governmental support.

Twitter and Journalism

Dhiraj Murthy

Translated by Esmaeel Afghahi, Faculty Membre of Culture, Art and Communication Research Institute

Abstract

The book “Twtetere” written by Dhirja Murthy is one of the new and suitable books on social media that in addition to addressing Twtetter’s quiddity and its activity, he discusses the relation of this social network with other fields like journalism, crisis, activity (social and political activity), branding and health in different and sepersted chapters. The reason of choosing this chapter for translating was because Twtetter is related more to journalism, comparing other social networks such as Instagram, Telegram, watsup and so on. This relation is being seriously discussed in scientific circles of media and journalism studies. Being newness of the book and mentioning chapters such as Twtetter as a news environment, new journalism, news, citizen reporters through Twtetter, increas in citizen Twtetter-centric reporters, Twtetter as a common news space, Twtetterized digital and journalism gap, Twtetter and journalism, blessing or curse and beyond reality journalism, fake news and Twtetter was the useful reasons for translating this chapter of the book.

Keywords

Twtetter, Journalism, dhiraj Murthy, Social and political activity.

Cultural Issue and its Challenges in Iran

Interview with Iraj Feizi

(Head of The Humanities and Social Studies Research Institute of Academic Center for Education, Culture and Research)

Interviewer

Yusof Sarafraz, M.A. in Anthropology, Tehran University

Abstract

Cultural Issues are very complicated and needs to be studied carefully and from different aspects. Dr. Iraj Feizi believes that materialism is the main cultural harm in current situation of Iran and he sees it as the root of other cultural problems. He believes that economic crisis in the country is the root of the most social and cultural issues and problems that in some ways causes moral values to fade. fields of family, religiosity, moral values and life style too suffer from cultural issues because of materialism.

Keywords

Cultural issues, Materialism, Culture of Iran, Iraj Feizi.

Cultural Issue; Hope for Solidarity and Identity in Modern Order of Islamic- Iranian Civilization

Interview with Sajjad Saffar Harandi

(Manager of Islamic Culture and Art Department of Hoze Honary of Islamic Revolution)

Interviewer

Yusof Sarafraz, M.A. in Anthropology, Tehran University

Abstract

Family as the basis and strengthener of society's culture is one of the important issues of the culture that has always been considered. Relations and interactions within it and recent trends has brought about wide range of changes. The issue of identity (national, religious, and ethnic) is the important cultural and social challenges in the country that should be focused. The reform of governance systems and the economic situation, employment, work and so certainly can influence on cultural environment, feeling hopeful and social solidarity and strengthen and warm up family relationships. In this interview the issue of culture in the country has been discussed from different angles. Definition of culture, cultural problems, cultural problematics and the reasons for emergence and outbreaks of some cultural harms has been considered and then solutions to get out of these harms has been provided. Cyberspace and new media and technological changes are one of the dialogue axis that interviewer while has paid attention to the lacks of this area, pointing to the changing taste of community media consumption in the new era.

Keywords

Consumption and media changes, Media man, Social hope and cheerfulness, Virtual and real media.

Cyberspace and Activity Changes in the Process of Civilization

Mohammadreza Bahmani, Assistant Professor of Islamic Science and Culture Research Institute

Abstract

Cultural and civilization study department of Baqir al- Olum University, put on the agenda holding workshop training courses on civilization issues. Second course of this program, held in collaboration with the Development Center of Culture and Art in cyberspace titling “Islamic Civilization and Contemporary Culture” in Nov. 2021. Dr. Mohammadreza Bahmani was one of the presenters of this short- time course. He stated subjects on “Cyberspace and Activity Changes in the Process of Civilization”. In this lecture, he first of all stated quiddity of civilization and factors affecting it. He mentioned factors from natural to human; then four characteristics of analysis on the scale of civilization, including holistic, systematic, analytical- historical and futuristic analysis, were mentioned. In the following, he stated different dimensions of activity and also characteristics of cyberspace era and at last described activity changes in this space in different levels.

Keywords

Cyberspace, Civilization quiddity, Activity changes in process of the civilization, Communication.



■ Editorial Note

- Tehran Book Fair in the post-Corona period: face-to-face, virtual or combined/
dariush Matlabi5

■ Notes

- Cyberspace and Activity Changes in the Process of Civilization/
Mohammadreza Bahmani9
- The world of audio and video on the verge of entering a new era / Mohammad
Mehdi Asgarpour13

■ Conversation

- Cultural Issue; Hope for Solidarity and Identity in Modern Order of Islamic-
Iranian Civilization/ Interview with Sajjad Saffar Harandi27
- Cultural Issue and its Challenges in Iran/ Interview with Iraj Feizi35

■ articles

- Twitter and Journalism/ Dhiraj Murthy, Translated by Esmaeel Afghahi ...45
- Reviewing Performance of Provincial Book Fairs (2008-2017)/ Salman
Ansarizadeh and Ebrahim Heidari73
- A Look at the Information Seeking Model of Saolinen (Ellis) in the Context
of the Environment: Study of Concepts/ Ahmad Sha'bani and Hosein Adabi
Firuzjah107
- Evaluating Utilization of Green Library Components in Academic Libraries/
Fateme Rezaeimanesh, Mohsen Haji Zeinolabedini and Amirreza Asnafi .. 131

■ Meeting Report

- Cultural Consumption and Distribution Pattern of Cinematic Productions
during Post Digital161
- Social Indifference; an Inevitable Choice175

■ Book Review

- Social Media Warfare; Equal Weapons for All/ Jalal Khoshchereh189
- New Media: a Critical Introduction/ Hosein Basirian Jahromi197
- Slacktivists (Revolution of Hashtags): Cyber Activity Rules for Slacktivists/
Zeinab Ghaderi203
- The Rise of the Characters Genre in Iran (A Non-Familial Sociology)/ Saideh
Zadghannad213
- Solutions to Social Problems/ Esmail Gholamipur219
- Stop Reading the News/ Omidali Masoudi227

- Research News/ Sama Keshavarz dizjini233

- Book news/ Sama Keshavarz dizjini245



About the Journal:

Quarterly of Research index policy is the propagation, promotion and publication of applied and problem-oriented research achievements and findings in the field of culture, art and media. This journal is published In order to make the summary of research results accessible, information about the views of researchers and experts, creating a flow in the fields of culture, art and media and making a creative and dynamic relationship between researchers, experts and active research centers. The Journal is interested in developing a critical perspective on mentioned areas.

Topics of the quarterly:

Culture, public culture, cultural policy-making, books and publishing, cultural economics, cultural production and consumption, religious studies, contemporary culture and cultural change, cultural development, cultural issues and problems, communication and media, cyberspace, media management, Media policymaking, Press, Law and Media, Media Economics and Research Ethics, Art Research, Cinema and Performing Arts, Visual Arts, and Music.

Subscription:

The annual subscription cost in Iran is 1,200,000 Rials. Those interested in subscribing, deposit this amount to the account number 4001028503014906 of the Central Bank in the name of Publications of the Research Institute of Culture, Art and Communication and send the original receipt to the address of Tehran, Valiasr Square, Dameshgh Street, No. 9, Research Institute of Culture, Art and Communication, First floor, Scientific research Communications Office.





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

Executive Manager:
Ghahremani, Katayon

Graphic Designer:
Karami, Ali reza

Persian editor:
Hamidi, Ana

English Editor:
Shafikhani, shahnaz

Address:
Tehran, Valiasr Square, Dameshgh
Street, No. 9

PO Box:
14155-6474 Phone: 021-88919179
Fax: 021-88893076

Email:
namayeh@ricac.ac.ir

Single issue price:
300,000 Rials

Vol. 8, No. 3, 4
Series 41, 42. Autumn 2021, winter 2022

**Research Institute of Culture, Arts and Communications
of the Ministry of Culture and Islamic Guidance**

Director-in-charge: Qasem Zaeri

Editor-in-chief: Dariush Matlabi

Editorial Board:

- **Asadzadeh, Mostafa** PhD in Cultural Policy
- **Aghili, Seyed Vahid** Associate Professor, Islamic Azad University
- **Fasih, Mansoureh** Assistant Professor, Research Institute of Culture, Art and Communication
- **Gholamipour, Esmaeel** PhD in Sociology
- **Hasanzadeh, Mohammad** Professor of Tarbiat Modarres University
- **Hassani, Hossein** Assistant Professor, Research Institute of Culture, Art and Communication
- **Mahouzi, Reza** Associate Professor, Institute for Social and Cultural Studies
- **Moharrami, Towhid** Assistant Professor, Research Institute of Culture, Art and Communication
- **Matlabi, Dariush** Associate Professor, Islamic Azad University
- **Nazeri, Mehrdad** Assistant Professor, Islamic Azad University
- **Saeedi, Zohreh** Assistant Professor, Research Institute of Culture, Art and Communication
- **Solgi, Mohammad** Assistant Professor, Jihad Daneshgahi
- **Sharifi, Hamoon** PhD in Public Management
- **Taslimi, Reza** Assistant Professor, Research Institute of Culture, Art and Communication
- **Yasini, Seyedeh Razieh** Associate Professor, Research Institute of Culture, Art and Communication
- **Yahak, Sajjad** PhD in Sociology



- Quotation of content from the publication is free with mentioning the source.
- The articles reflect the views of their authors and the Research Quarterly has no responsibility for the content of these works.

Vol. 8, No. 3, 4

Series 41, 42. Autumn 2021, winter 2022

- The world of audio and video on the verge of entering a new era / Mohammad Mehdi Asgarpour
- Cyberspace and Activity Changes in the Process of Civilization/ Mohammadreza Bahmani
- Cultural Issue; Hope for Solidarity and Identity in Modern Order of Islamic- Iranian Civilization/ Interview with Sajjad Saffar Harandi
- Cultural Issue and its Challenges in Iran/ Interview with Iraj Feizi
- Twitter and Journalism/ Dhiraj Murthy, Translated by Esmaeel Afghahi
- Reviewing Performance of Provincial Book Fairs (2008-2017)/ Salman Ansarizadeh and Ebrahim Heidari
- A Look at the Information Seeking Model of Saolinen (Ellis) in the Context of the Environment: Study of Concepts/ Ahmad Sha'bani and Hosein Adabi Firuzjah
- Cultural Consumption and Distribution Pattern of Cinematic Productions during Post Digital/ Alireza Tabesh, Seyyed Jamaloldin Akbarzadeh Jahromi, Amir Reza Tajvidi
- Social Indifference; an Inevitable Choice/ Jabbar Rahmai, Fatemeh Alamdar, Mostafa Asadzadeh

With Reviewing Works:

Saideh Zadghammad



Kiel, Mag (2019). Selectivist: The rules of cyber-activism for selectivists. Translated and written by Seyed Ali Mousavi. Tehran: Bright Generation.

Jalal Khoshchenehreh



Arbashlo, Michael (2020). Social media war; Equal weapons for all. Translated by Mohammad Reza Karimi Ghahroudy and Neda Enami. Tehran: Defense Industries Educational and Research Institute

Omidali Masoudi



Dobelli, Rolf (2021). Stop Reading the News: A Manifesto for a Happier, Calmer and Wiser Life. Translated by Adel Ferdosipour. Cheshmeh publication, Tehran.