

## نقش پایگاه اجتماعی- اقتصادی در نگرش به فضای مجازی: مطالعه شهروندان شهر کاشان

سید کمال‌الدین موسوی<sup>۱\*</sup>، مریم چک‌کن فینی<sup>۲</sup>

### چکیده

در این پژوهش نقش پایگاه اجتماعی- اقتصادی در نحوه نگرش شهروندان به فضای مجازی به‌ویژه در شهر کاشان بررسی شده است. ضرورت انجام این پژوهش را در تغییرات سریع محیطی از یک سو و گسترش روزافزون استفاده از اینترنت و فضای مجازی از سوی دیگر باید دید، به‌گونه‌ای که ترسیم نمای کلی از مسئله را به‌صورت یک اولویت پژوهشی در این شهر در حال گذار جلوه می‌دهد. در تبیین موضوع پژوهش، نظریات جامعه‌شناسان کلاسیک، نئومارکسیست‌ها، نووبری‌ها و برخی نظریات جدیدتر از بوردیو و کاستلز و راگندا مورد استفاده قرار گرفته‌اند. حجم نمونه پژوهش به تعداد ۳۸۴ نفر بر اساس فرمول کوکران تعیین و جمعیت به‌شیوه نمونه‌گیری خوشه‌ای انتخاب شد. گردآوری اطلاعات از طریق پرسشنامه طی ماه‌های خرداد، تیر و مرداد ۱۴۰۱ انجام شد. بر اساس نتایج، میان پایگاه اجتماعی- اقتصادی شهروندان و نحوه نگرش آن‌ها به فضای مجازی، رابطه مستقیم و هم‌افزا وجود دارد. در بین مؤلفه‌های پایگاه اجتماعی- اقتصادی نیز ملاحظه شد که منزلت و ویژگی‌های انتسابی شهروندان (منزلت سنی، جنسی، قومی، دینی) رابطه‌ای معکوس اما حجم سرمایه در اختیار و جایگاه و شرایط شغلی آنان رابطه‌ای مستقیم با پایگاه اجتماعی- اقتصادی نشان می‌دهد. در نتیجه، هرچه منزلت و ویژگی‌های انتسابی افراد پایین‌تر بوده است، نگرش بهتری به فضای مجازی داشته‌اند. همچنین هرچه حجم کلی سرمایه‌های در اختیار افراد بیشتر و جایگاه و شرایط شغلی آنان بالاتر بوده است، نگرش مثبت‌تری به فضای مجازی از خود نشان داده‌اند. در مجموع نتایج نشان داد پایگاه اجتماعی- اقتصادی و اجزای آن در نحوه نگرش شهروندان به فضای مجازی ایفای نقش می‌کند. **کلیدواژه‌ها:** نگرش به فضای مجازی، پایگاه اجتماعی- اقتصادی، ویژگی انتسابی، سرمایه دیجیتال، شرایط شغلی.

۱. استایار جامعه‌شناسی، گروه علوم اجتماعی دانشگاه کاشان، کاشان، ایران. [okna8062@yahoo.com](mailto:okna8062@yahoo.com)

۲. دانشجوی کارشناسی ارشد پژوهش اجتماعی، دانشگاه کاشان، کاشان، ایران. [maryamch7697@gmail.com](mailto:maryamch7697@gmail.com)

## ۱. مقدمه

دستیابی به منابع ارزشمند و کمیاب همچون ثروت، قدرت، دانش و منزلت، شهروندان هر جامعه‌ای را در لایه‌های مختلف سلسله‌مراتب اجتماعی جای می‌دهد و به این ترتیب، جایگاه آن‌ها را در جامعه معلوم نموده و پایگاه اجتماعی- اقتصادی آنان را تعیین می‌کند. نقش پایگاه اجتماعی- اقتصادی در زندگی افراد و اساساً تأثیر نظام قشربندی جامعه بر الگوهای فکری و رفتاری مردم موضوع مهمی است که از سال‌ها قبل توجه جامعه‌شناسان کلاسیک و معاصر را به خود جلب نموده است. جامعه‌شناسان هم‌اکنون دریافته‌اند که تقریباً جنبه‌های مختلف زندگی ما انسان‌ها اعم از بهره‌ هوشی، موفقیت تحصیلی، بُعد خوار، نوع تغذیه، عقاید سیاسی، بیماری‌هایی که از آن‌ها رنج می‌بریم و حتی نوع عادات ما در روابط جنسی، با جایگاه و موقعیت ما در سلسله‌مراتب اجتماعی مرتبط است. راز مسئله در این است که به تعبیر فولکمن و لازاروس<sup>۱</sup>، پایگاه اجتماعی- اقتصادی همانند یک قالب یا ظرف اجتماعی است که در چهارچوب آن شیوه مواجهه افراد با محیط اجتماعی ساخته و پرداخته می‌شود؛ از این رو این مفهوم یکی از مهم‌ترین و کاربردی‌ترین متغیرها در تحلیل رفتار و عقاید شهروندان است. شاخص‌های سازنده پایگاه اجتماعی- اقتصادی گوناگون‌اند، اما موارد مشترکی را در آن‌ها می‌توان یافت. کاپلان، مک‌کنزی و دانکن<sup>۲</sup> مؤلفه‌هایی چون شغل، درآمد و تحصیلات را معرف پایگاه اجتماعی دانسته‌اند، ولی بروس کوئن<sup>۳</sup> ویژگی‌های فرهنگی، درآمد، دارایی‌های مادی، و مشارکت در فعالیت‌های جمعی (سرمایه اجتماعی) را بیانگر پایگاه اجتماعی- اقتصادی تلقی کرده است. سیگل<sup>۴</sup> پایگاه اجتماعی را دو عاملی و بر اساس شغل و تحصیلات در نظر می‌گیرد، اما برخی دیگر از صاحب‌نظران محل سکونت و زمینه خانوادگی را نیز در شکل‌دهی به پایگاه اجتماعی مؤثر می‌دانند (نعمتی، کرامتی و نسیمی، ۱۳۹۸: ۲).

به هر حال، مؤلفه‌های پایگاه اجتماعی- اقتصادی هر چه که باشند، با ظهور فضای

---

1. Volkmann and Lazarus

2. Kaplan, McKinsey and Duncan

3. Bruce Cohen

4. Sigel

مجازی این مسئله را که ذهنیت‌های شکل گرفته نسبت به اینترنت و فضای مجازی چه پیوندی ممکن است با پایگاه اجتماعی اقتصادی شهروندان داشته باشد، می‌توان پرسش جدیدی دانست که جست‌وجوی پاسخ آن می‌تواند بینش تازه‌ای را در شناخت علل تنوع برخوردها در برابر این دنیای تازه در اختیار ما قرار دهد؛ به‌ویژه اینکه مروری فشرده در ادبیات موضوع نشان می‌دهد آنچه تاکنون عمدتاً مورد توجه محققان بوده است، بررسی مسئله شکاف دیجیتالی و یا پیوند میان پایگاه اجتماعی- اقتصادی با میزان دسترسی به اینترنت و فضای مجازی بوده (کاواناگ، ۲۰۰۷) و در این زمینه به نقش احتمالی پایگاه اجتماعی- اقتصادی در شکل‌دهی به ذهنیت و نگرش شهروندان به فضای مجازی کمتر توجه و عنایت شده است. از سوی دیگر، ضرورت انجام چنین پژوهشی را می‌باید در تغییر و تحولات سال‌های اخیر در کشور، به‌ویژه در شهر کاشان دید که حال‌وهوای یک جامعه در حال گذار از سنتی به مدرن را کم‌وبیش تجربه می‌کند و به تدریج هم پایگاه اجتماعی- اقتصادی و هم ذهنیت شهروندان درباره موضوعات گوناگون - از جمله اینترنت و فضای مجازی- در حال تغییر است. از این‌رو پژوهش حاضر ضمن مطالعه وضعیت موجود، نقش پایگاه اجتماعی- اقتصادی در نحوه نگرش به فضای مجازی (مثبت یا منفی) در کاشان را مورد بررسی قرار داده است تا معلوم شود آیا در نگرش شهروندان کاشانی به فضای مجازی، پایگاه اجتماعی- اقتصادی دخالتی دارد یا خیر؟ به عبارتی، پژوهش حاضر مشخصاً به دنبال آن است که نگرش به فضای مجازی در حال حاضر در بین شهروندان این شهر چگونه است و آیا پایگاه اجتماعی- اقتصادی شهروندان در نحوه نگرش آن‌ها به فضای مجازی نقش ایفا می‌کند یا خیر؟

#### ۱-۱. پیشینه پژوهش

اساساً موقعیت سنی، جنسی، تحصیلی و یا قومی و مذهبی افراد در جایگاه اجتماعی- اقتصادی آنان بی‌تأثیر نیست، چراکه بسیاری اوقات در جوامع ملاحظه می‌شود پایگاه اجتماعی زنان پایین‌تر از مردان، نوجوانان و جوانان پایین‌تر از میانسالان و بزرگسالان، اقلیت‌های قومی و دینی پایین‌تر از بقیه است و این مؤلفه‌ها می‌توانند روی نگرش به

همه چیز از جمله در خصوص اینترنت و فضای مجازی اثرگذار باشند. سرنخ‌های چنین روندی را طبعاً در تحقیقات انجام شده باید سراغ گرفت. در یک مطالعه طولی در ایسلند توسط کلوباس و کلاید (Klobas & Clyde, 2000) طی سال‌های ۱۹۹۳ و ۱۹۹۸ نگرش بزرگسالان درباره استفاده از اینترنت مورد مطالعه قرار گرفت. نتایج مطالعه بیانگر یک روند افزایشی در نگرش مثبت بزرگسالان ایسلندی درباره استفاده از اینترنت بود و در بازه زمانی ذکر شده استفاده از آن نیز هم بیشتر و هم متنوع‌تر شده است. هنگ، ریدزوان و کوئک (Hong, Ridzuan & Kuek, 2003) (مطالعه‌ای را در مالزی و بر روی ۸۸ دانشجو در پنج دانشکده وابسته به دانشگاه ساراواک انجام دادند اما نتایج این مطالعه نگرش مثبت و مشابهی به اینترنت را میان دختران و پسران، دانشجویان موفق و ناموفق نشان داد. با این حال، دانشجویان دانشکده مهندسی و دانشکده علوم فناوری در مقایسه با دانشجویان علوم انسانی، نگرش مثبت‌تری به فضای مجازی داشتند (Al Otaibi, 2012: 153). همچنین لی و کرکوپ در یک مطالعه تطبیقی و میان فرهنگی به مقایسه نحوه نگرش و استفاده از اینترنت در بین دانشجویان چینی و انگلیسی پرداخته و ۲۲۰ دانشجوی دختر و پسر از چین و ۲۴۵ دانشجوی دختر و پسر از انگلیس را مورد بررسی قرار دادند. نگرش مثبت به اینترنت در هر دو فرهنگ چینی و انگلیسی در سطح مشابهی ملاحظه شد، اما میزان نگرش مثبت در دانشجویان پسر و دختر در هر دو گروه - به نفع مردان - متفاوت بوده است (همان: ۱۵۴).

در پژوهشی، سیمون پتس<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۱۸) رابطه بین موقعیت اجتماعی-اقتصادی و استفاده از رسانه‌های اجتماعی را بررسی و در این رابطه از نظرات بورديو استفاده کرده‌اند. آن‌ها شکاف دیجیتالی را از منظری جدید بررسی کردند؛ به این معنا که به جای تمرکز بر نابرابری دسترسی به اینترنت یا مهارت‌های لازم برای استفاده از آن، نقش نابرابری سرمایه‌ها در شکاف دیجیتالی را برجسته ساخته و با این پرسش کار خود را آغاز کردند که سرمایه‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی چه تأثیری بر سطوح مختلف استفاده از رسانه‌های اجتماعی دارد. یافته‌های پژوهش نشان داد افراد وابسته به پایگاه اقتصادی

اجتماعی پایین، غالباً سطوح پایین‌تری از استفاده را در رسانه‌های اجتماعی دارند؛ همچنین از حوزه‌های محدود و ساده‌تری در بسترهای رسانه‌های اجتماعی استفاده کرده و بعید است از آن بسترهایی که به زمینه‌های حرفه‌ای‌تر رسانه‌ها مرتبط است استفاده کنند، زیرا این گروه از افراد سرمایه فرهنگی پایین داشته، غالباً تحصیلات رسمی را زودتر ترک کرده و عمدتاً فاقد شغل حرفه‌ای هستند. تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش نشان می‌دهد سطوح بالاتر و پیچیده‌تر استفاده از رسانه‌های اجتماعی رابطه مستقیم و تنگاتنگی با سرمایه فرهنگی تجسم‌یافته و عینی دارد. یتس و همکاران (۲۰۱۸) ضمن بهره‌گیری از مفاهیمی چون «عادات دیجیتالی» و «سرمایه دیجیتالی» که اخیراً توسط محققان به‌عنوان راهی برای درک نقش فناوری‌های دیجیتال در نظام‌های تمایز و قشربندی ارائه شده است، تأکید می‌کنند سرمایه‌های دیجیتالی نیز - همچون سرمایه فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و نمادین - می‌توانند تمایز طبقاتی را تشدید نموده و سطوح تازه‌ای از نابرابری را به مؤلفه‌های قبلی (میزان دسترسی به اینترنت و مهارت‌های استفاده از آن) بیفزایند. یتس و همکارانش اشاره می‌کنند هرچند در تحقیقات و سیاست‌گذاری‌های رسمی هنوز بر روی افزایش میزان دسترسی و مهارت‌ها تمرکز وجود دارد، با ادغام روبه‌رشد رسانه‌های دیجیتال در حوزه‌های اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی که شهروندان در آن‌ها فعالیت می‌کنند، احتمالاً تفاوت‌ها و شکاف‌هایی تازه به‌لحاظ وسعت و عمق استفاده از رسانه‌های دیجیتال شکل می‌گیرند که دیگر این تمایزهای دیجیتالی صرفاً در مورد دسترسی به اینترنت (سرمایه اقتصادی) نیست (Yates, 2018: 19).

در داخل کشور نیز به معهود پژوهش‌هایی در این زمینه می‌توان اشاره داشت. طی پژوهشی در سال ۱۳۹۴ که فرزانه و فلاحتی شهاب‌الدینی درباره «عوامل اجتماعی مؤثر بر گرایش به شبکه‌های اجتماعی» انجام دادند، نتایج به‌دست‌آمده نشان داد میزان گرایش به شبکه‌های اجتماعی مجازی در دانش‌آموزان متعلق به پایگاه اقتصادی اجتماعی پایین و بالا متفاوت از یکدیگر است. بر اساس میانگین نمرات به‌دست‌آمده از گروه‌های دانش‌آموزی، میزان گرایش به شبکه‌های اجتماعی مجازی در دانش‌آموزان وابسته به پایگاه اقتصادی

اجتماعی پایین کمتر از میزان گرایش به این شبکه‌ها در دانش‌آموزان متعلق به پایگاه اقتصادی- اجتماعی بالاست (فرزانه و فلاحتی شهاب‌الدینی، ۱۳۹۴: ۱۱). در پژوهشی دیگر درباره نگرش به فضای مجازی که موسوی (۱۳۹۶) در منطقه کاشان انجام داد، مشخص شد عواملی چون سن، سابقه استفاده و میزان استفاده افراد از اینترنت در نگرش به فضای مجازی نقش داشته‌اند، اما در مجموع و با توجه به میانگی نمرات به دست آمده در آن سال مشخص شد نوع نگرش به اینترنت و فضای مجازی در این منطقه عمدتاً منفی است و میزان نگرش منفی بیش از همه در مدیران دولتی و روحانیون (پایگاه اجتماعی- اقتصادی بالا) و زنان خانه‌دار مشاهده شد؛ لیکن در بین دانشجویان، استادان و فرهنگیان (پایگاه اجتماعی متوسط) شدت نگاه منفی در پایین‌ترین سطح خود قرار داشته است. به‌علاوه، شهروندان متعلق به گروه‌های سنی پایین‌تر نگرش مثبت‌تری به فضای مجازی داشته‌اند و نگاه منفی به فضای مجازی در بزرگسالان بیش از جوانان و در متأهلین بیش از مجردها دیده شد (موسوی، ۱۳۹۶: ۸-۶۴). ملکان و همکاران (۲۰۱۶) نیز در پژوهشی پیرامون نگرش ۱۹ نفر از مسئولان عالی‌رتبه ایرانی (بالاترین پایگاه اجتماعی- اقتصادی) به فضای مجازی دریافتند سه رویکرد متفاوت در بین مسئولان وجود دارد:

۱. برخی از مقامات علناً مخالفت خود را علیه آزادی کاربران در فضای مجازی اعلام کرده و آن را آسیب‌زا دانسته‌اند. این‌ها آزادی دسترسی و حق انتخاب کاربران در فضای مجازی را موجب نتایج منفی دانسته و معتقدند کارشناسان فرهنگی باید سعی کنند در برابر این مسئله بایستند.

۲. گروهی از مسئولان به‌رغم نگرش منفی به فضای مجازی، به‌طور محدود به ضرورت آموزش و پرورش کاربران در این زمینه جهت حمایت از خود در این فضا تأکید می‌کنند. این گروه در مقایسه با گروه اول اندکی تفاوت داشته و برای کاربران حق انتخاب نسبت به فضای مجازی قائل‌اند.

۳. تنها سه نفر از مسئولان صریحاً آزادی و حق انتخاب کاربران فضای مجازی را پذیرفته و معتقدند که عصر پیام‌های یک‌طرفه به پایان رسیده و دیگر امکان محدود کردن

آزادی کاربران در فضای مجازی وجود ندارد.

تعداد ۱۰ نفر از مسئولان عالی‌رتبه مورد بررسی، در سخنرانی‌های خود مسئله فیلترینگ را بیان کرده و از آن حمایت می‌کنند. در سخنرانی‌های این مسئولان، از فیلترینگ با استعاره‌هایی چون جدا کردن خار از گل، شربت شیرین ولی سمی، مقایسه آزادی اینترنت با آزادی مواد مخدر استفاده می‌شود (ملکان و همکاران، ۲۰۱۶: ۶۷-۶۸).

#### ۱-۲. مبانی نظری پژوهش

رویکردهای مهمی در ادبیات جامعه‌شناختی وجود دارند که به یاری آن‌ها می‌توان به تبیین نقش پایگاه اجتماعی-اقتصادی در نحوه نگرش به فضای مجازی پرداخت. تا اوایل قرن بیستم دو گفتمان مارکسیستی و وبری اصلی‌ترین ابزار تحلیل طبقه و پایگاه اجتماعی اقتصادی و پیامدهای آن‌ها محسوب می‌شدند اما پس از جنگ جهانی دوم، تغییر و تحولاتی سریع و گسترده در دنیای معاصر به وجود آمد و تخصص‌گرایی روزافزون و پیچیده‌تر شدن تقسیم کار موجب شد تا تنوع بیشتری در مشاغل، قشرها، گروه‌ها، سبک‌های زندگی، عادات و به‌ویژه نگرش‌ها به وجود آید. این تنوع‌یابی و توسعه پایگاه اجتماعی-اقتصادی در دهه‌های اخیر، بدون تردید اثرات آشکار و پنهان خود را هم بر رویکردهای تحلیلی ذکر شده و هم بر نگرش شهروندان درباره پدیده‌های گوناگون - از جمله تکنولوژی‌های نوین - گذاشته و از آن پس، تئوریزه کردن این اثرات بیش از پیش در دستور کار محققان علوم اجتماعی قرار گرفته است.

در نظریات مارکس و نومارکسیستی، وضعیت اقتصادی به‌عنوان زیرساخت اساسی پایگاه اقتصادی-اجتماعی در نظر گرفته شده و عامل اقتصادی در شکل‌دهی به نگرش و اندیشه انسان‌ها عاملی تعیین‌کننده بود. طبعاً از این چشم‌انداز نگرش به اینترنت و فضای مجازی تا حدود زیادی مقید به وضع اقتصادی و جایگاه انسان‌ها در نظام اشتغال و تولید جامعه است. اما اسپنسر، بیش از همه، اصل و نسب خانوادگی و تعلقات خویشاوندی را تعیین‌کننده می‌داند، و با توجه به نظرات وی گویا می‌باید نگرش افراد به‌ویژه جوانان نسبت به پدیده‌ها از جمله فضای مجازی را بیش از همه متأثر از شئون خانوادگی و نوع

نگاه والدین و نزدیکان دانست. از نگاه وبر و نووبری‌ها - به‌رغم تأکیدشان بر جنبه‌های مصرف در اقتصاد - موقعیت و جایگاه انسان‌ها تنها بر ستون اقتصاد استوار نمی‌گردد بلکه قدرت و منزلت نیز مؤلفه‌های تشکیل‌دهنده پایگاه افرادند (Grabb, 1986: 77-80) و از این رو می‌توان گفت این دو عامل می‌توانند بر سبک زندگی، عادات و نگرش انسان به پدیده‌ها از جمله فضای مجازی اثرگذار باشند. به‌عبارتی، گروه‌های منزلت و گروه‌های قدرت، به‌موازات گروه‌های اقتصادی هرکدام می‌توانند عادات و نگرش‌های ویژه‌ای را در افراد وابسته به خود نسبت به پدیده‌های محیطی از جمله اینترنت و... ایجاد کنند. در میان نووبری‌ها، جان گلدتورپ<sup>۱</sup> نیز عاملی ترکیبی برای تشکیل پایگاه اجتماعی-اقتصادی موسوم به سطح زندگی را ارائه کرد (Ukrainian Academy of National Science,<sup>۲</sup> 92: 2003). اما نقطه اوج نگاه چندعاملی به پایگاه را می‌توان در سوروکین دید؛ چراکه وی پایگاه اقتصادی-اجتماعی را پدیده‌ای موزائیکی و شامل مجموعه گسترده‌ای از مؤلفه‌ها می‌دانست و عقیده داشت عواملی چون وضع شهروندی و اقامت، ملیت و تابعیت، نوع مذهب، میزان دینداری، خاستگاه خانوادگی، وضع اقتصادی، وابستگی سیاسی و حزبی و... نیز بر شکل‌دهی به پایگاه افراد نقش دارند. بنابراین احتمالاً در نگرش انسان‌ها - از جمله به رسانه‌های نوین - نیز هریک از مؤلفه‌های ذکر شده می‌توانند دستی در کار داشته باشند.

با عبور از گفتمان‌های کلاسیک، طی دهه ۷۰ و ۸۰ میلادی، جامعه‌شناسان عوامل دیگری را خارج از چهارچوب نظریات مارکسیستی یا وبری در شکل‌گیری پایگاه اقتصادی-اجتماعی و پیامدهای آن مطرح کردند که به تبیین موضوع پژوهش کمک می‌کند. در این میان، نظریه دوگانگی بازار کار از پیتر دورینگ و مایکل پایور<sup>۳</sup> (۱۹۷۱) به‌ویژه تقسیمات پایگاهی در داخل گروه‌های شغلی واحد (بازار کار نخستین و دومین)، هرچند موشکافانه‌تر از کلاسیک‌ها به مفهوم پایگاه اجتماعی اقتصادی و قشربندی اجتماعی می‌پردازد، تأمل در آن نشان می‌دهد که این نظریه نیز گویا همچنان بر پایه

1. Goldtorp

۲. انجمن جامعه‌شناسی آکادمی علوم اوکراین.

3. Piore & Doeringer



عاملیت اقتصاد و جایگاه انسان در نظام اشتغال تأکید دارد. آن‌ها که در بازار کار اولیه مشغول‌اند امنیت شغلی بیشتر، دستمزد ثابت ماهانه، مزایای شغلی و امکان ارتقای شغلی بیشتری از هم‌رده‌های صنفی خود در بازار کار ثانویه داشته و در نتیجه از پایگاه اجتماعی اقتصادی بالاتری برخوردارند. در این راستا، حتی عضویت در حلقه کارکنان خودی یا غیرخودی در یک شغل نیز پایگاه انسان را متفاوت ساخته و می‌تواند نگرش انسان را به پدیده‌های مختلف از جمله فضای مجازی متفاوت سازد.

در نظریه‌های جدید پایگاه دو دسته کلی دیگر نیز قابل مشاهده است؛ نخست نظریاتی که اعتبار و منزلت ویژگی‌های انتسابی همچون سن، جنسیت و قومیت را در دنیای معاصر بسیار مهم دانسته و بر پایگاه اجتماعی اقتصادی متفاوت افراد وابسته به جنسیت‌ها، قومیت‌ها و سنین مختلف تأکید می‌ورزند؛ یعنی همان نکته‌ای که در نظریات کلاسیک پایگاه چندان مورد توجه نبوده است (ملک، ۱۳۸۸: ۱۳۴-۱۴۳). از این زاویه، احتمالاً زنان، گروه‌های سنی جوان، و اقلیت‌های قومی - در مقایسه با مردان، بزرگسالان و قوم غالب - طبعاً نگرش متفاوتی به مسائل به‌ویژه رسانه نوین خواهند داشت و این نگرش متفاوت ریشه در منزلت و اعتبار ویژگی‌های یادشده آن‌ها دارد. جوانان و نوجوانان، زنان، اقلیت‌های قومی و دینی که به لحاظ موقعیت اجتماعی-اقتصادی معمولاً جایگاه پایینی داشته و در حاشیه اجتماع قرار دارند، احتمالاً به منظور کسب هویت شخصی، حفظ هویت قومی، و یا گریز از واقعیت‌های تلخ و ناعادلانه زندگی ممکن است نگرش مثبت‌تری در بهره‌گیری از فضای مجازی و اینترنت از خود بروز بدهند.

گروه دوم نظریاتی هستند که انواع سرمایه‌ها اعم از اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، نمادین، دیجیتال و... را در معماری بنای پایگاه اجتماعی-اقتصادی مؤثر می‌دانند. برای نمونه، بورديو ضمن تأکید بر انواع سرمایه‌ها، نقش سرمایه فرهنگی را در شکل‌دهی به پایگاه و طبقه هریک از شهروندان پررنگ‌تر می‌داند و از چشمان او که بنگریم، احتمالاً سرمایه فرهنگی انسان‌ها مهم‌ترین نقش را در بین مؤلفه‌های پایگاهی جهت ایجاد نگرش و ذهنیت‌های خاصی درباره فضای مجازی و رسانه‌های نوین ایفا می‌کند. در این راستاست که

نگاه کارکنان تحصیل کرده طبقات پایین جامعه احتمالاً به نوع نگاه کارکنان تحصیل کرده طبقات متوسط یا بالا نزدیک شده و هر دو گروه به‌طور مشابهی به پدیده‌های محیطی از جمله فضای مجازی خواهند نگرست، زیرا سرمایه‌های فرهنگی تقریباً یکسانی در اختیار دارند. از سوی دیگر، سرمایه دیجیتال به‌عنوان یکی از انواع جدید سرمایه که می‌تواند پایگاه اقتصادی اجتماعی افراد را در دنیای معاصر شکل دهد، نیز مورد توجه برخی نظریه‌های اخیر قرار داشته است. مانوئل کاستلز<sup>۱</sup>، ماسیمو راگنیدا<sup>۲</sup> و برخی دیگر، شکل‌گیری ساختار اجتماعی دوران فراصنعتی را که به‌سرعت در حال فراگیر شدن است، بر پایه میزان و کیفیت بهره‌مندی افراد و گروه‌ها از سرمایه دیجیتال تعریف کرده و در این میان پیش‌بینی می‌کنند کسانی که در آینده فاقد چنین سرمایه‌ای باشند، از گردونه حیات اجتماعی و اشتغال خارج شده و به جایگاه زیر طبقه، یعنی موقعیت‌هایی پایین‌تر از موقعیت طبقات پایینی جامعه‌ها سقوط خواهند کرد. سرمایه دیجیتال در نگاه راگنیدا همان حجم مترکام شده‌ای از ظرفیت‌های دیجیتال (اطلاعات، ارتباطات، امنیت، تولید محتوا و حل مسئله) و تکنولوژی مربوطه است که افراد یا گروه‌ها در اختیار دارند. به عقیده راگنیدا، سرمایه دیجیتال نیز همچون دیگر سرمایه‌ها به‌طور پیوسته در حال افزایش است و مورد مبادله با دیگر سرمایه‌ها قرار گرفته و از این رو می‌تواند با تأثیر بر پایگاه افراد، نابرابری و شکاف اجتماعی را به اشکال جدید تداوم بخشد (Ragnedda, 2018: 2367). طبعاً برخورداری از این نوع سرمایه به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های جدید پایگاه اجتماعی-اقتصادی، نمی‌تواند بر روی نگرش به اینترنت و فضای مجازی بی‌تأثیر باشد.

درنهایت، برخی نظریه‌ها تمایل عمومی و فزاینده افراد به اینترنت و فضای مجازی را فارغ از هر موقعیت و پایگاهی که دارند تبیین می‌کنند. هابرماس نماینده چنین دیدگاهی است، زیرا اینترنت را فراهم‌آورنده یک محیط و فضای عمومی برای گفت‌وگو، تبادل نظر و بیان احساسات و عقاید دانسته و بر این باور است که گفت‌وگوهای آزاد و صمیمانه شهروندان درباره مسائل مختلف در این فضا، می‌تواند موجب شود تا افراد بسیاری از

---

1. Manuel Castells  
2. Massimo Ragnedda

نیازهای انسانی و اصیل خود را بهتر کشف کنند و در این مبادله آزا و احساسات، تأثیرات زیادی از یکدیگر بپذیرند. وجود چنین فضایی برای گفت‌وگو و بیان آزادانه احساسات و عواطف، طبعاً تمایل و نگرش مثبت را در بسیاری از افراد برای رفتن به سمت اینترنت و استفاده از آن فراهم می‌سازد.

بر اساس توضیحاتی که بیان شد، چهارچوب نظری پژوهش حاضر شکل گرفته و این چهارچوب راهگشای تدوین فرضیات و ترسیم مدل نظری پژوهش قرار می‌گیرد که در این قسمت ارائه شده‌اند.

### ۱-۳. فرضیات و مدل نظری پژوهش

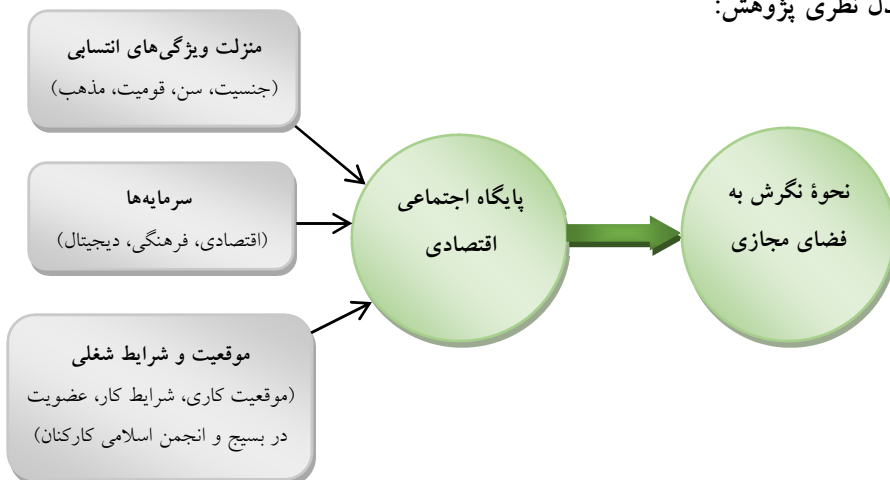
- میان پایگاه اقتصادی-اجتماعی شهروندان و نحوه نگرش آن‌ها به فضای مجازی رابطه وجود دارد.

- میان منزلت ویژگی‌های انتسابی (منزلت جنسی، سنی، قومی، دینی) و نگرش به فضای مجازی رابطه وجود دارد.

- میان موقعیت و شرایط شغلی (موقعیت شغلی، شرایط محیط کار) با نگرش به فضای مجازی رابطه وجود دارد.

- میان حجم کلی سرمایه‌ها (اقتصادی، فرهنگی، دیجیتال) و نگرش به فضای مجازی رابطه وجود دارد.

مدل نظری پژوهش:



## ۴-۱. روش پژوهش

در این پژوهش همانند بسیاری از تحقیقات اجتماعی از روش پیمایشی استفاده شده و جامعه آماری را شهروندان بالای ۱۵ ساله در شهر کاشان تشکیل می‌دهند. با توجه به نتایج سرشماری عمومی نفوس و مسکن سال ۱۳۹۵، جمعیت شهر کاشان (مركب از مناطق پنج‌گانه اصلی) بدون در نظر گرفتن مناطق حاشیه‌ای شهر معادل ۲۶۹۱۴۰ نفر بوده، اما جامعه آماری تحقیق که شامل افراد ۱۵ سال به بالاست - به دلیل عدم وجود آمار قطعی - به طور تقریبی ۷۰ هزار نفر کمتر از تعداد ذکر شده برآورد شده است (سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان اصفهان، ۱۳۹۹: ۲۷). از این رو تعداد تقریبی جامعه آماری را ۲۰۰ هزار نفر تشکیل می‌دهند. برای تعیین حجم نمونه تحقیق نیز از فرمول نمونه‌گیری کوکران به شرح زیر استفاده شده و در نهایت نمونه‌ای به تعداد ۳۸۴ نفر تعیین شد.

شیوه نمونه‌گیری در این پژوهش، نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای است و خوشه‌های جمعیتی پژوهش را در گام اول مناطق و در گام دوم ناحیه‌های انتخاب شده به قید قرعه تشکیل می‌دهند؛ اما در مرحله آخر نمونه‌گیری، به علت فقدان وجود لیست جمعیت و مسئله کرونا، از نمونه‌گیری در دسترس استفاده شده است. بدین منظور، تقسیمات شهر کاشان برحسب مناطق پنج‌گانه شهری و هریک از مناطق نیز بر اساس تقسیم‌بندی به چند ناحیه مدنظر قرار گرفت. سپس یکی از مناطق پنج‌گانه به قید قرعه انتخاب و در منطقه انتخابی نیز دو ناحیه به قید قرعه انتخاب گردیده و فرایند پرسشگری در نواحی برگزیده، طی ماه‌های تیر و مرداد به صورت حضوری توسط محقق صورت گرفت. منطقه انتخاب شده را منطقه ۲ و نواحی انتخاب شده در آن منطقه را نواحی ۲ و ۳ تشکیل می‌دهند. محدوده انتخاب شده از یک طرف شامل خیابان طالقانی تا ۱۵ خرداد (کوچه سهیل، کوچه قدیری، مجموعه کوچه‌های نرگس) و از سوی دیگر شامل خیابان رجایی تا چهارراه (کوچه‌های اندیشه و خیابان شریعتی) و خیابان‌های بهشتی، شاهد و زیارتی، بلوار مفتوح، و نهایتاً شامل خیابان امیرکبیر از میدان امام حسین تا میدان الغدیر و از سه‌راه غزنوی تا میدان ۱۲ فروردین بوده است.

در این پژوهش ابزار تحقیق یک پرسشنامه محقق ساخته شامل ۱۸ سؤال بسته و

چندگزینه‌ای بوده، اما در این میان، گویه‌های سرمایه دیجیتال از مقاله پژوهشی ماسیمو راگندا جامعه‌شناس ایتالیایی فضای مجازی برگرفته شده است. ابتدا با الهام از ادبیات تحقیق به‌ویژه نظریاتی که بیانگر اجزای تشکیل‌دهنده نگرش به فضای مجازی و پایگاه اجتماعی اقتصادی در دوران معاصرند، تدوین اولیه پرسشنامه صورت گرفت. سپس با انجام پرسشگری مقدماتی بر روی ۳۵ نفر و رفع برخی ایرادات موجود در آن، پرسشنامه نهایی تنظیم و در ۳۸۴ نسخه تکثیر و در بین نمونه تحقیق اجرا شد.

برای سنجش اعتبار پرسشنامه این پژوهش، عمدتاً از روش اعتبار صوری بهره گرفته شد و به‌منظور سنجش پایایی پرسشنامه و ارزیابی همسازی درونی سؤالات خرده‌مقیاس‌ها، از آزمون آلفای کرونباخ استفاده شد تا میزان همسازي درونی گویه‌های متغیرهای اصلی پژوهش معلوم گردد. ضرایب آلفای به‌دست‌آمده برای خرده‌مقیاس‌های پایگاه اجتماعی-اقتصادی، کل سرمایه‌ها، نگرش، جایگاه و شرایط شغلی به‌ترتیب ۰/۶۳، ۰/۵۴، ۰/۴۷ و ۰/۶۱ به دست آمد. خرده‌مقیاس‌های سرمایه دیجیتال با ۰/۸۳ و سرمایه فرهنگی با ۰/۷۶ بالاترین، و سرمایه اقتصادی و ویژگی‌های انتسابی پایین‌ترین ضرایب آلفا (۰/۴۶) را داشته‌اند. هرچند پایایی در برخی خرده‌مقیاس‌های این پژوهش پایین بوده ولی برخی روش‌شناسان ضرایب آلفای نزدیک به ۰/۵۰ را نیز در تحقیقات نگرش‌سنجی قابل قبول تلقی می‌کنند. در این رابطه، اگر آزمون برای هدف‌های پژوهشی به کار رود، ضریب ۰/۷ تا ۰/۸ کفایت می‌کند اما در مورد مقیاس‌های نگرش‌سنجی، ضریب آلفای تا ۰/۴۷ در سطح ضعیف، ۰/۴۷ تا ۰/۹۷ در سطح متوسط و ۰/۸۰ تا ۰/۹۸ در سطح بالا مورد پذیرش است. زمانی که آزمون برای تصمیم‌گیری‌های مهم به کار می‌رود، باید خطای اندازه‌گیری به حداقل ممکن کاهش یافته و ضریب آلفا باید بیش از ۰/۹۵ باشد (غیاثوند، ۱۳۸۷: ۲۵۷).

## ۲. تعریف مفاهیم و متغیرها

### ۲-۱. نگرش

آپورت نگرش را یک حالت روانی و آمادگی ذهنی و عصبی می‌داند که از طریق تجربه سازمان‌یافته، بر واکنش‌ها و پاسخ‌های فرد در برابر همه اشیا و موقعیت‌هایی که به آن

مربوط می‌شوند، تأثیری هدایت‌گرانه دارد. در شکل‌گیری نگرش، عوامل متعددی ممکن است دخالت داشته باشند که ریشه آن‌ها را می‌باید در فرهنگ، باورهای مذهبی، زمینه خانوادگی و تاریخی، رابطه و تعامل اجتماعی و همچنین میزان آگاهی و اطلاعات جست‌وجو کرد (به‌پژوه و گنجی، ۱۳۸۳). در این پژوهش نگرش افراد - اعم از مثبت و منفی - به فضای مجازی مورد کنکاش قرار گرفته است تا رابطه آن با عامل مهمی چون پایگاه اجتماعی اقتصادی مورد سنجش قرار گیرد. نگرش به فضای مجازی در این پژوهش، متغیر وابسته را تشکیل می‌دهد و با استفاده از ۹ شاخص مورد سنجش قرار گرفته و سطح سنجش آن نیز فاصله‌ای است. حداقل نمره ممکن در این متغیر ۹ و حداکثر نمره ۲۷ خواهد بود و اگر دامنه تغییر نمرات بین حداقل و حداکثر نمره را به سه بخش مساوی تقسیم کنیم، کسانی که بین ۹ تا ۱۵ گرفته‌اند، نگرش منفی و ضعیفی به فضای مجازی دارند؛ آن‌هایی که بین ۱۵ تا ۲۱ گرفته‌اند، نگاه متوسط یا میانه‌ای داشته و کسانی که بین ۲۱ تا ۲۷ دریافت کرده‌اند، نگاه مثبتی به فضای مجازی دارند. در جدول ۱ شاخص‌ها و گویه‌های سنجش نگرش به فضای مجازی ارائه شده است.

جدول ۱: گویه‌ها و شاخص‌های نگرش به فضای مجازی

شاخص	گویه‌ها
وسيلة ساخت جهان بهتر	با رشد و توسعه جهان مجازی و اینترنتی، دنیای واقعی بهتری خواهیم ساخت.
پایگاه دشمنان	اینترنت و فضای مجازی پایگاهی برای دشمنان جهت ضربه زدن به هویت و امنیت ملت‌هاست.
پناهگاه اقشار حاشیه‌ای جامعه	فضای مجازی پناهگاهی است برای جوانان، زنان، اقلیت‌های قومی و دینی و آن‌هایی که چندان مورد توجه نیستند.
جبران‌کننده کمبودها	دنیای مجازی دنیایی است که برای جبران نواقص و کمبودهای دنیای واقعی شکل گرفته و روزبه‌روز توسعه پیدا می‌کند.
منبع موفقیت	حضور و تعامل در دنیای مجازی، منابع جدیدی را برای موفقیت و پیشرفت در اختیار انسان قرار می‌دهد.
پنجره‌ای به ناشناخته‌ها	دنیای مجازی پنجره‌ای به ناگفته‌ها و ناشناخته‌هاست؛ آگاهی از چیزهایی که در دنیای واقعی آگاهی از آن‌ها دشوار یا محال است.
مخل آسایش زندگی	بدون اینترنت و دنیای مجازی، مردم زندگی آرام‌تر و آسوده‌تری خواهند داشت.
دنیای گمنامی و فریب	در دنیای مجازی که دنیای گمنامی است، خیلی‌ها در کمین‌اند تا آدم‌های ساده را فریب دهند و شکار کنند.
تأمین گردش اطلاعات	فضای مجازی با تأمین گردش آزاد اطلاعات، ملت‌ها را در نظارت بر حکومت و مشارکت در تعیین سرنوشت خود کمک می‌نماید.

## ۲-۲. منزلت ویژگی‌های انتسابی

ویژگی‌های انتسابی، ویژگی‌هایی هستند که از ابتدای تولد همراه انسان‌هاست بدون اینکه برای کسب آن‌ها تلاش کرده باشند. این ویژگی‌ها به‌عنوان موقعیت‌های محقق، تفویض‌شده<sup>۱</sup> یا انتسابی در ادبیات جامعه‌شناختی مطرح شده (کوئن، ۱۳۸۳: ۵۷) و شامل ویژگی‌هایی چون جنسیت، قومیت، مذهب و... هستند. مهم اینکه این ویژگی‌ها به‌خودی‌خود متغیرهای اسمی و مقوله‌ای‌اند، اما اگر منزلت این ویژگی‌ها را مدنظر قرار دهیم، ماهیت متغیر ویژگی‌های انتسابی تغییر می‌یابد. از آنجاکه در هر جامعه‌ای جایگاه و منزلت زنان و مردان، جوانان و بزرگسالان و نیز گروه‌های قومی و دینی یکسان نیست و خصوصیات جنسی، قومی، سنی و... می‌توانند در تعیین پایگاه اجتماعی اقتصادی افراد نقش ایفا کنند، اعتبار و منزلت این ویژگی‌ها در پیوند با یکدیگر مفهوم کلی‌تری را به نام منزلت ویژگی‌های انتسابی تشکیل می‌دهد. با الهام از مبانی نظری پژوهش که منزلت جنسی، سنی، قومی و دینی افراد را در شکل‌دهی به پایگاه اجتماعی-اقتصادی آن‌ها مؤثر می‌داند، در این پژوهش، متغیر منزلت ویژگی‌های انتسابی با چهار شاخص منزلت جنسی، سنی، قومی و دینی مورد سنجش قرار گرفته و سطح سنجش آن نیز فاصله‌ای است. حداقل و حداکثر نمره ممکن در این متغیر به ترتیب ۴ و ۱۷ و میانگین نظری آن نیز ۱۰/۵ بوده است.

## ۲-۳. پایگاه اجتماعی-اقتصادی

پایگاه اجتماعی-اقتصادی یکی از مفاهیم کلیدی در ادبیات جامعه‌شناختی است که وضعیت یا موقعیت اجتماعی اقتصادی افراد را - در مقایسه با دیگر افراد - در یک جامعه نشان می‌دهد. فولکمن و لازاروس پایگاه اجتماعی-اقتصادی را همانند یک قالب یا ظرف اجتماعی می‌دانند که در چهارچوب آن شیوه مواجهه افراد با محیط اجتماعی ساخته و پرداخته می‌شود. از این‌رو، این مفهوم یکی از مهم‌ترین و کاربردی‌ترین متغیرها در تحلیل رفتار، عقاید و موقعیت موقعیت افراد در سلسله‌مراتب اجتماعی است (نعمتی، کرامتی و

نسیمی، ۱۳۹۸). در این پژوهش، مفهوم پایگاه اجتماعی- اقتصادی متغیر مستقل است که دارای ابعادی سه‌گانه و مؤلفه‌هایی چندگانه است؛ ابعادی که برای سنجش این متغیر در نظر گرفته شده، با استناد به ادبیات تحقیق بوده و شامل منزلت و ویژگی‌های انتسابی شهروندان در جامعه، جایگاه و شرایط شغلی آن‌ها، و نیز حجم کلی سرمایه‌های در اختیار آنان بوده است. هریک از این ابعاد به سهم خود در بردارنده مؤلفه‌ها و شاخص‌هایی هستند که به تفصیل در جدول ۲ ارائه شده و خاطر نشان می‌شود که سطح سنجش متغیر پایگاه اجتماعی- اقتصادی فاصله‌ای است.

جدول ۲: ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های متغیر پایگاه اجتماعی- اقتصادی

ابعاد	مؤلفه‌ها	شاخص‌ها
منزلت و ویژگی‌های انتسابی	منزلت جنسی منزلت سنی منزلت قومی منزلت مذهبی	مرد، زن، گروه‌های سنی تا ۳۰ سال، ۳۰ تا ۴۰، ۴۰ تا ۶۰ و ۶۰ تا ۸۰ بلوچ، کرد، لر، عرب، آذری، گیلکی و مازندرانی، فارس شیعه، سنی، غیرمسلمان
جایگاه و شرایط شغلی	موقعیت شغلی شرایط شغلی	رده شغلی، نحوه اشتغال، تعداد کارکنان تحت نظارت دستمزد، ارتقای شغلی، مزایای شغلی، عضویت در نهادها
حجم کلی سرمایه‌ها	سرمایه اقتصادی سرمایه فرهنگی سرمایه دیجیتال	مخارج ماهانه، نوع تفریح و سرگرمی تحصیلات خود و والدین، تعداد کتب موجود، میزان مطالعه استفاده از اینترنت، وبلاگ شخصی، خریدهای اینترنتی، شغل مرتبط با اینترنت، آگاهی از زمان اشتراک‌گذاری اطلاعات، آگاهی از راه‌های مقابله با هک، احترام و رعایت کپی‌رایت، به‌روزرسانی دانش اینترنتی، مهارت حل اختلال‌های اینترنتی، استفاده از تنظیمات پیشرفته، حفظ و مراقبت از حریم شخصی در فضای آنلاین

چنان‌که در جدول ۲ ملاحظه می‌شود، متغیر پایگاه اجتماعی- اقتصادی در این پژوهش از طریق سه بُعد و ۳۰ شاخص مورد سنجش قرار گرفته و سطح سنجش آن نیز فاصله‌ای است. حداقل نمره ممکن در این متغیر ۳۰، حداکثر نمره ۸۶، و میانگین نظری آن نیز معادل ۵۸ است. بُعد جایگاه و شرایط شغلی با هفت شاخص اندازه‌گیری شده و سطح سنجش آن فاصله‌ای است. حداقل و حداکثر نمره در این بُعد به ترتیب ۷ و ۲۴ و میانگین



نظری آن نیز ۱۵/۵ است. بُعد سرمایه‌ها نیز با ۱۸ شاخص اندازه‌گیری شده و حداقل و حداکثر نمره در آن به ترتیب ۱۸ و ۵۴ و میانگین نظری آن نیز معادل ۳۶ است. بُعد سوم یا منزلت ویژگی‌های انتسابی نیز به کمک شاخص‌هایی چند و در سطح فاصله‌ای سنجش شده است.

بدین ترتیب، ابعاد و شاخص‌های متغیرهای کلیدی تحقیق که همگی برآمده از ادبیات پژوهش‌اند، برای سنجش پایگاه اجتماعی و نگرش به فضای مجازی مورد استفاده قرار گرفته‌اند.

### ۳. یافته‌های پژوهش

جمعیت نمونه این پژوهش ۳۸۴ نفر بوده و از این میان ۵۱/۷٪ را مردان و ۴۸/۳٪ نفر زنان تشکیل داده‌اند. توزیع سنی پاسخگویان جوان، میانسال و بزرگسال به ترتیب ۳۴/۵، ۳۴/۲ و ۲۷/۳٪ و در نهایت سالمندان نیز در حدود ۴٪ بوده است. نیمی از پاسخگویان تحصیلات بالاتر از دیپلم و ۴۸٪ پایین‌تر از دیپلم داشته‌اند. دوسوم پاسخگویان (۷۰٪) درآمد ماهانه بین ۴ تا ۱۱ میلیون تومان داشته و تنها ۶٪ درآمدهای زیر ۴ میلیون داشته‌اند. به لحاظ شغلی بیشتر افراد کارکنان مشاغل آزاد (۳۸٪) یا کارمند دولتی (۲۵٪) و یا کارگرند (۱۵٪) که عمدتاً به صورت قراردادی (۳۹٪)، آزاد و خویش‌فرما (۲۸٪) و یا ثابت و رسمی (۱۷٪) مشغول به کارند. اکثریت پاسخگویان (۶۳٪) از دستمزد ثابت و ماهیانه برخوردارند و با توجه به اینکه عضویت در بسیج یا انجمن اسلامی کارکنان، امروزه مزایای مختلفی را می‌تواند برای صاحبان مشاغل به همراه داشته باشد، تقریباً دوسوم پاسخگویان (۶۹٪) از این ویژگی برخوردار نیستند، اما ۱۱۹ نفر عضو نهادهایی چون بسیج یا انجمن اسلامی کارکنان هستند. رایج‌ترین تفریح در پاسخگویان را تماشای تلویزیون (۵۰/۴٪) و سپس تفریحاتی چون استخر و بدن‌سازی (۲۱/۳٪)، وب‌گردی (۱۷٪)، گیم‌نت و کافی‌نت (۶٪) و میلیارد (۵/۲٪) تشکیل می‌دهد. اکثر پاسخگویان (۸۰٪) بیش از یک ساعت روزانه از فضای مجازی استفاده می‌کنند و در ضمن دوسوم آن‌ها (۷۳٪) وبلاگ و صفحه شخصی دارند. آماره‌های مربوط به ویژگی‌های اصلی شهروندان نیز در جدول ۳ ارائه شده است:

جدول ۳: توصیف پاسخگویان بر حسب متغیرهای اصلی تحقیق

ویژگی های پاسخگویان	تعداد	حداقل نمره پاسخگویان	حداکثر نمره پاسخگویان	میانگین نمره پاسخگویان	میانگین نظری
منزلت و ویژگی های اکتسابی	۳۸۴	۸	۱۷	۱۴/۳	۱۰/۵
جایگاه و شرایط شغلی	۳۶۹	۸	۲۳	۱۴/۸	۱۵/۵
حجم کلی سرمایه‌ها	۳۸۴	۱۸	۵۱	۳۲/۵	۳۶
پایگاه اجتماعی- اقتصادی	۳۶۷	۳۹	۸۶	۶۰	۵۸
نگرش به فضای مجازی	۳۸۵	۱۰	۲۷	۱۸/۸	۱۸

بر اساس داده‌های جدول ۳، ویژگی‌های انتسابی پاسخگویان با نمره ۱۴/۳ و مقایسه آن با میانگین نظری این متغیر، نشان می‌دهد پاسخگویان از این نظر بالاتر از حد متوسط یا میانگین بوده و وضعیت نسبتاً خوبی داشته‌اند. مقایسه میانگین نمره به‌دست‌آمده و میانگین نظری در مورد جایگاه و منزلت شغلی (۱۴/۸ و ۱۵/۵) نشان می‌دهد پاسخگویان از این لحاظ وضعیت خوبی نداشته و کمتر از حد متوسط قرار دارند. مقایسه میانگین‌های به‌دست‌آمده و نظری (۳۶ و ۳۲/۵) نشان می‌دهد حجم کلی سرمایه‌های پاسخگویان نیز پایین‌تر از میانگین نظری است. بر اساس مقایسه میانگین نمرات به‌دست‌آمده و نظری ملاحظه می‌شود پایگاه اجتماعی- اقتصادی پاسخگویان اندکی از حد متوسط بالاتر و نگرش آنان به فضای مجازی نیز کمی بالاتر از میانگین بوده است؛ یعنی نگرش تقریباً مثبتی به فضای مجازی داشته‌اند.

در این پژوهش، با توجه به ابعاد سه‌گانه پایگاه اجتماعی اقتصادی سه خوشه فرضیات و در هر خوشه تعدادی فرضیات جزئی‌تر تنظیم و مورد سنجش قرار گرفته‌اند. در خوشه اول یا منزلت و ویژگی‌های انتسابی، ترکیبی از منزلت جنسی، سنی، قومی و مذهبی شهروندان، در خوشه دوم ترکیب موقعیت و شرایط شغلی شهروندان، و در خوشه سوم نیز ترکیبی از حجم کلی سرمایه‌های در اختیار شهروندان مورد مطالعه به‌لحاظ رابطه‌ای که با متغیر نحوه نگرش به فضای مجازی ممکن بود داشته باشند، به‌کمک آزمون رابطه همبستگی مورد سنجش قرار گرفت. در نهایت نیز رابطه پایگاه اجتماعی- اقتصادی که برآیند سه خوشه فرضیات ذکر شده

است، با نحوه نگرش به فضای مجازی آزمون شد تا هدف اصلی پژوهش که شناخت نقش پایگاه شهروندان در نحوه نگرش به فضای مجازی است مشخص گردد.

با توجه به فاصله بودن متغیرهای تحقیق، استفاده از آزمون همبستگی پیرسون برای سنجش فرضیات تحقیق مناسب تشخیص داده شده و پس از اطمینان به پیش‌فرض‌های لازم (نرمال بودن نمرات و رابطه خطی متغیرها) آزمون مربوط صورت گرفت. شایان ذکر است از بین شیوه‌هایی که معمولاً برای اطمینان از نرمالیتیه بودن توزیع نمرات به کار می‌رود، وجود چولگی و کشیدگی توزیع نمرات در محدوده میان ۲- و ۲+ انحراف استاندارد از میانگین لحاظ شده است. به نظر تاباچنیک و فیدل (Tabachnic & Fidell, 2013) وقتی چولگی- کشیدگی توزیع نمرات یک متغیر بین ۲- و ۲+ باشد، می‌توان توزیع نمرات مربوط را نرمال فرض کرد و آزمون‌های پارامتری انجام داد.

در این قسمت، نتایج آزمون‌های رابطه همبستگی میان متغیرهای مستقل و وابسته که در فرضیات پژوهش مدنظر بوده‌اند، در جدول ۴ منعکس شده است.

جدول ۴: نتایج آزمون فرضیات پژوهش

سطح معناداری Sig.	ضریب همبستگی r	تعداد N	متغیرهای مستقل و وابسته
۰/۰۰۰	- ۰/۲۲۱	۳۸۴ نفر	منزلت ویژگی‌های انتسابی - نگرش به فضای مجازی
۰/۸۵۰	۰/۰۱۰	۳۸۵	منزلت جنسی - نگرش به فضای مجازی
۰/۰۰۰	- ۰/۲۴۳	۳۸۵	منزلت سنی - نگرش به فضای مجازی
۰/۵۹۳	۰/۰۲۷	۳۸۵	منزلت قومی - نگرش به فضای مجازی
۰/۰۰۱	۰/۱۶۴	۳۸۵	منزلت مذهبی - نگرش به فضای مجازی
۰/۰۰۲	۰/۱۶۴	۳۶۹	جایگاه و شرایط شغلی - نگرش به فضای مجازی
۰/۰۰۱	۰/۱۷۵	۳۷۰	جایگاه و موقعیت شغلی - نگرش به فضای مجازی
۰/۸۰۲	۰/۰۱۳	۳۸۲	شرایط اشتغال - نگرش به فضای مجازی
۰/۰۰۰	۰/۲۲۵	۳۸۴	حجم کلی سرمایه‌ها - نگرش به فضای مجازی
۰/۰۱۷	۰/۱۲۲	۳۸۵	سرمایه اقتصادی - نگرش به فضای مجازی
۰/۲۱۶	۰/۰۶۳	۳۸۵	سرمایه فرهنگی - نگرش به فضای مجازی
۰/۰۰۰	۰/۳۰۰	۳۸۴	سرمایه دیجیتال - نگرش به فضای مجازی
۰/۰۰۰	۰/۲۰۵	۳۶۷	پایگاه اجتماعی اقتصادی - نگرش به فضای مجازی

چنان‌که نتایج جدول ۴ نشان می‌دهد، میان اعتبار و منزلت ویژگی‌های انتسابی افراد در جامعه با نحوه نگرش آن‌ها به فضای مجازی رابطه معنادار مشاهده شده و از این رو فرضیه تحقیق مبنی بر وجود رابطه میان این دو متغیر تأیید می‌شود. این رابطه به صورت معکوس و ضعیف است؛ یعنی به هر میزان که منزلت ویژگی‌های انتسابی شهروندان در جامعه پایین‌تر و حاشیه‌ای‌تر باشد، به همان میزان نگرش آن‌ها به فضای مجازی کمی مثبت‌تر خواهد شد. در واقع، آن دسته از افراد که جایگاه ویژگی‌های انتسابی آنان در جامعه پایین‌تر از بقیه گروه‌هاست - چنان‌که در برخی نظریات نیز اشاره شد - احتمالاً به فضای مجازی به‌عنوان یک تریبون یا پناهگاهی برای دیده شدن و شنیده شدن نگاه کرده، از این رو معمولاً به فضای مجازی نگرش مثبت‌تری دارند. در این میان سن و مذهب بیشترین همبستگی معکوس را با نگرش نشان داده‌اند؛ هرچند از بین مؤلفه‌های ویژگی‌های انتسابی، متغیر منزلت جنسی با نگرش به فضای مجازی رابطه همبستگی نشان نداد ( $r = -0.010$  و  $\text{sig} = 0.104$ ) و متغیر منزلت قومی نیز با نگرش به فضای مجازی رابطه همبستگی معناداری نداشته است ( $r = 0.027$  و  $\text{sig} = 0.593$ ).

نتایج پژوهش همچنین حاکی است میان جایگاه و شرایط شغلی با نگرش به فضای مجازی رابطه معناداری وجود دارد؛ بنابراین یکی دیگر از فرضیه‌های تحقیق تأیید می‌گردد. این رابطه مستقیم بوده و بدان معناست که هر چه جایگاه و شرایط شغلی افراد بهتر و بالاتر باشد، نگرش مثبت‌تری به فضای مجازی خواهند داشت. البته با توجه به نتایج آزمون، از بین مؤلفه‌های تشکیل‌دهنده این متغیر مستقل، متغیر شرایط شغلی با نگرش به فضای مجازی رابطه همبستگی نشان نداد ( $r = 0.13$  و  $\text{sig} = 0.802$ ). به علاوه، بر اساس نتایج جدول، میان کل سرمایه‌ها با نگرش به فضای مجازی نیز رابطه مستقیم و هم‌افزا وجود داشته و فرضیه تحقیق در این زمینه تأیید می‌شود. به عبارتی، بالا بودن حجم سرمایه‌های افراد توانسته است روی نگرش مثبت آن‌ها به فضای مجازی اثر افزایشی داشته باشد. البته در این میان سرمایه دیجیتال و سپس سرمایه اقتصادی بیشترین رابطه مستقیم را با نحوه نگرش داشته‌اند. در نهایت، نتایج به دست آمده در جدول ۴ نشان می‌دهد

میان پایگاه اجتماعی اقتصادی و نحوه نگرش به فضایی مجازی، رابطه وجود دارد و بنابراین فرضیه اصلی پژوهش تأیید می‌گردد. رابطه میان پایگاه اجتماعی اقتصادی با نحوه نگرش به فضایی مجازی یک رابطه مستقیم و هم‌افزاست؛ یعنی به موازات افزایش پایگاه اجتماعی-اقتصادی شهروندان، نگرش مثبت آن‌ها به فضای مجازی نیز افزایش می‌یابد. بر این اساس می‌توان نتیجه گرفت هم پایگاه اجتماعی-اقتصادی شهروندان، و هم مؤلفه‌های تشکیل‌دهنده پایگاه در نحوه نگرش شهروندان به فضای مجازی نقش مؤثری ایفا کرده و با کم و زیاد شدن میزان متغیرهای پایگاهی، نحوه نگرش شهروندان به فضای مجازی نیز تغییر کند. از بین مؤلفه‌های انواع سرمایه، سرمایه فرهنگی با نگرش به فضای مجازی رابطه نشان نداد ( $r = 0.063$  و  $sig = 0.216$ ) که نتیجه‌ای دور از انتظار بوده است.

#### ۴. جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر به دنبال شناسایی نقش احتمالی پایگاه اجتماعی-اقتصادی در نحوه نگرش به رسانه‌های نوین به‌ویژه فضای مجازی در یک شهر سنتی اما در حال تغییر همچون کاشان بوده است. هرچند در سال ۱۳۹۶ نیز نگرش به فضای مجازی به شکل عام توسط یکی از نگارندگان این مقاله (موسوی، ۱۳۹۶) در شهر کاشان و منطقه پیرامونی آن صورت گرفته بود، اما تغییر نگرش شهروندان طی پنج سال اخیر به‌ویژه با توجه به نقش پایگاه اجتماعی-اقتصادی می‌توانست انگیزه بررسی در این مسئله را تقویت کند. در این راستا سؤالات و فرضیاتی مدنظر بوده است که با بهره‌گیری از ادبیات غنی موجود درباره پایگاه اجتماعی-اقتصادی و نگرش به فضای مجازی تلاش شد سؤالات تعیین‌شده مورد مطالعه و پیوندهای میان پایگاه و نگرش به فضای مجازی، در قالب فرضیاتی چند سنجش شود. ضرورت انجام چنین پژوهشی را می‌باید در تغییر و تحولات سال‌های اخیر در کشور، به‌ویژه در شهر کاشان دید که حال‌وهوای یک جامعه در حال گذار از سنتی به مدرن را کم‌وبیش تجربه می‌کند و به تدریج نگرش و ذهنیت شهروندان درباره موضوعات گوناگون -از جمله اینترنت و فضای مجازی- در حال تغییر است. در سنجش نگرش کنونی شهروندان و نقشی که پایگاه اجتماعی-اقتصادی در این امر دارد، پژوهش حاضر از روش

پیمایش اجتماعی و شیوه نمونه‌گیری خوشه‌ای بهره‌برده و در همین رابطه، گردآوری داده‌ها نیز از طریق پرسشنامه و در بهار ۱۴۰۱ مستقیماً توسط محقق صورت گرفته است. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد نگرش شهروندان مورد بررسی نسبت به فضای مجازی تقریباً مثبت‌تر شده و نگرش منفی گذشته شهروندان کاشانی در حال تعدیل است. پایگاه اجتماعی-اقتصادی شهروندان مورد مطالعه نیز نسبتاً خوب و کمی بالاتر از حد متوسط بوده و در نحوه نگرش به فضای مجازی نقش داشته است؛ بدین صورت که رابطه پایگاه با نگرش شهروندان یک رابطه مستقیم و هم‌افزاست یعنی در این شهر، هرچه پایگاه اجتماعی-اقتصادی بالاتر می‌رود، نگرش‌ها به فضای مجازی نیز مثبت‌تر می‌گردد. ابعاد سه‌گانه تشکیل‌دهنده پایگاه اجتماعی-اقتصادی نیز با نگرش به فضای مجازی رابطه داشته‌اند؛ برخی رابطه معکوس همچون منزلت و ویژگی‌های انتسابی، اما برخی دیگر رابطه مستقیم و هم‌افزا مانند جایگاه و شرایط شغلی و حجم کلی سرمایه‌ها. در میان ابعاد سه‌گانه پایگاه اجتماعی-اقتصادی، بُعد مربوط به سرمایه‌های در اختیار افراد رابطه نسبتاً قوی‌تری با نحوه نگرش به فضای مجازی نشان داد. پس از آن ویژگی‌های انتسابی و درنهایت جایگاه و شرایط شغلی، رابطه همبستگی کمتری با نحوه نگرش داشته‌اند.

بدین ترتیب، خوشه‌های اصلی و سه‌گانه فرضیات همگی مورد تأیید قرار گرفتند اما درون خوشه‌های اصلی برخی متغیرها با نگرش رابطه نشان نداده‌اند. ازجمله این متغیرها منزلت جنسی و قومی بود که درون خوشه ویژگی‌های انتسابی قرار داشتند، دیگری شرایط شغلی بود که درون خوشه جایگاه و شرایط شغلی قرار داشت، و سوم سرمایه فرهنگی است که متعلق به خوشه حجم سرمایه‌ها بوده است. در نتایج به‌دست آمده، منزلت قومی با نگرش به فضای مجازی رابطه معناداری نشان نداد که به‌نوبه خود حکایت از مشابهت نسبی اقوام در نوع نگاه به این رسانه نوین دارد. شهروندان فارس، کرد، لر و... که در شهر کاشان زندگی می‌کنند، نگاه تقریباً یکسانی به اینترنت و فضای مجازی داشته‌اند. اما برخلاف انتظار و متفاوت با نظریات جدید پایگاه اجتماعی اقتصادی که درخصوص نقش جایگاه جنسیتی در نگرش به پدیده‌ها مطرح شده بود، در این پژوهش جنسیت و

منزلت جنسی هیچ نقشی در نحوه نگرش به فضای مجازی نداشت و این رخداد تاحدودی می‌تواند پیش‌داوری مربوط به نگاه جنسیتی به این پدیده را رد کند. به‌طور مشخص برخلاف تحقیقی که لی و کرکوپ در سال ۲۰۰۷ انجام دادند و نشان داد عامل جنسیت در میزان نگرش مثبت به اینترنت و فضای مجازی نقش دارد، در این پژوهش چنین نتیجه‌ای مشاهده نشد. منزلت و جایگاه مذهبی پاسخگویان نیز به‌واسطه وجود رابطه مستقیم و هم‌افزا با نگرش به فضای مجازی به‌روشنی نشان داد که با نظریه‌های مربوط به جایگاه اقلیت‌های دینی و احتمال خوش‌بینی آنان نسبت به اینترنت و فضای مجازی همسویی ندارد. اما جایگاه سنی افراد - با رابطه منفی و معکوس - نشان داد که در نگرش به فضای مجازی نقش داشته است، زیرا گروه‌های سنی جوان‌تر گرایش و نگرش‌های مثبت‌تری به استفاده از فضای مجازی ابراز داشته‌اند و از این لحاظ، نتایج به‌دست‌آمده با نتایج پژوهش سال ۱۳۹۶ در کاشان همسو می‌باشد. یکی دیگر از مواردی که برخلاف انتظار رابطه‌ای با نگرش به فضای مجازی نداشت، شرایط شغلی پاسخگویان بوده است. انتظار می‌رفت که هرچقدر شرایط اشتغال شهروندان بهتر باشد، نگرش مثبت‌تری به فضای مجازی داشته باشند، اما نتایج چیز دیگری را بیان کرد و اساساً در این زمینه رابطه معناداری بین شرایط شغلی و نگرش مشاهده نشد. همچنین از مواردی که دور از انتظار بود، عدم وجود همبستگی میان سرمایه فرهنگی و نگرش به فضای مجازی بود، زیرا انتظار می‌رفت هرچقدر سرمایه فرهنگی بالاتر باشد، نگرش مثبت‌تر و دید بازتری به فضای مجازی وجود داشته باشد، و برعکس، هرچقدر سرمایه فرهنگی پایین‌تر باشد، نگرش منفی‌تری میان افراد در رابطه با اینترنت شکل می‌گیرد؛ اما در جامعه مورد مطالعه این مسئله صدق نکرد و فرضیه تأیید نشد. این نتیجه در مورد شهروندان کاشانی ناهمسو با اکثر نظریاتی است که در ادبیات جامعه‌شناختی به نقش مثبت و افزایشی سرمایه فرهنگی در تمایل و استفاده از فضای مجازی تأکید دارند. از این‌رو یافتن علل چنین واقعیت غیرمنتظره‌ای سزاوار یک بررسی جداگانه است، زیرا تا پژوهش مستقلاً در این زمینه صورت نگیرد، اظهارنظرها چیزی فراتر از حدس و گمان‌های غیرقابل اتکا نخواهند

بود. در بین انواع سرمایه‌ها، سرمایه دیجیتال بالاترین همبستگی مثبت و هم‌افزا را با نگرش به فضای مجازی نشان داد که این نتیجه ضمن اینکه چندان دور از انتظار نبود، همسو با نظرات یتس، کاستلز و راگندا نیز هست. سرمایه اقتصادی نیز با نگرش به فضای مجازی رابطه مثبت و هم‌افزا لیکن ضعیف‌تر از سرمایه دیجیتال داشته است. همچنین نتایج این پژوهش همسو با نتیجه تحقیق فرزانه و فلاحتی شهاب‌الدینی (۱۳۹۴) بوده است که نشان دادند گرایش به شبکه‌های اجتماعی مجازی در دانش‌آموزان متعلق به پایگاه اقتصادی-اجتماعی پایین، کمتر و در دانش‌آموزان پایگاه‌های بالا بیشتر است.

درنهایت، به‌ویژه در دو سال اخیر، نقش پاندمی کرونا را نیز نباید فراموش کرد؛ زیرا با شیوع ویروس کرونا و آنلاین شدن بسیاری از آموزش‌ها و حتی کسب‌وکارها انتظار می‌رفت در شهر کاشان نیز نگاه به اینترنت تغییر پیدا کرده و افراد نگاه مثبت‌تری به این فضا و کاربردهای آن پیدا کنند که البته نتایج نشان داد که تا حدودی این‌گونه نیز بوده و نگاه مردم مثبت‌تر شده است. وجود کرونا یکی از موانع عمده در دسترسی آزاد و راحت به جمعیت هدف به‌طور کامل و مطلوب بود، ازاین‌رو به‌ناچار در آخرین مرحله از نمونه‌گیری به‌شیوه در دسترس استفاده شد. در پایان، با توجه به ظهور برخی نتایج غیرمنتظره در این پژوهش، پیشنهاد می‌شود تحقیقات بعدی ضمن توجه به برخی متغیرهای میانجی و واسطه، علل ناکارآمدی نظریات مرتبط با نقش سرمایه فرهنگی، جنسیت و قومیت را در نحوه نگرش به رسانه‌های نوین به‌ویژه اینترنت و فضای مجازی کنکاش نمایند تا مشخص شود تبیین چنین موضوعاتی در جوامع در حال گذار از سنت به مدرن، نیازمند کدام‌یک از مدل‌های تازه جامعه‌شناختی است.

## منابع

۱. به‌پژوه، ا. و گنجی، ک. (۱۳۸۳). عوامل مؤثر بر نگرش معلمان ویژه و عادی نسبت به دانش‌آموزان عقب‌مانده ذهنی و یکپارچه‌سازی آموزشی آنان. نشریه نوآوری‌های آموزشی، شماره ۱۰، ۵۴-۷۳.
۲. سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان اصفهان (۱۳۹۹). برنامه اجرایی استان اصفهان: شهرستان کاشان. معاونت هماهنگی برنامه و بودجه.



۳. فرزانه، س.، و فلاحی شهاب‌الدینی، ر. (۱۳۹۴). بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر گرایش به شبکه‌های اجتماعی مجازی (مورد مطالعه: دانش‌آموزان دختر متوسطه دوره دوم شهر بابل). دوفصلنامه مشارکت و توسعه اجتماعی، ۱(۱)، ۲۲-۱.
۴. غیاثوند، ا. (۱۳۸۷). کاربرد آمار و نرم‌افزار SPSS در تحلیل داده‌ها. تهران: نشر لویه و نشر متفکران.
۵. کوئن، ب. (۱۳۸۳). درآمدی به جامعه‌شناسی. ترجمه محسن ثلاثی. تهران: نشر توتیا.
۶. ملک، ح. (۱۳۸۸). جامعه‌شناسی قشرها و نابرابری‌های اجتماعی. تهران: انتشارات پیام نور.
۷. موسوی، ک. (۱۳۹۶). دنیای دوم: درآمدی بر جامعه‌شناسی جهان مجازی. تهران: نشر بهینه و دانشگاه کاشان.
۸. نعمتی، ط.، کرامتی، م.، و نسیمی، ع. (۱۳۹۸). بررسی رابطه پایگاه فرهنگی و اقتصادی خانواده و میزان گرایش به فضای مجازی با انحرافات اخلاقی. مجله مطالعات اسلامی در حوزه سلامت، ۳(۳)، ۱۶-۱.
9. Al Otaibi, K. N. (2012). Attitudes towards the Use of the Internet. *Psychology Research*, March 2012, 2 (3), 151-159.
10. Cavanagh, A. (2007). *Sociology in the Age of Internet*. NY: Mc Graw Hill.
11. Doeringer, P. B., & Piore, M. (1971). *Internal Labor Markets and Manpower Analysis*. Lexington, MA: D.C. Heath and Company.
12. Grabb, G. E. (1986). *Social Inequality: Classical and contemporary theorists*. Toronto: Holt, Rinehard & Winston.
13. Hong, K. S., Ridzuan, A. A., & Kuek, M. K. (2003). Students' attitudes towards the use of the Internet for learning: A study at a university in Malaysia. *Educational Technology and Society*, 6 (2), 45-49. Retrieved from <http://www.ifets.ieee.org/periodical/6-2/5.html>
14. Klobas, J. E., & Clyde, L. A. (2000). Adults learning to use the Internet: A longitudinal study of attitudes and other factors associated with intended Internet use. *Library & Information Science Research*, 22 (1), 5-34.
15. Malekan, M., Emamjomeh Zadeh, S.J., Masoudnia, H., & Alihosseini, A. (2016). Surveying Iranian Authorities' Approach Toward Cyberspace Based on the Three Dimensions of Power by Steven Lukes. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, May 2016, 7 (3): 62-69.
16. Ragnedda, M. (2018). Conceptualizing Digital Capital. *Journal of Telematics & Informatics*. 35, 2366-2375.
17. Tabachnic, B., & Fidell, L. (2013). *Using Multivariate Statistics*. AZ: Pearson Education Publishing Co.
18. Ukrainian Academy of National Science (2003). *Class Society: Theoretical and practical Reality*. Kiev: Institution of Sociology of UANS.
19. Yates, S., & Lockley, E. (2018). Social media and social class. *American Behavioral Scientist* 62 (9), 1291-1316.

## The Role of Citizens' Socio-economic Status in their Attitudes toward Cyberspace

Seyed Kamaleddin Mousavi<sup>1\*</sup>, Maryam Chak-kon Fini<sup>2</sup>

Received: 28/09/2022

Accepted: 11/12/2022

---

---

### Abstract

Due to widespread penetration of cyberspace, this study is devoted to investigating socio-economic status as the key factor that impacts on citizens' attitudes toward internet and cyberspace. The main object of this research is to know the relation between socio-economic status and people's attitudes toward cyberspace. The research was conducted in 2022 and included 384 citizens who lived in Kashan and were selected via cluster sampling method. The theoretical framework of the research was a combination of Bourdieu's capitals theory, neo-Marxist and neo-Weberian theories on class, and Castels-Ragneda's digital world and capital theory. Findings showed a direct relation of socio-economic status of citizens and their attitudes toward cyberspace. It means, the higher the socio-economic status, the more positive the attitude towards cyberspace. Among the components of socio-economic status, the ascribed status of respondents had a reverse effect, but other elements such as capitals and job position-conditions had a direct relation with the attitudes toward cyberspace.

**Keywords:** attitudes towards cyberspace, socio-economic status, citizens, ascribed status.

---

1. Assistant Professor of Sociology, Department of Social Sciences, University of Kashan, Kashan, Iran; okna8062@yahoo.com

2. M.A.Sstudent of Social Research, University of Kashan, Kashan, Iran; maryamch7697@gmail.com

doi: 10.22052/IJCS.2023.248370.1001

## بحران هویت شهروندان مهاجر در رمان «الکافرة» نوشته علی بدر با تکیه بر نظریه استوارت هال

مژگان توکلی<sup>۱</sup>، محسن سیفی<sup>۲\*</sup>، روح‌الله صیادی‌نژاد<sup>۳</sup>

### چکیده

بحران هویت مهاجرانی که خواسته یا ناخواسته ترک دیار نموده و در سرزمین‌های جدید سکنا گزیده‌اند، از دیرباز دغدغه جامعه‌شناسان بوده است و همواره به‌دنبال یافتن چرایی و چیستی و راه‌های برون‌رفت از آن گشته‌اند. رمان *الکافرة* نوشته علی بدر، رمان‌نویس معاصر عراقی، از جمله آثاری است که بحران هویتی شخصیت‌های مهاجر را در تقابل با دو فرهنگ شرق و غرب مطرح می‌سازد. پژوهش حاضر با بهره‌گیری از روش توصیفی تحلیلی، تمایز بین هویت به‌معنای بودن و هویت به‌معنای شدن شخصیت‌های این رمان را از دیدگاه استوارت هال، نظریه‌پرداز پست‌مدرنیست و بر اساس مفاهیمی چون هویت و جهانی شدن و دیاسپورا بررسی کرده است. نتایج پژوهش حاکی از آن است که مؤلفه‌های نظریه استوارت هال، همچون تناقض‌های درونی مهاجران، زیستن با خود مجازی به‌جای خود حقیقی، تغییر هویت زبانی و تغییر نگرش جنسی، به‌خوبی در این رمان تجلی پیدا کرده است و شخصیت‌های رمان که دل‌بسته زادگاه خود بوده‌اند، به‌علت جنگ و مشکلات سیاسی، خواسته یا ناخواسته از آنجا گسسته و با مهاجرت به سرزمین غربت با فضایی روبه‌رو شده‌اند که همواره وجودشان را به چالش کشیده است تا جایی که با میراث و خاطرات خویش بیگانه شده و ارتباط خود را با تمدن بین‌النهرین به فراموشی سپرده و تلاش نموده‌اند آمال و آرزوهای خود را در سرزمین غرب جست‌وجو کنند و نتیجه این اتفاق بریدن از میراث و خاطرات قومی و بیگانگی نسبت به فرهنگ خویش است.

**کلیدواژه‌ها:** بحران هویت، دیاسپورا، رمان *الکافرة*، علی بدر، مهاجران عراقی.

۱. دانشجوی دکتری گروه زبان و ادبیات عربی دانشگاه کاشان، کاشان، ایران، mo.tavakoli100@yahoo.com

۲. دانشیار گروه زبان و ادبیات عربی دانشگاه کاشان، کاشان، ایران، نویسنده مسئول، motaseifi2002@yahoo.com

۳. دانشیار گروه زبان و ادبیات عربی دانشگاه کاشان، کاشان، ایران، saiyadi57@gmail.com

## ۱. مقدمه

### ۱-۱. بیان مسئله

امروزه مسئله هویت و دگرگونی‌های حاصل از آن، کانون توجه بسیاری از دانشمندان قرار گرفته است؛ چراکه یکی از مهم‌ترین علت‌های دگرگونی هویت، تغییرپذیری بیشتر هویت‌های انسانی- اجتماعی در دنیای مدرن است، درحالی‌که در بخش مهمی از تاریخ بشریت ارزش‌ها و هویت‌های انسانی- اجتماعی کمتر در معرض تغییر و دگرگونی بوده‌اند (سفیری، ۱۳۸۴).

جوامعی که امروزه در حال گذر از سنت به مدرنیته بوده، گاهی متمایز و مغایر با مسائل کشورهای توسعه‌یافته امروزی که به ثبات رسیده‌اند، به‌لحاظ هویتی دچار مشکلات عدیده‌ای شده‌اند. این گذار هویتی کنش و واکنش افراد جامعه را دچار مشکلاتی کرده که ممکن است در ساخت اجتماعی واقعیت نیز خلل ایجاد کنند و چالش‌های هویتی و به‌دنبال آن بحران هویتی را پدید آورد.

یکی از پیامدهای بحران هویت در عصر حاضر مسئله دیاسپورا است. مهاجرانی که برای همیشه از سرزمین آبا و اجدادی‌شان متفرق گردیده و در سرزمین میزبان (دیگری) فرهنگ مقصد را جانشین فرهنگ مبدأ نموده و دچار هویت سرگردانی شده‌اند؛ به‌طوری‌که در برزخ میان مقصد و مبدأ قرار گرفته‌اند. آنان نیز از جهتی مجبور شده‌اند از رفتار و کردار اولیه و همیشگی خود دست بردارند و رفتار خود را بر اساس ارزش‌ها و هنجارهای جامعه میزبان شکل دهند. همچنین به‌واسطه ایجاد تغییر در نوع پوشش، زبان و سبک زندگی‌شان در نظم اجتماعی جامعه جدید ادغام شوند.

ساکنان سرزمین عراق به‌رغم تاریخ چندهزارساله خود تا پیش از آغاز قرن بیستم هرگز تحت عنوان یک کشور با هویت، آرمانی مشترک و متأثر از جغرافیای واحد نبوده، بلکه همواره در طول تاریخ بخشی از یک دولت با امپراتوری گسترده و هویتی فراگیرتر بوده‌اند (پناهی، ۱۳۸۷: ۸۷). این کشور زمانی تحت قلمرو ساسانیان ایران بود و یک حاکم عرب اداره آن را بر عهده داشت. با ورود اسلام به این سرزمین، اعراب عشایر زیادی به‌دلیل

وجود رودهای دجله و فرات به این سرزمین کوچ کردند و در اطراف رودها ساکن شدند. با اهمیت یافتن این سرزمین در دوره حکومت علی(ع) و دوره امویان و عباسیان، این کشور مرکز خلافت اسلامی قرار گرفت. با شکل‌گیری عثمانی، عراق ضمیمه این کشور شد اما عثمانی‌ها به دلیل تنوع قومی-مذهبی، بر تمام مناطق این سرزمین سلطه کافی پیدا نکردند. پس از فروپاشی امپراتوری عثمانی کشور عراق در سال ۱۹۲۰م در نتیجه سیاست‌های استعماری انگلستان و از ضمیمه شدن سه ایالت تابعه عثمانی یعنی بصره، بغداد و موصل شکل گرفت (نادری، ۱۳۸۶: ۲۵۰). عدم شکل‌گیری حکومت قوی و به وجود نیامدن یک هویت ملی و همچنین حس‌رهایی از جنگ، نامالیمات سیاسی و دستیابی به امکانات رفاهی و رسیدن به آزادی فردی و مدنی باعث مهاجرت‌های داخلی و خارجی گسترده، مستمر، قانونی و غیرقانونی مردم این سرزمین به سمت غرب شد.

علی بدر، رمان‌نویس عراقی که خود در دوران استعمار زندگی کرده، از نزدیک شاهد شرایط نابسامان و اسفبار عراق بوده و تلاش نموده در این رمان «الکافرة»، جنبش‌های مسلح تروریستی گروهکی به نام داعش را که بر مردم این سرزمین مسلط شده و خشم و خشونت را بر مردم آن جامعه حکمفرما نموده‌اند، به تصویر کشد؛ به طوری که این جو سرشار از خفقان و خشونت سبب مهاجرت اجباری و اختیاری مردم این سرزمین و حضور در کشور دیگری گردد تا جایی که مهاجران در سرزمین دیگری با فضای دوگانه‌ای روبه‌رو و مجبور شده‌اند در مسیر فرهنگ‌پذیری و مطابق الگوی همانند شدن، رفتار خود را بر اساس ارزش‌ها و هنجارهای اکثریت (سرزمین میزبان یا دیگری) شکل دهند و خود را از در زمینه‌های مختلفی از جمله زبان، پوشاک، سبک زندگی و... شبیه جامعه میزبان کنند تا در نظم اجتماعی جدید ادغام شوند.

این پژوهش بر آن است رمان «الکافرة» اثر علی بدر را از دیدگاه استوارت هال بررسی نماید و بحران هویتی شخصیت‌های رمان به‌ویژه «فاطمه» و «آدریان» را مورد مطالعه قرار داده و به پرسش‌های زیر پاسخ دهد:

۱. مؤلفه‌های بحران هویت شخصیت‌های این رمان بر اساس نظریه استوارت هال

کدام‌اند؟

۲. چه عوامل و عناصری موجب ساخت هویت جدید «فاطمه» در فرایند هویت‌یابی او شده است؟

#### ۲-۱. پیشینه پژوهش

درباره علی بدر و آثار وی پژوهش‌هایی انجام شده است؛ از جمله: پایان‌نامه‌ای با عنوان *روایت‌شناسی رمان‌های علی بدر (مصایح اورشلیم، ملوک الرمال، اساتذة الوهم صخب و نساء و کاتب معمور)* (۱۳۹۷ش) به نگارش زهرا ناظمی. در پایان‌نامه اخیر، نویسنده ابتدا واقعیت اجتماعی، آنومی و خشونت را بر اساس نظریه جامعه‌شناختی تحلیل نموده سپس خودکشی و ازخودبیگانگی را بر اساس نظریات سیمن و دورکیم بررسی کرده است و در پایان به نظریه بازتاب و قهرمان پروبلماتیک پرداخته است.

از جمله مقالاتی که در زمینه این رمان صورت گرفته است، می‌توان به مقاله زینب جعفرنژاد (۱۳۹۷ش) با عنوان «بازتاب فرودستی و خشونت علیه زنان در رمان الکافرة علی بدر» اشاره کرد. در این مقاله با توصیف فضای خشونت‌بار و جو متشنج عراق، وضعیت اسفبار زنان عراقی و خشونت حاکم بر جامعه را به تصویر می‌کشد.

از جمله مقالاتی که با تکیه بر نظریه استوارت هال صورت گرفته است، می‌توان به موارد زیر اشاره نمود:

«تصویر زن ایرانی در سفرنامه‌های فرانسویان از اوایل دوره قاجار تا انقلاب مشروطه بر اساس نظریه بازنمایی استوارت هال» (۱۳۹۵ش) نوشته عباس پناهی. در این مقاله بر اساس نظریه بازنمایی استوارت هال، دو گونه نگرش سفرنامه‌نویسان فرانسوی درباره زن ایرانی که نگرش اول تحسین‌آمیز و دیگری شرق‌شناسانه و تا حدودی منفی است، بررسی شده است.

«خوانش فرهنگی رمان: کشت استخوان اثر ادویج دانتیکت از منظر نظریه هویت استوارت هال» (۱۳۹۶ش) نوشته خجسته مهربانی. در این مقاله، هویت جدید قهرمان این داستان که در حقیقت زنی سیاه‌پوست به نام «آمابل دیزایر» بوده، بر اساس نظریه هویت

استوارت هال بررسی شده است.

علی بدر در رمان *الکافرة* آغاز جنبش‌های تروریستی را نشان می‌دهد که ساختار فکری آن بر رد و تکفیر استوار است. اهمیت این تحقیق از این‌روست که زوال هویت‌های قدیم و تشکیل هویت‌های جدید مهاجران عراقی را که به‌اجبار ترک وطن کرده‌اند، بر اساس نظریه استوارت هال بررسی کند.

### ۱-۳. چهارچوب نظری پژوهش

موضوع «هویت» به‌عنوان یکی از مهم‌ترین موضوعات مورد توجه اندیشمندان و محققان قرار گرفته که در علوم و رشته‌های مختلف به تعریف آن پرداخته شده است. این کلمه در معنای عام خود بر ذات شیء دلالت می‌کند یا صفات و ویژگی‌های خاصی را در بر می‌گیرد که با افراد و اشیای دیگر متفاوت است.

بنابراین «هویت» از جهت لغوی، کلمه‌ای مرکب از ضمیر غائب «هو» است که به «ی» نسبت اضافه شده است. به‌عبارتی، همان ویژگی‌هایی هستند که در واقعیت به‌وسیله آن‌ها شناخته شده یا می‌شوند (نعمان، ۱۹۹۶: ۲۱).

در مفهوم اصطلاحی در واقع، هویت چیزی است که قابل بحث و برآمده از فرایند تعامل انسانی بوده و مستلزم مقایسه بین افرادی است که شباهت‌ها و تفاوت‌های آن‌ها مشخص می‌شود. بنابراین کسانی که معتقدند بین آن‌ها و دیگران شباهتی وجود دارد، با توجه به این اشتراک هویتی، از افرادی که فکر می‌کنند دارای هویت متفاوتی هستند و با آن‌ها هیچ وجه اشتراکی ندارند، متمایز می‌شوند (هولمبورن، ۲۰۱۰: ۹۳).

به‌طور متعارف، هویت، پیوند اخلاقی و ارزشی بین اعضای جامعه به‌عنوان یک کل یا گروه اجتماعی خاص تعریف می‌شود، به طوری که فرد خود را از طریق جامعه‌ای که دارای ارزش‌ها و باورهای مشابهی است می‌بیند (الجسمی، ۲۰۰۵: ۱۰۰).

بنابراین هویت را نمی‌توان به‌شکل ماهوی، یعنی جدا از بستر اجتماعی آن تعریف کرد؛ «زیرا هویت در ارتباط با دیگری ساخته می‌شود و به‌بیان دیگر با ترسیم دیگری بازنمایی می‌شود. ایجاد هویت اجتماعی دربردارنده خواست بازیگر جمعی برای متمایز

ساختن خودش از بقیه جهان و به رسمیت شناخته شدنش از سوی جهان است. یک بازیگر جمعی برای متمایز ساختن خود، نمی‌تواند بدون رجوع و توسل به تجربیات، سمبل‌ها و اسطوره‌ها، مبنای هویتش را پی‌ریزی نماید. درعین‌حال تولید نمادین نمی‌تواند صرفاً به خود (مشروعیت‌دهی) متکی باشد، بلکه ضروری است که بعضی از بازنمایی‌های خود در تصویری که دیگر بازیگران از موضوع دارند، نیز مورد پذیرش قرار گیرد. تنها در پذیرش متقابل میان بازیگران است که حل منازعه به طور کلی در روابط اجتماعی می‌تواند وجود داشته باشد» (دلپورتا، ۱۳۸۳: ۱۳۷).

منظور از بحران هویت درحقیقت تغییر یا برهم خوردن توازنی است که در هویت به وقوع می‌پیوندد و حتی ممکن است این بحران در رفتار و ارزش‌ها اثر بگذارد (الزیود، ۲۰۰۶: ۴۰). بحران هویت هنگامی به وقوع می‌پیوندد که یک اجتماع دریابد آنچه زمانی بدون چون‌وچرا به عنوان تعاریف فیزیکی و روان‌شناسانه خود جمعی پذیرفته شده بود، دیگر در شرایط جدید قابل پذیرش نیست (پای و همکاران، ۱۳۸۰: ۱۱۰).

استوارت هال از نظریه‌پردازان معروف در این زمینه است. وی از مهم‌ترین چهره‌ها در تاریخ مطالعات فرهنگی بریتانیاست که به خانواده‌ای آفریقایی - کارائیبی تعلق داشت. او در جامائیکا به دنیا آمد و مانند هوگارت و ویلیامز، ابتدا به‌عنوان آموزگار بزرگسالان مشغول به کار شد و از ۱۹۶۸ تا ۱۹۷۹ مدیریت مرکز مطالعات فرهنگی معاصر را بر عهده داشت (اسمیت، ۱۳۸۳: ۲۵۰).

به‌گمان هال، «بحران هویت بخشی از فرایند گسترده‌تر تغییری است که ساختارها و فرایندهای مرکزی جوامع مدرن را از جای خود خارج می‌کند و به چهارچوب‌هایی آسیب می‌رساند که تکیه‌گاه محکمی برای افراد در جهان اجتماعی بوده‌اند» (هال و گراسبرگ، ۱۳۹۷: ۸).

دومین روش دیدگاه متفاوت هال، در مقوله هویت فرهنگی است. وی در کنار بسیاری از نقاط مشترک بر تفاوت‌های قابل ملاحظه و عمیق تأکید دارد و معتقد است بر پایه آنچه هستیم و آنچه واقعاً شده‌ایم، تشکیل شده‌اند. وی بر این اعتقاد است: «هویت‌های فرهنگی



تجربیات تاریخی و کدهای فرهنگی مشترکی را انعکاس می‌دهند که برای ما به مثابه یک فرد باثبات، قالب‌های مستمر و تغییرناپذیری از ارجاع معنا تحت نفوذ یک دسته‌بندی در حال تغییر را در تاریخ واقعی فراهم می‌آورند» (همان: ۱۲۳).

از دیدگاه هال، این تعریف دوم از هویت فرهنگی ناآشنا تر و هشداردهنده‌تر است. بنابراین آن‌گونه که خود توضیح می‌دهد: «هویت‌یابی یک بار و برای همیشه اتفاق نمی‌افتد، زندگی همین‌گونه باقی نمی‌ماند و همواره در حال تغییر است. بخشی از آنچه در حال تغییر است، هسته مرکزی درونی نیست؛ این تاریخ است که در حال تغییر است، تاریخ ادراک فرد را نسبت به خودش تغییر می‌دهد» (همان: ۱۵۹).

همچنین هال نوسان و حرکت در زمان در جهت تغییر هویت را این‌گونه توضیح می‌دهد و بیان می‌دارد: گفتمان فرهنگ ملی به‌اندازه‌ای که به نظر می‌رسد امروزین نیست، هویت‌هایی را می‌سازد که به‌طور ابهام‌آمیزی میان گذشته و آینده قرار دارد. این گفتمان نسبت به انگیزه بازگشت به افتخارات گذشته، انگیزه رفتن هرچه عمیق‌تر به درون مدرنیته را بی‌طرف می‌داند (همان: ۸۸-۸۹).

## ۲. بررسی بحران هویت مهاجران در رمان الکافرة

### ۲-۱. خلاصه رمان

رمان الکافرة از علی بدر، گرچه سویه‌ای سیاسی دارد و منعکس‌کننده پیامدهای جنگ‌های داخلی کشورهای عربی و از جمله عراق و تأثیر مخرب آن بر خانواده‌هاست، ماجرای یکی از گریزهای بحران‌زای مهاجران و شرح پریشانی هویتی و قصه بی‌سروسامانی‌های بعد از آن را روایت می‌کند.

این رمان در ۲۲۹ صفحه و در ۸ بخش که با یادآوری خاطرات و فلش‌بک به گذشته آغاز شده، نوشته شده است و به بررسی زندگی مهاجران از جمله فاطمه و دوستش آدریان می‌پردازد که به‌علت جنگ و خفقان موجود در جامعه‌شان از سرزمین مادری فرار نموده و به غربت پناه آورده‌اند می‌پردازد. در کنار شنیدن روایت این دو نفر از زندگی‌شان، به خرده‌روایت‌هایی درباره دیگر شخصیت‌های رمان نیز برخورد می‌کنیم. اما کانون قصه

همین دو نفر بوده و در این میان، فاطمه شخصیت محوری رمان را دارد.

رمان ماجرای دختری به نام فاطمه است. وی در زیر سایه ظلم داعشیان زندگی می‌کند. پس از مرگ مادر و همسرش، تنها و آواره شده و به دنبال مکان امن و آسوده می‌گردد تا اینکه در نهایت توسط یکی از داعشیان که او را مورد تجاوز قرار داده، از عراق فرار نموده و به استکهلم می‌رود. هنگام ورودش سعی می‌کند که با جامعه جدید هماهنگ شود؛ به گونه‌ای که به انکار هویت، اصل و نسب خویش می‌پردازد و برای خود اسم و لقبی تحت عنوان «صوفیا دومونت» برمی‌گزیند تا اروپاییان به وجود عرب بودنش پی نبرده و اصل و نسبش را کشف نمایند. به همراه این تغییرات به تغییر مکان زندگی و نوع برخوردش می‌پردازد تا شأن و جایگاهی را در آن جامعه به دست آورد و به عنوان فردی قابل احترام واقع شود.

در آنجا نیز با جوانی به نام آدریان که در بروکسل مهندس هواپیماست و با او قصد ازدواج دارد قرار می‌گذارد ولیکن آدریان نیز که جوان مرموز و دارای هویت و تابعیت دوگانه لبنانی - مسیحی است، به مانند فاطمه هویت عربی‌اش را مخفی می‌کند و با صوفیا روابط عاشقانه و پیچیده‌ای در جهت ازدواج با او آغاز می‌کند.

لیکن هنگامی که صوفیا به کنکاش در زندگی آدریان می‌پردازد، متوجه قضیه ازدواج قبلی وی شده و از خانه عصبانی بیرون می‌رود. آدریان درحالی که سعی می‌کند مانع رفتن او شود، تصادف کرده و راهی بیمارستان می‌شود. او در بیمارستان داستان و زوایای زندگی‌اش را برای صوفیا تعریف می‌کند و صوفیا بعد از این ماجرا، زندگی قبلی آدریان را به رسمیت شناخته، او را ترک می‌کند تا نزد همسر سابقش برگردد و خود سرگردان و بی‌روح زندگی‌اش را با بازیچه‌هایش ادامه می‌دهد.

## ۲-۲. دیاسپورا؛ سودای پریدن به دیگر سو و تناقض‌های درونی مهاجران

مهاجرت سبب پیدایش تغییرها و دگردیسی‌هایی در زندگی مهاجر می‌شود و بر همه جوانب آن اثر می‌گذارد. در جامعه‌شناسی، مهاجرت، نوعی فرایند دگردیسی فرهنگی است. بسته به اینکه مهاجر از کجا آمده باشد یا در کجا ساکن شده باشد، پیامدهای

فرهنگی و نیز اجتماعی مهاجرت متفاوت است. در مهاجرت، مهاجر تنها از مرز جغرافیایی دور نمی‌شود و ورود و حضور او منحصر به بودن در یک محدوده جغرافیایی جدید نیست. آنچه بیش از جغرافیا اهمیت دارد، حضور و غیاب فرهنگی است؛ یعنی از دامن یک فرهنگ رها شدن و به دامن فرهنگی دیگری درافتادن. مهاجر از یک سو با غیاب یک فرهنگ و آدم‌های غایب سروکار دارد و از دیگر سو با حضور فرهنگ بیگانه و آدم‌هایی ناآشنا مواجه است. مواجهه او با چنین وضعیتی دشوار است؛ چنان‌که یا به یک‌سوی این دو تمایل پیدا می‌کند یا فضای ثالثی پدید می‌آورد که برساخته حضور و غیاب مورد بحث است. در مواجهه فرهنگی، هر راهبردی که مهاجر برگزیند، او را با چالش‌هایی مواجهه می‌کند. مقاومت در پذیرش فرهنگ جدید یا اصرار بر حفظ فرهنگ گذشته، نابسامانی‌هایی را در پی دارد (درویش‌پور، ۱۳۸۶: ۲۱۲-۲۱۳).

پس می‌توان گفت هویت شخصیت‌های این رمان *الکافرة* در طی مهاجرتشان به سرزمین دیگری، با چالش‌هایی روبه‌رو شده است و مهاجران با پشت‌سر گذاشتن مراحل چندگانه‌ای از جمله دوره رضایت خاطر اولیه، دوره افسردگی و در خود فرورفتن و دوره جهت‌گیری نوین توانسته‌اند در نظم اجتماعی جدید ادغام شوند که از منظر نظریه استوارت هال به شرح زیر است:

شروع رمان *الکافرة* با جنگی خانمان‌سوز و اشغال شدن عراق توسط نظامیان و شبه‌نظامیانی که با سیطره نمودن بر آنجا (عراق) رعب و وحشت را حکمفرما نموده، سخن از قدرت‌هایی به میان می‌آورد که زندگی، مرگ، فعالیت، شوربختی، شادی افراد و نیز سلامتی جسمی، روحی و زندگی خانوادگی مردم آن سرزمین را تحت کنترل و انضباط شدید درآورده است. فاطمه راوی رمان می‌گوید: «هیچ رنگی در طبیعت پیش روی ما نیست. برای طبیعتی که در آن زندگی می‌کردم، یک رنگ وجود داشت. این رنگ همان زنگ زرد شنی دلگیر است. شاید از همین جا ظلم و سختگیری در چهره مردم سرچشمه می‌گیرد و در یک رنگ می‌آید. هرچیزی که ما را احاطه کرده است، چهره‌ها، بدن‌ها، زمین و نماهای خانه‌ها را پوشش می‌دهد. مرگ ما را احاطه کرده بود، درختان در

اثر گرمای خورشید خشکیده بودند. هوا غبارآلود است و هربار که طوفان شن می‌وزد، مردم زیر خاک مدفون می‌شوند» (بدر، ۲۰۱۵: ۳۶-۳۷).

این فشار قدرت اداری رژیم مسلط و همچنین یأس و ناامیدی که بر سراسر وجود مردم سرزمینش سیطره یافته است، باعث شده که فاطمه را از سرزمین مادری‌اش بیزار گرداند و به مهاجرتی وادارد که از نظر فرهنگی، اجتماعی و دینی تفاوت بسیاری با کشورش دارد و حاضر گردد با فراموش نمودن کشور خود در پی ایجاد ارتباط با دنیایی متفاوت از سرزمین مادری‌اش شود، درحالی که می‌گوید: «در آسمان، جفت پرنده‌ای را دیدم که دور می‌شدند و با چشمانم آن‌ها را تماشا می‌کردم، آرزو داشتم با آن‌ها پرواز کنم و از این مکان فرار کنم. احساس کردم قلبم از غم و ترس پاره شده است» (همان: ۴۶) «زندگی من مانند زیستن در جهنم است» (همان: ۱۹۵).

در طی این مهاجرت، هویت فرهنگی فاطمه، در انتقال میان موقعیت‌های مختلف قرار می‌گیرد و دچار دوپارگی و تنش‌های فرهنگی می‌شود به‌گونه‌ای که زندگی دوشخصیتی‌اش را آغاز می‌کند؛ یکی فاطمه که از صبح تا شب در یک شرکت با عنوان نظافتچی کار می‌کند و دیگری دختری اروپایی به نام صوفیا که هر روز به بار می‌رود و با جوانان اروپایی قرار می‌گذارد:

«بالاخره یک کار ثابت با حقوق ماهیانه پیدا کردم. در یک شرکت خدماتی ترکیه‌ای مشغول به کار شدم. ده‌ها زن از همه ملیت‌ها برای نظافت در این شرکت استخدام شدند. صبح زود با شروع کار برای کارمندان کار می‌کنیم و بعد از پایان کارشان هم برمی‌گردیم. گاهی اوقات دو یا سه بار در ماه در لوئیز به رستوران‌های سطح بالا می‌رفتم. مردانی بودند که مرا به شام دعوت می‌کردند، من هم می‌پذیرفتم و با آن‌ها غذا می‌خوردم و می‌دانستم که آن‌ها پول غذا را حساب می‌کنند» (همان: ۱۷۷-۱۷۸).

تا اینکه وی به تدریج و با آهستگی وارد جامعه جدید می‌شود و زندگی نوینش را با تغییر مکانی و فاصله گرفتن از مهاجرانی که جایگاهی در سرزمین غربت ندارند، پی‌ریزی می‌کند تا بتواند ارزش و احترامی را برای خود خریداری کند:

«من هم تصمیم گرفتم این مکان را که فقط مهاجران در آن زندگی می‌کنند ترک کنم. باید، فوری یک شغل ثابت پیدا کنم که بتوانم آپارتمانی در یک مکان مناسب، اجاره یا خریداری کنم. جایی که نه مهاجران، بلکه مرفهان محترم در آن زندگی می‌کنند» (همان: ۱۷۴).

نکته قابل توجه آن است که از نظر هال، مرور خاطرات توسط فاطمه او را در تنش بین گذشته و حال قرار داده؛ چراکه هویت ملی او به‌عنوان امری ازلی در جهت بازپس‌گیری موجودیت بی‌وقفه‌اش بازنمایی شده (هال و گراسبرگ، ۱۳۹۷: ۸۶)، به‌طوری‌که وی با یادآوری خاطرات، وطن، خیانت و دورویی مردمان بی‌هویت سرزمینش برای او تداعی می‌شود و با خشمی که وجودش را فرا گرفته، آنان را متهمانی معرفی می‌کند که او را مجبور به ترک سرزمین مادری و روی آوردنش به غربتی کرده‌اند که هیچ‌گونه وجه اشتراکی با آنان ندارد:

«ما هر دو از میان انبوه جمعیتی سرگردان می‌آمدیم. از سلاح‌های شبه‌نظامیان که مانند سنگ از صخره می‌افتند. ما از سروصدای کرکننده استخوان‌های پدرانمان که در ته قبرستان خوابیده بودند، از شهرهای فتح‌شده خود در آن سال‌ها آمدیم. از ملتی که ما را به دنیا آورده، سپس قربانی کرده‌اند» (بدر، ۲۰۱۵: ۲۱۸).

جهان جدید به‌مثابه مکان، برای فاطمه روایتی از جایگزینی را به‌همراه داشته و میل بی‌پایانی برای بازگشت به ریشه‌های گم‌شده را در وی بازتولید نموده و باعث شده او با وجود اینکه در غربت زندگی می‌کند، احساس خوشبختی ننماید و خود را نیز با عنوان پناهنده‌ای در آنجا بداند که جایگاهی در میانشان نداشته و ماندنش را (آنجا) فریبی بیش نداند و به‌مانند مجسمه‌ای است که از داشتن هویت ملی محروم بوده و شخص بی‌هویتی به چشم می‌آید:

«من آن دنیا را ترک کردم و به غرب آمدم ... پناهنده شدم ... با کسانی که افکار زخمی مرا می‌شناسند وارد صحنه شدم ... گفتند دیر رسیدی در نمایش ما جایی برای تو نیست» (همان: ۲۱۹). «من فقط مجسمه‌ای از شن در شرق بودم یا مجسمه‌ای از برف در غرب...»

من یک مجسمه بودم بدون هیچ خاصیتی» (همان: ۲۱۸).

پس بر اساس نظریه هال می توان نتیجه گرفت: فاطمه که برای همیشه از سرزمین آبا و اجدادی اش دور گردیده، هرچند که پیوندهای محکمی را با سنت‌ها و خاستگاه‌هایش نگه داشته، دیگر خیال بازگشت به گذشته را ندارد و مجبور است با فرهنگ‌هایی که در آن سکونت دارد سازگار شود، بدون اینکه به آسانی با آن‌ها همانند گردد یا به‌طور کامل هویتش را از دست بدهد؛ زیرا او به‌طور قطعی محصول چندین فرهنگ و تاریخ به هم وابسته است و هم‌زمان به چندین وطن تعلق داشته و برای او وطن خاصی وجود ندارد.

### ۲-۳. دیاسپورا؛ زیستن با خود مجازی به‌جای خود حقیقی

یکی دیگر از اثرات دیاسپورا فرار از خویشتن و زیستن با خود مجازی به‌جای خود حقیقی است. فردی که از خود فرار می کند، نه تنها از شرایط و حیات غیرانسانی موجود در جامعه آگاهی دارد، بلکه وجود چنین بحران هویتی را نیز در وجود خویش احساس می نماید. در واقع چنین فردی با وجود آگاهی و شناختی که از خود دارد، از برخورد با واقعیت خویشتن گریزان است و تلاش می کند از برخورد با عواملی از جمله بی توجهی، ترس، تجاوز و... دوری گزیند. حتی از پذیرفتن آنان سرباز زند؛ درحالی که کردار و اعمالش او را محدود نموده و به آن توازن و هماهنگی وجودی که انتظارش را دارد، نمی رسد. در نتیجه چنین شخصی از اینکه بخواهد دلایل و عوامل اصلی این بحران هویتی را که با آن مواجه شده کشف نماید، عاجز است. بنابراین این شخص ممکن است به فرار روی آورد و به محکوم نمودن عجز و ناتوانی خویش بپردازد یا اینکه در نهایت تمام تلاش خویش را می کند که چنین بحرانی را در وجود خویش به فراموشی سپرده و در نهایت ریشه کن نماید (خلیل، ۱۹۷۷: ۷۵).

زیستن فاطمه با خود مجازی به‌جای خود حقیقی، ناپایداری هویت‌های بالقوه است. زیرا هویتش حول یک خود منسجم شکل نگرفته است، بلکه درون وی هویت‌های متضادی وجود دارند که با توجه به تغییر شرایط به جهات مختلفی کشیده می شوند؛ به نحوی که وی برای اینکه از جانب مردم سرزمین غرب با عنوان دیگری در جهت پالایش

طبقاتی، مورد تهدید واقع نگردد و شخص باصالتی به نظر رسد، از ملیتش جدا و با انتخاب نام و پسوندی غربی، از نسب پدری بنا به گفته‌اش درمی‌گذرد:

«تصمیم گرفتم اسمم را تغییر بدهم، من دیگر فاطمه عرب نیستم، بلکه صوفیای بلژیکی هستم و بعد با نام یک خانواده سرشناس به نام دومون برخورددم و آن را به‌عنوان نام خانوادگی خود قرار دادم» (همان: ۱۷۴).

حتی برای این فرار هویتی، به تکرار و تلقین روی آورده و به خود قبولانده که داشتن اسم و هویت جدید نه تنها توانسته قدرت منحصربه‌فردی را در او ایجاد کند، بلکه عاملی برای ایجاد ارزش و احترامش در آن جامعه شده، به طوری که به گمان خویش دنیایش کاملاً متفاوت گردیده و بهترین جایگاهی که انتظارش را داشته، رسیده است:

«نام جدید بلژیکی به من زندگی جدیدی می‌بخشد، همه ریشه‌های قبلی من را انکار و نفی می‌کند. او از من یک زن محترم خواهد ساخت و دیگران را مجبور خواهد کرد که به من احترام بگذارند» (همان: ۱۷۴).

آدریان نیز از دیگر شخصیت‌های این رمان به انکار هویت عربی خویش پرداخته، چراکه از نظر حال این تفکراتی که آدریان درباره خود داشته، از کمبود تمامیت‌هایی که ریشه در گذشته شوم وی داشته نشئت گرفته و اثرات منفی در زندگی‌اش بر جای گذاشته، به طوری که وی مجبور شده هویتش را در حاله‌ای از ابهام قرار دهد و نسب خویش را فقط به مردم مغرب‌زمین از جمله اسکاندیناوی‌ها منسوب نماید، تا آنجا که وقتی در مورد هویتش از او می‌پرسند، به تعریف جزئی نسبت به خود بسنده نموده و سعی می‌کند با فاصله گرفتن از مردم حتی از فاطمه، بهترین دوستش که قرار بوده همسر آینده او شود، اسرار درونی‌اش را پنهان کند:

«او سعی کرد همه‌چیز را در مورد زندگی گذشته خود پنهان کند. او سعی کرد همه‌چیز مربوط به تاریخ زندگی، خانواده، هویت خود را در یک راز مطلق احاطه کند» (همان: ۱۷۸). «با وجود رمز و راز خود، با وجود زندگی خارق‌العاده‌اش، او سعی کرد تا آنجا که می‌توانست همه‌چیز را از او پنهان کند. آنچه در مورد او می‌دانستم، تعریف ساده‌ای از

شخصیت او بود. نام او آدریان است، او به‌عنوان مهندس در فرودگاه زفتان در بروکسل کار می‌کند و در یک آپارتمان کوچک در بروکسل زندگی می‌کند. او در آسلو متولد شد و در استکهلم زندگی می‌کند» (همان: ۵۷).

درحالی‌که فاطمه در مورد او می‌گوید، با وجودی که در مدت کوتاهی کنارش بوده، به‌راحتی توانسته به آداب و عادتش پی ببرد اما نتوانسته در مورد تاریخ و گذشته خانواده‌اش باخبر گردد؛ زیرا او همواره تلاش کرده از آن فرار کند و از توضیح در مورد آن طفره رود، چراکه او خودش را همانند شخصی معرفی نموده که از داشتن خانواده محروم بوده است:

«و از تاریخش چیزی به او نگفت، انگار از زیر خاک بیرون آمده. در مورد خانواده‌اش زیاد صحبت نکرد. به او نگفت که چرا استکهلم را ترک کرده و به بروکسل آمده است. او به‌شکلی کنایه‌آمیز از بیماری پدرش صحبت کرده بود، اما با او از جنون و خودکشی پدرش در روز تولدش صحبتی نکرد» (همان: ۵۹).

تا اینکه فاطمه به‌صورت کاملاً اتفاقی متوجه می‌شود که او شخص دورگه‌ای از دو نژاد اسکاندیناویایی و عرب بوده است و چنین پسوند یا نام خانوادگی در میان شجره‌نامه اسکاندیناوی‌ها وجود ندارد:

«او درحالی‌که نشسته بود به یاد آورد که در ابتدای آشنایی آن‌ها به‌عنوان یک جوان اسکاندیناویایی به نظر او می‌رسید. پس از ماه‌ها رابطه آن‌ها، به‌طور کاملاً تصادفی متوجه شدم که او نیمی اسکاندیناویایی و نیمی لبنانی است» (همان: ۷۷).

بنابراین با توجه به نظریه‌های حال می‌توان نتیجه گرفت هویت فاطمه و آدریان با مهاجرت به مغرب‌زمین در برخورد با قدرت و سرعت فرهنگ جهانی به چالش کشیده شده است، به‌حدی که در نخستین گامشان در برابر فشار تفاوت، دیگربودگی و تنوع فرهنگی به انکار هویت ملی خویش پرداخته‌اند.

## ۴-۲. دیاسپورا؛ تغییر هویت زبانی

زبان عامل مؤثری برای ارتباط با کشور میزبان و ابزار هویت است و در ارتباط میان شرق



و غرب از آن جهت که برابند تعامل بوده، مهم جلوه می‌کند؛ زیرا زبان یکی از قوای شناخت ذهن، مکانیسم عملکرد همگنی را در همه زبان‌ها و زمان‌ها دارد (حیاتی و حسینی مؤخر، ۱۳۸۶: ۴۷۹). فراگرفتن زبان غربی باعث ارتباط میان خود و دیگری و پذیرفتن دیگری در جامعه میزبان می‌شود؛ زیرا فراگیری زبان میزبان از به حاشیه رفتن مهاجران جلوگیری می‌کند و سخن گفتن در واقع وجود داشتن برای دیگری است.

حضور فاطمه در سرزمین میزبان و تلاش در جهت همانندسازی فرهنگی و برقرار نمودن روابط هم‌زبانی با مردم جامعه دیگری را به مفهوم‌پردازی‌های جدید سوژه «فاطمه» نسبت می‌دهد که در گذر زمان و در طول مدرنیته تغییر کرده‌اند، که وی تلاش می‌کند با فراگیری آن (زبان میزبان) از زبان مادری‌اش فاصله بگیرد و لهجه‌ای را که به هنگام سخن گفتن به زبان فرانسوی و فلامینی بر او عارض شده از بین ببرد تا بدین وسیله به یک دیگری حاشیه‌ای تبدیل نشود که از طریق آن بخواهند به اصالتش پی ببرند و تحقیرش کنند:

«هر روز که یک کلمه جدید می‌گویم، یا آن را خوب تلفظ می‌کنم، احساس خوشحالی می‌کنم. کم‌کم داشتم بهتر می‌شدم و می‌دانستم که دارم بهتر می‌شوم و این باعث می‌شد که کارهای بیشتری انجام دهم، حتی برای رهایی از لهجه‌ای که در هنگام یادگیری مرا همراهی می‌کرد. من نمی‌خواهم کسی بدانند اهل کجا هستم، یا مرا کشف کند و مرا از لهجه‌ام آگاه کند. مشکل چیه نمی‌دانم... اما من نمی‌خواهم کسی بدانند که من اصالتاً عرب هستم» (همان: ۱۶۷).

بنابراین با توجه به نظریه‌های می‌توان نتیجه گرفت زبان ملی کشور میزبان به‌عنوان گفتمان مسلط، سایر کدهای نشانه‌شناختی نحوی و لغوی دیگر زبان‌ها را متزلزل ساخته و موقعیتی برای سوژه‌ای همچون فاطمه فراهم نموده که باعث شده ارتباط محکمش را با گذشته زبانی خویش قطع و به‌دنبال ساخت هویت زبانی جدید و بازنمایی آن در این راستا شود.

## ۵-۲. دیاسپورا؛ تغییر نگرش جنسی

جنسیت یکی از مهم‌ترین و قدرتمندترین عناصر هویت‌ساز در همه فرهنگ‌هاست؛

از این رو این موضوع یکی از مسائل بحران‌ساز هویتی برای مهاجران از جمله زنان در سرزمین میزبان است؛ به طوری که بسیاری از اندیشمندان عرب، ریشه مشکلات زنان، به ویژه در جهان عرب را تسلط نظام مردسالاری می‌دانند. «یکی از اشکال ستم بر زنان، نظام مردسالاری است که از طریق تسلط مردان بر زنان در خانواده، جامعه و حکومت تحقق می‌یابد؛ تسلطی که نه بر پایه عقلانیت بلکه بر اساس فرمان‌برداری محض و غیرعقلانی شکل گرفته است» (الحیدری، ۲۰۰۳: ۱۷-۶).

فاطمه با مهاجرت به سرزمین دیگری به زعم حال، در انتقال میان موقعیت‌های مختلف قرار گرفته و هم‌زمان سنت‌های فرهنگی متفاوتی را نیز به سوی خود جذب نموده است که باعث شده وی را از ساختارها و سنت‌های مردسالاری سرزمینش جدا سازد؛ فاطمه در مرکز این فردگرایی با مفهوم جدیدی از سوژه فردی و هویتش قرار گرفته نه از جهت اینکه وی در زمان‌های پیشامدرن فرد نبوده، بلکه فردی‌اش به‌طور متفاوتی «زندگی»، «تجربه» و «مفهوم‌سازی شده» است و تحولاتی که در مدرنیته به وجود آمده، او را از آن جایگاه‌های محکمش جدا کرده است؛ به طوری که اولین تأثیرات از این هژمونی فرهنگی را با تغییرات جسمی و پوششی آغاز نموده و این زمانی است که سرزمین غربت این فرصت را در اختیار او قرار داد که بتواند خودش را برای اولین بار در آینه ببیند و با برانداز نمودن اندامی که سالیان متمادی از دیدن آن محروم بوده و نتوانسته آن را در مخیله‌اش به تصویر بکشد، به زیبایی زنانگی‌اش پی ببرد؛ به گونه‌ای که با حالت تعجب از خود می‌پرسد:

«اوه، این منم؟! ... این فاطمه است؟! ... چقدر زیبا شده‌ای دخترا!» (همان: ۱۶۳).

اگرچه که وی با دیدن این صحنه در ابتدای امر دچار اندوه شده و با حالت تأسف نسبت به جامعه‌ای که او را از حضور در محیط اجتماعی و درک نیازهای جسمی‌اش بازداشته و فرصت و بخت‌های مهم زندگی را از او گرفته، ابراز ناامیدی کرده و با پرسیدن سؤالاتی جامعه‌اش را مورد انتقاد قرار داده:

«کجا بودم؟ در کدام تاریکی زندگی کردم؟ زندگی من در کدام مخفیگاه بود؟ نفرت ما

از بدنمان از کجا آمده است؟ چرا از خود متنفریم؟ چرا باید بدنم را پنهان کنم؟ چرا آن را مثل یک اشتباه پنهان می‌کنم؟» (همان، ۱۶۴-۱۶۵).

اما تلاش نموده دیدگاهش را نسبت به جسمش تغییر دهد و خود را به‌مانند زنان آن جامعه زیبا و ارزشمند که قابل ستایش‌اند و مایه ننگ و عار ملت نبوده، جلوه دهد:

«قبلاً فکر می‌کردم همه زن‌ها به‌جز من زیبا هستند. ناگهان حقیقت را فهمیدم، من هم زیبا هستم. من اندام جذابی دارم، آیا این همان چیزی نیست که دیگران می‌خواهند؟!... آیا بدن چیزی نیست که دیگران را به وجد می‌آورد، آن‌ها را جذب می‌کند و باعث می‌شود آن‌ها مرا دوست داشته باشند؟ بلکه آن‌ها را وادار به عبادت می‌کند، بله من هم چیزی برای افتخار دارم، مایه ننگ هیچ‌کس نیستم» (همان: ۱۶۵).

که البته طبق نظر هال، پی بردن وی به حقیقت وجودی خویش و ساختن اعتماد به نفس که آن را با جذب مردان و پذیرفته شدنش از جانب آنان توضیح می‌دهد، به تغییرات ادراکی وی که در طول تاریخ به وقوع پیوسته نسبت داده و معتقد است زندگی همین‌گونه باقی نمی‌ماند و همواره در حال تغییر است و بخشی از آنچه در حال تغییر است، هسته مرکزی «فاطمه واقعی» نیست؛ این تاریخ است که در حال تغییر است. تاریخ ادراک وی از خودش را تغییر داده است» و هژمونی فرهنگی که غرب بر او اعمال کرده چنان مؤثر بوده که این تغییرات در جهت تجربه نمودن، سبک جدیدی از زندگی را به‌منزله تولد دوباره برای خود بیندارد و آن را به‌منزله قاره و جهانی ناشناخته معرفی کند که تاکنون از وجودش باخبر نبوده تا توانسته باشد از آن لذت ببرد:

«می‌خواستم آرزویی را ببینم که از عشق زودگذر، یا از تحسین تنم زاده می‌شود، مانند کشف یک قاره جدید. کشف دنیایی که نمی‌شناختم. این آشتی با جسمی است که آن را پنهان کرده‌ام، این بیانیه‌ای برای زندگی است، از روح جدیدی که در من متولد می‌شود. می‌دانم که این را نخواهی فهمید. اما چه کنم؟!» (همان: ۱۹۰).

«آه، بله، حق با شماست. من به بازار رفتم و این کیف را خریدم، نظر شما در مورد آن چیست؟ در موردش چی فکر می‌کنید؟ با لباس دیروزی زیباتر بودم! امروز هم زیباست؟

منون، عالی است، من عاشق شنیدن آن هستم!» (همان: ۱۹۱).

هویت جدید شخصیت این رمان از جمله فاطمه از کمبود تمامیت‌هایی که از بیرونش می‌جوشد ناشی شده است؛ چراکه او به دنبال هویت‌هایی بوده که زندگی‌نامه جدیدی بسازد و بخش‌های مختلفی از خودهای جدا از هم را به درون یک خود واحد بکشد تا بدان سبب خوشحالی خیال‌پردازانه‌ای از سرشار بودن را دوباره به دست آورد.

### ۳. نتیجه‌گیری

۱. سرگشتگی، حیرانی و حس غربت و از همه مهم‌تر بحران هویت و پدید آمدن دوقطبی‌های گسترده نظیر اینجا و آنجا، دنیای گذشته و آینده، دیروز و امروز، زادگاه و سرزمین بیگانه، زبان مادری و زبان دیگری هویت عربی و... از پیامدهای مهاجرت شخصیت‌های این رمان می‌باشد که در این داستان بازتاب داشته است.

۲. فاطمه و آدریان شخصیت‌های موجود در این رمان با قرار گرفتن در فضای متباین غربی به‌طور کلی هویت اصیل شرقی‌شان را فراموش نموده و تن به هویت کلیشه‌ای و از پیش تعیین‌شده غربی داده‌اند که از آن تحت عنوان خودباختگی یاد می‌شود.

۳. هویت جدید شخصیت این رمان از جمله فاطمه، از کمبود تمامیت‌هایی که از بیرونش می‌جوشد ناشی شده است؛ چراکه او به دنبال هویت‌هایی بوده که زندگی‌نامه جدیدی بسازد و بخش‌های مختلفی از خودهای جدا از هم را به درون یک خود واحد بکشد تا بدان سبب خوشحالی خیال‌پردازانه‌ای از سرشار بودن را دوباره به دست آورد.

۴. فاطمه با مهاجرت به سرزمین غربت پا را فراتر از سنت گذاشته و رابطه‌اش را نیز با گذشته قطع نموده تا همه‌چیز را از نو شروع کند؛ به‌طوری‌که او خود را صاحب تن خویش می‌داند و می‌خواهد برای لذت تن خویش تصمیم‌گیرنده باشد.

### منابع

۱. اسمیت، ف. (۱۳۸۳). *درآمدی بر نظریه فرهنگی*. ترجمه حسن پویان. تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
۲. بدر، علی (۲۰۱۵م). *الکافرة*. الطبعة الاولى. ایتالیا: منشورات المتوسط.
۳. پای، لوسین و همکاران (۱۳۸۰). *بحران‌ها و توالی‌ها در توسعه سیاسی* (غ. خواجه سروی، مترجم). تهران: انتشارات پژوهشکده مطالعات راهبردی.

۴. پناهی، ج. (۱۳۸۷). نقش عراق نوین در ترتیبات امنیتی منطقه خلیج فارس. مجموعه مقالات عراق نوین و تحولات خاورمیانه. تهران: مؤسسه مطالعات اندیشه‌سازان نور.
۵. پناهی، ع، و محمدزاده، ا. (۱۳۹۵). تصویر زن ایرانی در سفرنامه‌های فرانسویان از اوایل دوره قاجار تا انقلاب مشروطه براساس نظریه بازنمایی استوارت هال. مجله مطالعات تاریخ فرهنگی، ۷ (۲۷)، ۱-۲۳.
۶. الجسمی، ع. (۲۰۰۵). الهوية وثقافة الع ولمة. مجلة العربی، عدد ۵۶۰، ۱ یولیو، الكويت.
۷. جعفرزاد، ز، و مجیدی، ح. (۱۳۹۷). بازتاب فرودستی و خشونت علیه زنان در رمان الکافرة علی بدر، مجلة زن و مطالعات خانواده، ۱۱ (۴۱)، ۸۵-۱۰۶.
۸. حیاتی، ز، و حسینی مؤخر، م. (۱۳۸۶). از هویت ایرانی. تهران: سوره مهر.
۹. الحیدری، ا. (۲۰۰۳). النظام الابوی و إشکالیة الجنس عند العرب. بیروت: دار الساقی.
۱۰. خلیل، غ. (۱۹۹۷). الاغتراب فی أدب حیدر حیدر (۱۹۶۸-۱۹۹۵). إشراف س. قطامی، رساله ماجستر، الجامعة الادرنیة.
۱۱. درویش‌پور، م. (۱۳۸۶). آشیانه نو و افق‌های تبعید؛ نگاهی کوتاه به جامعه‌شناسی ادبیات فارسی در تبعید و مهاجرت. آرش، شماره ۱۰۰، ۲۱۰-۲۱۵.
۱۲. دلاپورتا، د. (۱۳۸۳). مقدمه‌ای بر جنبش‌های اجتماعی (م. دلفروز، مترجم). تهران: انتشارات کویر.
۱۳. الزیود، م. (۲۰۰۶). الشباب و التمیم فی عالم متغیر. عمان: دار الشرق للنشر و التوزیع.
۱۴. سفیری، خ، و محمدی، ع. (۱۳۸۴). هویت جنسیتی مادران و دختران، شکاف یا تفاوت، مجله علوم اجتماعی دانشگاه فردوسی مشهد، ۲ (۱)، ۱۰۷-۱۳۹.
۱۵. مهربانی، خ، و سخونو، ج. (۱۳۹۶). خوانش فرهنگی رمان کشت استخوان اثر ادویج داننیکت از منظر نظریه هویت استوارت هال. مجلة نقد زبان و ادبیات خارجی، شماره ۱۸، ۲۸۷-۳۰۷.
۱۶. نادری، م. (۱۳۸۶). چگونگی روند دولت‌سازی در عراق پس از صدام و مایه‌های ناامنی. اطلاعات سیاسی اقتصادی، شماره ۲۳۷-۲۳۸، ۴۸-۵۵.
۱۷. ناظمی، ز. (۱۳۹۷). روایت‌شناسی رمان‌های علی بدر (مصایب اورشلیم، ملوک الرمال، اساتذة الوهم صخب و نساء و کاتب مغمور). پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شهید بهشتی.
۱۸. نعمان، ا. (۱۹۹۶). هذه هی الثقافة. شركة دار الأمة للطباعة و الترجمة و النشر و التوزی. برج الکیفان، الجزائر.
۱۹. هال، ا، و گراسبرگ، ل. (۱۳۹۷). پروبلماتیک هویت در مطالعات فرهنگی هویت و جهانی شدن (س. قلی‌پور و ع. مرادی، مترجم). پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
۲۰. هولمبورن، ه. (۲۰۱۰). سوسیولوجیا الثقافة و الهوية (ح. حمید محسن، مترجم). سوریا: دار کیوان للطباعة و النشر و التوزیع.

## Identity Crisis of Iraqi Migrant in Ali Badr *Al-Kafra* based on Stewart Hall's Theory of Diaspora

Mozhgan Tavakoli<sup>1</sup>, Mohsen Seifi<sup>2\*</sup>, Ruhollah Sayadinezhad<sup>3</sup>

Received: 01/10/2022

Accepted: 21/11/2022

---

---

### Abstract

Nowadays, the issue of creating new identities has been strongly discussed in social theories. The novel "Al-Kafra" written by Ali Badr is one of the novels that present the identity crisis of immigrant characters in contrast with the two cultural systems of the East and the West. The current research, based on social criticism, has investigated the identity of the characters of this novel from the perspective of "Stuart Hall", a postmodernist theorist, and based on components such as identity and terms such as globalization and diaspora. The results of this research indicate that the components of Stuart Hall's theory, such as depression and wandering, imitation of the host language and sexual inferiority, have been well manifested in this novel, and the characters of the novel, who were attached to their hometown, due to war and political problems Willingly or unwillingly, they separated from there and by immigrating to the land of exile, they faced an environment that has always challenged their existence to the point where they became alienated from their heritage and memories and forgot their connection with their civilization and tried to hope and to search for their dreams in the land of the West, which is the result of cutting off their ethnic heritage and memories and alienation from their own culture.

**Keywords:** identity crisis, diaspora, al-Kafra novel, Ali Badr.

---

1. PhD student of Arabic Language and Literature, University of Kashan, Kashan, Iran; mo.tavakoli100@yahoo.com

2. Associate Professor of Arabic Language and Literature, University of Kashan, Kashan, Iran; motaseifi2002@yahoo.com

3. Associate Professor of Arabic Language and Literature at University of Kashan, Kashan, Iran; saiiadi57@gmail.com

doi: 10.22052/IJCS.2022.248375.1002

## سنجش ابعاد تجربه شهروندان در دریافت خدمات (مطالعه موردی: سازمان‌های دولتی)

حمید زارع<sup>۱</sup>، حمیدرضا یزدانی<sup>۲</sup>، زهرا رحیمی چسلی<sup>۳\*</sup>

### چکیده

یکی از بخش‌هایی که در اقتصاد جهانی رشد سریعی دارد، بخش خدمات است. به‌تازگی تمایل به خلق تجارب برای شهروندان به‌منظور کسب مزیت رقابتی به‌خصوص در بخش‌های خدماتی در حال افزایش است و فراهم کردن تجربه برای شهروندان می‌تواند باعث افزایش آگاهی و وفاداری آن‌ها و درنهایت سودآوری گردد. بنابراین هدف از تحقیق حاضر، سنجش ابعاد تجربه شهروندان در دریافت خدمات (مطالعه موردی: سازمان‌های دولتی) است. روش تحقیق این پژوهش توصیفی-پیمایشی از نوع کاربردی است. جامعه آماری تحقیق حاضر، تمام شهروندان استان گیلان است که از خدمات سازمان‌های دولتی استفاده نمودند. ۲۱۴ نفر به‌عنوان نمونه انتخاب شدند. ابزار جمع‌آوری داده‌ها پرسش‌نامه بوده و پایایی آن از طریق آلفای کرونباخ مورد بررسی قرار گرفت. تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش با استفاده از روش معادلات ساختاری و ماتریس اهمیت و وضعیت از طریق نرم‌افزار Spss و LISREL انجام شد. بر اساس نتایج پژوهش، از میان سیزده بُعد تجربه شهروندان در دریافت خدمات از سازمان‌های دولتی، ابعاد تجربه سرعت، سهولت و راحتی و ارزش افزوده دارای بیشترین اهمیت نسبت به سایر ابعادند که در ماتریس اهمیت-وضعیت در ناحیه تداوم و عملکرد عالی قرار گرفته‌اند؛ همچنین ابعاد تجربه خدمات، احساسی، عاطفی، تعاملی، فیزیکی، فرایندی و سایر تجربیات در ماتریس اهمیت-وضعیت در ناحیه توجه حیاتی قرار گرفته‌اند و این ابعاد از نظر اهمیت، بالا ارزیابی شده ولی وضعیت این ابعاد پایین است. بر این اساس باید تلاش‌هایی برای بهبود و توسعه در این ناحیه صورت شود. همچنین ابعاد تجربه کارکنان و تجربه اجتماعی نسبت به سایر ابعاد در ناحیه بی‌اهمیت قرار گرفته‌اند و از اهمیت و عملکرد پایینی نیز برخوردارند. در این راستا سازمان‌ها باید برای اطمینان از تعامل‌های درست با شهروندان و کاهش هزینه‌ها، بر روی تجربه‌های شهروندان سرمایه‌گذاری کنند. سازمان‌ها با استفاده از مدیریت صحیح این تجربه‌ها قادرند رابطه‌های مفیدی با شهروندان برقرار کنند، به‌علاوه فرصتی را برای مزیت رقابتی درازمدت برای سازمان به وجود آورند.

**کلیدواژه‌ها:** مدیریت تجربه، تجربه شهروندی، تجربه مشتری، سازمان‌های دولتی، خدمات دولتی.

۱. دانشیار، گروه مدیریت کسب و کار، دانشکده مدیریت و حسابداری، پردیس فارابی دانشگاه تهران، قم، ایران. hzarea@ut.ac.ir

۲. استادیار، گروه مدیریت کسب و کار، دانشکده مدیریت و حسابداری، پردیس فارابی دانشگاه تهران، قم، ایران. hryazdani@ut.ac.ir

۳. کارشناسی ارشد مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت و حسابداری، پردیس فارابی دانشگاه تهران، قم، ایران، نویسنده مسئول:

zahra.rahimi@ut.ac.ir

## ۱. مقدمه

در عصری که مشتری شرایط مبادله را تعیین می‌کند، به‌کارگیری روش‌های سنتی ارائه خدمات، دیگر نمی‌تواند موفقیت بنگاه‌های خدماتی را تضمین نماید و تأمین رضایت مشتری تنها منحصر به زمان مواجهه با خدمت نیست. پس سازمان باید به تجربه مشتری که مبتنی بر عواطف و هیجانات وی در زمان مواجهه با تمام لحظات با بخش‌های سازمان است، توجه کند (یداللهی، کاظمی و رنجبریان، ۱۳۹۹). با شروع سال ۲۰۰۰ تا به حال، تجربه به‌شکل روزافزونی مورد بحث و بررسی قرار گرفته است (Joshi, 2014). تجربه شهروندی محل رشد و یکی از بااهمیت‌ترین مزیت‌های رقابتی در ادبیات کنونی است. اکنون سازمان‌ها بر روی طراحی کل‌گرا و تغییر کامل تجربه شهروندی متمرکزند (Chahal & dutta, 2015). مدیریت تجربه شهروندی زمینه‌ای روبه‌رشد است و سازمان‌ها در تلاش‌اند تا روش‌های نوینی را برای درک آن آزمایش کنند. مدیریت تجربه شهروندی حاوی ترکیب تجربه‌های شهروندان بر روی یک خدمات یا محصول استراتژیک است که بر برقراری ارتباط با شهروندان توجه دارد و بر روی تجربه‌هایی که شهروندان در طی تعامل خود با سازمان و روابط شهروندان دارند، تمرکز دارد (Fatma, 2014). یک مؤسسه بازاریابی علمی یکی از بااهمیت‌ترین چالش‌های مطالعاتی در سالیان آتی را مدیریت تجربه شهروندی دانسته است (Lemon & Verhoef, 2016): به‌طوری‌که بیانگر مجموعی از فرایندها، روش‌ها و ابزارهایی بوده که هدفش شخصی‌سازی تعامل شهروندان با شرکت‌ها بنا بر خواسته‌ها و نیازهای شهروندان است (Mili et al., 2016). در نتیجه شخصی‌سازی یک تجربه قادر است تا حد بسیاری بر روی تصور و ادراک شهروندان از کیفیت تأثیرگذار باشد و باعث بهبود تجربه کلی آنان در برخورد با سازمان شود. یک سازمان قادر نیست از به وجود آمدن تجربه در تعامل با شهروندان اجتناب کند؛ چون درک شهروندان از یک سازمان از راه تعامل با تمامی روش‌های ارتباطی (از جمله تلفن، وب، موبایل و ایمیل) مربوط به سازمان به وجود می‌آید. سرانجام، تجربه مثبت شهروندان باعث تکرار معامله خواهد شد. انجام برنامه مدیریت تجربه شهروندی فرایندی تحلیلی و خلاقانه است که بر روی عملکرد و استراتژی تمرکز



دارد (رحیم‌نیا و نجات‌زاده، ۱۳۹۴). تجربه شهروندی بخشی از تجربه مشتری است که از تجربه مشتری ناشی می‌شود. هارسن چمن و هالیبورک اولین کسانی بودند که اصطلاح تجربه مشتری را در ادبیات بازاریابی به کار بردند. باین‌حال در سه دهه اخیر، محققان و کارشناسان به‌طور فزاینده‌ای بر روی تجربه مشتری تمرکز کرده‌اند. این محققان و کارشناسان تغییر تجربه مشتری را در جهاتی کلی مانند فعالیت‌ها، سرگرمی، لذت، زیبایی‌شناسی و پاسخ‌های شنیداری تعریف کرده‌اند (Chahal & dutta, 2015). علاوه بر این، تجربه مشتری مفهومی متغیر و مبهم تلقی می‌شود که تعریف آن را با مشکل مواجه کرده است؛ زیرا تجربه مشتری دارای عناصر فردی، شخصی و طبیعی بسیاری است که برای هر مشتری اختصاصی بوده و هر شخص دارای نگرش‌ها، ارزش‌ها و باورهای گوناگونی است که بنا بر ارزش‌ها و باورهای خود تجربه می‌کند (Kandampully, Zhang & Jaakkol, 2018). در این پژوهش سعی بر این است که ابعاد و تجربیات شهروندان در سازمان‌های دولتی مورد بررسی قرار گیرد. از آنجاکه سازمان‌های دولتی ارتباط منطقی با شهروندان ندارند و آگاهی کافی از نظرات و علایق آن‌ها نداشته، این ناآگاهی از نظرهای شهروندان و دلایل آن باعث شکاف میان سازمان‌های دولتی و نیازهای مشتریان شده است. در این مطالعه احتمال می‌رود نتایج مطالعه بتواند با سنجش، بررسی و طبقه‌بندی تجربه شهروندی قدم مهمی برداشته و با نقل این تجربه‌ها به مدیران دولتی تلاش کند تا آنجا که ممکن است این تجربه‌ها را به کار بسته و زمینه رابطه میان دولت و مردم را ایجاد نماید. همان‌طور که در سازمان‌های خصوصی، تجربه مشتری مهم و مورد توجه است، تجارب شهروندی باید در سازمان‌های دولتی نیز مورد توجه و اهمیت قرار گیرد. با تحقیق درباره تجربیات شهروندان و گرفتن بازخورد از شهروندان، سازمان‌های دولتی می‌توانند از آن به‌عنوان دانش شهروندی استفاده کرده و به‌عنوان منبعی برای سازمان جهت ارائه خدمات بهتر استفاده کنند. بر این اساس هدف از انجام پژوهش حاضر، سنجش ابعاد تجربه شهروندان در دریافت خدمات در سازمان‌های دولتی است (زارع، یزدانی و رحیمی چسلی، ۱۳۹۷). در طول دو دهه گذشته، مطالعات بر روی رفتار شهروندی در زمینه خدمات مورد توجه محققان قرار گرفته؛ باین‌حال، بررسی

جامعی برای بررسی ابعاد مختلف، سوابق و پیامدهای رفتار شهروندی انجام نشده است (Gong & Yi, 2021).

ضرورت این پژوهش در زمان و مکان حاضر بدین سبب است که شهروندان از ارائه خدمات در سازمان‌های دولتی رضایت کافی ندارند و بعد از هر بار مراجعه به سازمان‌های دولتی، تجربه خوبی کسب نمی‌کنند و احساس نارضایتی دارند؛ و این نارضایتی باعث می‌شود شهروندان به سازمان وفادار و پایبند نباشند و این به ضرر سازمان دولتی خواهد بود. دلایل زیادی برای این نارضایتی وجود دارد؛ از جمله: بروکراسی بالا، رفتار نامناسب کارکنان سازمان با شهروندان، سرعت پایین ارائه خدمات، بی‌توجهی به احساسات و عواطف شهروندان، فضای فیزیکی نامناسب و نبود فرایند مناسب در ارائه خدمات (زارع، یزدانی و رحیمی چسلی، ۱۳۹۷). بنابراین با توجه به مطالب بیان شده هدف از انجام پژوهش حاضر، سنجش ابعاد تجربه شهروندی در دریافت خدمات از سازمان‌های دولتی، تعیین رتبه و ضریب اهمیت هریک از ابعاد مدیریت تجربه شهروندی و نحوه بهره‌برداری از تجارب شهروندان است.

## ۲. مبانی نظری پژوهش

شهروندی مشتق از واژه citizen در زبان انگلیسی، از واژه لاتین سویتامس ریشه گرفته؛ سویتامس تقریباً معادل کلمه polis در زبان یونانی به معنی شهر است. شهروند فردی است در ارتباط با دولتی که از یک سو برخوردار از حقوق سیاسی و مدنی است و از سوی دیگر در برابر دولت تکالیفی بر عهده دارد. این رابطه را شهروندی می‌گویند. چگونگی رابطه شهروندی را قانون اساسی و قانون مدنی کشور تعیین می‌کند. شهروندی درعین حال منزلتی است برای فرد در ارتباط با دولتی که از نظر حقوق بین‌الملل نیز محترم شمرده می‌شود. حقوق بین‌الملل از جهت رعایت این رابطه (مسئولیت دولت‌ها برای رعایت حقوق شهروندی) الزاماتی را برای دولت‌ها در نظر گرفته است. شهروندی یکی از مفاهیم اصلی اندیشه و عمل دموکراتیک است. شهروندان عضوی کامل و برابر اجتماعی سیاسی دموکراتیک هستند که هویت آن‌ها طبق حقوق و وظایفی شکل می‌گیرد که آن اجتماع را

تعیین و تعریف می‌کند. از عناصر اصل مشکل شهروندی حقوق شهروندی است که به سه اصل حقوق مدنی، حقوق سیاسی و حقوق اجتماعی بنا شده و از ارکان اساسی حقوق بشر محسوب می‌شود که در ماده ۱۵ اعلامیه جهانی حقوق بشر نیز تصریح شده است. کارکردهای اصلی شهروندی عبارت است از: اداره جامعه طبق اصول احترام به حقوق دیگران و تعهد به ایفای نقش در حفظ نهادهای مشترک که این حقوق را پایدار می‌دارند. همچنین می‌توان حقوق، وظایف، مشارکت و هویت را از عناصر شاکله شهروندی برشمرد. مفهوم شهروندی مفهومی سیاسی حقوقی است؛ سیاسی از این رو که رابطه فرد سیاسی با نظام سیاسی (دولت شهر، جمهوری، امپراتوری، دولت ملت، دولت پسامدرن) را مدنظر دارد، و حقوقی از این رو که حقوق و تکالیفی برای فرد شهروند در ارتباط با جامعه و نظام سیاسی اجتماعی متبوعه ارائه می‌دهند. بر این اساس، شهروندی همواره انگاره‌ای دوجانبه و اجتماعی است. این انگاره نمی‌تواند صرفاً مجموعه حقوقی باشد که فرد را از تعهد به دیگران رها کند. حقوق همیشه به چهارچوبی برای پذیرش و سازوکارهایی برای تحقیق نیاز دارد. این بدان معنی است که شهروندی علاوه بر حقوق، بر وظایف و تعهدات نیز دلالت دارد. عرصه سیاست که شهروند ارتباط وثیقی با آن دارد، مجموعه شیوه‌ها و فن‌هایی نظیر مشورت، معامله، دیپلماسی و تقسیم قدرت است که می‌توان از طریق آن‌ها مشکل اداره امور را بدون خشونت حل کرد. بنابراین سیاست، معطوف به این هدف، امر حیاتی است، چراکه هویتی مشروعیت‌بخش و قوی ایجاد می‌کند و راهی برای توزیع و اداره عادلانه منابع از طریق تقسیم منافع و مسئولیت‌های زندگی اجتماعی ارائه می‌کند. علاوه بر این، حقوق و تکالیف شهروندی که در قانون اساسی هر کشوری تبیین و مدون شده است، از کانال مشارکت شهروندان و جامعه مدنی در امور مختلف کشور، هویتی پویا و مشروعیت‌بخش و توانمند ایجاد می‌کند؛ که راهی برای توزیع و اداره عادلانه منابع و فقرزدایی مشارکتی از طریق تقسیم منابع و مسئولیت‌های زندگی اجتماعی ارائه می‌نماید و در نهایت به توسعه جامع و همه‌جانبه کشور می‌انجامد (عیوضی و باب‌گوره، ۱۳۹۱؛ رحیمی چسلی، یزدانی و زارع، ۱۴۰۱). امروزه مشتری‌مداری نه تنها برای سازمان‌های خصوصی حائز اهمیت است،

بلکه از دهه نود قرن بیستم با مطرح شدن تئوری مدیریت و مدنی‌محوری، مشتری‌مداری نیز اهمیت یافته و ارزش خاصی را در سازمان‌های دولتی دارد. چون رسالت و فلسفه اصلی مدیریت دولتی تأمین مصالح و منافع عمومی است، تمامی شهروندان در نهادهای دولتی مصرف‌کننده محسوب می‌شوند. همه شهروندان به‌عنوان کاربران بخش عمومی در نظر گرفته می‌شوند و بخش عمومی باید رضایت آن‌ها را پیدا کند (هیوز، ۱۳۷۷). اگرچه به‌طور اصولی به‌کارگیری لفظ مشتری که از بخش خصوصی عاریت گرفته شده، کاربرد آن در بخش عمومی و دولتی درست نیست، در مدیریت دولتی چیزی تحت عنوان تجربه شهروندی وجود دارد که به‌عنوان مشتری در سازمان‌های دولتی است (الوانی و دانایی‌فر، ۱۳۸۰). مشتری‌گرایی بیشتر در سازمان‌های خصوصی و بازرگانی معنی و مفهوم پیدا می‌کند. مشتری‌گرایی یعنی تمایل به ارائه خدماتی که مشتریان خواهان آن بوده، از آن‌ها احساس خشنودی کنند (کازرانی، ۱۳۸۱)، درحالی‌که در شهروندمحوری، مردم و شهروند در اولویت قرار می‌گیرند.

## ۱-۲. تفاوت تجربه مشتری و شهروندی

در دهه گذشته، تجربه مشتری<sup>۱</sup> هم در تحقیقات بازاریابی و هم در عمل به‌طور فزاینده‌ای مورد توجه قرار گرفته است. رهبران کسب‌وکار بر این باورند که تجربه مشتری برای رقابت‌پذیری شرکت مؤثر است و محققان بازاریابی آن را مبنای اساسی مدیریت بازاریابی می‌نامند (Homburg, Jozić & Kuehnl, 2017; Lemon & Verhoef, 2016; Becker & Jaakkola, 2020). به‌عنوان یک منبع پایدار برای تمایز رقابتی ظاهر شده است (Holmlund et al., 2020). تجربه مشتری افکار و احساساتی را که نتیجه اثرات ناملموس و ملموس هرچیز یا شخصی که نماینده مستقیم و غیرمستقیم یک برند، سازمان یا یک محصول می‌باشد، در بر می‌گیرد. تجربه مشتری همه بخش‌هایی را که مشتری از محصول، خدمت یا سازمان دریافت می‌کند، در بر می‌گیرد (زارع، یزدانی و رحیمی چسلی، ۱۳۹۷). شرکت‌ها تا اواسط یا اواخر دهه نود عمدتاً مشغول بهبود کیفیت محصولات و خدمات خود بودند، سپس

یک تغییر استراتژیک رخ داد که آن‌ها را به تمرکز فزاینده بر روی بهینه‌سازی تجربه مشتری سوق داد که به‌عنوان یک ساختار چندبعدی با تمرکز بر شناخت مشتری تعریف می‌شود (Lemon & Verhoef, 2016; Kumar et al., 2022). امروزه بسیاری از شرکت‌ها به‌دقت تجربه مشتری را رصد می‌کنند (McLean, 2017; Rezaei & Valaei, 2017)، که نشان داده می‌شود مزایای سازمانی قابل توجهی از جمله رشد فروش و سودآوری، افزایش تبلیغات دهان‌به‌دهان و وفاداری را به‌همراه دارد (Varshneya, Das & Khare, 2017; Nayeem, 2019). از سوی دیگر شهروند فردی بوده که در رابطه با دولت دارای حقوق سیاسی و مدنی است و در مقابل دولت وظایفی دارد که آن را رابطه شهروندی می‌نامند و چگونگی این ارتباط را قانون اساسی و قانون مدنی کشور مشخص می‌کند. شهروند یکی از مفهومی‌های مهم در تفکر و عمل دموکراتیک است. از عنصرهای مهم شهروندی حقوق شهروندی بوده که عبارت است از: حقوق اجتماعی، حقوق مدنی و حقوق سیاسی. مبحث شهروندی برحسب قرارگیری در بسترهای اجتماعی متفاوت تحولات تاریخی مختلفی را طی کرده است. به‌صورتی که در هرکدام از این دوران، ارتباط عناصر شاکله آن متفاوت و منفرد است. شهروندی دارای ماهیتی پویا بوده که درباره ارتباطات انسانی بحث می‌نماید و تعریف ساده‌ای ندارد که تمامی جوامع در تمامی دوران را شامل شود. کارکرد عمده مفهوم شهروندی، هویت‌سازی، آگاهی‌بخشی، شرکت در اداره امور مربوط به جامعه مطابق اصول احترام به سایرین و الزام به عمل نمودن در راستای صیانت از نهادهای مشتری است که این حقوق را پایدار دانسته، در نتیجه اجرایی شدن این کارکردها باعث توسعه سراسری در کشور می‌گردد (زارع، یزدانی و رحیمی چسلی، ۱۳۹۷).

## ۲-۲. ابعاد تجربه شهروندی در سازمان‌های دولتی

با بررسی پیشینه تحقیق و مبانی نظری، ابعاد تجربه شهروندی در سازمان‌های دولتی شناسایی و در ادامه ذکر شده است (رحیمی چسلی، یزدانی و زارع، ۱۴۰۱).  
**تجربه اجتماعی:** نکته مورد تأکید در تجربه اجتماعی، تأثیر محیط اجتماعی بر تجربه‌ها و برداشت‌های شهروندان است. عوامل محیط اجتماعی عبارت‌اند از: ویژگی‌های قومی

مذهبی، گروه‌های مرجع، کارکنان خدماتی و... (Fodor, 1998).

**تجربه عاطفی:** بر احساسات و عواطف و حالات شهروندان پدیدآمده توجه دارد. در مواجهه با یک تجربه بایستی در نظر گرفت که تجربیات، مفهوم و احساسات عاطفه است؛ زیرا آنان با عواطف و احساسات مشتریان در ارتباط‌اند. آنان استدلال می‌کنند که در مواجهه با یک تجربه بایستی در نظر گرفت که تجربیات عواطف و احساساتی هستند که لازم است به‌وسیله مشتری درک گردند: تازگی، ارتباط شخصی، یادگیری، تعجب و درگیری. تازگی همچون تغییر در وضعیت محرکات به‌کاررفته در تجربه‌های گذشته، تعریف گردیده است. ارتباط شخصی به روندهای درونی شهروند حاصل تحریک‌ها، فعال‌سازی و مشارکت در یک تجربه ویژه اشاره دارد. اصل تازگی به این نتیجه رسیده است که جذب و توجه مردم به چیزهای نوین مختلفی نیاز دارد. اگر تجربه نتایج ناگهانی داشته باشد، در نتیجه حیرت‌انگیز خواهد بود. با وجود این، در طراحی این‌گونه تجربیات غیرمنتظره، تجربه‌کننده بایستی انتظارات کنونی مشتریان را درک نموده و مطابق با این انتظارات تجارب به وجود آورد. نظریه‌پردازان یادگیری اعتقاد دارند که جهت ایجاد یادگیری، موجود بودن عواملی چون نشانه، انگیزه، تقویت و پاسخ ضروری است (Slåtten et al., 2009).

**تجربه احساسی:** تجربه احساسی شامل حالت ملایم، مثبت، به یک برند تا هیجانانگیزی، غرور و لذت است. همانا از اثرگذاری حسی متفاوت است زیرا به حالات هیجانانگیز و کلیت قلمرو توجه دارد. موضوع آن نه‌تنها زیبایی و جذاب نمودن که در حقیقت القای احساس لذت، خوشحالی و چه‌بسا گریه به سایرین است. از نکات این حیطه این است که چه چیزی هیجانانگیز و عواطف خاص شهروندان را تحریک می‌نماید و میل مشتری به مواجه شدن با این‌گونه جریانی تا چه اندازه است. در بازاریابی تجربه‌ای، هدف از تجارب نه به وجود آوردن هیجانانگیز در زمان مشاهده آگهی بلکه حفظ این‌گونه از احساسات در زمان مصرف است. تبلیغات انتقالی به‌شکل به‌یادآورنده تجربه به‌کارگیری برند تجربه‌شده با مجموع منحصربه‌فرد از خصوصیات روان‌شناسی معرفی می‌گردد که در وضعیت معمولی به کمک برند روی نمی‌دهد. این تبلیغات، احساس، تصویر و باروری در اندیشه

شهروندان به وجود می‌آورد که به کمک محصول فعال گردیده و باعث افزایش تجربه استفاده از آن می‌شود (Smith, 2005).

**تجربه محیط فیزیکی:** محل عرضه خدمات که متأثر از ابعاد سه گانه محیط فیزیکی است: ۱. وضعیت محدودی که حاوی پیشینه و خصوصیات محیطی چون روشنایی، نوع هوا، موزیک، صدا و بوست؛ ۲. طرح بندی فضا و نقشی که اشاره به شکل قرارگیری مبلمان یا وسایل، اندازه و همخوانی و ارتباط میان اشیاء محیطی دارد؛ ۳. سمبل‌ها، علامت‌ها و محصولات تصنعی که هدف آن در سازمان رابطه بیشتر با مشتری و فرستادن پیام‌ها و اطلاعات محیطی است که مشتری در آن قرار دارد (محمودی و درخشانی، ۱۳۹۲). محیط به کاررفته توسط شهروند، حیطه‌ای بوده که در آن یک خدمت یا محصول به کار می‌رود، اما متقابلاً حیطه‌ای وجود داشته که خدمات یا محصول در آن خریداری می‌گردند. این دو حیطه بسیار تفاوت دارند. ارائه‌دهندگان خدمات، کنترلی بر روی این دو حیطه ندارند؛ آن‌ها باید تلاش کنند تا با سازمان‌دهی و طراحی یک سیستم خدماتی، به بهترین صورت نیاز شهروند برآورده گردد و بر تصمیم خرید و مصرف اثر گذارد. این امر را می‌توان با فراهم نمودن تجربه مبتنی بر درک عمیق و آگاهی از امکانات و تسهیلات در طول استفاده از محصول یا خدمت، ایجاد کرد. انعطاف‌پذیری که شرکت‌ها به تجربه شهروندان اضافه می‌کنند، به ترجیحات گوناگون و شناخت مشتریان ساختار می‌بخشد؛ به صورتی که هر مشتری قادر است تجربه خاص و شخصی برای خویش به وجود آورد. به‌رغم بیانات فوق‌الذکر و همین‌طور گنجایش صنعت خدمات به شهروندان (به‌رغم شرکت مشتری در یک محصول تولیدی که بسیار محدود است) بیشتر ارائه‌دهندگان خدمات برای حصول راندمان معمول در عملیات، میل به ساخت سامانه‌های استاندارد داشته تا شرکت مشتریان را غیرفعال کند (Slåtten et al., 2009).

**تجربه فکری:** بُعد فکری برعکس بعد عملی که به تجربیات رفتاری اشاره دارد، مربوط به تفکر و نیز تخیل همگرا و واگراست. با استفاده از تجربیات خویش فکر ما به مسائلی می‌اندیشد که خلاقیت و هوش انسان‌ها را تحریک می‌نماید. وقتی که مردم را مجبور به

تفکر می‌کنیم، آن‌ها بیشتر مجبور به موضع‌گیری می‌شوند و ممکن است گاهی این موقعیت‌گیری مخالف آنچه سازمان تمایل دارد، باشد (Smith, 2005).

**خدمات اصلی:** این خدمات اصلی و بنیادی سازمان است که به وسیله آن، سازمان خود را بین شهروندان سازمان‌های دولتی مستقر می‌کند (Walter, Edvardsson & Öström, 2010) و هسته اصلی خدمات منفعت اصلی را که متوجه نیازهای خاص شهروندان است، فراهم می‌سازد و ماهیت بنیادی موضوع شرکت را تعریف می‌کند (لاولاک و رایت، ۱۳۹۲).  
**تجربه ارزش افزوده:** این بخش شامل مزایایی است که علاوه بر محصول و خدمات اصلی ارائه می‌شود که آن را از سایر محصولات مشابه رقبا متمایز می‌کند (همان). خدمات تکمیلی در کنار خدمات اصلی عرضه می‌گردد و حسی خاص و فراموش‌نشدنی را در ذهن شهروندان به وجود می‌آورد (Garg et al., 2012).

**تجربه راحتی و سهولت:** این تجربه یکی از اجزای مهم تشکیل‌دهنده ابعاد تجربه شهروندان به‌شمار می‌آید، زیرا مشتریان نیاز به گرفتن خدمات با سهولت و سرعت زیادی دارند (ملکیان و سلطانی، ۱۳۹۴).

**تجربه فرایند خدمات:** این بعد حاوی مجموعه‌ای از مراحل جهت عرضه فعالیت‌ها به شهروندان برای گرفتن آسان‌تر و بهتر خدمات از سازمان‌های دولتی است (Garg et al., 2012). ون دورن<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۱۰) معتقدند که ارائه پیشنهادهایی برای بهبود تجربه خدمات، جنبه رفتار خلق ارزش مشتری می‌باشد (Gong & Yi, 2021)؛ خلق ارزش نقش کلیدی در ایجاد دیدگاه خدمات در بازاریابی ایفا می‌کند که از دیدگاه مبتنی بر کالا به دیدگاه مبتنی بر خدمات تکامل یافته است (Grönroos & Voima, 2013; Vargo & Lusch, 2014; Gong & Yi, 2021).

**تجربه تعامل با شهروندان:** تجربه تعاملی با تجربه اجتماعی فرد مرتبط است، و از طریق افزایش شناخت اجتماعی، منجر به ایجاد احساس تعلق ارزش می‌شود. با توجه به ارتباطی که بین سازمان‌های دولتی و شهروندان وجود دارد، شهروندان با بخش‌های



مختلف محیط دریافت خدمات، محصولات و شهروندان دیگر تعامل دارد (Slåtten et al., 2009). فورد<sup>۱</sup> (۱۹۹۵) استدلال می‌کند که مشتریان نیز مانند کارمندان در رفتارهای شهروندی مختلفی مانند گزارش مشکلات به کارمندان، توصیه سازمان مربوطه به دوستان، یا نمایش برند تبلیغاتی حمایت خود از یک سازمان را درگیر می‌کنند. همچنین بتنکورت<sup>۲</sup> (۱۹۹۷) استدلال می‌کند که مشتریان مانند کارمندان، رفتارهای اختیاری مانند به اشتراک گذاشتن تجربیات مثبت خود با سایر مشتریان را انجام می‌دهند (Gong & Yi, 2021).

**تجربه سرعت:** این تجربه سرعت جواب‌دهی هر سازمانی در مقابل نیازمندی‌های مشتریان را مشخص می‌کند (Garg et al., 2012). بُعد زمانی بین مبادرت برای خرید و گرفتن خدمات به وسیله مشتری بیانگر سرعت ارائه خدمات است (ملکیان و سلطانی، ۱۳۹۴).

**تجربه کارکنان:** کارکنان منبع اصلی ارائه خدمات به مشتریان در هر سازمانی هستند. در این امر، آن‌ها باید با رفتاری دوستانه و با در نظر گرفتن وقت‌شناسی در ارائه خدمت، قادر به ایجاد و حفظ یک رابطه محترمانه با مشتریان باشند (Garg et al., 2012). تعاملات شخصی بین مشتریان و کارکنان و ادراکی که مشتریان از کیفیت خدمات دریافت می‌کنند، بستگی به فرد ارائه‌دهنده خدمات دارد. شرکت‌های موفق، تلاش ویژه‌ای برای جذب، آموزش و ایجاد انگیزه در کارمندان خود، به‌ویژه آن‌هایی که با مشتریان در تعامل‌اند، انجام می‌دهند (لاولاک و رایت، ۱۳۹۲).

**تجربه حضور سایر شهروندان:** شناخت راجع به حضور سایر شهروندان از سازمانی به سازمان دیگری متفاوت است. در بعضی از خدمات ارائه‌شده چون سینما، شهر بازی، رویدادهای ورزشی، حضور اشخاص دیگر برای هر شخص فضای اجتماعی به وجود می‌آورد، در صورتی که در بعضی از خدمات چون نوبت‌دهی در بیمارستان‌ها و بانک‌ها و... از حضور سایر مشتریان ازدحام به ذهن می‌آید (ملکیان و سلطانی، ۱۳۹۴).



شکل ۱: ابعاد تجربه شهروندان در سازمان‌های دولتی (رحیمی چسلی، یزدانی و زارع، ۱۴۰۱)

### ۳. پیشینه پژوهش

رحیمی چسلی، یزدانی و زارع (۱۴۰۱) با انجام پژوهشی به شناسایی ابعاد تجربه شهروندان در سازمان‌های دولتی پرداختند. نتایج این تحقیق حاکی از آن است که ابعاد تجربه شهروندان در سازمان‌های دولتی عبارت‌اند از: تجربه اجتماعی، عاطفی، احساسی، محیط فیزیکی، فکری، خدمات اصلی، ارزش افزوده، راحتی و سهولت، فرایند خدمات، تعامل با شهروندان، سرعت، کارکنان و حضور سایر شهروندان.

مختاری، خانلری و اسفیدانی (۱۴۰۱) تحقیقی با عنوان «شناسایی عوامل مؤثر بر تجربه مشتری با استفاده از رویکرد فراترکیب» انجام دادند. از ۶۳۵۴۶ مقاله شناسایی شده در جست‌وجوی ادبیات سه دهه گذشته در پایگاه‌های اطلاعاتی الکترونیکی منتخب، ۱۲۱ مقاله معیارهای انتخاب و ورود را داشتند. از ۱۲۱ مطالعه انتخاب‌شده، عوامل مؤثر بر تجربه مشتری در ۱۰ مقوله به شرح زیر شناسایی شدند: محصول/خدمت، عوامل اجتماعی، محیط، فرایند تولید، عوامل مشتری، پرسنل، استراتژی بازاریابی، تجربه گذشته، برند و عوامل خارجی.

صادقی فر، کفایش پور و نعمی (۱۴۰۱) پژوهشی با عنوان «طراحی مدل مدیریت تجربه مشتری در صنعت حمل‌ونقل هوایی» انجام دادند. نتایج پژوهش منجر به شناسایی ۱۴

مقوله اصلی شد که از نظر ابعاد و شاخص‌ها غنی بودند. این ۱۴ دسته اصلی عبارت‌اند از: کیفیت مشتری‌مداری، موقعیت اقتصادی سیاسی، سیاست‌گذاری کلان، امکانات و منابع سازمانی، حمایت‌فرانهادی، تعاملات اقتصادی کلان، نظام‌مدیریتی، توانمندی نیروی انسانی، توانمندی مشتریان، تحول نظام تصمیم‌گیری، تحول نظام مالی، تحول نظام ارتباطی، پیامدهای سازمان‌محور و پیامدهای مشتری‌محور.

قیم‌اعلائی و همکاران (۱۴۰۱) پژوهشی تحت عنوان «بررسی ریاضی عوامل مؤثر بر مدیریت تجربه مشتری از وابستگی برند» انجام دادند. یافته‌ها نشان داد بُعد ارزشی در قالب سه مقوله ارزش‌های مطلق، ارزش‌های نسبی و ارزش‌های زمینه‌ای، بُعد شناختی با سه مقوله ارزش‌های مطلق، ارزش‌های نسبی و ارزش‌های زمینه‌ای، بُعد انگیزشی در قالب سه مقوله محصولات اصلی، سفارشی‌سازی و تحقق وعده، بُعد احساسی در قالب دو مقوله ارزش ادراک‌شده و تمایلات احساسی، بُعد فیزیکی با سه مقوله موارد امنیتی، نرم‌افزارها و سخت‌افزارها؛ بُعد رفتاری در قالب چهار مقوله ارزیابی کارکنان، رفتار شهروندی، انعطاف‌پذیری و تمایلات رفتاری، بُعد ارتباطی با سه مقوله انتظارات مشتری، عملکرد و پیگیری، و بُعد وابستگی به برند در قالب دو مقوله توجه به ویژگی برند و توجه به مشتری بعد از ابعاد اصلی تجربه مشتری، از وابستگی برند بودند. نتایج بخش کمی نشان داد متغیرهای شناسایی شده دارای رابطه معناداری بودند و سرانجام الگوی پیشنهادی مورد برازش قرار گرفت.

کلینک، ژانگ و اتد<sup>۱</sup> (۲۰۲۰) پژوهشی تحت عنوان «اندازه‌گیری مدیریت تجربه مشتری و تأثیر آن بر عملکرد مالی به توسعه مقیاسی برای اندازه‌گیری سازه مدیریت تجربه مشتری» انجام دادند. نتایج این پژوهش از استفاده مدیریت تجربه مشتری به عنوان یک ساختار ثانویه محبوب برای موفقیت شرکت حمایت می‌کند. این ساختار شامل سه بعد است: طرز تفکر و ذهنیت فرهنگی نسبت به تجربه مشتری، جهت‌گیری استراتژیک شرکت برای طراحی تجارب مشتری، و قابلیت‌های شرکت در بروز کردن مستمر تجارب مشتری؛ علاوه بر این،

مدیریت تجربه مشتری مثبت به عملکرد مالی منتج می‌شود و اثر مدیریت تجربه مشتری در صورت افزایش پیچیدگی بازار، شدت رقابت و پیچیدگی فناوری افزایش می‌یابد. گونگ و یی<sup>۱</sup> (۲۰۲۱) پژوهشی با هدف بررسی انتقادی مطالعات رفتار شهروندی مشتری برای ارائهٔ بینش‌های عمیق‌تر جهت شناسایی شکاف‌های تحقیقاتی انجام دادند. نتایج این پژوهش بیانگر این نکته بود که چندین زمینه در تحقیقات قبلی مورد بررسی قرار نگرفته است. یکی از این موارد، شناسایی ابعاد رفتار شهروندی مشتری و همچنین پیامدهای رفتار شهروندی مشتری است.

عبادی، سعیدیا و خورشیدی (۲۰۲۱) مطالعه‌ای با هدف ارائهٔ مدل مدیریت تجربه مشتری در صنعت بانکداری موبایلی انجام دادند. مدل به‌دست‌آمده از انجام پژوهش، دارای ۷ دستهٔ اصلی و ۲۵ زیرمجموعه است که مقوله‌های اصلی و فرعی عبارت‌اند از: بُعد ارزشی (ارزش کل، ارزش نسبی، ارزش زمینه‌ای) و شناختی (رده‌بندی دانش، کیفیت خدمات، رضایت مشتری، وفاداری بانک، وفاداری مشتری)، بُعد انگیزشی (نیاز به شناخت، خدمات اصلی، سفارشی‌سازی، تعهد عملکرد)، ابعاد حسی (آمیخته بازاریابی، گرایش‌های احساسی)، ابعاد فیزیکی (امنیت، سخت‌افزار، نرم‌افزار)، ابعاد رفتاری (ارزیابی کارکنان، رفتار شهروندی، انعطاف‌پذیری، الگوهای رفتاری) و عناصر ارتباطی (مشتریان، انتظارات، عملکرد، پایداری). لین و چو<sup>۲</sup> (۲۰۲۲) در پژوهشی به بررسی تأثیر تجربه مشتری بر عشق به برند و رفتار شهروندی مشتری پرداختند. مطالعه حاضر رابطهٔ بین ارزش‌های تجربه مشتری، پیامدهای پس از تجربه مشتری و رفتارهای شهروندی را بررسی کرد. یافته‌های پژوهش نشان داد که تعهد و عشق به برند تأثیر مثبت مستقیمی بر رفتارهای شهروندی مشتری دارد.

علی، ساسترودیهارجو و ساپوترا<sup>۳</sup> (۲۰۲۲) در پژوهشی به بررسی تأثیر انگیزه، حجم کار و فرهنگ سازمانی بر روی رفتار شهروندی سازمانی (OCB<sup>۴</sup>) پرداختند. نتایج این پژوهش مروری نشان داد که انگیزه، حجم کار و فرهنگ سازمانی بر رفتار شهروندی

1. Gong & Yi

2. Lin & Choe

3. Ali, Sastrodiharjo & Saputra

4. Organizational Citizenship Behavior

سازمانی تأثیر معناداری دارد. و علاوه بر این سه متغیر، عوامل دیگری از جمله ویژگی‌های فردی، رهبری و آموزش بر رفتار شهروندی سازمانی مؤثر هستند.

#### ۴. روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از بعد جهت‌گیری، کاربردی و از نظر شیوه گردآوری اطلاعات، تحقیقی توصیفی-پیمایشی است. جامعه آماری تحقیق حاضر را تمام شهروندان استان گیلان که از خدمات سازمان‌های دولتی استفاده نمودند، تشکیل داده است. برای تعیین حجم نمونه پژوهش از فرمول کوکران برای جوامع نامحدود استفاده شد که در تحقیق حاضر این حجم ۲۱۰ نفر به دست آمد و برای محاسبات صحیح‌تر به ۲۲۰ نفر ارتقا یافت و از پرسش‌نامه‌های برگردانده‌شده، ۲۱۴ پرسش‌نامه قابل استفاده بود. شیوه نمونه‌گیری این تحقیق، غیرتصادفی در دسترس است. لذا پرسش‌نامه به صورت الکترونیکی تهیه و از طریق شبکه‌های اجتماعی ارسال و پاسخ‌ها دریافت و تحلیل شد. برای گردآوری داده‌ها از پرسش‌نامه محقق‌ساخته استفاده شد. پرسش‌نامه شامل دو بخش است: بخش اول شامل سؤالات عمومی (جمعیت‌شناختی) و بخش دوم مربوط به سؤالات تخصصی درباره مؤلفه‌های پژوهش بود که از طیف پنج‌گزینه‌ای لیکرت از «کاملاً مخالفم» تا «کاملاً موافقم» استفاده شده است. به‌منظور تعیین روایی پرسش‌نامه از روایی محتوا و سازه استفاده شده است. برای تعیین روایی محتوا، پرسش‌نامه در اختیار صاحب‌نظران و خبرگان قرار گرفت و اصلاحات لازم اعمال شد، و برای تعیین روایی سازه، از روش تحلیل عاملی تأییدی که از متداول‌ترین روش‌هاست، استفاده شده است. برای بررسی پایایی نیز از آزمون ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد. در این تحقیق قبل از توزیع همه پرسش‌نامه‌ها، ۴۰ نفر به صورت تصادفی انتخاب شدند و پرسش‌نامه در اختیار آنان قرار گرفت. پس از جمع‌آوری آن‌ها ضریب آلفای کرونباخ با استفاده از نرم‌افزار spss محاسبه گردید. مقدار آلفای کرونباخ برای هر سازه پژوهش در جدول ۱ آورده شده است. همان‌طور که مشاهده می‌شود، ضریب آلفای کرونباخ برای سازه‌های پژوهش بیشتر از ۰/۷ است که نشان از اعتبار سنجه‌های پژوهش دارد. تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش نیز با استفاده از تحلیل عاملی تأییدی و

ماتریس اهمیت و وضعیت از طریق نرم افزار Spss20 و LISREL انجام شد.

جدول ۱: بررسی پایایی با آلفای کرونباخ

آلفا	تعداد سنجه	بعد
۰/۸۳۱	۲	تجربه اجتماعی
۰/۷۱۱	۳	تجربه فیزیکی
۰/۸۴۱	۲	تجربه کارکنان
۰/۷۳۲	۳	تجربه سهولت و راحتی
۰/۸۰۵	۲	تجربه سرعت
۰/۷۰۱	۳	تجربه ارزش افزوده
۰/۸۲۸	۳	تجربه فرایندی
۰/۷۲۱	۳	تجربه فکری
۰/۷۳۶	۳	تجربه دیگر شهروندان
۰/۷۱۵	۳	تجربه احساسی
۰/۷۱۶	۳	تجربه عاطفی
۰/۷	۳	تجربه تعامل شهروندان
۰/۸۲۷	۳	تجربه خدمات اصلی

## ۵. یافته‌های پژوهش

### ۵-۱. مدل‌سازی معادلات ساختاری

برای انجام دادن مدل‌سازی معادلات ساختاری اطمینان از کفایت داده‌ها الزامی است. به این منظور در پژوهش حاضر برای اطمینان از کفایت داده‌ها برای انجام دادن مدل‌سازی معادلات ساختاری به طریق حداکثر درست‌نمایی از فرمول  $15q \leq n \leq 5q$  استفاده شد که در آن q تعداد سؤال‌ها و n اندازه نمونه است. با توجه به اینکه در مجموع، ۳۶ سؤال و ۲۱۴ پرسش‌نامه کامل برای تجزیه و تحلیل بود، کفایت نمونه برای انجام مدل‌سازی معادلات ساختاری به روش حداکثر درست‌نمایی تأیید شد. مدل تحقیق در مجموع، شامل یک سازه اصلی تجربه شهروندان (با ۱۳ بعد تجربه اجتماعی، تجربه فیزیکی، تجربه کارکنان، تجربه سهولت و راحتی، تجربه سرعت، تجربه ارزش افزوده، تجربه فکری، تجربه دیگر

شهروندان، تجربه احساسی، تجربه عاطفی، تجربه تعامل شهروندان، تجربه خدمات اصلی و تجربه فرایندی) است که در مجموع، مدل مفهومی تحقیق را تشکیل می دهد.

#### ۱-۱-۵. روش حداکثر درست‌نمایی

بایرن<sup>۱</sup> (۲۰۱۶) بیان می کند برای استفاده از روش حداکثر درست‌نمایی باید داده‌ها دارای پیش شرط‌هایی باشند: توزیع نرمال داشته باشند، پیوسته باشند یا با مقیاس‌های پیوسته اندازه‌گیری شوند. در این پژوهش با اندازه‌گیری میزان چولگی و کشیدگی<sup>۲</sup> شرط اول در مورد داده‌ها مورد بررسی قرار گرفت (جدول ۲) و با به‌کارگیری طیف لیکرت در ابزار تحقیق، شرط دوم محقق شد.

جدول ۲: بررسی نرمال بودن داده‌ها

متغیر	میانگین	چولگی	کشیدگی
تجربه اجتماعی			
آیتم ۱	۲/۲۲	۰/۷۸۶	۰/۱۰۵
آیتم ۲	۲/۰۸	۰/۸۳۸	۰/۴۴۹
تجربه فیزیکی			
آیتم ۱	۲/۹۲	۰/۰۳۵	-۰/۹۴۳
آیتم ۲	۲/۶۴	۰/۲۶۵	-۰/۵۹۸
آیتم ۳	۲/۶۱	۰/۴۰۷	-۰/۶۳۶
تجربه کارکنان			
آیتم ۱	۲/۱۶	۰/۸۸۸	۰/۵۷۰
آیتم ۲	۲/۱۷	۰/۸۴۰	-۰/۱۲۴
تجربه سهولت و راحتی			
آیتم ۱	۳/۲۱	-۰/۰۴۹	-۰/۸۴۴
آیتم ۲	۳/۲۲	-۰/۱۹۱	-۰/۷۹۲
آیتم ۳	۳/۵۷	-۰/۶۲۸	-۰/۳۵۲
تجربه سرعت			
آیتم ۱	۳/۶۲	-۰/۶۴۷	-۰/۳۸۴
آیتم ۲	۳/۵۱	-۰/۵۷۶	۰/۲۹۸

1. Byrne

2. skewness and kurtosis

متغیر	میانگین	چولگی	کشیدگی
تجربه ارزش افزوده			
آیتم ۱	۳/۸۳	-۰/۸۹۵	۰/۲۶۴
آیتم ۲	۲/۵۱	۰/۶۱۴	-۰/۲۹۰
آیتم ۳	۲/۰۹	۱/۲۳۷	۱/۲۱۵
تجربه فرایندی			
آیتم ۱	۲/۸۲۷	۰/۱۳۹	-۱/۰۴۵
آیتم ۲	۲/۹۴۳	۰/۰۲۹	-۰/۷۰۲
آیتم ۳	۲/۹۶۷	۰/۰۲۱	-۰/۸۶۱
تجربه فکری			
آیتم ۱	۳/۱۰۸	۰/۶۵۹	۰/۴۷۱
آیتم ۲	۳/۰۷۹	-۰/۶۳۸	-۰/۴۳۹
آیتم ۳	۳/۰۹۰	۰/۲۳۳	-۱/۱۴۸
تجربه دیگر شهروندان			
آیتم ۱	۳/۲۰۰	-۰/۱۶۷	-۰/۴۸۴
آیتم ۲	۲/۷۲۸	۱/۳۲۰	۱/۴۲۶
آیتم ۳	۲/۴۳	۰/۵۰۸	-۰/۳۸۲
تجربه احساسی			
آیتم ۱	۲/۳۲۷	۰/۸۰۲	۰/۶۰۱
آیتم ۲	۲/۴۳۹	۰/۷۰۴	۰/۰۷۲
آیتم ۳	۳/۴۲۵	-۰/۴۱۸	-۰/۶۱۶
تجربه عاطفی			
آیتم ۱	۱/۹۶۲	۱/۳۵۶	۱/۴۲۱
آیتم ۲	۳/۴۵۳	-۰/۴۸۵	-۰/۷۳۱
آیتم ۳	۲/۸۳۱	۰/۲۲۷	-۰/۸۴۱
تجربه تعامل شهروندان			
آیتم ۱	۲/۶۲۰	۰/۳۱۱	-۰/۶۰۷
آیتم ۲	۲/۹۳۳	۰/۰۴۴	-۰/۹۰۲
آیتم ۳	۳/۲۹۳	۰/۶۷۲	۰/۲۳۹
تجربه خدمات اصلی			
آیتم ۱	۲/۶۵۸	۰/۵۴۲	-۰/۴۹۲
آیتم ۲	۲/۲۷۱	۱/۰۰۹	۰/۶۸۵
آیتم ۳	۳/۲۶۲	-۰/۳۰۹	-۰/۵۶۷



بایرن (۲۰۱۰) بیان می‌کند چنان‌که کشیدگی و چولگی بین  $1/5$  - و  $1/5$  + باشد، داده‌ها نرمال است. بر مبنای جدول ۲، چولگی داده‌ها در فاصله  $0/195$  - (آیتم ۱، ارزش افزوده) و  $1/356$  (آیتم ۱، تجربه عاطفی) و میزان کشیدگی داده‌ها در فاصله  $1/04$  - (آیتم ۱، تجربه فرایندی) و  $1/426$  (آیتم ۱، تجربه دیگر شهروندان) می‌باشد که نشان می‌دهد داده‌ها نرمال است. بنابراین با تحقق این دو شرط، در این پژوهش از روش حداکثر درست نمایی استفاده شده است.

#### ۵-۲. آزمون تحلیل عاملی تأییدی

یکی از پیش شرط‌های انجام تحلیل آماری برای انجام تحلیل عاملی تأییدی، بررسی نرمال بودن توزیع‌های متغیر داده‌هاست. در قسمت پیشین نرمال بودن داده‌ها با استفاده از روش حداکثر درست‌نمایی و میزان کشیدگی و چولگی داده‌ها مورد بررسی قرار گرفت و نتایج نشان داد که داده‌ها از توزیع نرمال برخوردارند. در این قسمت، تحلیل عاملی تأییدی برای تمام ابعاد انجام گرفت و مدل اندازه‌گیری ارزیابی شد و پس از آن، برازش مدل تحقیق در جامعه آماری بررسی شد. تحلیل عاملی نشان می‌دهد که سنج‌ها با چه الگو و تناسبی با یکدیگر مرتبط‌اند که این ارتباط توسط بارهای عاملی ارائه می‌شود. بارهای عاملی از طریق محاسبه مقدار همبستگی شاخص‌های یک سازه با آن سازه محاسبه می‌شوند که اگر این مقدار برابر و یا بیشتر از مقدار  $0/4$  باشد، نشان می‌دهد که گویه‌های مورد نظر به‌خوبی متغیر را می‌سنجد. شایان ذکر است برازش مدل توسط یک‌سری شاخص‌ها بررسی می‌شود. جدول ۳ این شاخص‌ها و دامنه قابل قبول آن‌ها را نشان می‌دهد.

بایرن (۲۰۱۰) معتقد است چنان‌که حداقل سه شاخص در محدوده قابل قبول قرار داشته باشد، مدل برازش می‌شود. همچنین بارهای عاملی بالاتر از  $0/4$  در صورتی که معنادار باشد، اعتبار مناسب را نشان می‌دهد.

جدول ۳: شاخص‌های برازش مدل

شاخص	نام اختصاری	سطح قابل قبول
شاخص‌های مطلق برازش <sup>۱</sup>		
شاخص نیکویی برازش <sup>۲</sup>	GFI	حداقل ۰/۹
ریشه دوم میانگین مربعات خطای برآورد <sup>۳</sup>	RMSEA	حداکثر ۰/۰۸
ریشه دوم میانگین مربعات باقیمانده <sup>۴</sup>	RMR	حداکثر ۰/۰۸
شاخص‌های برازش افزایشی <sup>۵</sup>		
شاخص برازش فزاینده یا افزایشی	IFI	حداقل ۰/۹
شاخص برازش هنجار شده <sup>۶</sup>	NFI	حداقل ۰/۹
شاخص برازش تطبیقی <sup>۷</sup>	CFI	حداقل ۰/۹
شاخص‌های برازش مقتصد <sup>۸</sup>		
کای اسکولر نسبی <sup>۹</sup>	$\chi^2/df$	$\chi^2/df \leq 5$

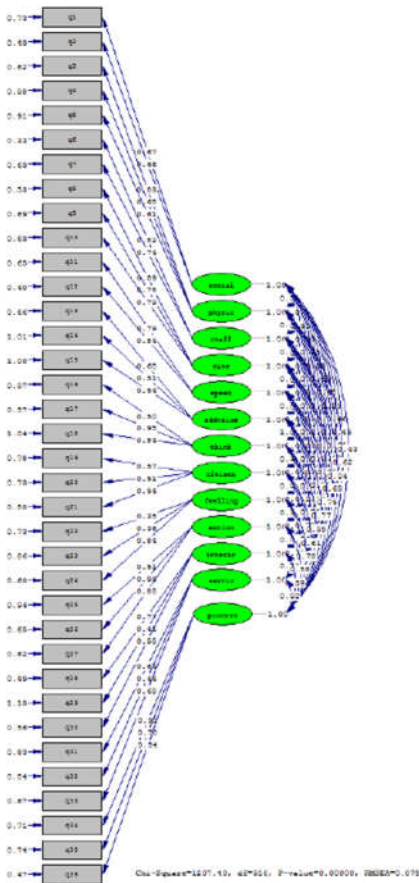
۵-۲-۱. تحلیل عاملی تأییدی مرتبه اول و ارزیابی مدل اندازه‌گیری تحقیق

در این بخش، تحلیل عاملی تأییدی سطح اول برای تمامی ابعاد تجربه شهروندی انجام شد که نتایج تحلیل عاملی تأییدی درجه دوم بین ابعاد و تجربه شهروندی در شکل‌های ۲ و ۳ ارائه شده است. همان‌طور که می‌بینید، بارهای عاملی در همه ابعاد بیشتر از ۰/۴ است که نشان‌دهنده اعتبار کافی داده‌هاست. با توجه به نتایج جدول (۴)، شاخص‌های GFI، IFI، RMSEA و... در محدوده قابل قبولی قرار دارند. کای اسکولر نسبی برابر با ۲/۳۳ و کمتر از ۳ است که قابل قبول است و به‌خوبی با مدل مطابقت دارد.

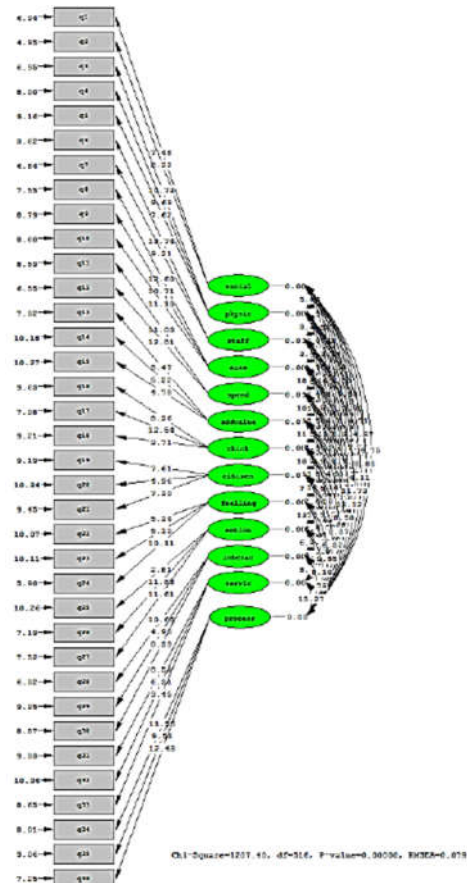
جدول ۴: شاخص‌های برازش مدل اندازه‌گیری

شاخص	RMSEA	NFI	CFI	IFI	$\chi^2/df$
حد مطلوب	$0/08 >$	$0/9 >$	$0/8 >$	$0/9 >$	$3 <$
نتایج	۰/۰۷۹	۰/۹۲	۰/۹۰	۰/۹۴	۲/۳۳
وضعیت	مطلوب	مطلوب	مطلوب	مطلوب	مطلوب

1. Absolute Fit Measures
2. Goodness-of-Fit Index
3. Root Mean Square Error of Approximation
4. Root Mean Square Residual
5. Incremental Fit Measurement
6. Normed Fit Index
7. Comparative Fit Index
8. Parsimonious Fit Index
9. Normed Chi-square



شکل ۲: مدل اندازه‌گیری تحلیل عاملی تأییدی مرتبه اول در حالت تخمین



شکل ۳: مدل اندازه‌گیری تحلیل عاملی تأییدی مرتبه اول در حالت معنی‌داری

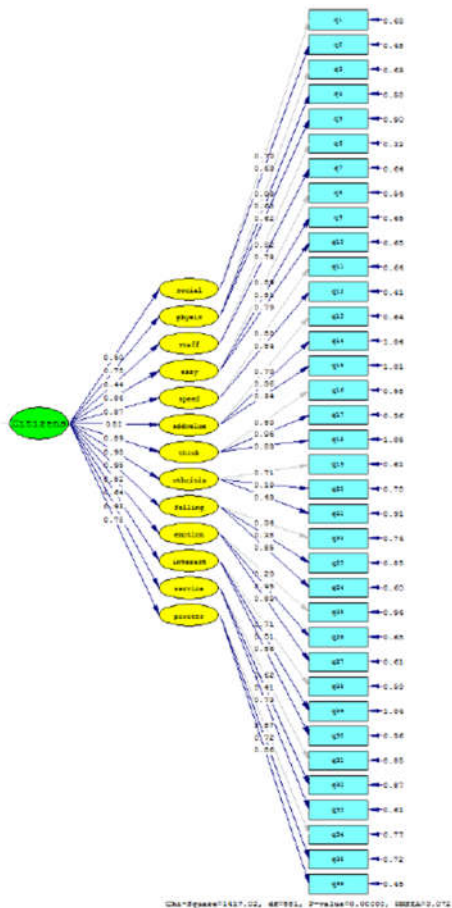
### ۵-۲-۲. تحلیل عاملی تأییدی مرتبه دوم

در این بخش، تحلیل عاملی بر روی تمامی جنبه‌های تجربه شهروندی انجام شد. نتایج تحلیل عاملی تأییدی مرتبه دوم بین ابعاد با تجربه شهروندی در شکل‌های ۴ و ۵ نشان داده شده است. همان‌طور که می‌بینید، بارهای عاملی در همه ابعاد بیشتر از  $0/4$  بود. این نشان‌دهنده اعتبار مناسب ابعاد با تجربه شهروندی است. بُعد تجربه احساسی با  $0/95$  بیشترین اهمیت را دارد و بُعد تجربه کارکنان با  $0/44$  کمترین اهمیت را دارد. همچنین با توجه به نتایج جدول ۵، شاخص‌های IFI، GFI و RMSEA در محدوده قابل قبولی قرار

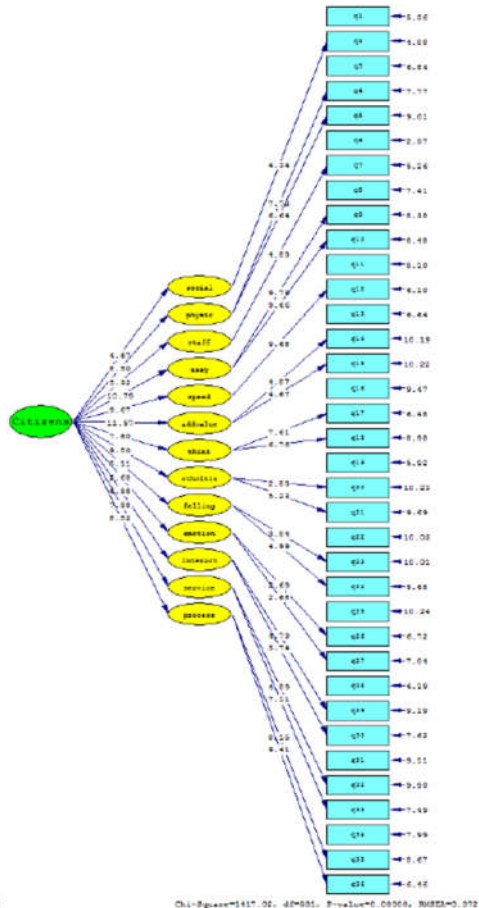
دارند. کای اسکور نسبتی برابر با ۲/۴۳ و کمتر از ۳ قابل قبول است و مدل برازش مناسبی دارد.

جدول ۵. شاخص‌های برازش مدل اندازه‌گیری

$\frac{\chi^2}{df}$	IFI	CFI	NFI	RMSEA	شاخص
< ۳	> ۰/۹	> ۰/۸	> ۰/۹	۰/۰۸ >	حد مطلوب
۲/۴۳	۰/۹۲	۰/۹۲	۰/۹۲	۰/۰۷۲	نتایج
مطلوب	مطلوب	مطلوب	مطلوب	مطلوب	وضعیت



شکل ۴: مدل اندازه‌گیری تحلیل عاملی تأییدی مرتبه اول در حالت تخمین



شکل ۵: مدل اندازه‌گیری تحلیل عاملی تأییدی مرتبه اول در حالت معنی‌داری

### ۲-۵. بررسی وضعیت ابعاد تجربه شهروندان

با توجه به نرمال بودن داده‌ها، برای بررسی وضعیت بعد تجربه شهروندی از آزمون t تک‌نمونه‌ای استفاده شد. برای این منظور برای هر متغیر با توجه به داده‌های جمع‌آوری شده از طریق پرسش‌نامه با استفاده از میانگین امتیازات محاسبه می‌شود. به‌گفته کارشناسان، در طیف لیکرت پنج‌نقطه‌ای، اگر مقدار میانگین برای هر متغیر بیشتر از ۳ باشد، نشان‌دهنده وضعیت مناسب متغیر در صورت معنی‌دار بودن است. بنابراین اگر متغیری دارای حداکثر امتیاز ۳ (معنی‌دار) باشد، وضعیت این متغیر خوب در نظر گرفته نمی‌شود.

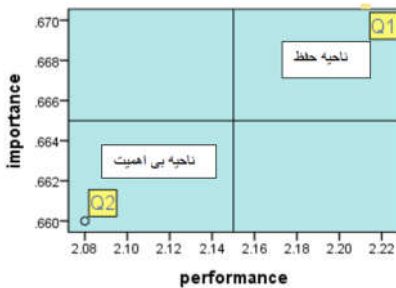
جدول ۶: بررسی وضعیت ابعاد تجربه شهروندان

ابعاد	بار عاملی	میانگین	مقدار t	Sig	تفاوت میانگین	سطح اطمینان ۹۵٪	
						حد بالا	حد پایین
تجربه اجتماعی	۰/۵۶	۲/۱۵۶۵	-۱۴/۴۱۷	۰/۰۰	-۰/۸۴۳۴۶	-۰/۷۲۸۱	-۰/۹۵۸۸
تجربه فیزیکی	۰/۸۵	۲/۷۲۷۴	-۴/۶۷۰	۰/۰۰	-۰/۲۷۲۵۹	-۰/۱۵۷۵	-۰/۳۸۸۷
تجربه کارکنان	۰/۴۳	۲/۱۷۲۹	-۱۳/۱۵۸	۰/۰۰	-۰/۸۲۷۱۰	-۰/۷۰۳۲	-۰/۹۵۱۰
تجربه سهولت و راحتی	۰/۸۱	۳/۲۱۳۰	۳/۰۶۲	۰/۰۰۲	۰/۲۱۰۲۸	۰/۳۴۵۷	۰/۰۷۴۹
تجربه سرعت	۰/۸۸	۳/۵۷۲۴	۸/۶۷۲	۰/۰۰۰	۰/۵۷۲۴۳	۰/۷۰۲۶	۰/۴۴۲۳
تجربه ارزش افزوده	۰/۸۲	۳/۱۷۲۹	۳/۰۱۳	۰/۰۰۳	۰/۱۷۲۹۰	۰/۲۸۶۰	۰/۰۵۹۸
تجربه فکری	۰/۸۹	۲/۹۵۳۳	-۰/۷۵۱	۰/۴۵۳	-۰/۰۴۶۷۳	۰/۰۷۵۹	-۰/۱۶۹۴
تجربه سایر شهروندان	۰/۸۸	۲/۵۰۷۸	-۱۰/۳۴۱	۰/۰۰۰	-۰/۴۹۲۲۱	-۰/۳۹۸۴	-۰/۵۸۶۰
تجربه احساسی	۰/۹۵	۲/۷۳۰۵	-۵/۳۲۹	۰/۰۰۰	-۰/۰۸۷۲۳	-۰/۱۶۹۸	-۰/۳۶۹۲
تجربه عاطفی	۰/۸۴	۲/۷۴۹۲	-۴/۴۶۲	۰/۰۰۰	-۰/۲۷۱۸۱	-۰/۱۴۰۰	-۰/۳۶۱۶
تجربه تعامل شهروندان	۰/۷۹	۲/۶۶۹۸	-۶/۳۰۹	۰/۰۰۰	-۰/۳۳۰۲۲	-۰/۲۲۷۰	-۰/۴۳۳۴
تجربه خدمات اصلی	۰/۹۳	۲/۷۲۸۲	-۵/۰۷۷	۰/۰۰۰	-۰/۲۷۱۸۱	-۰/۱۶۶۳	-۰/۳۷۷۳
تجربه فرایندی	۰/۷۸	۲/۹۱۲۸	-۱/۳۵۸	۰/۱۷۶	-۰/۰۸۷۲۳	۰/۰۳۹۳	-۰/۲۱۳۸

مطابق جدول (۶)، ضرایب معناداری ابعاد تجربه فکری و تجربه فرایندی بالاتر از سطح خطای ۰/۰۵ است. بنابراین میانگین‌های این ابعاد تفاوت معناداری با میانگین مفروض (عدد ۳) ندارد و به گفته پاسخگویان، این ابعاد در وضعیت نامطلوبی قرار دارند. سایر کمیت‌ها دارای ضرایب معناداری برابر با صفر و کمتر از ۰/۰۵ هستند. بنابراین، میانگین‌های این معیارها با میانگین مفروض تفاوت معناداری دارد (عدد ۳). از سوی دیگر، حدود بالا و پایین ابعاد تجربه راحتی، تجربه سرعت و تجربه مبتنی بر ارزش‌افزوده در حد مثبت و مقدار میانگین ۳ یا بیشتر است. بنابراین این اندازه‌گیری‌ها در شرایط خوبی هستند.

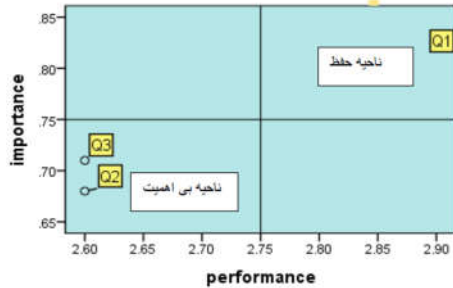
### ۵-۲-۱. ماتریس اهمیت-وضعیت

در این تحقیق، پارامترها و پارامترهای مربوط به مدل با استفاده از ماتریس اهمیت-وضعیت گروه‌بندی شدند. ابتدا پارامترهای مربوط به هر یک از ابعاد وضعیت آن‌ها با استفاده از ماتریس اهمیت-وضعیت تعیین شد و در نهایت تمامی ابعاد تجربه شهروندی، اهمیت و وضعیت آن‌ها تحلیل و ارائه شد.



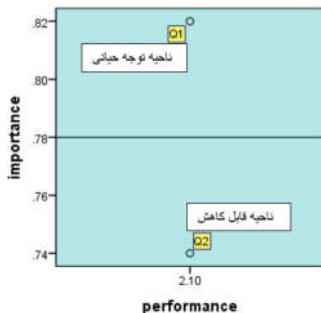
شکل ۶: ماتریس اهمیت-وضعیت مربوط به

شاخص‌های تجربه اجتماعی



شکل ۷: ماتریس اهمیت-وضعیت مربوط به

شاخص‌های تجربه فیزیکی



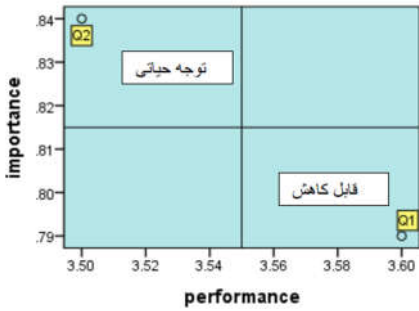
شکل ۸: ماتریس اهمیت-وضعیت مربوط به

شاخص‌های تجربه کارکنان

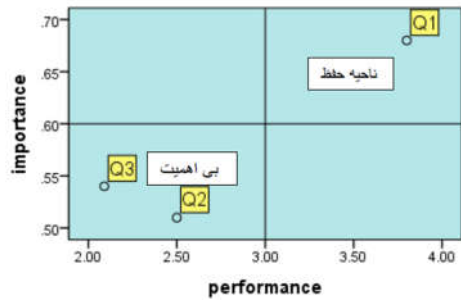


شکل ۹: ماتریس اهمیت-وضعیت مربوط به

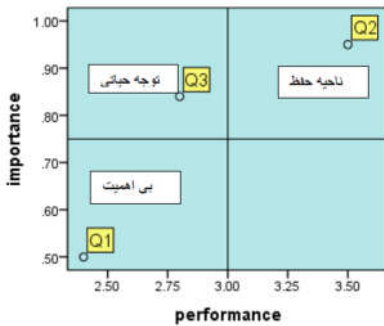
شاخص‌های تجربه سهولت



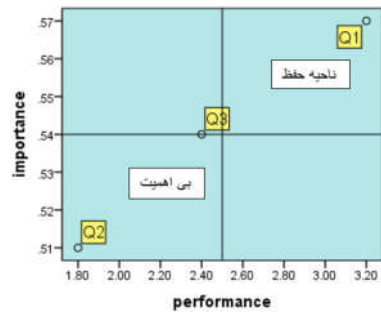
شکل ۱۰: ماتریس اهمیت- وضعیت مربوط به شاخص‌های تجربه سرعت



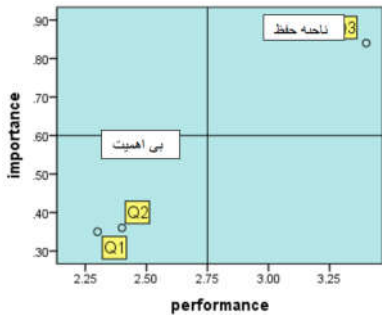
شکل ۱۱: ماتریس اهمیت- وضعیت مربوط به شاخص‌های تجربه ارزش افزوده



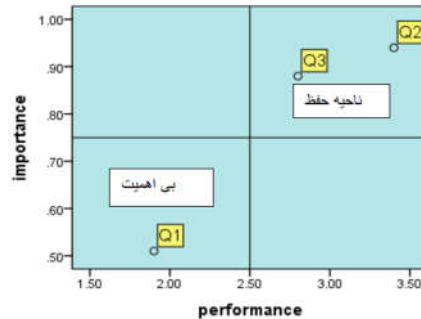
شکل ۱۲: ماتریس اهمیت- وضعیت مربوط به شاخص‌های تجربه فکری



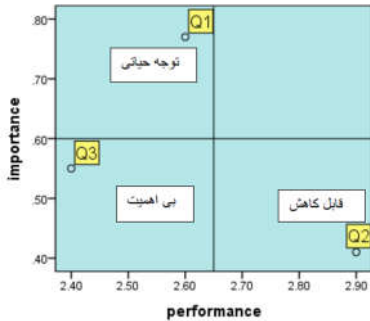
شکل ۱۳: ماتریس اهمیت- وضعیت مربوط به شاخص‌های تجربه دیگر شهروندان



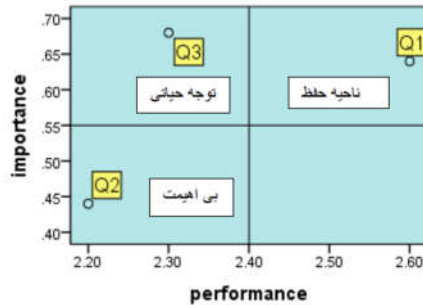
شکل ۱۴: ماتریس اهمیت- وضعیت مربوط به شاخص‌های تجربه احساسی



شکل ۱۵: ماتریس اهمیت- وضعیت مربوط به شاخص‌های تجربه عاطفی



شکل ۱۶: ماتریس اهمیت-وضعیت مربوط به شاخص‌های تجربه تعامل شهروندان



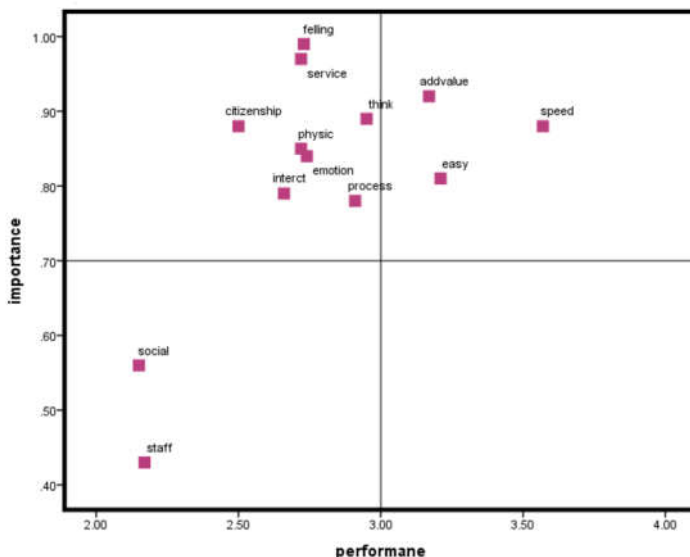
شکل ۱۷: ماتریس اهمیت-وضعیت مربوط به شاخص‌های تجربه خدمات اصلی



شکل ۱۸: ماتریس اهمیت-وضعیت مربوط به شاخص‌های تجربه فرایندی

همان‌طور که در ماتریس اهمیت-وضعیت مربوط به ابعاد تجربه شهروندی در شکل ۱۹ مشاهده می‌کنید، بعد سرعت، سهولت و راحتی تجربه و بعد ارزش افزوده به‌خوبی بر روی پیوستار وضعیت نسبت به سایر ابعاد قرار گرفته است. پاسخگویان، این ابعاد را بسیار مهم می‌دانند و وضعیت این ابعاد را در سازمان خوب می‌دانند؛ بنابراین لازم است مانند گذشته بر اساس این ابعاد عمل شود. تجربه فیزیکی و تجربه فرایند در قلمرو توجه انتقادی قرار دارند. پاسخگویان این ابعاد را از لحاظ اهمیت بالا می‌سنجند، ولی وضعیت آن‌ها به نسبت پایین است، پس باید برای اصلاح و توسعه در این حیطه تلاش شود. بعد تجربه اجتماعی و کارمندی از لحاظ اهمیت به نسبت پایین بوده و عملکردش در قیاس با دیگر ابعاد پایین است.





شکل ۱۹: ماتریس اهمیت- وضعیت برای تمام ابعاد تجربه شهروندان

### ۶. بحث و نتیجه گیری

امروزه آنچه توجه مدیران و کارکنان سازمان‌های دولتی را به خود جلب می‌کند، تجربه استفاده شهروندان از خدمات سازمان‌های دولتی است. سازمان‌ها برای اطمینان از مشارکت مناسب شهروندان و کاهش هزینه‌ها، روی تجربه شهروندان سرمایه‌گذاری می‌کنند. مدیریت صحیح این تجربیات به سازمان‌ها اجازه می‌دهد تا روابط سودمندی با شهروندان ایجاد کنند و همچنین فرصتی برای مزیت رقابتی بلندمدت سازمان ایجاد می‌کند. یکی از مشکلاتی که سازمان‌ها با آن مواجه‌اند، این است که نقاط حساس و مهم را از دید شهروندان نمی‌بینند، درحالی‌که در مرحله اجرا باید تمرکز بر روی نقاط حساس از دید شهروندان باشد. اجرای مدیریت تجربه شهروندی در سازمان‌ها، توسعه تعاملات و عملیات سازمان را تسهیل می‌کند و با ارتقای تجربه شهروندان می‌توان به رضایت شهروندان و سود مطلوب دست یافت. سازمان‌ها باید بدانند که چگونه از هر نقطه تماس با شهروندان استفاده کنند و آن نقاط تماس را به یک تجربه مثبت و منحصر به فرد تبدیل کنند و این تجربه مثبت وفاداری شهروندان را ایجاد می‌کند. بر این اساس، هدف این پژوهش سنجش ابعاد تجربیات

شهروندان از استفاده از خدمات (مطالعه موردی: سازمان‌های دولتی استان گیلان) بود. بر اساس نتایج تحقیق، سیزده بُعد تجربه شهروندان از دریافت خدمات از سازمان‌های دولتی شناسایی شد که عبارت‌اند از: تجربه فیزیکی، تجربه کارمند، تجربه سرعت، تجربه ارزش افزوده، تجربه شهروندی، تجربه تعامل با شهروندان، تجربه عاطفی، تجربه خدمات اصلی، تجربه پردازش، تجربه عاطفی، تجربه فکری، تجربه سبکی و تجربه اجتماعی. نتایج این پژوهش با نتایج پژوهش‌های فودور<sup>۱</sup> (۱۹۹۸)، سلتن<sup>۲</sup> و همکاران (۲۰۰۹)، اسمیت<sup>۳</sup> (۲۰۰۵)، محمودی و درخشانی (۱۳۹۲)، والتر، ادواردسون و اوستروم<sup>۴</sup> (۲۰۱۰)، ملکیان و سلطانی (۱۳۹۴)، گارگ<sup>۵</sup> و همکاران (۲۰۱۲) و رحیمی چسلی و همکاران (۱۴۰۱) همخوانی دارد.

در ماتریس اهمیت و جایگاه مربوط به ابعاد تجارب شهروندی، تجربه اجتماعی، اولین شاخص مهم است و بهترین جایگاه را دارد؛ یعنی به گفته پاسخگویان، گفت‌وگوی تلفنی با کارکنان سازمان‌های شهروندی، خدمات خوبی از سازمان دریافت می‌کند، بنابراین در شرایط فعلی نیازی به سرمایه‌گذاری نیست، به نفع مدیران نیست و باید مانند قبل عمل کنند. علاوه بر این، شاخص دوم با اهمیت و جایگاه کمتر به این معناست که به گفته پاسخ‌دهندگان، توصیف بهتر ارائه خدمات توسط کارکنان از اهمیت و کارایی کمتری برخوردار است، بنابراین در وضعیت کنونی به این مرجع منابع محدودی اختصاص یافته است. تجربه فیزیکی باید مورد توجه مدیران قرار گیرد، چون این شاخص برای شهروندان اهمیت ویژه‌ای دارد. مؤسسات از محیط فیزیکی مناسبی برای رفاه حال شهروندان برخوردارند و لزومی به سرمایه‌گذاری بر روی این شاخص نیست و محیط فیزیکی وجود دارد. پاسخ‌دهندگان با توجه به اطلاعات به‌دست‌آمده از علائم و نشانه‌های موجود در مؤسسات می‌گویند که فضای مساعد برای ارائه خدمات در مؤسسات عمومی وجود دارد و تداوم

---

1. Fodor  
 2. Slåtten  
 3. Smith  
 4. Walter, Edvardsson & Öström  
 5. Garg

عملکرد در منطقه عالی است. شاخص‌های دوم و سوم در محدوده غیرعادی قرار دارند. امکانات رفاهی مانند سرمایش، گرمایش و تهویه در بین شهروندان و نهادهای دولتی اهمیت کمتری دارد؛ عملکرد مؤسسه در این شاخص نیز پایین‌تر است. بنابراین این شاخص برای تمرکز ترجیح داده نمی‌شود و مدیران نباید سرمایه‌ای را به این شاخص اختصاص دهند؛ در بعد تجربه کارمندان، اولین شاخص در ناحیه توجه حیاتی است، به گفته پاسخ‌دهندگان، هرگونه رفتار یا تعامل کارکنان با شهروندان در ارائه خدمات در نهادهای دولتی از اهمیت بالایی برخوردار است، اما سازمان‌ها عملکرد مناسبی نداشتند. در این منطقه مؤسسه می‌تواند با برگزاری دوره‌های آموزشی مناسب این امر را بهبود بخشد. برای ترغیب کارکنان به یادگیری رفتار مناسب و برخورد با شهروندان و در نتیجه مدیران برای دستیابی به عملکرد مطلوب، هزینه زیادی را به این شاخص اختصاص می‌دهند، ولی شاخص دوم از لحاظ پاسخگویان دارای اهمیت زیادی نبوده، اما عملکرد خوبی را از خود نشان داده است؛ یعنی توجه به کارکنان سازمان که منبع ارائه خدمات در سازمان هستند در وضعیت خوبی قرار دارند اما این ویژگی از اهمیت چندانی برخوردار نیست، پس مدیران بایستی سعی و تلاش‌های کنونی خود را برای این کار شدیداً محدود نمایند و سرمایه موجود را صرف شاخص اول نمایند.

در ماتریس تجربه سهولت، شاخص اول از اهمیت بالایی برخوردار است، اما عملکرد پایینی دارد؛ یعنی مدیران باید تمام تلاش خود را به کار گیرند تا اسباب و آسایش شهروندان را فراهم کنند و سرمایه موجود در شاخص دوم و سوم را که از اهمیت پایینی برخوردار است، برای این ویژگی به کار ببرند.

در بُعد تجربه سرعت، شاخص اول از نظر پاسخ‌دهندگان دارای اهمیت بیشتری بوده، در صورتی که عملکرد ضعیفی داشته است. پس شهروندان نیازمند گرفتن خدمات با سرعت بالایی هستند، ولی عملکرد آن در سازمان پایین است؛ لذا مدیران بایستی در این حیطه هزینه نمایند و سرعت گرفتن خدمات را زیاد کنند و دومی را که از اهمیت کمتری برخوردار است و در حوزه‌ای قرار می‌گیرد که می‌توان آن را کاهش داد، شاخص کنند و از منابع

تخصیص یافته به آن استفاده کنند تا آن را ارتقا و بهبود بخشند.

وضعیت سایر شاخص‌ها، تجربه ارزش افزوده که نخستین علامتش در حوزه حفظ وضعیت کنونی می‌باشد، در نتیجه عرضه خدمات جانبی همراه با خدمات اصلی از نظر پاسخگویان از اهمیت بالایی برخوردار است و سازمان نیز عملکرد خوبی دارد. لذا در این ویژگی نیاز به منابع یا سرمایه از طرف مدیران لازم نیست و می‌تواند به وضع موجود اکتفا کنند. شاخص‌های دوم و سوم به خوبی کار نمی‌کنند و به گفته پاسخ‌دهندگان اهمیتی ندارند. فرایند ظرفیت‌سازی، یعنی به گفته پاسخگویان، رضایت و آگاهی شهروندان در دریافت خدمات از نهادهای دولتی اهمیت کمتری دارد و سازمان در این زمینه فعالیتی ندارد، بنابراین باید توجه داشته باشد. شاخص در اولویت نیست.

در ماتریس مربوط به بعد تجربه فکری، شاخص سوم در ناحیه توجه حیاتی قرار دارد؛ یعنی سازمان باید شرایط لازم را برای همکاری شهروندان با سازمان برای دستیابی به خدمات بهتر را فراهم کند. این شاخص از اهمیت بالایی برخوردار است، اما سازمان در این ویژگی از وضعیت مناسبی برخوردار نیست. اما شاخص‌های اول و دوم دارای اهمیت و عملکرد پایینی است؛ یعنی خلاقیت کارکنان در ارائه خدمات در سازمان و تفکرات شخصی شهروندان برای کارکنان سازمان از اهمیت و عملکرد پایینی قرار دارد. بنابراین مدیران باید تلاش فعلی‌شان را از این ویژگی محدود کنند و منابع مختص به آن را برای بهبود و توسعه شاخص سوم که دارای وضعیت خوبی نیست، اختصاص دهند.

ابعاد مربوط به تجربه شهروندان، اولین شاخص در حوزه حفظ و نگهداری است، به این معنا که به گفته پاسخ‌دهندگان، جذب شهروندان جدید از طریق شهروندان دائمی از اهمیت بالایی برخوردار است و سازمان نیز در این عملکرد به خوبی عمل می‌کند و سازمان شهروندان برای جذب شهروندان جدید با این سازمان همکاری خوبی داشتند. بنابراین متولیان این شاخص وضعیت موجود را حفظ کرده و مانند گذشته عمل می‌کنند و منابع موجود در این سازمان را صرف شاخص سومی می‌کنند که در حوزه مورد توجه قرار دارد؛ به این معنی که ارتباط شهروندان با یکدیگر برای دریافت خدمات از سازمان بسیار مهم

است، اما خوب عمل نکرده است و شاخص دوم نیز از اهمیت و عملکرد کمی برخوردار است، یعنی شهروندانی که از ارائه خدمات در سازمان راضی هستند، سایر شهروندان را در دریافت خدمات تشویق می‌کنند. این شاخص برای سازمان از اهمیت کمی برخوردار است و نیازی به توجه یا صرف منابع ندارد.

ماتریس راجع به تجربه احساسی، سومین شاخصی است که در حوزه نگهداری است، یعنی از دید پاسخ‌دهندگان کارکنان سازمان، به عواطف و احساسات کارکنان توجه لازم را داشته و این شاخص از اهمیت بالایی برخوردار است. سازمان نیز از این نظر عملکرد خوبی دارد، بنابراین توجه داشته باشید این ویژگی‌ها اولویت‌بندی نشده و نیازی به هزینه و سرمایه‌گذاری در این زمینه نیست و شاخص‌های اول و دوم در منطقه بی تفاوت قرار دارند. توجه به ویژگی‌های مختلف شخصیتی و ارتقای خدمات در سازمان توسط افراد حساس از نظر آن‌ها کارآمد و مهم نبوده و همچنین فاقد توانایی در فرایند بهبود هستند. در بُعد تجربه عاطفی، شاخص دوم و سوم مهم و موفق است، یعنی کارکنان سازمان در زمانی که از وضعیت روحی و روانی مناسبی برخوردار نیستند و زمانی که شهروندان به مطلوبیت تبدیل می‌شوند، سعی می‌کنند با شهروندان همدردی کنند. نتایج خدمات سازمان رضایت شهروندان را به آن‌ها منتقل می‌کند. در این شاخص‌ها باید به حفظ وضع موجود بسنده کرد و شاخص اول نیز از اهمیت و عملکرد پایینی برخوردار است؛ پس لازم است منابعی را که باید صرف این بعد شود، به ابعاد دیگر اختصاص دهیم.

ابعاد بُعد تعامل شهروندان شاخص اول در حوزه توجه انتقادی است، یعنی باید در زمینه تعامل شهروندان با یکدیگر در دریافت خدمات، سرمایه و منابع بیشتری اختصاص دهد تا شهروندان بتوانند به راحتی در دریافت خدمات با یکدیگر ارتباط برقرار کنند و منابع موجود در شاخص دوم و سوم را که از اهمیت پایینی برخوردار است، کاهش و به این ویژگی اختصاص دهند.

ماتریس راجع به خدمات اصلی، شاخص سوم خیلی مهم می‌باشد، ولی دارای عملکرد ضعیفی است، به این معنی که دستیابی به خدمات اصلی در تمام واحدهای سازمانی بسیار

مهم است، اما مدیران به این ویژگی توجه کافی نداشته‌اند. بنابراین باید تلاش کنند تا امکان ارائه خدمات اساسی به شهروندان را در تمامی بخش‌های سازمان فراهم کنند تا بتوانند به راحتی از خدمات اولیه در سازمان استفاده کنند و در سایر شاخص‌ها که در این زمینه بی تفاوت‌اند، منابع را تخصیص دهند. نشانگر و اولین شاخص که در حوزه نگهداری است به این معناست که طبق نظر پاسخ‌دهندگان شهروندانی که از خدمات اصلی سازمان بهره برده‌اند، جدای از سرمایه سازمان می‌باشد و دارای اهمیت بسیاری بوده و عملکرد خوبی در این شاخص داشته است و سازمان در شرایط فعلی نیازی به توجه ندارد.

#### ۷. نحوه بهره‌برداری از تجارب شهروندی

چیزی که امروزه توجه مدیران و کارکنان سازمان‌های دولتی به خودش درگیر کرده، تجاربی است که شهروندان در دریافت خدمات از سازمان‌های دولتی به دست می‌آورند. سازمان‌ها برای اطمینان از تعاملات صحیح با شهروندان و کاهش هزینه‌ها باید بر روی تجربه شهروندان سرمایه‌گذاری کنند. سازمان‌ها از طریق مدیریت صحیح این تجارب می‌توانند روابط سودمندی با شهروندان داشته باشند و همچنین فرصتی را برای مزیت رقابتی بلندمدت سازمان ایجاد کنند. یکی از مشکلاتی که سازمان‌ها با آن روبه‌رو هستند این است که نقاط حساس و کلیدی را از دیدگاه شهروند نمی‌نگرند، درحالی‌که در مرحله اجرا بیشترین تمرکز باید روی نقاط حساس از دیدگاه شهروندان باشد؛ نقاطی که تجربه‌ای خاص و به یادماندنی در شهروند ایجاد می‌کند، و به‌طور مستقیم به واکنش‌های احساسی مربوط می‌شود که در این نقاط حساس قرار دارد. تجربه شهروندان در محیط فیزیکی منجر به توسعه مدیریت کاربردی و جریان‌سازی اطلاعات می‌شود که هدف آن مدیریت تجربه شهروندان است. در مورد محیط فیزیکی، تعدادی از عوامل محیطی برانگیختگی برای ارائه در محیط برای شهروندان باید آماده شود؛ از جمله: طراحی ساختمان، تجهیزات یا امکانات ارائه خدمات، تزئین مکان، نحوه نمایش یا جلوه محیط، رنگ، صدا، بو و روشنایی و هر نوع دیگر از عوامل حسی، تصویری یا رمزی که بدون استفاده کاری یا عملی با شهروند ارتباط برقرار می‌شود. اگر مدیریت تجربه شهروندی در سازمان‌ها اجرا شود، به تسهیل توسعه

تعاملات و تجارت سازمان کمک خواهد کرد و با بهبود تجربه شهروندان می‌توان به رضایت شهروندان و همچنین سود مورد نظر دست یافت. سازمان‌ها باید تشخیص دهند که چگونه از مزایای هریک از نقاط تماس با شهروند بهره ببرند و این نقاط تماس را به تجربه مثبت و یگانه تبدیل کنند تا باعث وفاداری شهروندان شود؛ از جمله: افزایش سرعت و سهولت در ارائه خدمات به شهروندان از سوی سازمان‌ها، استفاده از دوربین‌های شعب به منظور شناسایی رنگ‌ها و سلاقی شهروندان، استفاده از رایحه خاص که مختص به سازمان دولتی است (آغشته کردن فیش‌ها و اسناد مربوط به سازمان به آن رایحه تا در هر جا که همراه شهروند است، یادآور آن سازمان باشد؛ به طوری که شهروند با استشمام بوی شبیه به آن بلافاصله در ذهن خود مجموعه بی‌نظیر از خدمات‌دهی آن سازمان را تصور کند)، استفاده از گل و گیاهان زینتی و زیبا و خوشبو به صورت طبیعی در شعب سازمان‌های دولتی طوری که فضا را جذاب‌تر شود.

از جمله محدودیت‌های این پژوهش نیز می‌توان به موارد زیر اشاره کرد: محدود بودن تحقیقات صورت گرفته درباره تجربه شهروندی در کشور، نبود کتب دانشگاهی در این زمینه، مشکلات مرتبط با ناآشنایی افراد با مفاهیم تجربه شهروندی، عدم پیاده‌سازی تجربه شهروندی در سازمان‌های ایرانی.

## منابع

۱. الوانی، م.، و دانایی‌فرد، ح. (۱۳۸۰). گفتارهایی در فلسفه تئوری سازمان دولتی. ج ۱. تهران: انتشارات صفار.
۲. رحیم‌نیا، ف.، و زمانیان نجات‌زاده، ف. (۱۳۹۴). بررسی نقش عوامل تعدیلگر در فرایند انتقال و خلق دانش در ائتلاف‌های استراتژیک. چهارمین کنفرانس بین‌المللی حسابداری و مدیریت و اولین کنفرانس کارآفرینی و نوآوری‌های باز. تهران.
۳. رحیمی چسلی، ز.، یزدانی، ح.، و زارع، ح. (۱۴۰۱). شناسایی ابعاد تجربه شهروندان در سازمان‌های دولتی. پنجمین کنفرانس بین‌المللی سالانه تحولات نوین در مدیریت، اقتصاد و حسابداری. تهران.
۴. زارع، ح.، یزدانی، ح.، و رحیمی چسلی، ز. (۱۳۹۷). شناسایی ابعاد تجربه شهروندان در دریافت خدمات از سازمان‌های دولتی استان گیلان. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشکده‌گان فارابی. دانشگاه تهران.
۵. صادقی‌فر، م.، کفش‌پور، آ.، و نعمی، ع. (۱۴۰۱). طراحی مدل مدیریت تجربه مشتری در صنعت حمل

و نقل هوایی مبتنی بر رویکرد داده بنیاد (مطالعه موردی: شرکت هواپیمایی تابان)، پژوهشنامه حمل و نقل. (منتشر نشده)

۶. عیوضی، م.، و باب گوره، ح. (۱۳۹۱). تحول مفهوم شهروندی و ظهور شهروند جهانی. فصلنامه سیاست، ۴۲ (۳)، ۱۸۵-۲۰۶.

۷. قیّم اعلائی، ک.، اسماعیل پور، ح.، سعیدنیا، ح.، و حق شناس، ف. (۱۴۰۱). بررسی ریاضی عوامل مؤثر بر مدیریت تجربه مشتری از وابستگی برند. ماهنامه جامعه‌شناسی سیاسی ایران، ۵ (۱۱)، ۴۶۴۰-۴۶۵۱.

۸. کازرانی، م. و همکاران (۱۳۸۱). طرح تکریم و جلب رضایت ارباب رجوع در نظام اداری. سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان گلستان.

۹. لاولاک، ک.، و رایت، ل. (۱۳۹۲). اصول بازاریابی و خدمات (ا. تاج‌زاده، مترجم). تهران: انتشارات سمت.

۱۰. محمودی، ع.، و درخشانی، ا. (۱۳۹۲). بررسی ارتباط میان مدیریت تجربه مشتری (CEM) با وفاداری مشتریان در صنعت هتل‌داری. نشریه گردشگری، ۲ (۲)، ۴۹-۶۳.

۱۱. مختاری، ح.، خانلری، ا.، و اسفیدانی، م. (۱۴۰۱). شناسایی عوامل مؤثر بر تجربه مشتری با رویکرد فراترکیب، چشم‌انداز مدیریت بازرگانی، ۲۰ (۴۸)، ۱۴۲-۱۷۶.

۱۲. ملکیان، ه.، و سلطانی، م. (۱۳۹۴). بررسی عوامل شکل‌دهنده تجربه مشتری و تأثیر آن بر رضایت مشتریان بانک انصار. نشریه علمی توسعه مدیریت پولی و بانکی، ۳ (۷)، ۵۱-۷۷.

۱۳. هیوز، آ. (۱۳۷۷). مدیریت دولتی نوین (م. الوانی و همکاران، مترجمان). چ ۱. تهران: انتشارات مروارید.

۱۴. یدالهی، ش.، کاظمی، ع.، و رنجبریان، ب. (۱۳۹۹). کاوشی بر مدل تجربه مشتری مبتنی بر نقاط تماس در طول سفر دریافت خدمات بانکی. چشم‌انداز مدیریت بازرگانی، ۱۶ (۳۲)، ۱۸۱-۱۹۸.

15. Abadi, M., Saeednia, H., & Khorshidi, A. (2021). Presenting a model of customer experience management in mobile banking industry for commercial banks customers in Dubai. *Journal of Optimization in Industrial Engineering*, 14 (2), 187-195.

16. Ali, H., Sastrodiharjo, I., & Saputra, F. (2022). Pengukuran Organizational Citizenship Behavior: Beban Kerja, Budaya Kerja dan Motivasi (Studi Literature Review). *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 1 (1), 83-93.

17. Becker, L., & Jaakkola, E. (2020). Customer experience: fundamental premises and implications for research. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 48, 630-648.

18. Bettencourt, L. A. (1997). Customer voluntary performance: Customers as partners in service delivery. *Journal of retailing*, 73 (3), 383-406.

19. Chahal, H., & Dutta, K. (2015). Measurement and impact of customer experience in banking sector. *Decision*, 42 (1), 57-70.

20. Fatma, S. (2014). Antecedents and consequences of customer experience management-a literature review and research agenda. *International Journal of Business and Commerce*, 3 (6), 32-49.

21. Fodor, J. (1998). *In critical condition: Polemical essays on cognitive science and the philosophy of mind*. The MIT Press.

22. Ford, W. S. Z. (1995). Evaluation of the indirect influence of courteous service on customer discretionary behavior. *Human Communication Research*, 22 (1), 65-89.

23. Garg, R., Rahman, Z., Qureshi, M. N., & Kumar, I. (2012). Identifying and ranking critical success factors of customer experience in banks: An analytic hierarchy process (AHP)



- approach. *Journal of Modelling in management*.
24. Gong, T., & Yi, Y. (2021). A review of customer citizenship behaviors in the service context. *The Service Industries Journal*, 41 (3-4), 169-199.
25. Grönroos, C., & Voima, P. (2013). Critical service logic: making sense of value creation and co-creation. *Journal of the academy of marketing science*, 41, 133-150.
26. Holmlund, M., Van Vaerenbergh, Y., Ciuchita, R., Ravald, A., Sarantopoulos, P., Ordenes, F. V., & Zaki, M. (2020). Customer experience management in the age of big data analytics: A strategic framework. *Journal of Business Research*, 116, 356-365.
27. Homburg, C., Jozić, D., & Kuehnl, C. (2017). Customer experience management: toward implementing an evolving marketing concept. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 45, 377-401.
28. Joshi, S. (2014). Customer experience management: An exploratory study on the parameters affecting customer experience for cellular mobile services of a telecom company. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 133, 392-399.
29. Kandampully, Jay, Zhang, Tingting, & Jaakkola, Elina. (2018). Customer experience management in hospitality: A literature synthesis, new understanding and research agenda. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30 (1), 21-56
30. Klink, R. R., Zhang, J. Q., & Athaide, G. A. (2020). Measuring customer experience management and its impact on financial performance. *European journal of marketing*.
31. Kumar, P., Hollebeck, L. D., Kar, A. K., & Kuk, J. (2022). Charting the intellectual structure of customer experience research. *Marketing Intelligence & Planning*, (ahead-of-print).
32. Lemon, K. N., & Verhoef, P. C. (2016). Understanding customer experience throughout the customer journey. *Journal of marketing* 80 (6), 69-96.
33. Lin, Y., & Choe, Y. (2022). Impact of Luxury Hotel Customer Experience on Brand Love and Customer Citizenship Behavior. *Sustainability*, 14 (21), 13899.
34. McLean, G. J. (2017). Investigating the online customer experience—a B2B perspective. *Marketing Intelligence & Planning*, 35 (5), 657-672.
35. Mili, Hafedh, Benzarti, Imen, Meurs, Marie-Jean, Obaid, Abdellatif, Gonzalez-Huerta, Javier, Haj-Salem, Narjes, & Boubaker, Anis. (2016). Context aware customer experience management: A development framework based on ontologies and computational intelligence Sentiment Analysis and Ontology Engineering (pp. 273-311): Springer.
36. Nayeem, T., Murshed, F., & Dwivedi, A. (2019). Brand experience and brand attitude: examining a credibility-based mechanism. *Marketing Intelligence & Planning*, 37 (7), 821-836.
37. Rezaei, S., & Valaei, N. (2017). Crafting experiential value via smartphone apps channel. *Marketing Intelligence & Planning*, 35 (5), 688-702.
38. Slåtten, T., Mehmetoglu, M., Svensson, G., & Sværi, S. (2009). Atmospheric experiences that emotionally touch customers: a case study from a winter park. *Managing Service Quality: An International Journal*.
39. Smith, s. (2005). customer experience management, strategic approaches series info@personaglobal.com.
40. Van Doorn, J., Lemon, K. N., Mittal, V., Nass, S., Pick, D., Pirner, P., & Verhoef, P. C. (2010). Customer engagement behavior: Theoretical foundations and research directions. *Journal of service research*, 13 (3), 253-266.
41. Vargo, S. L., & Lusch, R. F. (2014). Evolving to a new dominant logic for marketing. In *The service-dominant logic of marketing* (pp. 21-46). Routledge.
42. Varshneya, G., Das, G., & Khare, A. (2017). Experiential value: a review and future research directions. *Marketing Intelligence & Planning*.
43. Walter, U., Edvardsson, B., & Öström, Å. (2010). Drivers of customers' service experiences: a study in the restaurant industry. *Managing Service Quality: An International Journal*.
44. Byrne, B. M. (2016). Structural equation modeling with AMOS: Basic concepts, applications, and programming. routledge.

## Identifying the Dimensions of Citizens' Experience in Receiving Services (A Case Study: Governmental Organizations)

Hamid Zare<sup>1</sup>, Hamidreza Yazdani<sup>2</sup>, Zahra Rahimi Chesli<sup>3\*</sup>

Received: 25/10/2022

Accepted: 13/12/2022

### Abstract

The purpose of this research is to measure the dimensions of citizens' experience in receiving services in from governmental organizations. The research method is descriptive-survey as well as applied. The statistical population of this research is the citizens of Gilan Province that have enjoyed the services of governmental organizations. The samples included 214 people. The data collection tool was a questionnaire, and its reliability was evaluated through Cronbach's alpha. The analysis of the research data was conducted using the method of structural equations and importance and status matrix through Spss and LISREL software. According to the results of the research, among thirteen dimensions of citizens' experience in receiving services from governmental organizations, the dimensions of experiencing speed, ease, convenience, and added value have the most significance compared to other dimensions. These dimensions are placed in the importance-status matrix in the area of continuity and excellent performance. Also, the dimensions of service experience, emotional, emotional, interactive, physical, process, and other experiences are placed in the importance-status matrix in the area of critical attention, and these dimensions are evaluated high in terms of importance. However, the status of these dimensions is low. Accordingly, efforts should be made to improve and develop this area. Also, the dimensions of employee experience and social experience are placed in the unimportant area compared to other dimensions and have low importance and performance. In this regard, organizations should invest in the experiences of citizens to ensure proper interactions with citizens and reduce costs. Through correct management of these experiences, organizations are able to establish useful relationships with citizens; in addition, they create an opportunity for a long-term competitive advantage for the organization..

**Keywords:** experience management, citizen experience, customer experience, government organizations, governmental services.

1. Associate Professor, Department of Business Management, Faculty of Management and Accounting, Farabi Campus, University of Tehran, Qom, Iran; hzarea@ut.ac.ir

2. Assistant Professor, Department of Business Management, Faculty of Management and Accounting, Farabi Campus, University of Tehran, Qom, Iran; hryzdani@ut.ac.ir

3. Master of Public Administration, Faculty of Management and Accounting, Farabi Campus, University of Tehran, Qom, Iran; zahra.rahimy@ut.ac.ir

doi: 10.22052/IJCS.2023.248782.1009

## بررسی حق تحصیل از لحاظ عوامل وابسته به آن در نظام حقوقی ایران

محمد مظهري<sup>۱</sup>، سيد علی موسوی<sup>۲</sup>، رحيم روائي<sup>۳\*</sup>

### چکیده

حق بر آموزش از جمله حقوق شهروندان است که در زمره حقوق بنیادین بشر و حتی جهان‌شمول برای آموزش است. حق بر آموزش و آزادی آموزش در اسناد حقوق بشری، جایگاه ویژه‌ای را به خود اختصاص داده است؛ در قوانین داخلی جمهوری اسلامی ایران نیز اعم از عادی و اساسی و همچنین در اسناد بالادستی به این امر مهم پرداخته شده است. نوشتار حاضر با هدف تبیین جایگاه حق بر آموزش در نظام حقوقی ایران و بهبود شرایط حاکم بر نظام آموزشی در ایران، درصدد پاسخ به این پرسش است که حق تحصیل از لحاظ عوامل وابسته به آن در نظام حقوقی ایران چگونه ارزیابی می‌شود؟ شیوه کار بدین‌گونه است که پس از جمع‌آوری منابع به‌شیوه کتابخانه‌ای، با استفاده از روش توصیفی تحلیلی، به بررسی جایگاه حق بر آموزش و آزادی آموزش در نظام بین‌المللی و حقوق داخلی پرداخته شده است، چراکه میان حق بر آموزش و آزادی آموزش، پیوندی ناگسستنی وجود دارد؛ به این اعتبار می‌توان حق بر آموزش را به‌مثابه پیش‌شرط آزادی آموزش تلقی نمود. بر این اساس با بررسی نظام حقوقی ایران درمی‌یابیم قانون‌گذار در سطوح مختلف قانونی، به‌درستی حق بر آموزش را هم‌شأن حقوق اساسی مورد تصریح قرار داده است، لکن به نظر می‌رسد در این زمینه نواقص و کاستی‌هایی وجود دارد که البته قابل رفع‌اند. در واقع می‌توان با در نظر گرفتن استفاده از ظرفیت‌های اصل ۱۵ قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران، برنامه‌هایی را برای تبیین و رشد آموزش محلی ترسیم نمود و از طریق تجهیز مدارس دولتی و توزیع متناسب آن‌ها در سطح کشور، گامی مؤثر در زمینه رفع نابرابری در دسترسی به امکانات آموزشی برداشت.

**کلیدواژه‌ها:** حق آموزش، آزادی آموزش، اجباری، رایگان، آموزش محلی.

۱. استادیار، گروه حقوق، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران، m.mazhari@tabrizu.ac.ir

۲. دانشجوی دکتری حقوق عمومی، گروه حقوق، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران، seyed.ali.moosaviii@gmail.com

۳. دانشجوی کارشناسی ارشد حقوق عمومی، گروه حقوق، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران، نویسنده مسئول، raveae\_r@yahoo.com  
doi: 10.22052/IJCS.2023.248246.1000

## ۱. مقدمه

«حق بر آموزش» یا «حق بر تحصیل» از جمله حقوق اساسی محسوب می‌شود که از بعد حق بهره‌مندی افراد از این حق، در زمره حقوق و آزادی‌های مصرحه در اسناد حقوق بشری مطرح می‌شود؛ زیرا موجب «پرورش روح مستعد اندیشیدن و به کار انداختن استعداد هوشمندانه انسان می‌شود» (هاشمی، ۱۳۹۲: ۳۶۷). بر این اساس و با توجه به نقشی که آموزش در توسعه همه‌جانبه کشورها ایفا می‌کند، حق بر آموزش مورد توجه دولت‌ها قرار گرفته است و به تأسی از اسناد بین‌المللی، آموزش رایگان و اجباری را در قوانین اساسی و عادی خود مورد توجه و تأکید قرار داده‌اند.

حق شهروندان بر آموزش و آزادی آن‌ها در این زمینه از دو جهت قابل ارزیابی است: از یک جهت آزادی آموزش به‌عنوان یکی از آزادی‌های فردی محسوب می‌شود و به‌دلیل برخورداری از خصلت فرهنگی، در زمره نسل اول حقوق بشر (حقوق مدنی و سیاسی) قرار می‌گیرد؛ امری که در بند اول از ماده نخست میثاق بین‌المللی حقوق مدنی و سیاسی نیز به‌نوعی مورد تصریح قرار گرفته است؛<sup>۱</sup> از سوی دیگر اجرایی شدن و تضمین این حق، مستلزم دخالت دولت و تأمین امکانات لازم جهت تحقق آن است. به همین دلیل است که در میثاق بین‌المللی حقوق اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی،<sup>۲</sup> به‌شکل ویژه‌ای به این امر مهم پرداخته شده است که از جمله می‌توان به تصریح ضرورت آموزش و پرورش اجباری مجانی در ماده ۱۴ آن اشاره نمود.

در این مقاله سعی می‌شود ضمن تبیین جایگاه حق بر آموزش و آزادی آموزش در اسناد بین‌المللی و نظام حقوقی ایران به این پرسش پاسخ داده شود که حق تحصیل از لحاظ عوامل وابسته به آن در نظام حقوقی ایران چگونه ارزیابی می‌شود؟ تحقیق از نوع نظری بوده، روش تحقیق به‌صورت توصیفی تحلیلی، و روش جمع‌آوری اطلاعات

۱. بند ۱ ماده ۱ میثاق بین‌المللی حقوق مدنی و سیاسی: «کلیه ملل دارای حق خودمختاری هستند. به‌موجب حق مزبور ملل وضع سیاسی خود را آزادانه تعیین و توسعه اقتصادی اجتماعی و فرهنگی خود را آزادانه تأمین می‌کنند.»

۲. مواد ۱۳ و ۱۴ میثاق بین‌المللی حقوق اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی.

به صورت کتابخانه‌ای و با مراجعه به اسناد، کتب و مقالات صورت گرفته است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که به‌رغم تأکید قانون اساسی بر اصل حق بر آموزش و وجود قوانین پر از قیدوبند در این زمینه، همواره از تحقق اصل مذکور دورتر می‌شویم؛ در واقع می‌توان با استفاده از ظرفیت‌های اصول خود قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران نظیر اصل ۱۵، برنامه‌هایی را برای تبیین و رشد آموزش محلی ترسیم نمود و از طریق تجهیز مدارس دولتی و توزیع متناسب آن‌ها در سطح کشور، گامی مؤثر در زمینه رفع نابرابری در دسترسی به امکانات آموزشی و تحقق حق بر آموزش برداشت.

در ارتباط با متغیر اصلی پژوهش، یعنی حق بر آموزش، پژوهش‌هایی صورت گرفته است و هریک به‌نوعی حق بر آموزش را در اسناد و قوانین ملی و بین‌المللی بررسی کرده‌اند (جاوید، ۱۳۹۱؛ سلامتی و همکاران، ۱۳۹۴؛ خانی‌والی‌زاده و لطفی، ۱۳۹۶؛ مرن‌دی و قربانی، ۱۴۰۰؛ صادقی‌رام و همکاران، ۱۴۰۰). لیکن اولاً سؤال اصلی پژوهش حاضر مسئله اصلی آن‌ها نبوده است، ثانیاً فرض اصلی نوشتار حاضر هم هیچ‌گونه هم‌پوشانی با پاسخ و نتایج نوشته‌های یادشده ندارد و البته ارائه راهکارهای حقوقی برای بهبود شرایط حاکم بر نظام آموزشی در ایران بر ویژگی بارز این تحقیق می‌افزاید.

ساختار این مقاله از دو بخش تشکیل شده است: بخش اول شامل چهار قسمت است و به ترتیب به مفهوم‌شناسی حق و آزادی آموزش و جایگاه آن در اسناد حقوق بشر، فرایند تثبیت حق بر آموزش در نظام بین‌المللی حقوق بشر، اجباری بودن آموزش در نظام حقوق بین‌الملل بشر، تبیین آزادی در آموزش و آزادی از آموزش پرداخته می‌شود. در بخش دوم مقاله، حق بر آموزش در نظام حقوقی ایران از لحاظ عوامل وابسته به آن تبیین می‌شود و در واقع این بخش درصدد پاسخ به سؤال مقاله است و بر این اساس حق بر آموزش از لحاظ عوامل وابسته به آن در پرتو اصول مرتبط قانون اساسی به‌عنوان قانون برتر و قوانین عادی متعدد دیگر نظیر قانون برنامه پنجم توسعه، قانون اهداف و وظایف وزارت آموزش و پرورش، منشور حقوق شهروندی و سند تحول بنیادین آموزش و پرورش مورد بررسی قرار می‌گیرند.

## ۲. مفهوم‌شناسی حق و آزادی آموزش و جایگاه آن در اسناد حقوق بشر

تعریف آموزش: تاکنون صاحب‌نظران و اندیشمندان تعاریف مختلفی از آموزش ارائه داده‌اند و این مفهوم نیز مانند اکثر مفاهیم علوم انسانی از یک تعریف واحد و مورد اتفاق برخوردار نیست. برای مثال محمد معین در فرهنگ فارسی، آموزش را به معنی آموختن، یاد دادن و تعلیم در برابر تربیت معنی می‌کند (معین، ۱۳۸۵: ۵۲). بعضی آن را دارای دو بعد تعلیم به معنای آموزش دیدن و تعلم به معنای آموزش دادن می‌دانند (عباسی، ۱۳۹۵: ۱۸۸). علی‌اکبر سیف نیز دو تعریف برای آموزش ارائه می‌کند که یکی اعم از دیگری است: ۱. آموزش عبارت از فعالیت‌هایی است که به منظور ایجاد یادگیری در یادگیرنده، از جانب آموزگار یا معلم طرح‌ریزی می‌شود و بین آموزگار و یک یا چند یادگیرنده، به کنش متقابل جریان می‌یابد. ۲. آموزش به هرگونه فعالیت یا تدبیر از پیش طراحی شده‌ای گفته می‌شود که هدف آن ایجاد یادگیری در یادگیرندگان است (سیف، ۱۴۰۰: ۱۴) وی می‌گوید: تعریف اول شامل آموزش کلاسی می‌شود و آموزش‌های تلویزیونی و از راه دور را شامل نمی‌گردد، درحالی‌که تعریف دوم آن‌ها را نیز در بر می‌گیرد.

در اسناد بین‌المللی نظیر کنوانسیون منع تبعیض در آموزش یونسکو<sup>۱</sup> (بند ۲ ماده ۱)، آموزش چنین تعریف شده است: «آموزش همه انواع و سطوح آموزش را در بر می‌گیرد و شامل دسترسی به آموزش، استانداردها و کیفیت آموزش و شرایطی است که در آن آموزش ارائه می‌شود.»

استوارت<sup>۲</sup> چنین نتیجه می‌گیرد که آموزش به مجموعه فعالیت‌هایی گفته می‌شود که به وسیله آن، دانش، مهارت، آرمان‌های اخلاقی و اجتماعی از یک گروه بشری که واجد آن‌هاست، با هدف تعالی مادی و معنوی به گروه دیگری که فاقد آن است، منتقل می‌گردد (Hart, 2009).

واژه آموزش غالباً در دو معنای عام و خاص به کار برده می‌شود. آموزش در معنای عام عبارت است از همه فعالیت‌هایی که والدین یا یک گروه جامعه از راه آن‌ها

1. Convention Against Discrimination in Education (1990)

2. Stuart

مجموعه‌ای از دانش‌ها، مهارت‌ها و قواعد اخلاقی را به فرزندان یا نسل‌های آینده منتقل می‌کنند (Beiter, 2006: 18).

در این معنای وسیع، آموزش یعنی رشد جسمی، روانی، معنوی، مدنی و اجتماعی کودک که به شکوفایی کامل شخصیت کودک منجر می‌شود. این تعریف وسیع از آموزش در اسناد گوناگونی که راجع به آموزش صلح، حقوق بشر، دموکراسی، تساهل و شهروندی تصویب شده‌اند، مورد توجه واقع شده است. برای مثال، در بند الف ماده ۱ توصیه‌نامه یونسکو درباره آموزش برای تفاهم، همکاری و صلح بین‌المللی و آموزش درباره حقوق بشر و آزادی‌های بنیادین مصوب ۱۹۷۴ مورد توجه واقع شده، ولی آموزش در معنای خاص عبارت است از: «تعلیماتی که از سوی یک نهاد آموزشی خصوصی یا دولتی ارائه می‌شود.» این معنی از آموزش به تعلیمات رسمی نهادی اشاره دارد که عمدتاً در مدارس و از سوی معلمان واجد صلاحیت‌های خاص و در موضوعات مشخص شده یا کنترل‌شده از سوی دولت صورت می‌گیرد. برای مثال، کنوانسیون یونسکو علیه تبعیض در آموزش، مصوب ۱۹۶۰ در بند ۲ ماده ۱، آموزش به معنای خاص را مورد توجه قرار داده است (Ibid: 29).

دامنه تبعیض در این کنوانسیون در خصوص آموزش در مقایسه با سایر اسناد گسترده‌تر است. در بندهای (ج) و (د) ماده ۳ تبعیض در برخورداری از هرگونه کمک و امتیاز تحصیلی و آموزشی ممنوع است. از سویی بند (الف) ماده ۱ دامنه این کنوانسیون را به هر سطح از آموزش تسری داده است که شامل دوره‌های آموزش عالی نیز می‌شود (سید حاتمی و مصفا، ۱۳۹۹: ۱۳۸۸).

کمیسیون بین‌المللی یونسکو درباره آموزش و پرورش قرن بیست‌ویکم اعلام می‌دارد که آموزش و پرورش باید در زمینه چهار فراگیری بنیادی و اساسی برای دانش فردی باشد:

۱. آموختن برای شناختن، یعنی دستیابی به امکانات ارتقای شعور فردی؛
۲. آموختن برای فراگیری علمی به‌منظور توانایی تأثیرگذاری بر محیط؛
۳. آموختن برای زندگی با یکدیگر
- به‌منظور مشارکت و همکاری با دیگران در زمینه تمام فعالیت‌های انسانی؛
۴. آموختن برای

شایسته زیستن در جلوه‌های فردی، اجتماعی و محیطی. از نظر کمیسیون، این فراگیری‌های مقدماتی، از آنجاکه بین آن‌ها کشش و تأثیر متقابل وجود دارد، یک مجموعه کلی را تشکیل می‌دهد (هاشمی، ۱۳۹۲: ۵۰۱).

حق بر آموزش را به تعبیری می‌توان مقدمه آزادی آموزش دانست؛ در واقع تا زمانی که حق آموزش اشخاص به رسمیت شناخته نشده باشد، سخن گفتن از آزادی آموزش امری بی‌معناست؛ به این اعتبار، مفهوم آزادی آموزش، در بطن حق بر آموزش نهفته است.

آزادی آموزش به معنی آزادی تعلیم و آموزش دادن و آزادی تعلم و آموزش دیدن است. این آزادی دارای آثار چندی است که عبارت‌اند از: آزادی تأسیس یک مؤسسه آموزشی و آزادی انتخاب نوع آموزش (عباسی، ۱۳۹۵: ۱۸۸). این آزادی شامل حق افراد در یادگیری دانش‌های مختلف و همچنین حق آموزش دادن دانش‌ها به دیگران است و مواردی چون نشر علوم با استفاده از ابزارهای مختلف و نیز آزادی در انتخاب اساتید ذی‌ربط را نیز شامل می‌شود (پروین و اصلانی، ۱۳۹۵: ۲۷۸).

حق آموزش در اسناد متعدد حقوق بشری ذکر شده است؛ مواد ۲۶ و ۲۷ اعلامیه جهانی حقوقی بشر، بند چهارم ماده ۱۸ میثاق بین‌المللی حقوق مدنی و سیاسی، مواد ۱۳ و ۱۴ میثاق بین‌المللی حقوق اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، مواد ۲۹ و ۲۸ کنوانسیون حقوق کودک مصوب سال ۱۹۸۹، ماده ۲ پروتکل نخست الحاقی به کنوانسیون اروپایی حقوق بشر و ماده ۱۴ منشور حقوق بنیادین اتحادیه اروپا، مواد ۱۲ و ۱۱ اعلامیه حقوق جهانی بشر در اسلام، کنوانسیون مبارزه با تبعیض در آموزش در همین راستا تنظیم و تصویب شده‌اند. از مجموعه اسناد مذکور، وجود چند اصل در راستای تضمین حق و آزادی آموزش قابل استنتاج است: ۱. اجباری بودن؛ ۲. رایگان بودن؛ ۳. آزادی ایجاد مؤسسات آموزشی؛ ۴. حق والدین بر آموزش فرزندانشان در چهارچوب عقاید مذهبی و اخلاقی آن‌ها.

به نظر برخی نویسندگان آزادی آموزش نمی‌تواند مطلق باشد و نظارت دولت در بهره‌گیری از این آزادی ضروری است. این نظارت می‌تواند هنگام ایجاد مؤسسه (مشروط



به موافقت یا مجوز قبلی یا یک اعلام ساده) یا در جریان فعالیت آموزشی انجام شود. نظارت دولت درباره کیفیت آموزش‌ها و با توجه به مقتضیات نظم عمومی (بهداشت و ایمنی عمومی، اخلاق حسنه و استانداردهای پذیرفته‌شده در این زمینه) نیز ضروری است (عباسی، ۱۳۹۵: ۱۹۳).

### ۳. فرایند تثبیت حق بر آموزش در نظام بین‌المللی حقوق بشر

امروزه آموزش به‌عنوان زیربنای سازنده فهم و درک انسان و محرک اصلی تکامل و پیشرفت جامعه، از چنان اهمیتی برخوردار شده که رسیدن به آن یا حداقل فراهم بودن امکانات لازم و عدم مانع خارجی برای رسیدن به آن از جمله حقوق بنیادین انسان‌ها تلقی شده و در اسناد مهم بین‌المللی و منطقه‌ای مورد تأکید و تصریح قرار گرفته است. بنابراین اگرچه در تمامی اسناد بین‌المللی حقوق بشر، هر جا که از حق‌های دیگر بشری صحبت به میان می‌آید، به‌طور ضمنی به لزوم آموزش نیز تأکید می‌گردد، در این قسمت صرفاً به بررسی آن دسته از اسناد خواهیم پرداخت که حق آموزش را به‌صراحت مورد تأکید قرار داده‌اند.

این حق از جمله حقوق طبیعی به شمار می‌آید که از بعد حق بهره‌مندی افراد از آموزش و پرورش، در زمره حقوق و آزادی‌های مصرحه در اسناد حقوق بشری مطرح می‌شود. اعلامیه جهانی حقوق بشر یکی از اسناد مذکور، برای شناسایی حداقل حقوق برای افراد بشر محسوب می‌شود.

اگرچه از مقدمه این اعلامیه می‌توان آموزش را به‌عنوان یکی از اهداف اعلامیه استنباط نمود (نیاورانی، ۱۳۸۹: ۳۹۶)، بندی که صراحتاً حق آموزش را مورد تأکید قرار داده، ماده ۲۶ این اعلامیه است. این ماده از سه بند تشکیل شده و به‌موجب بند اول آن، «هرکس حق دارد از آموزش و پرورش بهره‌مند شود. هرکس حق دارد از تعلیم و تربیت استفاده کند. تعلیم و تربیت باید دست‌کم در مورد آموزش ابتدایی و پایه رایگان باشد...».

بند دوم این ماده بیشتر ناظر به هدف آموزش و پرورش و چگونگی آن است. به‌موجب این بند «آموزش و پرورش باید به‌گونه‌ای هدایت شوند که شخصیت انسانی

هرکس را به حد اکمل رشد آن برساند و احترام به حقوق و آزادی‌های بشر را تقویت کند...». همچنین به موجب بند ۳ همان ماده، «پدر و مادر در انتخاب نوع آموزش و پرورش فرزندان خود، نسبت به دیگران اولویت دارند». ماده ۱۳ میثاق بین‌المللی حقوق اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی حق بهره‌مندی از آموزش و پرورش را برای هر فرد مورد تأکید و شناسایی قرار داده است.

همچنین در مقدمه کنوانسیون مبارزه با تبعیض در آموزش که در سال ۱۹۶۰ با یک مقدمه و ۱۹ ماده در پاریس تصویب شده، «ضمن تأکید بر اصل عدم تبعیض، آموزش را حق یکایک افراد اعلا کرده است»<sup>۱</sup>.

ملاحظه می‌گردد که در این سه سند بین‌المللی حق بر آموزش مورد تأکید و احترام ویژه‌ای است؛ زیرا همان‌گونه که گفته شد، حق بر آموزش به‌عنوان یکی از حق‌های بشری توانمندساز، قابلیت نظارت بر مسیر زندگی و به‌طور خاص نظارت بر دولت را برای هر فرد فراهم می‌نماید (Chapman and Russell, 2002: 219). بنابراین و با عنایت به اینکه این حق توانمندساز، اجازه بهره‌مندی کامل از سایر حقوق را به فرد می‌دهد و شهروند آموزش‌دیده قادر به بیان ایده‌ها و سامان‌دهی دفاع از حق‌هایش می‌باشد (Donnelly and Howard, 1988: 214)، در این دو سند بسیار مورد توجه و تأکید قرار گرفته است.

در عموم اسناد حقوق بشری معمولاً از حق بر آموزش با اجزای متفاوت و درعین حال به‌هم‌پیوسته‌ای یاد می‌شود که ما می‌توانیم از آن‌ها به‌عنوان عوامل وابسته با حق آموزش یاد کنیم. مثلاً ماده ۲۶ اعلامیه جهانی حقوق بشر<sup>۲</sup> که راجع به حق بر آموزش است، سه بند دارد: بند نخست از «اجباری» و «رایگان» بودن آموزش ابتدایی به‌عنوان یک استاندارد حداقلی یاد می‌کند؛ بند دوم به «بایسته‌های محتوایی آموزش و پرورش» می‌پردازد و

۱. «کنوانسیون مبارزه با تبعیض در آموزش» که به تصویب یازدهمین اجلاس کنفرانس عمومی سازمان تربیتی و علمی و فرهنگی ملل متحد (یونسکو) و امضای رئیس کنفرانس عمومی و مدیر کل یونسکو رسیده و دولت ایران در سال ۱۳۴۶ بر اساس «قانون الحاق دولت ایران به قرارداد بین‌المللی مبارزه با تبعیض در امر تعلیمات» مجلس شورای ملی به کنوانسیون مذکور پیوسته است (<https://rc.majlis.ir/fa/law/show/96175>).

2. Universal Declaration of Human Rights, G.A. res. 217A (III), U.N. Doc A/810 at 71 (1948).

می‌خواهد آموزش و پرورش «به‌گونه‌ای هدایت شود که شخصیت انسانی هرکس را به حد اکمل رشد آن برساند و احترام به حق‌ها و آزادی‌های بشری را تقویت کند». این بند اضافه می‌کند: «آموزش و پرورش باید حسن تفاهم، گذشت و احترام به عقاید مخالف و دوستی بین تمام ملل و جمعیت‌های نژادی یا مذهبی و همچنین توسعه فعالیت‌های ملل متحد را در راه حفظ صلح، تسهیل نماید»؛ بند سوم نیز خاطر نشان می‌سازد که پدر و مادر در انتخاب نوع آموزش و پرورش فرزند خود نسبت به دیگران اولویت دارند؛ چیزی که در شکل وسیع خود به «آزادی آموزش و پرورش» منتهی می‌شود.<sup>۱</sup> همین توالی و تعبیر را کم‌وبیش در دیگر اسناد حقوق بشری نیز می‌توان مشاهده کرد. این سه باید در پیوند با هم دیگر دیده و تفسیر شوند و دقت در آن نشان می‌دهد هرکدام برای دیگری قلمرویی تعیین می‌کند که در مجموع حق بر آموزش را می‌سازد.

#### ۴. اجباری بودن آموزش در نظام حقوق بین‌الملل بشر

آموزش اجباری به‌طور کلی به مهم‌ترین دوره آموزش رسمی اطلاق می‌شود که طبق قانون برای همه کودکان یک کشور خاص در سنین معین مورد نیاز است. مدت حضور اجباری معمولاً توسط دولت با توجه به سن دانش‌آموزان تعیین می‌شود. با این فرض خدمات آموزشی اجباری عموماً وظیفه دولت است و بنابراین توسط دولت ارائه و یا کنترل می‌شود (M. Seel, 2012: 697). اجباری بودن آموزش، از جمله مقوله‌هایی است که از دیرباز، ذهن متفکران را به خود مشغول داشته و ردپای آن در بسیاری از اسناد بین‌المللی حقوق بشر ملاحظه می‌گردد. بر همین مبنا، اعلامیه جهانی حقوق بشر<sup>۲</sup> به‌عنوان نخستین سند حقوق بشری که حق هر فرد را برای بهره‌مندی از آموزش به رسمیت شناخته، آموزش ابتدایی را لزوماً اجباری اعلام نموده است.<sup>۳</sup>

۲. اگرچه محتوای میثاق حقوق بشر دقیقاً به مفهوم آزادی آموزش و پرورش به‌معنایی که گفته شد نپرداخته است، با رشته‌ای از تحلیل‌ها می‌توان این بیان‌ها را ملازم ناگزیر آزادی آموزش و پرورش دانست. برای مطالعه بیشتر رک: منصورى بروجنى، ۱۳۹۰: ۶۸-۶۵.

2. Universal Declaration on Human Rights (UDHR), 1948.

۳. بند ۱ ماده ۲۶ اعلامیه جهانی حقوق بشر مصوب ۱۹۴۸.

این اعلامیه که در ۱۰ دسامبر ۱۹۴۸ به تصویب مجمع عمومی سازمان ملل رسیده، اگرچه به این دلیل که قطعنامه مجمع عمومی محسوب می‌شود فاقد قدرت الزام‌آور (قاری سیدفاطمی، ۱۳۹۰) و اجرایی است، با توجه به اقتباس فراوان توسط سایر اسناد داخلی و بین‌المللی الزام‌آور، از یک قطعنامه صرف مجمع عمومی فراتر رفته است (انوشه‌ئی، ۱۳۸۹: ۴۸).

این اعلامیه تعریفی از آموزش ابتدایی به دست نداده و حدود و کیفیت آن را مشخص نکرده است. با این حال می‌توان آموزش ابتدایی را حداقل آن دسته از آموزش‌هایی دانست که انسان را برای بهتر زیستن و آشنایی با سایر حقوق و تکالیفش آماده می‌کند. میثاق بین‌المللی حقوق اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی که در ۱۶ دسامبر ۱۹۶۶<sup>۱</sup> به تصویب مجمع عمومی سازمان ملل متحد رسید،<sup>۲</sup> در ماده ۱۳ خود، حق بر آموزش را برای همگان به رسمیت شناخته<sup>۳</sup> و کشورهای عضو را نیز متعهد به شناسایی این حق نموده است (BhaskaraRoa, 2007). در این میثاق، بر اجباری بودن آموزش و پرورش ابتدایی تأکید شده است.<sup>۴</sup>

این ماده شاید مهم‌ترین قاعده‌سازی مرتبط با حق بر آموزش در اسناد بین‌المللی باشد.<sup>۵</sup> ماده ۱۴ میثاق فوق‌الاشعار نیز بر لزوم اجرایی نمودن ماده ۱۳ از جانب دولت‌ها به‌منظور فراهم نمودن آموزش و پرورش ابتدایی اجباری اشاره کرده است. همچنین کمیته اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی<sup>۶</sup> در تفسیر عمومی شماره ۱۱ (۱۹۹۹) خود که درخصوص برنامه‌های عمل برای آموزش ابتدایی با تمرکز بر ماده ۱۴ میثاق

1. International covenant on Economic, Social and Cultural Rights (ICESCR).

۲. برای مطالعه بیشتر درخصوص میثاق بین‌المللی حقوق اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، ر.ک:

Carren, Matthew (1998), *The International Covenant on Economic, Social and Cultural Rights: A Perspective on Its Development*, Oxford University.

۳. ماده ۱۳ میثاق بین‌المللی حقوق اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی مصوب ۱۹۶۶.

۴. قسمت الف از بند ۲ ماده ۱۳ میثاق بین‌المللی حقوق اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی مصوب ۱۹۶۶.

5. Dieter Bieter, Klaus, op. cit, P. 9.

۶. مندرج در سند ۱۲/۱۹۹۹/۴ E/C

حقوق اقتصادی و اجتماعی مطرح گردیده است، عنصر اجباری بودن را تعریف نموده و بر ممنوعیت تبعیض جنسیتی در دسترسی به آموزش که در مواد ۲ و ۳ میثاق مقرر شده است، با الزام به اجباری بودن بیشتر تأکید می‌کند و از هر دولت عضو که ماده ۱۴ به آن ارتباط می‌یابد، می‌خواهد اطمینان دهد که از مفاد آن کاملاً تبعیت می‌کند و برنامه عمل مورد نظر را به‌عنوان جزء لاینفک گزارش‌های خواسته‌شده بر اساس میثاق تسلیم می‌دارد. کنوانسیون مبارزه با تبعیض در آموزش در ماده ۴ «آموزش ابتدایی رایگان و اجباری، دسترسی و دستیابی همگان به همه اشکال آموزش متوسطه، دسترسی یکسان همگان به آموزش عالی بر اساس توانایی فردی، تضمین پیروی همگان از قانون اجباری ورود به مدرسه» را مورد تأکید قرار می‌دهد و در ماده ۵ نیز اجبار آموزش مذهبی مغایر با اعتقادات نفی شده است.

#### ۵. تباین آزادی در آموزش و آزادی از آموزش

اگر اندیشه تعیین سرنوشت را به‌عنوان سنگ زیرین نظام حقوق بشر مورد توجه قرار دهیم، برخی برداشت‌های ناب‌گرایانه از این اندیشه احتمالاً به نفی هرگونه آموزش و پرورش می‌انجامد و آموزش و پرورش را تنها «آجری دیگر در دیوار» می‌داند که مدرنیته به‌گرد انسان‌ها کشیده است؛ اگرچه نفی آموزش و پرورش به‌صورت عام امر غیرعملی است. فرایند آموزش و پرورش در حقیقت از نخستین سال‌های حیات انسان و با فراگیری زبان آغاز می‌شود. کودک در زندگی روزمره خود، «بسیاری از شیوه‌های تفکر، شناخت ارزش‌ها و اعتقاداتی را که در هر زبانی مستتر است، در خود جذب می‌کند. او نه تنها یک وسیله تفهیم و تفهم را یاد می‌گیرد، بلکه پایه‌های اساسی یک جهان‌بینی را نیز که از صور و ادراک‌های گروه‌ها و متکلمان زبان‌های دیگر متفاوت است، در ذهن خود استحکام می‌بخشد» (برزینکا، ۱۹۹۲: ۳۶). با این وصف، نفی آموزش و پرورش رسمی و تحت برنامه، برای رسیدن به ذهنی پالوده از قیدوبندهای سنت و اجتماع، امری نسبتاً بیهوده است.

تأمل بیشتر جنبه دیگری از آموزش و پرورش را نمایان می‌کند؛ سخن گفتن از تعیین سرنوشت واقعی زمانی رواست که در برابر شهروند، موقعیت‌های گوناگونی برای انتخاب

وجود داشته باشد و پیش از آن، او نسبت به این موقعیت‌ها آگاهی داشته باشد. شاید بتوان گفت در جهان امروز بی‌بهرگی از آموزش و پرورش همگانی، به‌معنای بی‌بهرگی از شناخت پایه‌ای جهان پیرامون، موقعیت‌های مختلف موجود در آن و حتی عملاً ناممکن شدن سیر آفاق و انفس است.

با این‌همه جهان واقع تفاوت چشمگیری با جهان هنجارها دارد؛ مثلاً به‌جرئت می‌توان گفت در ایالات متحده آمریکا، آموزش اجباری به‌عنوان یک اصل ضروری و غیرقابل تخطی تا جایی مورد تأکید قرار می‌گیرد که والدین، اعم از مذهبی و غیرمذهبی کودکان با آن مشکلی نداشته باشند. این والدین می‌توانند با اندکی استواری و اصرار حتی اصول آموزش اجباری را تغییر داده و دولتمردان را مجاب کنند که از آموزش دیدن فرزندانشان صرف‌نظر شود. این را مثلاً می‌توان در رأی ویسکانسن و یا در دیوان عالی فدرال ایالات متحده مشاهده کرد؛<sup>۱</sup> هرچند آن‌سوی سکه نسبت میان آموزش و پرورش و تبلیغات سیاسی است که مجال بحث آن در اینجا فراهم نیست.

## ۶. بررسی حق بر آموزش در نظام حقوقی جمهوری اسلامی ایران از لحاظ عوامل وابسته به آن

با بررسی جایگاه حق بر آموزش در اسناد متعدد حقوق بشری می‌توان دریافت که حق مذکور با عوامل وابسته به آن قابل تبیین است. اجباری بودن، رایگان بودن، همگانی بودن، منع تبعیض و عادلانه بودن در ارائه نوع و کیفیت خدمات آموزشی، حق والدین در انتخاب شیوه نگرش حاکم بر آموزش فرزندانشان و آزادی آموزشی از جمله اصول مسلم وابسته به حق بر آموزش تلقی می‌شوند که در قوانین داخلی ایران قابل بررسی است.

قانون اساسی: در قانون اساسی، به‌عنوان سند برتر، حق مزبور و عوامل وابسته به آن در اصول متعددی شناسایی شده است. در بند سوم اصل سوم قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران، آموزش و پرورش و تربیت بدنی «رایگان» برای همه در تمام سطوح، و تسهیل و تعمیم آموزش عالی، مورد تصریح قرار گرفته است؛ همچنین مطابق اصل ۳۰، دولت

1. *Wisconsin v. Yoder*, 406 U.S. 205 (1972), pp. 215-219.

موظف گردیده تا اولاً وسایل آموزش و پرورش رایگان برای همه ملت تا پایان دوره متوسطه فراهم نماید، و ثانیاً وسایل تحصیلات عالی را تا سرحد خودکفایی، به صورت رایگان گسترش دهد. در واقع دو خصلت «رایگان بودن» و «همگانی بودن» به وضوح در قانون اساسی پیش‌بینی شده است.

به‌کارگیری عبارت «برای همه» در بند ۳ اصل ۳ و «برای همه ملت» در اصل ۳۰، به این معناست که قانون اساسی به حق آموزش و پرورش برای همه اتباع کشور معتقد است و هرگونه تبعیض نژادی، قومی، مذهبی و جنسیتی را در میان اتباع کشور جایز نمی‌داند. این موضوع در کنار بند ۹ اصل ۳ که به رفع تبعیض‌های ناروا و ایجاد امکانات عادلانه اشاره دارد و نیز اصل ۲۰ که به برابری زن و مرد در برخورداری از حقوق انسانی، سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی می‌پردازد، جلوه غیرتبعیض‌آمیز بودن آموزش در ایران را بیشتر متبلور می‌سازد. از این رو هیچ محدودیت قانونی برای آموزش و پرورش از نظر سن و جنس در نظم حقوقی ایران وجود ندارد (سیدحاتمی و مصفا، ۱۳۹۹). البته مفهوم همگانی بودن در واقع «اصل برابری» را در ذهن متبادر می‌سازد. بررسی سند بالادستی مذکور، گویای آن است که برابری در آن مانند همه اصول اساسی دیگر در دایره برداشت‌های مذهبی قرار دارد. به این اعتبار برداشت از برابری نمی‌تواند با ارزش‌ها و هنجارهای شرع مقدس غیرهمسو باشد؛ در نتیجه گستره مفهومی آن می‌تواند استثنائاتی در بر داشته باشد (مانند محدودیت‌های آموزشی بهائیان در ایران).

در خصوص اصل رایگان بودن آموزش که به صورت ویژه‌ای در اصل ۳۰ قانون اساسی نیز مورد تأکید قرار گرفته است، شورای نگهبان در مورخ ۱۳۶۳/۵/۱۷ اقدام به صدور نظریه تفسیری نمود و اذعان داشت که از اصل ۳۰ قانون اساسی، دولتی بودن آموزش و ممنوعیت تأسیس مدارس و دانشگاه‌های ملی، استنباط نمی‌گردد. در همین راستا، قانون تأسیس مدارس غیرانتفاعی در تاریخ ۱۳۶۷/۳/۵ تصویب گردید که به موجب آن، مدارس

غیرانتفاعی، با مشارکت مردم و تحت نظارت وزارت آموزش و پرورش تأسیس گردیدند؛<sup>۱</sup> مدارس می شود که بودجه آن‌ها در وهله نخست، از طریق شهریه دریافتی از دانش‌آموزان تأمین می‌شود.

وجود این گونه مدارس فی‌نفسه مغایرتی با قانون اساسی اشخاص بدون انگیزه مادی، امر نادری به نظر می‌رسد؛ اما منابع مالی آن‌ها در درجه اول از محل شهریه دریافتی اولیای دانش‌آموزان تأمین می‌شود. با این ترتیب، اصل اساسی رایگان بودن آموزش و پرورش نادیده گرفته شده است (هاشمی، ۱۳۹۲: ۵۰۵). به‌طور خلاصه می‌توان گفت هرچند این متون بر ضرورت فراهم‌سازی امکانات آموزش رایگان تصریح کرده‌اند، بدیهی است که این حکم، همان‌طوری که در نظریه تفسیری شورای نگهبان نیز بیان شده است، دلالتی بر ممنوعیت تأسیس مدارس غیرانتفاعی وجود ندارد؛ لیکن آنچه بعد از گذشت سال‌ها از تأسیس این نوع مدارس باید مورد توجه قرار گیرد، بررسی تبعات اجتماعی، اقتصادی و آموزشی آن‌هاست؛ به‌طوری‌که اصول اساسی مبین با رایگان بودن قانون اساسی نظیر اصل عدالت، برابری و... را با چالش مواجه می‌سازد.

البته از سویی دیگر می‌توان نظریه تفسیری شورای محترم نگهبان، قانون تأسیس مدارس غیرانتفاعی و پس از آن، قانون اهداف و وظایف وزارت آموزش و پرورش مصوب ۱۳۸۶/۱۱/۲۵ را به‌عنوان گامی در جهت «آزادی تأسیس مؤسسات آموزشی خصوصی» (اعم از مدارس و غیر از آن) تلقی نمود؛ چنان‌که در ماده ۷ قانون اهداف و وظایف وزارت آموزش و پرورش، بر جلب مشارکت مردم در امر آموزش و پرورش، از هر طریق ممکن تأکید گردیده و بر اساس تبصره ماد مذکور، وزارتخانه موظف گردیده به اشخاص حقیقی و حقوقی که دارای صلاحیت‌های علمی و اخلاقی بوده و متقاضی تأسیس مدارس ابتدایی، راهنمایی و متوسطه با هزینه خود و همیاری مردم و اولیای دانش‌آموزان باشند و متعهد شوند که در چهارچوب سیاست‌ها و اهداف جمهوری اسلامی ایران فعالیت نمایند، مجوزهای لازم را اعطا نماید. به نظر می‌رسد آنچه از سوی مسئولین امر نیاز به مدیریت و

۱. ماده ۱ قانون تأسیس مدارس غیرانتفاعی.



چاره‌جویی دارد، بهبود کیفیت آموزش در مدارس دولتی است؛ به‌نحوی که میان مدارس دولتی و غیردولتی، نوعی توازن و برابری از حیث ارائه خدمات فراهم گردد. اگر «آزادی تأسیس مؤسسات آموزشی» و «آزادی انتخاب نوع آموزش» را به‌عنوان آثار حق بر آموزش (عباسی، ۱۳۹۵: ۱۸۸) تلقی کنیم، با توضیحات بالا درمی‌یابیم که در خصوص آزادی اول گام‌هایی برداشته شده است؛ ولی درباره آزادی دوم به مفهوم مضیق شاید تحقق اصل ۱۵ قانون اساسی و آزادی آموزش زبان مادری را بتوان مفروض در نظر گرفت؛ چیزی که در قوانین توسعه‌ای پنج‌ساله نظیر برنامه پنجم و ششم مورد تصریح قرار گرفته است. اگرچه آزادی آموزش همان‌طوری که در توضیحات پیشین آمد، مفهوم حقوقی وسیع‌تری (آزادی تعلیم و آموزش دادن و آزادی تعلم و آموزش دیدن و آثار آن) را در بر می‌گیرد.

قانون برنامه پنجم توسعه: از قوانین موضوعه مرتبط با آموزش و پرورش قانون برنامه پنجم توسعه جمهوری اسلامی ایران است. بند (ج) از ماده ۱۹ قانون مذکور بیان می‌دارد: «آموزش و پرورش مجاز است در حدود مقرر در اصل ۱۵ قانون اساسی، گویش محلی و ادبیات بومی را در مدارس تقویت نماید.» کشور جمهوری اسلامی به‌لحاظ فرهنگی یک کشور کثرت‌گراست. تنوع قومی و نژادی در داخل کشور، تنوع فرهنگی را به همراه دارد و به همین خاطر این امر ایجاب می‌کند که در کنار برنامه‌های آموزش ملی به آموزش محلی نیز توجه شود (رحمت‌اللهی و دانش‌ناری، ۱۳۹۳: ۶۴). از مدلول و منطوق ماده قانونی می‌توان «آزادی انتخاب نوع آموزش» را برداشت کرد؛ یعنی آزادی در انتخاب نوع آموزش ملی یا محلی را مفروضاً آزادی آموزش تلقی می‌کنیم.

هدف از به کار بردن زبان مادری، علاوه بر آموزش آن، به اشتراک گذاشتن زبان و فرهنگ نهفته در درون آن است. این آموزش نمی‌تواند در تنهایی و به‌دور از هم‌زبانان ایجاد شود، زیرا این حق از طریق به اشتراک گذاشتن و ارتباط با دیگران قابل انتفاع است. لازم است افراد از دوره خردسالی و مقاطع اولیه آموزش قادر باشند نه تنها به زبان مادری خود آموزش ببینند، بلکه زبان مادری آن‌ها و فرهنگی که در درون آن نهفته است به آنان

آموزش داده شود. افرادی که زبان مادری آن‌ها با زبان رسمی کشور متفاوت است، باید حداقل قادر باشند در مناطقی که تراکم جمعیتی قابل قبولی دارند، از آموزش به زبان مادری خود در کنار زبان رسمی کشور بهره‌مند شوند (Mendez, 2012: 116).

آزادی بیان، اصلی است که در ضمن برابری، همراه با عدالت می‌تواند مبنایی برای حمایت از حق بر زبان مادری در حوزه آموزش به شمار آید. آزادی استفاده از زبان نمی‌تواند ممنوع شود، مگر تحت شرایط بسیار محدودی از جمله حفظ نظم، سلامت و اخلاق عمومی یا جلوگیری از بیان سخنانی که دارای مفاهیم نفرت‌انگیزند (Mowbray, 2013: 82). البته مقوله زبان یکی از عناصر آموزش محلی است و امور دیگری چون مذهب و اعتقادات، عادات و عرف‌های مشترک را نیز در بر می‌گیرد.

همچنین در تبصره ۲ ماده ۶۴ قانون برنامه ششم توسعه نیز مقرر می‌دارد: «دولت نسبت به تحول و ارتقای علوم انسانی در دانشگاه‌ها در ابعاد اسلامی‌سازی، بومی‌سازی، کارآمدی و روزآمدی با ایجاد تغییرات یا اصلاحات در امور مربوط به سرفصل‌ها و کتاب‌های درسی و تربیت استاد و انتخاب دانشجو اهتمام ورزیده و آن را در اولویت قرار دهد.»

قانون اهداف و وظایف وزارت آموزش و پرورش: قانون «اهداف و وظایف وزارت آموزش و پرورش» یکی دیگر از قوانین عادی است که در آن تأمین آموزش و پرورش «رایگان» تبیین شده است. قانون مذکور که در سال ۱۳۶۶ به تصویب مجلس شورای اسلامی رسیده، در بند ۱۱ ماده ۱۰ آن بر «تأمین آموزش و پرورش رایگان برای همه ملت تا پایان دوره متوسطه» تصریح شده است.

منشور حقوق شهروندی: در سال ۱۳۹۵ منشوری تحت عنوان منشور حقوق شهروندی در راستای اصول ۱۱۳ و ۱۲۱ قانون اساسی از سوی ریاست‌جمهوری صادر شده است؛ که مواد ۱۰۴ الی ۱۱۱، این منشور به حق بر آموزش اختصاص یافته و موارد جدیدی از حقوق آموزشی را مورد لحاظ قرار داده است که از جمله آن‌ها می‌توان به حق بهره‌مندی اساتید و دانشجویان از مزایای آموزشی و پژوهشی و حمایت‌های علمی،<sup>۱</sup>

۱. ماده ۱۰۵ منشور حقوق شهروندی.

استقلال علمی در کلیه جوامع حوزوی و دانشگاهی،<sup>۱</sup> رسیدگی به تخلفات انضباطی دانشجویان با رعایت اصول دادرسی منصفانه،<sup>۲</sup> احترام به شخصیت و کرامت دانش‌آموزان<sup>۳</sup> و حمایت از توان‌خواهان جهت کسب دانش و مهارت‌های شغلی<sup>۴</sup> اشاره نمود.

در ماده ۱۱۰ منشور، بر ممنوعیت شکل‌گیری تنفرهای قومی، مذهبی و سیاسی یا خشونت نسبت به یک نژاد یا مذهب خاص از طریق آموزش یا تربیت یا رسانه‌های جمعی در ذهن کودکان تأکید شده، که البته در این خصوص دو نکته قابل ذکر است: اولاً این ممنوعیت فقط شامل کودکان نمی‌شود و همه گروه‌های سنی را در بر می‌گیرد، ولی از این جهت بر کودکان تأکید گردیده که غالباً قابلیت تأثیرپذیری آن‌ها بیشتر است؛ ثانیاً اگرچه این ماده با رویکرد سلبی به رشته تحریر درآمده، تحقق حداکثری آن مستلزم رویکرد ایجابی نسبت به اجرای اقدامات و افعال مثبتی است که نه تنها فضای جامعه را از هرگونه کدورت و نفرت می‌زداید، بلکه اشخاص و اقوام مختلف را به سمت وحدت و اتحاد سوق می‌دهد. برای مثال، برنامه‌ریزی مؤثر برای حمایت از فرهنگ‌های بومی اقوام مختلف و آموزش آن سنت‌ها به نسل‌های بعدی و ایجاد امکانات لازم برای تداوم و استمرار برگزاری آیین‌های دینی و مذهبی اقلیت‌های مصرح در قانون اساسی، از جمله این موارد است.

سند تحول بنیادین آموزش و پرورش: سند تحول بنیادین آموزش و پرورش که توسط شورای عالی انقلاب فرهنگی به تصویب رسیده، یکی دیگر از منابع قابل ذکر است؛ از جمله مواردی که در این سند مورد تأکید قرار گرفته، تعمیم دوره پیش‌دبستانی به ویژه در مناطق محروم<sup>۵</sup> و توانمندسازی دانش‌آموزان ساکن در مناطق محروم، روستاها، عشایر

۱. ماده ۱۰۶ منشور حقوق شهروندی.

۲. ماده ۱۰۷ منشور حقوق شهروندی.

۳. ماده ۱۰۹ منشور حقوق شهروندی.

۴. ماده ۱۱۱ منشور حقوق شهروندی.

۵. راهکار ۵۱ سند تحول بنیادین آموزش و پرورش.

کوچ‌نشین و همچنین مناطق دوزبانه با نیازهای ویژه، با تأکید بر ایجاد فرصت‌های آموزشی متنوع و باکیفیت<sup>۱</sup> است.

در بند شانزدهم از فصل دوم سند مزبور، عدالت کیفی با رعایت تفاوت‌های فردی، جنسیتی، فرهنگی و جغرافیایی تصریح شده است. در فصل هفتم راهکار ۵-۵، اختصاص حداقل ۱۰ درصد و حداکثر ۲۰ درصد از برنامه‌های آموزشی به معرفی حرفه‌ها، هنرها، جغرافیا و آیین و رسوم و شرایط اقلیمی و جغرافیایی استان‌ها به‌ویژه مناطق روستایی و عشایری تجویز گردیده و در همان فصل، راهکار ۵-۸ بر توزیع عادلانه منابع انسانی در سراسر کشور تأکید دارد.

انصاف در توزیع فرصت‌ها، فرایندها و دروندادهای نظام آموزشی، نتیجه در نتایج و برون‌دادهای عادلانه و عدالت اجتماعی دارد. اگر همه یادگیرندگان با توجه به تمام شرایط زیستی، جغرافیایی، اقتصادی، قومیتی، مذهبی و... دسترسی به آموزش عادلانه داشته باشند، پیشرفت آن‌ها نیز با توجه به تنوع موجود میان آن‌ها برابر خواهد بود و همه یادگیرندگان می‌توانند با توجه به فعالیت‌های که در مدرسه دارند، بازخورد دریافت کنند. این بازخورد علاوه بر اینکه جریان یادگیری آن‌ها را تسهیل می‌کند، بر مهارت‌آموزی آن‌ها و کسب شغل در آینده نیز اثر دارد. زمانی که ارزشیابی از فعالیت‌های آموزشی، پرورشی و انضباطی دانش‌آموزان و ارائه امتیاز به آن‌ها عادلانه و منصفانه صورت گیرد، فرصت یکسانی برای همه جهت رشد توانایی‌های خود ایجاد می‌شود و در نتیجه عدالت آموزشی در ارزشیابی‌ها نیز قابل مشاهده است (اسلامی هرنیدی و همکاران، ۱۳۹۸: ۷۲). یکی از نکات مثبت سند تحول، تلاش در جهت ایجاد عدالت آموزشی می‌باشد که البته تحقق آن منوط به توزیع عادلانه ثروت و امکانات در نقاط محروم و استفاده از ظرفیت‌های عدم تمرکز و نظارت بر اجرای صحیح برنامه‌های طراحی شده است؛ اگرچه در تمام اسناد مذکور هیچ ضمانت اجرایی حقوقی برای تضمین تحقق حق بر آموزش پیش‌بینی نشده است.

۱. راهکار ۵-۳ سند تحول بنیادین آموزش و پرورش.

## ۷. نتیجه‌گیری

آموزش که از آن به مجموعه فعالیت‌هایی انتقال دانش، مهارت و آرمان‌های اخلاقی و اجتماعی از یک گروه بشری که واجد آن است، با هدف تعالی مادی و معنوی به گروه دیگری که فاقد آن است تعبیر می‌شود، امروزه به قلمرو اساسی‌ترین حق‌های بشری وارد شده و از آنجاکه به‌عنوان زیربنای سازنده فهم و درک انسان و محرک اصلی تکامل و پیشرفت جامعه محسوب می‌گردد، در اسناد مهم بین‌المللی و منطقه‌ای حقوق بشر مورد تأکید و تصریح قرار گرفته است.

حق بر آموزش به‌عنوان یکی از حقوق فرهنگی، از اهمیت ویژه‌ای در توسعه اقتصادی، سیاسی و اجتماعی یک کشور برخوردار است و شناسایی آن در نظام حقوقی یک کشور، پیش‌نیاز آزادی آموزش است. از اصول مسلم این حق می‌توان اجباری بودن، رایگان بودن، همگانی بودن، منع تبعیض در ارائه نوع و کیفیت خدمات آموزشی، حق والدین در انتخاب شیوه نگرش حاکم بر آموزش فرزندان‌شان و آزادی تأسیس مؤسسات آموزشی را برشمرد؛ بی‌شک در تمام موارد مذکور، نقش دولت بسیار تأثیرگذار است. این حق در اسناد بین‌المللی و قوانین اساسی کشورهای مختلف، جایگاه ویژه‌ای را به خود اختصاص داده است.

اهمیت این امر سبب شده است محققان بسیاری در زمینه حق بر آموزش قلم‌فرسایی کنند و هریک از زاویه‌ای حق بر آموزش را در اسناد و قوانین ملی و بین‌المللی بررسی کنند و شاید تنها وجه اشتراک نوشتار حاضر با آثار مذکور در بررسی مفهوم حق و آزادی آموزش و جایگاه آن در اسناد مربوط به حقوق بشر است که در قسمت اول مقاله بدان پرداختیم؛ ولی ویژگی اصلی نوشتار این است که اولاً وضعیت این حق در نظام حقوقی کشورمان از لحاظ عوامل وابسته به آن ارزیابی شد؛ چیزی که تحقیقات دیگر از آن بیگانه بودند و دوماً سعی کردیم تا راهکارهای حقوقی برای ارتقای کیفی و بهبود حق آموزش، در نظام حقوقی کشورمان به دست دهیم.

مع‌الوصف در کشور ما در قانون اساسی، قوانین عادی و اسناد بالادستی به‌حق بر

آموزش پرداخته شده، لکن به نظر می‌رسد در این زمینه، نواقص و کاستی‌هایی وجود دارد که البته قابل رفع‌اند. جمهوری اسلامی ایران با تأکید بر دو محور «اسلامیت» و «جمهوریت» سازمان‌یافته و از لحاظ ساختاری، دولتی متمرکز محسوب می‌شود که از شوراهای اسلامی با اختیارات مشخص قانونی، به‌عنوان جلوه‌ای از عدم تمرکز نیز بهره می‌برد؛ لذا هرگونه تحلیل و برآیند درخصوص نظام آموزشی کشورمان می‌بایست با در نظر گرفتن این ویژگی‌ها باشد. برای مثال، تعیین زبان رسمی آموزش در ممالک فدرال که در واقع مجموعه‌ای از دولت‌ها هستند و کشور ما که از یک دولت یکپارچه برخوردار است، از الگوی واحدی پیروی نمی‌کند یا بحث مربوط به اختیار والدین برای انتخاب نوع آموزش مذهبی به فرزندانشان با رکن اسلامیت نظام، سازگار نیست؛ اگرچه به نظر می‌رسد بتوان در این زمینه برای اقلیت‌های دینی و مذهبی شناخته‌شده در قانون اساسی، امکانات ویژه‌ای را برای آموزش تعالیم دینی و مذهبی آن‌ها فراهم نمود. درخصوص مناطق دوزبانه کشورمان نیز استفاده از ظرفیت موجود در اصل ۱۵ قانون اساسی که تدریس زبان‌های محلی و قومی را در کنار زبان فارسی، آزاد دانسته است، برای تقویت همبستگی ملی، بسیار ضروری است. در همین راستا در سند تحول بنیادین آموزش و پرورش، بر ایجاد فرصت‌های آموزشی متنوع و باکیفیت برای مناطق دوزبانه تأکید شده است.

در خاتمه بحث، برای بهبود وضعیت نظام آموزشی در کشورمان، راهکارهایی ارائه می‌شود:

۱. توجه ویژه به آموزش محلی، از طریق ارائه آموزش‌های زبانی و فرهنگی مربوط به هر منطقه، در چهارچوب آموزه‌های اسلامی و ایرانی؛ که خود مستلزم طرح پژوهشی مستقل در این زمینه است.
۲. بهبود کیفیت خدمات در مدارس دولتی، با استفاده از نیروی انسانی مجرب و آموزش‌دیده و ارتقای تجهیزات مربوط به امر یادگیری.
۳. توزیع متوازن مدارس دولتی در سطح کشور، به‌گونه‌ای که همه شهروندان، این

مدارس را در دسترس داشته باشند.

۴. ایجاد و تقویت مؤسسات آموزشی ویژه آموزه‌های دینی و مذهبی اقلیت‌های شناخته‌شده در قانون اساسی، متناسب با جمعیت آن‌ها در مناطق مختلف کشور.
۵. بهبود وضع معیشت معلمان، استادان و کارمندان مدارس و دانشگاه برای افزایش بهره‌وری نظام آموزشی.

### منابع

۱. اسلامی هرندی، ف.، کریمی، ف.، و نادی، م. (۱۳۹۸). شناسایی مؤلفه‌های عدالت آموزشی در آموزش و پرورش ایران. فصلنامه پژوهش در نظام‌های آموزشی، ۱۳ (۴۷)، ۷۵-۵۵.
۲. انوشه‌ئی، م. (۱۳۸۹). حق آموزش حداقلی در چارچوب نظام بین‌المللی حقوق بشر. پایان‌نامه کارشناسی ارشد حقوق بشر. دانشکده حقوق و علوم سیاسی. دانشگاه علامه طباطبائی.
۳. برزینکا، و. (۱۹۹۲). نقش تعلیم و تربیت در جهان امروز (م. بایوردی، مترجم). تهران: مرکز نشر دانشگاهی.
۴. پروین، خ.، و اصلانی، ف. (۱۳۹۵). اصول و مبانی حقوق اساسی. ج ۳. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
۵. پژوهشکده شورای نگهبان (۱۳۹۷). قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران به‌همراه نظرات تفسیری شورای نگهبان. تهران: انتشارات پژوهشکده شورای نگهبان.
۶. جاوید، م. (۱۳۹۱). حق بر آموزش از منظر قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران. پایان‌نامه کارشناسی ارشد حقوق عمومی. دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی.
۷. خانی والی‌زاده، س.، و لطفی، ا. (۱۳۹۶). بررسی حق بر آموزش در حقوق اساسی جمهوری اسلامی ایران. دوفصلنامه حقوق اساسی، ۱۴ (۲۸)، ۴۱-۱۹.
۸. رحمت‌اللهی، ح.، و دانش‌ناری، ز. (۱۳۹۳). حق و آزادی آموزش و پرورش. دوفصلنامه مطالعات حقوق بشر اسلامی، ۳ (۷)، ۷۰-۵۳.
۹. سلامتی، ی.، اخوان‌فرد، م.، و عطریان، ف. (۱۳۹۴). تکلیف بر رعایت حق بر آموزش در حقوق اسلامی و مقررات حقوق بشر. فقه و مبانی حقوق اسلامی، شماره ۴، ۱۰۴-۸۹.
۱۰. سند تحول بنیادین آموزش و پرورش مصوب شورای عالی انقلاب فرهنگی (۱۳۹۰/۱۰/۰۶).

۱۱. سیدحاتمی، م.، و مصفا، ن. (۱۳۹۹). تعهد دولت‌ها بر ایجاد برابری جنسیتی در آموزش. فصلنامه مطالعات حقوق عمومی، ۵۰ (۴)، ۱۳۷۹-۱۳۹۹.
۱۲. سیف، ع. (۱۴۰۰). روان‌شناسی پرورشی نوین. بی‌جا: انتشارات دوران.
۱۳. صادقی‌رام، ر.، مؤذنی، ر.، و پوررشید، ز. (۱۴۰۰). مطالعه تطبیقی همگانی بودن و آزادی آموزش در قانون اساسی ایران و اسناد بین‌المللی، با تأکید بر راهکارهای حل تعارض. پژوهشنامه حقوق تطبیقی، ۵ (۲)، ۱۶۱-۱۷۹.
۱۴. عباسی، ب. (۱۳۹۵). حقوق بشر و زادی‌های بنیادین (سه نسل حقوق بشر در اسلام، ایران و اسناد بین‌المللی و منطقه‌ای). ج ۲. تهران: انتشارات دادگستر.
۱۵. قاری سیدفاطمی، م. (۱۳۹۰). حقوق بشر در جهان معاصر. تهران: مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های حقوقی شهر دانش.
۱۶. مرندی، ا.، و قربانی، ا. (۱۴۰۰). مبانی و سازوکارهای حمایتی حق آموزش در قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران و اسناد حقوق بشری. فصلنامه علمی مطالعات حقوق بشر اسلامی، ۱۰ (۱)، ۳۱۲-۳۳۵.
۱۷. معین، م. (۱۳۸۵). فرهنگ فارسی. تهران: انتشارات امیرکبیر.
۱۸. منشور حقوق شهروندی مصوب ریاست جمهوری (۱۳۹۵).
۱۹. منصوری بروجنی، م. (۱۳۹۰). آموزش ابتدایی عمومی کودکان: مطالعه نظام حقوقی ایران و آمریکا در پرتو موازین حقوق بشری. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. تهران: دانشگاه شهید بهشتی.
۲۰. نیاورانی، ص. (۱۳۸۹). منزلت حق بر آموزش در نظام بین‌المللی حقوق بشر. فصلنامه تحقیقات حقوقی، ۱۳ (۵۲)، ۱۷۶-۲۰۱.
۲۱. هاشمی، م. (۱۳۹۲). حقوق بشر و آزادی‌های اساسی. ج ۲. تهران: نشر میزان.
22. Beiter, K. D. (2006). *The protection of the Right to Education by International Law*. Leiden: *Martinus Nijhoff*, 18-29.
23. BhaskaraRoa, D. (2007). *Education for all Global Consensus Dehli: APH Publishing Corporation*.
24. Chapman, A., & Russell, S. (eds.). (2002). *Core Obligations: Building Framework for Economic, Social & Cultural Rights*. Cambridge: Intersentia.
25. Donnelly, J., & Howard, F. (1988). Assessing National Human Rights Performance: A Theoretical Framework. *Human Rights Quarterly*, 10 (2), 214-219.



26. Hart, S. (eds.) (2009). *Children Right to Education*. London: Jessica Kingsley Publishers
27. M. Seel, O. (2012). *Encyclopedia of the Sciences of Learning*. Springer; 2012th edition (October 5, 2011).
28. Mendez, M. T. (2012). Language Rights as Collective Rights: Some Conceptual Considerations on Language Rights. *Revista de Filosofia Politica*, (27), 109-118.
29. Mowbray, J. (2013). *Linguistic Justice: International Law and Language Policy*. Oxford: OUP Oxford.

## Investigating the Right to Education in Terms of Related Factors in the Legal System of Iran

Mohammad Mazhari<sup>1</sup>, Seyed Ali Mousavi<sup>2</sup>, Rahim Ravai<sup>3\*</sup>

Received: 03/09/2022

Accepted: 09/01/2022

---

---

### Abstract

The right to education is one of the rights of citizens and considered a basic human and universal right. The right to education and freedom of education have special place in the Human Rights documents. In addition, domestic laws-both ordinary and constitutional- and high level documents have addressed this issue. This article intends to explain the position of the right to education in the legal system of Iran and improve the conditions governing the Iranian educational system in to answer the question: “How is the right to education evaluated in terms of factors related to it in Iran's legal system?”. To this end, after collecting the resources in a library study, deploying a descriptive-analytical method, the position of the right to education and the freedom of education in the international system and domestic law were investigated. As there is an inseparable relation between the right to education and the freedom of education, the right to education can be considered a prerequisite for the freedom of education. Based on this presumption and through examining the legal system of Iran, it is found out that at different legal levels, the legislator has correctly specified the right to education as a fundamental right. However, it seems that there are flaws and defects in this field, which of course can be solved. In fact, relying on the capacities of the Principle 15 of the Constitution of the Islamic Republic of Iran, it is possible to develop plans to explain and develop local education. Furthermore, through equipping public schools and proportionally distributing them at the country level, it is possible to take an effective step towards eliminating inequality in accessing educational facilities.

**Keywords:** the right to education, freedom of education, obligatory, free, local education.

---

1. Assistant Professor, Law department, University of Tabriz, Tabriz, Iran; m.mazhari@tabrizu.ac.ir

2. PhD Student in public law, Law department, University of Tabriz, Tabriz, Iran; seyed.ali.moosaviii@gmail.com

3. M.Sc. Student of public law, Law department, University of Tabriz, Tabriz, Iran; ravaee\_r@yahoo.com

## تحلیل و بررسی تأثیر فرهنگ بر برنامه‌ریزی در فرهنگ شهروندی و شهری ایران

گشتاسب کیانی<sup>۱</sup>، کوروش افضلی<sup>۲\*</sup>، کرامت‌الله زیاری<sup>۳</sup>

### چکیده

هم‌زمان با شروع تمدن انسانی فرهنگ پدیدار شد و همچنان رو به توسعه و گسترش است. با ترقی تکنولوژی از سوی جوامع توسعه‌یافته، فرهنگ غربی همراه با تکنولوژی آن‌ها در فرهنگ‌های دیگر ورود پیدا کرد و یک جایگزینی همراه با تقلید بی‌هدف را به ارمغان آورد. ضعف، رکود و انحطاط فرهنگ‌های غنی و ریشه‌دار محلی به وسیله مجذوب شدن در یک فرهنگ دیگر و ایجاد یک فرهنگ ثابت جهانی، خود به‌عنوان مشکلی بزرگ برای کنترل جوامع، پیشگیری از جرم و هویت‌مند کردن معرفی می‌شود. شهرهای ما در گذشته از میراث و تمدنی گران‌بها با عنوان فرهنگ شهرنشینی در تمام چهارچوب زندگی بهره‌مند بوده، اما با توجه به ترقی و توسعه و ورود تکنولوژی در زندگی، این فرهنگ کم‌رنگ و در حاشیه قرار گرفت و ناهنجاری‌ها در بطن آن قرار گرفته‌اند. شهرهای ما که بر اساس اصول و قواعد حاصل یک معماری ایرانی‌اسلامی است، آیین رخ‌نمای فرهنگی بوده و منعکس‌کننده فرهنگ با توجه به ویژگی‌هایش هستند. امروزه ما با شهرها و مکان‌های پرجمعیتی مواجهیم که هیچ‌گونه از مظاهر و سیما و منظر فرهنگی را در خود جای نداده است. روش پژوهش از نوع توصیفی تحلیلی و با استفاده از منابع کتابخانه‌ای و اسنادی است که به ابعاد تأثیر فرهنگ و برنامه‌ریزی و تحلیل و بررسی جایگاه آن در فرهنگ شهرسازی خواهد پرداخت. نتایج نشان می‌دهد یکی از مؤلفه‌های مهم جامعه شهری مدرن و امروز ایران، مربوط به چگونگی تحقق فرهنگ شهرسازی در بین شهرهای مختلف است که هر یک به‌دلیل داشتن ویژگی‌های خاص جغرافیای رفتاری و فرهنگی، اغلب طراحان، برنامه‌ریزان و مدیران شهری را با چالشی بزرگ روبه‌رو کرده است.

**کلیدواژه‌ها:** فرهنگ، برنامه‌ریزی، توسعه، فرهنگ شهرسازی، هویت شهری.

۱. دانشجوی دکتری گروه شهرسازی، واحد کرمان، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمان، ایران، [gashtaseb.kiani@yahoo.com](mailto:gashtaseb.kiani@yahoo.com)

۲. استادیار گروه شهرسازی، واحد کرمان، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمان، ایران، نویسنده مسئول، [kkafzali1@gmail.com](mailto:kkafzali1@gmail.com)

۳. استاد گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه تهران، تهران، ایران، [zayyari@ut.ac.ir](mailto:zayyari@ut.ac.ir)

## ۱. بیان مسئله

مفهوم فرهنگ دربردارنده علم، آگاهی، اندیشه، آداب، بزرگی و سنجش است و از «فر» و «هنگ» (از ریشه تنگ thang اوستایی) به معنای کشیدن ساخته شده است. فرهنگ و فرهیختن در مفهوم مطابق با اجوکیت (educat) و اجور (ثبعث) به معنای کشیدن و کشش و نیز به معنای علم آموختن، آموزش و تعلیم و تربیت (در زبان اروپایی اجوکیشن (education) و در پهلوی فرهنگ (farhang) آمده است (معین، ۱۳۹۱: ۱۲۷۸). دهخدا واژه فرهنگ را از دو جزء «فر» و «هنگ» (فر به معنای شکوه، شأن، مقام و منزلت و هنگ به معنای کشیدن و وقار) به معنای بیرون کشیدن ذکر کرده است (دهخدا، ۱۳۹۶: ۱۵۱۲).

فرهنگ عمید واژه فرهنگ را به معنای دانش، ادب، علم، آموزش و پرورش، هنر و معرفت، تعلیم و تربیت، آثار علمی و ادبی یک قوم یا ملت و نیز به معنای کتاب آورده است (عمید، ۱۳۹۰: ۱۲۲۰). فرهنگ از کلمه لاتین کالچر (culture) در آغاز قرن ۱۴ هجری شمسی به زبان فارسی راه یافته است (مومنی و مسعودی، ۱۳۹۵: ۶۸).

ادوارد تیلور<sup>۱</sup>، مردم شناس انگلیسی، فرهنگ و تمدن را به یک مفهوم در نظر دارد و آن‌ها را مجموعه‌ای درهم و مبهم از معرفت، عقاید، اخلاقیات، قوانین، آداب و رسوم و همه قابلیت‌ها و عادت‌هایی می‌داند که انسان به عنوان عضوی از جامعه می‌پذیرد. بنابراین در یک جمع‌بندی «فرهنگ به همه نهادها، فنون، هنرها، رسوم، سنت‌ها، ادبیات، اعتقادات (حسینی کازرون، ۱۳۷۳: ۴۲)، مجموعه تدابیر و روش‌های زندگی مشترک گروهی از مردم گفته می‌شود که همسانی در رفتار، روش، ایدئولوژی، اقتصاد، مذهب و تکنولوژی دارند (شکویی، ۱۳۹۹: ۱۲). مفهوم امروزی منظر فرهنگی، نتیجه روند توسعه جامعه کنونی و ارزش‌های حاکم بر آن است. پس از جنگ جهانی و ویرانی‌های حاصل از آن و توسعه عظیم صنعتی، از دهه ۱۹۵۰ مردم فهمیدند که زندگی‌شان ارتباط تنگاتنگ با محیطی دارد که در آن کار و زندگی می‌کنند و این امر، تشخیص هویت فرهنگی و مرجعی روحی و روانی برای روشی متعادل در زندگی را تسهیل می‌نماید (پورجعفر و

---

1. Edward Burnett Tylor

دهقانی، ۱۳۹۰، ۵۲).

مالینفسکی<sup>۱</sup> دربارهٔ فرهنگ می‌فرماید: «فرهنگ عبارت است از یک سیستم منظم اشیاء و فعالیت‌ها و رفتارهایی که هر جزء و عنصر آن در رسیدن به نتیجه‌ای واحد، سهمی بر عهده دارد.» وی فرهنگ را مجموعه‌ای جدانشدنی از عناصر مختلفی می‌داند که از درون به یکدیگر پیوسته‌اند (روح‌الامینی، ۱۳۹۴: ۹۱).

هرسکوویتس<sup>۲</sup> در تعریف فرهنگ چنین می‌گوید: «فرهنگ عمدتاً ساختاری است که بیانگر تمامی باورها، رفتارها، دانش‌ها، ارزش‌ها و خواسته‌هایی که شیوهٔ زندگی هر ملت را بازمی‌نماید... و سرانجام عبارت است از هر آنچه یک ملت دارد، هر کاری که می‌کند و هر آنچه می‌اندیشد» (آشوری، ۱۴۰۱: ۵۰).

روت بندیکت<sup>۳</sup> آمریکایی، از پیشگامان علم مردم‌شناسی، اذعان دارند: «فرهنگ اصطلاحی است جامعه‌شناسیک برای رفتار آموخته؛ رفتاری که با آدمی زاده نمی‌شود و برخلاف رفتارهای زنبورها و مورچه‌های اجتماعی، از راه یاخته‌های نطفه تعیین نمی‌شود، بلکه هر نسل باید آن را از نو از مردم بزرگسال بیاموزد» (همان: ۵۱).

ادوارد تایلور بیان می‌کند: «فرهنگ مجموعهٔ پیچیده‌ای است که شامل معارف، معتقدات، هنرها، صنایع، فنون، اخلاق، قوانین، سنن و بالاخره تمام عادات و رفتار و ضوابطی است که فرد به‌عنوان عضو جامعه، از جامعهٔ خود فرامی‌گیرد و در برابر آن جامعه، وظایف و تعهداتی را بر عهده دارد.» «هیچ جامعه‌ای بی‌فرهنگ نیست و اعتبار هر جامعه به فرهنگ آن است» (منصوری، ۱۴۰۰: ۲۸).

فرهنگ، تلقی و دیدگاه ما از جهان، شیوهٔ زیست جمعی و فردی ما، نشانی از هویتمان، مجموعهٔ درهم‌پیچیده‌ای از اعتقادات، ارزش‌ها و شیوه‌های رفتاری نامیرا، تجلی هنر، موسیقی و ادبیات متکی بر الگوهای ملی، مذهبی، و مدرن است.

فرهنگ ملی، مجموعهٔ همهٔ ارزش‌ها، الگوهای کهن و اساطیری مان می‌باشد و فرهنگ

مذهبی، حاصل اعتقادات شرعی و سننمان است و فرهنگ مدرن، در ارتباط با سایر فرهنگ‌ها و به صورت تحلیل و نقد خود و نوآوری است (حبیب، ۱۳۸۸: ۹۳).

اصطلاح فرهنگ، به مفهوم وسیع می‌تواند برای تبیین تمام جنبه‌های خاص از یک زندگی در نظر گرفته شود یا بر نظام ارزش‌هایی دلالت کند که در این روند زندگی نهفته‌اند و هدف فرهنگی، نیز به مفهوم دریافت و گزارش نظام ارزش‌ها و انتقال آن به نسل‌های آینده است. این انتقال در شهرهایی صورت گرفته که مردم در طول تاریخ شهرسازی، دولت و برگزیدگان آن قدرت یادگیری، دریافت و ارزش‌ها را می‌دانند (توسلی، ۱۳۹۷: ۳۵).

شهرها خود نیز شکل و ترکیب یافته فرهنگی هستند. بسیاری از آن‌ها برای آنکه آرایش و تبدیل به زیستگاه زندگی خوشبختانه گردند، هنرمندان، طراحان و معماران را به کار گماشته‌اند. این روش امروز نیز کاملاً پویاست. در تلاشی که صورت گرفت، نماد فرهنگ ایرانی را که سرشتی از فرهنگ و هویت ملی و مذهبی و مدرن است، در پیکره اش، یعنی شهر یافتیم.

این نمایش همان است که سبب زایش عاطفه می‌گردد تا فیزیک شهر چون خانه و فراتر از آن، چون بهشت، خانه گمشده و موعود انسان خود را آشکار سازد. مشاهده کردیم که کالبد در ظرف مکانی در گذر زمان، از فرهنگ مردمانش تأثیر پذیرفته است و هنگامی که این نگاه فرهنگی با آگاهی در کالبد جلوه می‌نماید، سخن از زیبایی و برتری کیفی نیز به میان می‌آید. پس می‌توان گفت که فرهنگ، نمودی تعیین‌کننده در ساختار فضای شهری است و در شکل‌گیری فضایی، توجه به فرهنگ اهمیت اساسی دارد. از آنجاکه هر ساخت و سازی در فضای شهری، برخاسته از اندیشه و تفکر برنامه‌ریزان و شهروندان است، آن‌ها بر پایه سطح فرهنگ و تفکرات خویش دست به خلق آثار می‌زنند و بر تأثیرپذیری فضای شهری از فرهنگ تصدیق می‌نمایند (فنی، ۱۳۸۸: ۴۴).

کلمه ساخت از کلمه استراکچر (Structure) و از فعل استرر (Stuere) به معنای ساختن و بنا کردن اخذ شده که تا قبل از قرن ۱۷ میلادی، صرفاً در معماری استفاده

می‌شده است؛ زیرا ساخت، محور و ساختاری ثابت، پابرجا و غیرانعطاف میان عناصر و اجزای یک مجموعه است. هنوز در مفهوم آن تردیدهایی است. مثلاً از دیدگاه تئوری‌های مختلف، به‌خصوص راد کلیف براون<sup>۱</sup>، ساخت دارای مفهومی ذهنی و مطلق و بر پایه آنالیز موقعیت‌های اجتماعی واقعی است، در صورتی که ماکس وبر ساخت را ایده‌منطقی روابط صریح می‌داند که بنیان یک واقعیت را تشکیل می‌دهد (توسلی، ۱۳۹۷: ۲).

یونسکو در تعریف خود از فرهنگ، فرهنگ را عنصری می‌داند که شامل همه‌کارها و عکس‌العمل‌های فرد و محیط اطراف او با پارامتر تحتانی زندگی گروه‌های اجتماعی، یعنی مجموعه تدابیر، شرایط و روش‌های زیست یک جامعه است که بر اساس پایه‌مشاع از سنت‌ها، باورها، رفتارها و نیز اقسام متعدد گفتار و حقیقت فرد در درون جامعه، به هم متصل شده باشد.

راپاپورت<sup>۲</sup> می‌گوید: فرهنگ در نظر هر فرد عبارت از گزینش‌های مداوم است که فضیلت مطلوب و شایسته‌ او را در مورد زندگی، وجود و محیط زندگی به نمایش می‌گذارد (حسینی بایگی و همکاران، ۱۳۹۷: ۴۴۵).

فرهنگ در انسان‌شناسی، تمام اصول رفتاری ناشی از تلاش‌های انسانی را در بر می‌گیرد. فرهنگ نه فقط به معنای حاکم بودن بر روش‌ها، کاردانی‌ها و سبک‌های متعارف در قلمرو هنر، موسیقی و ادبیات است، بلکه در بردارنده نحوه سفال‌سازی، دوزندگی ساخت‌وساز هم می‌شود (پهلوان، ۱۳۹۹: ۴۲).

در یک تعریف جامع می‌توان گفت: «فرهنگ شامل عناصری کمابیش هماهنگ و ساختاری از پدیده‌های خدادادی و به دست آمده در زمینه‌های رفتاری و فکری که در طول زمان و مکانی مشخص در جامعه‌ای خاص گسترش یافته و مورد پذیرش‌اند و از طریق سیر و عمل اجتماعی از نسلی به نسل دیگر واگذار می‌گردند» (فکوهی، ۱۴۰۱: ۱۰۱).

نگرش تازه به مفهوم فرهنگ این است که فرهنگ برای قشرهای مختلف در جاهای مختلف و در ادوار مختلف، مفاهیم و ارزش‌های مختلفی دارد. فرهنگ عموماً شامل دو

گروه از پدیده هاست: پدیده‌های رفتاری یا مادی و پدیده‌های فکری یا غیرمادی. فرهنگ مادی به پدیده‌هایی اطلاق می‌گردد که مشهود و قابل لمس و قابل اندازه‌گیری است؛ مانند فن‌ها، ابزارهای کاربردی و تولیدی، داروهای شیمیایی، شیوه‌های پزشکی، وسایل موتوری، نوآورهای الکترونیکی و...؛ فرهنگ غیرمادی به موضوعات و مسائلی گفته می‌شود که قابل اندازه‌گیری با میزان‌های کمی نیست و به راحتی نمی‌توان آن‌ها را مقایسه و سنجش نمود؛ مانند اعتقادات، معیارهای قومی، زبان، هنر، ادبیات، رسوم و... که در واقع ساختار و هویت فرهنگی یک جامعه را تشکیل می‌دهد. بعضی از تجزیه کردن‌ها فقط فرهنگ غیرمادی را «فرهنگ» نامیده و مطالعه آن را کار مردم‌شناسی و فرهنگ مادی را «تمدن» دانسته، تحقیق درباره آن را موضوع جامعه‌شناسی می‌دانند (حسینی بایگی، حنایی و استادی، ۱۳۹۷: ۴۴۶). در مجموع نمی‌توان فرهنگ مادی و غیرمادی را از یکدیگر جدا ساخت. به هم پیوستگی فرهنگ مادی و غیرمادی هر چند آشکارا مشخص نیستند، تأثیر آن‌ها (مستقیم یا غیرمستقیم) به تدریج و با توجهی اندک هویدا خواهد شد (Anderson & Taylor, 2008: 59). اولین وظیفه هر فرهنگ تطبیق با محیط فیزیکی است، زیرا هر محیطی ابزارهای مختلفی برای رشد فرهنگ مشخص می‌نماید و فرهنگ نیز اکثراً از طریق آزمون و خطایی اقتدارگرایانه بر طبیعت برای حل مسائل روزمره محیطی توسعه می‌یابد. هر چند فرهنگ بخش‌هایی از عناصر محیطی را برمی‌گزیند، به ندرت دسترسی به آن‌ها، این فرایند را مورد خطر قرار می‌دهد. از این نظر فرهنگ زمانی رسوخ پیدا می‌کند که انسان در کارآمدترین چهره پیرامون تطبیق با محیط برآید (محمدی اصل، ۱۳۹۷: ۱۶۸). شناخت شهرسازی می‌تواند به منزله شناخت جامعه باشد، اما شهرسازی در دوران مدرنیسم کم‌رنگ و گاهی نادیده گرفته شده است. از آنجاکه معماری به عنوان یک پدیده اجتماعی از فرهنگ نشئت می‌گیرد و به آن تأثیر می‌گذارد، سبک معماری هر دوره انعکاسی از فرهنگ و هنر آن محسوب می‌شود. امروزه یکی از مهم‌ترین دغدغه‌های معماران ایرانی ساخت خانه‌ای مطابق فرهنگ ایرانی شده است؛ لذا مقاله حاضر سعی در معرفی شهرسازی ایران دارد و ارتباط آن با فرهنگ را بررسی می‌نماید. امید است با هرچه بهتر شناختن شهرسازی و



استفاده از آن به رابطه فرهنگ و معماری همت گمارده و نیز امانتدار مناسبی برای آیندگان و نسل بعد باشیم (قنبری و ایران‌منش، ۱۳۹۴).

در ایران طی نیم‌قرن گذشته همانند دیگر کشورهای در حال توسعه، شهر و شهرنشینی از رشد قابل توجهی برخوردار بوده است؛ به گونه‌ای که جمعیت شهرنشین از ۳۱ درصد در سال ۱۳۳۵ به بیش از ۷۱ درصد در سال ۱۳۹۰ و همچنین تعداد شهرها به ترتیب از ۱۹۹ شهر به بیش از ۱۴۰۰ شهر در سال ۱۴۰۱ رسیده است (سازمان شهرداری‌های کل کشور، ۱۴۰۱). با برتری تعداد جمعیت شهرنشین، به‌مرور از تعداد جمعیت مراکز روستایی کاسته شده است. با توجه به اهمیت شهر و شهرنشینی و تحولات آن در جهان سوم، به‌ویژه در کشور ایران از یک‌سو و نبود پژوهشی در باب تأثیر فرهنگ بر برنامه‌ریزی در فرهنگ شهرسازی ایران از سوی دیگر، ضرورت دارد ضمن تبیین نظریه‌های مختلف در باب تأثیر فرهنگ بر برنامه‌ریزی در فرهنگ شهرسازی ایران، چگونگی ارتباط آن‌ها بررسی و تبیین و تشریح شود. هدف اصلی در این پژوهش تحلیل و بررسی تأثیر فرهنگ بر برنامه‌ریزی با تأکید بر فرهنگ شهرسازی در ایران است. لذا سؤال اصلی پژوهش بدین صورت مطرح می‌گردد: آیا برنامه‌ریزی و رشد شهر و شهرنشینی موجب توسعه فرهنگ شهرسازی در یک ساختار فرهنگی می‌گردد؟

## ۲. پیشینه پژوهش و مروری بر مبانی نظری پژوهش

رسول ربانی و فریدون وحیدا در سال ۱۳۸۵ معتقدند که فضا، فرهنگ است و فرهنگ، فضا. این جمله اهمیت اصلی تاریخ جوامع را تشریح می‌نماید. روابط دوسویه افراد و فضاها، از نسلی به نسل دیگر و در جریان توسعه جوامع نقش می‌بندد. این همان چیزی است که «روح فضا» نامیده می‌شود. هر جامعه درصدد ایجاد فضای مخصوص به خود است و به‌دنبال این فضاها و ویژه نیز بسترهای رشد، گسترش و توسعه فرهنگ به وجود می‌آید (Rabani & Vahida, 2006: 47).

نورسیدا یوجانگ و خلیلا زکریا در سال ۲۰۱۵ به اهمیت ابعاد روان‌شناسی مکان و روان‌شناسی اجتماعی مکان در حیات و بازآفرینی فضاها و شهری و نقش مؤثر آن بر

سلامت روانی شهروندان تأکید نمودند. آن‌ها بر این اصل بودند که سلامت روان شهروندان یکی از مهم‌ترین عوامل پایداری جوامع شهری است که می‌توان آن را به کمک اهمیت مکان و درک مکان و پیوند مباحث روان‌شناسانه از مکان، گسترش، توسعه و بهبود بخشید (Ujang & Zakariya, 2015: 709).

شون لیو و لوئیس تئوچانگ نیز در سال ۲۰۱۶ در جوامع توریسم‌محور، از اهمیت این موضوع اظهار می‌دارند. روش‌های مشترک تعلق مکانی و اجتماعی در جوامع توریسم‌محور و تأثیرات بسزای آن بر مراودات، تعاملات و تجارت شهروندان (بین عرضه‌کننده و متقاضی) حاکی از اهمیت نقش حس مکان در جوامع بزرگ با فرهنگ‌های مختلف است (Shuwen & Cheung, 2016: 174).

بنیان هر شهر از یک سو نمایانگر هماهنگی فضایی کالبدی شهر با شرایط و عوامل زمان و از سوی دیگر، گویای چگونگی جریان عملیات اصلی شهر است (پوراحمد و یزدانی، ۱۳۸۴: ۳۰).

در دوره‌های مختلف تاریخی، شکل‌گیری متفاوتی از فضاهای شهری دیده می‌شود. ریخت‌شناسی و شکل شهر، در آرایش‌های مختلف اجتماعی اقتصادی جهان گوناگون است. بر همین مبنا در ایران قبل و بعد از اسلام، عرصه‌های شهری خاصی شکل گرفته که یکی از عوامل تأثیرگذار در شکل این شهرها در هر در مقطعی، عامل فرهنگ بوده است (امان‌پور و سعیدی، ۱۳۹۶: ۸۶).

ظهور این عوامل و اعتقادات در ساختار فضاهای شهری، نشان از این واقعیت دارد که هر چه بنیادهای فرهنگی ملتی استوارتر و ریشه‌دارتر باشد، دوام و استحکام آن ملت پابرجاتر خواهد بود (سجادزاده و همکاران، ۱۳۹۴: ۴).

در طول تاریخ، فرهنگ و معماری ایرانی از یکدیگر منفک نبودند و معماری از فرهنگ مردمان پرورش می‌یافت. درون‌گرایی، حریمیت، پیوند با طبیعت، هندسه، تناسبات و اندازه‌های به‌کاررفته، شفافیت و تداوم، تعادل و توازن، راز و ابهام به‌کاررفته در بناها، همه به‌نوعی بیانگر فرهنگ خانواده‌های ایرانی و اسلامی ساکن در آن ابنیه است. با گسترش

روند جهانی شدن، تصویر عمومی بسیاری از اشکال معماری، به‌ویژه در کلان‌شهرها به سمت نوعی شبیه بودن و هم نوعی در شکل و مفهوم سوق داده شده است؛ به‌صورتی که این ساخت‌وسازها بیش از اینکه در هماهنگی با بستر محلی، فرهنگی و ارزش‌های آن باشند، به نمونه‌های مشابه خود در اقصانقاط دنیا همانندی دارند. همچنان‌که محیط و شرایط زیست بشر در گذر زمان منقلب شده و نیازها و خواسته‌های او نیز جابه‌جا شده است، فرهنگ و ارزش‌های اجتماعی نیز به تناسب آن دگرگون شده‌اند. جمعیت جهان رو به فزونی است و مکان‌های جمعیتی روزبه‌روز گسترده‌تر و تراکم‌تر می‌گردد. میزان منابع طبیعی، آب، هوا و زمین که معمولاً ناچیزند، با روند افزایش جمعیت استفاده‌کننده کاهش می‌یابند. تأثیر این برتری و توسعه چه ما آن را خوب در نظر بگیریم یا بد، در موارد گوناگون، موجب افزایش مقیاس تراکم در مقیاس شهرها شده است. از بین رفتن حرایم خصوصی، ایجاد اشرف، تخریب حرایم ارتفاعی و زدودن حیات واقعه‌ای در فضاهای باز و... نمادی می‌باشد از فقدان برنامه‌های مفید و اثربخش برای جایگزینی تراکم کالبدی که عناصر فرهنگی را به‌عنوان عامل‌های اولیه مورد توجه قرار نداده است (سخنی‌نیا، ۱۳۹۸: ۱۱۱).

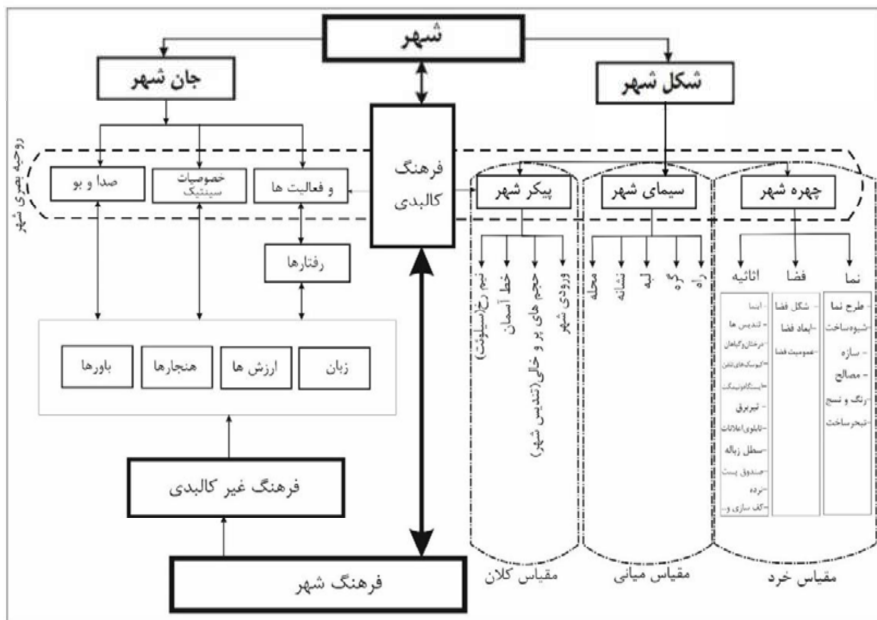
شهرسازی امروز به‌دلیل عمده مسائل تازه، به‌ویژه مشکلات فرهنگی و خواسته‌های روحی، روانی و عاطفی مردم، دستخوش تحولات اساسی شده است. گسترش‌گرایش به شهرسازی کارآمد یکی از بارزترین این عوامل‌هاست. شهرسازی اثربخش برخلاف شهرسازی مدرن‌الگوی یکسان و سمت‌وسویی یکجا نداشته و هر منطقه بر اساس توان‌های انسانی، زیست‌محیطی، اقتصادی، فنی و علمی خود نظام شهری مخصوص خود را فراهم می‌کند. امروزه فرهنگ جوامع به‌عنوان یک سرمایه اجتماعی در برنامه‌ها و طرح‌های شهری جلب توجه قرار می‌گیرد (اخوان‌خرازی، ۱۳۸۷: ۵۲).

محیط کالبدی که ما به وجود می‌آوریم، به همان اندازه‌ای که پدیده‌ای ساختاری است، پدیده اجتماعی نیز هست. فرهنگ از جمله عوامل مهم و تأثیرگذار در رفتارها، و یکی از متغیرهای وجود انسان است که همیشه همراه اوست، ولی در بیشتر موارد به‌طور مستقیم

به آن توجه نمی‌شود.

روند حاکم بر دگرگونی‌های شهری، گرایش به سمت همانندسازی و انهدام هویت‌های فرهنگی (ملی و محلی) دارد. نگاهی به نحوه ایجاد هویت‌های کالبدی در شهرها می‌تواند گامی در جهت شناخت ریشه بحران بی‌هویتی در شهرها باشد.

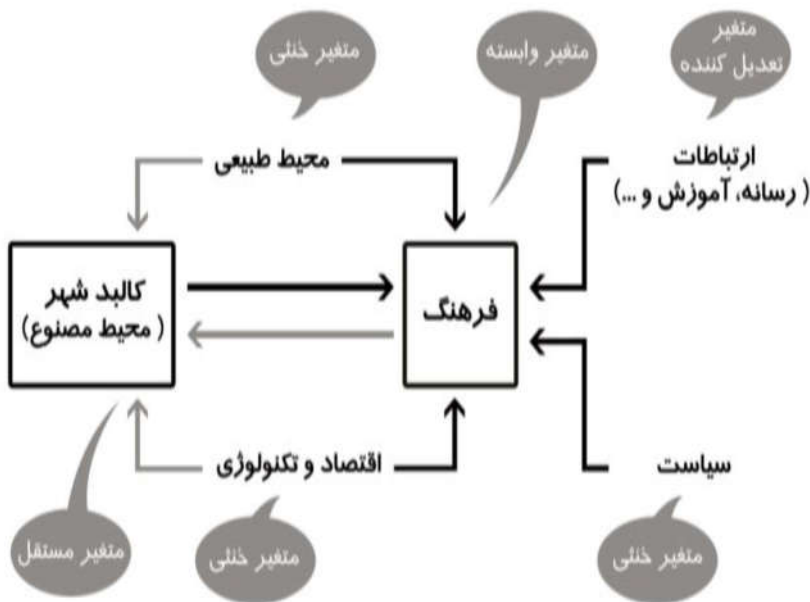
فضاهای شهری در جریان ساخت‌وساز در کشور ما، مورد بی‌توجهی فراوان واقع شده‌اند. در بهترین شرایط، نگاه به این فضاها از یک ضرورت صرفاً عملکردی است که در حیطه تک‌روی شخصی هستند. در هر دو حالت، اعتبار فضای شهری برخاسته از سرشت و وابسته به پیشامدهای و دادوستد اجتماعی جاری در آن نیست، بلکه این فضاها اعتبار خود را حداکثر از انبوه‌های ساختاری یا کارکردی که در خدمت آن است، عاریت می‌گیرند.



شکل ۱: چهارچوب نظری پژوهش (خستو، ۱۳۹۹: ۴۵۰ و مطالعات نگارندگان)

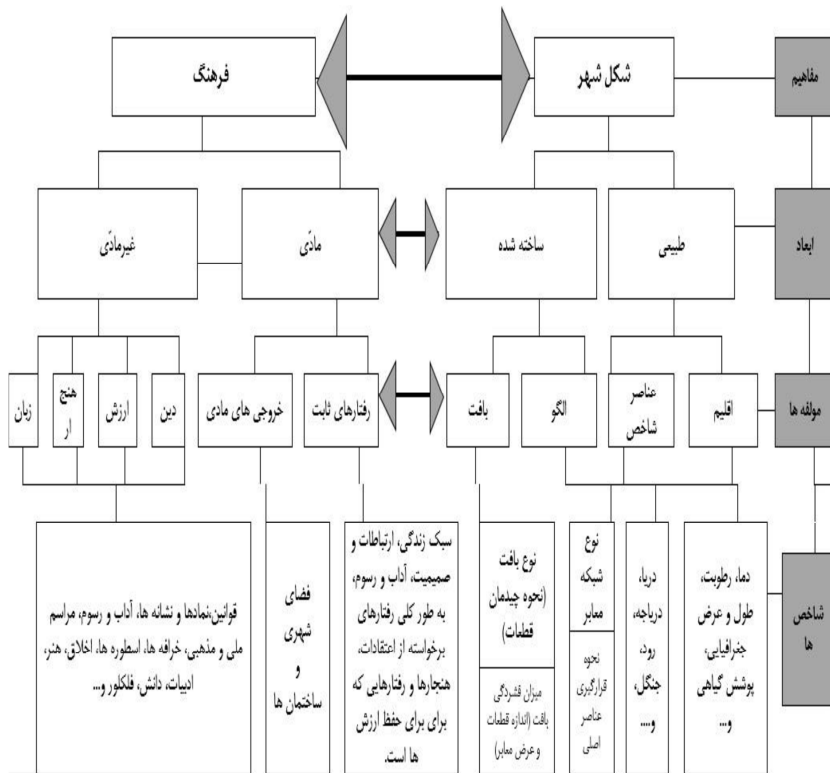
در ابتدا شهر تحت تأثیر موارد گوناگون شکل می‌گیرد؛ سید محسن حبیبی این عوامل را به‌طور کلی برای ایران قدیم به سه دسته باورها و جهان‌بینی، اقتصاد و اقلیم دسته‌بندی

می‌کند (حبیبی، ۱۴۰۰: ۴). در شهر باستان ایرانی عقاید محکم مردم در ساخت شهر نمایان می‌شد، ولی امروز بیش از همه، اقتصاد و تکنولوژی خودنمایی می‌کند. در شکل ۱ نشان داده شده که چگونه سه عامل فرهنگ، محیط طبیعی و اقتصاد و تکنولوژی شکل شهر را می‌سازند و خود فرهنگ نیز به وسیله همان‌ها به علاوه سیاست و ارتباطات، سبب دگرگونی می‌گردد.



شکل ۲: مفاهیم و متغیرها (خستو، ۱۳۹۹: ۴۵۱ و مطالعات نگارندگان)

با توجه به شکل ۲، اگر سیره زندگی، مراودات، همدلی، رسوم و به‌طور کلی کردارهای برخاسته از عقاید، معیارها و روش‌هایی باشد که برای حفظ ارزش‌هاست، آن را فرهنگ مادی در نظر می‌گیریم. فرهنگ غیرمادی شامل چهار عامل زبان، ارزش‌ها، هنجارها، و باورها می‌شود. بنابراین منظور از فرهنگ در این اینجا فرهنگ غیرمادی است. آنچه در شکل ۲ مشاهده می‌شود، این است که شکل شهر و فرهنگ و همچنین ابعاد رویه‌های آنها، دارای ارتباط دوطرفه‌اند.



شکل ۳: مدل مفهومی ارتباط عناصر فرهنگ با فرم شهر (خستو، ۱۳۹۹: ۴۵۱)

می توان گفت که فرهنگ یک جامعه نوع اقتصاد، و اقتصاد آن جامعه نه تکنیک، و نوع تکنیک، بلکه ساخت و نظام کالبدی آن جامعه را مشخص می سازد. بدین ترتیب سه فرهنگ اسلام، غرب و سوسیالیزم که دارای نظام های اقتصادی اجتماعی گوناگون از همدگرند، شکل ساخت شهری متمایزی را ایجاد کرده اند.

### ۳. فرهنگ و فرهنگ شهری

فرهنگ و تمدن به معنای وسیع انسان شناختی آن، مجموعه ای کلی از دانش، اعتقاد، هنر، قانون اخلاقی، رسوم و هرگونه قابلیت ها و عادات دیگری را در نظر دارد که انسان به عنوان جزئی از جامعه، آن ها را کسب می کند. فرهنگ به معنای وسیع آن، در میان گروه های اجتماعی از نسلی به نسل دیگر انتقال می یابد. برخی از علوم فرهنگی همچون

مقیاس زمان احتمالاً در بین اکثر عضوهای یک گروه اجتماعی مشخص، به درستی شناخته شده‌اند، ولی گونه‌های دیگری از علوم مانند داستان‌های یا اسطوره‌های خاص هستند که احتمال دارد همه افراد، شناخت اندکی از آن‌ها داشته باشند. از آنجاکه فرهنگ بر روش اندیشیدن انسان‌ها تأثیر می‌گذارد، ناگزیر بر شیوه آن‌ها نیز بی‌تأثیر نیست. به هر حال، فرهنگ برخلاف ویژگی‌های ژنتیکی انسان، به جای آنکه از راه‌های ژنتیک انتقال یابد، از راه‌های اجتماعی از نسلی به نسل دیگر انتقال می‌یابد (Coleman & Watson, 1993: 5).

در بُعد تاریخی، شهر نقطه‌ای است که در آن حداکثر تمرکز قدرت و فرهنگ یک مجموعه نمایان می‌گردد (Mamfred, 2006: 21). در جامعه‌شناسی، مفهوم فرهنگ همراه با مفهوم جامعه، خیلی آمده است و عبارت است از ارزش‌هایی که اعضای یک گروه معین دارند، معیارها و ضوابطی که از آن هدایت می‌یابند و عوامل مادی که خلق می‌کنند (Giddens, 1998: 36). فرهنگ شهری را می‌توان در سه قالب دسته‌بندی کرد: ۱. به معنای سیر زندگی و دربرگیرنده مجموعه‌ای از معیارها، ارزش‌ها، اعتقادات و نگرش‌ها؛ یعنی نوع زندگی در شهر، به معنای پیروی فرد شهرنشین از اصول و قواعد مانند احترام به قوانین شهری، رعایت حقوق فرهنگی و مذهبی دیگران؛ ۲. توجه و احترام به مجموعه کالبدی، طبیعی و نشان‌هایی که معنای خاصی را برای شهرنشینان به وجود می‌آورد و ممکن است به باورهای ذهنی و روانی آن‌ها مربوط باشد. ۳. جنبه‌ای از معنای فرهنگ شهری، توجه به منابع فرهنگی از جمله خرده‌فرهنگ‌ها، بناها و آثار تاریخی، آداب و رسوم، فولکلور و دیگر منابعی که زاده زیستگاه شهری هستند. از ویژگی‌های بارز فرهنگ شهری، پیچیده بودن و تفاوت کمی و کیفی عوامل آن است (صرافی، ۱۳۸۳: ۲۳).

دیدگاه فرهنگ‌گرایان متأثر از اندیشه‌های شهرسازان قرن نوزدهم، همچون راسکین<sup>۱</sup>، موریس<sup>۲</sup>، کامیلوسیت<sup>۳</sup>، اوژن ویوله<sup>۴</sup> و...، تأکید بر ارزش‌های فرهنگی بومی در شهر است.

1. John Ruskin
2. Maurice
3. Camillo Sitte
4. Eugene Viollet-le

فرهنگ‌گرایان توجه به ارزش‌های بومی و فرهنگی را به‌عنوان پایه مداخله کردن می‌دانند. فرهنگ‌گراها بر این باورند که فضاهای شهری باید متناسب با ساختارهای فرهنگی و فضاهای شهری گوناگون و غیرقابل پیش‌بینی باشد (شماعی، ۱۳۸۹: ۹۹). این دیدگاه در نگاه به شهر محورهای معنوی را بر محورهای مادی بهتر و بالاتر در نظر دارد و کل شهر یا مجموعه شهر را بر جزء چیره می‌داند و مفهوم فرهنگی شهر بر مفهوم مادی آن تواناست. شهر فقط از طریق سازمان‌های اجتماعی فرهنگی زنده و پویا می‌شود. برگشت به گذشته و توجه به زیبایی‌شناسی و انعطاف‌پذیری از مشخصات بارز آن است (زیاری، ۱۳۹۶: ۱۴). همچنین شهر را معمولاً کانون یادگیری به‌دست‌آمده، ارتباطات، قراردادهای الزام‌آور، شلوغی، منفعت‌طلبی، فردگرایی، آزادی، تنهایی و گمنامی، بدخوبی، بی‌توجهی، تعقل و خردورزی، ابزارگرایی، نقش‌ها و روابط رسمی و غیرشخصی، عقلانیت و حسابگری، روح سودجویی و مادی‌گرایی، قانون‌گرایی، سطحی‌نگری و مصنوع بودن روابط و یا به جابه‌جایی تازه کانون، تقسیم کار درهم و تخصصی شدن کارکردها، مشارکت سیاسی، انسجام اجتماعی، تغییرات اجتماعی و تحرک فرهنگی، قدرت و ثروت و منبع اطلاعات و نوآوری می‌داند (افروغ، ۱۳۹۶: ۱۱۰).

#### ۴. رابطه فرهنگ با طراحی فضاهای شهری

هرچه فضاهای شهری سازگاری بیشتری با رفتارهای انسانی که ریشه در فرهنگ جوامع دارند زیادتر باشد، آن جامعه توانایی فرهنگی بیشتری خواهد داشت. جامعه شکوفا، توانمند و سالم نیاز به فضایی دارد که نه فقط در جهت آسایش و رفاه افراد و گروه‌ها عمل کند، بلکه رویه‌های مفید، شایسته و مطلوب را تشویق و رفتارهای نامطلوب را کنار بزند (Pakzad, 2006: 76).

فضای شهری فضایی فرهنگی کالبدی است که بر اساس نیازها و فعالیت‌ها و رفتارهای ساکنان آن شکل گرفته و بستری برای رفتارهای ساکنان آن است. به همان مقدار که رفتارها و فعالیت‌ها بر همگرایی شهری اثر می‌گذارند، فضای شهری نیز بر این فعالیت‌ها اثرگذار است. پس طراحی شهری فرایندی است خلاق که نمود و تبلور فرهنگی



ارزش‌های جامعه است. نکته مهم و قابل توجه این است که در هنگام طراحی، به ویژگی‌های بارز فرهنگی جامعه توجه شود (Bahreyni, 2003: 47).

فرهنگ همیشه از اصلی‌ترین ارکان زندگی بشر بوده است. در دنیای کنونی، تغییرات فرهنگی به‌طور واضح به چشم می‌خورد و عوامل مؤثر بر این تغییرات به موضوعی بحث‌برانگیز مبدل شده است. عناصر شکل فرهنگ نظیر زبان، جهان‌بینی، مذهب، آداب و رسوم، اعتقادات و باورها، ارزش‌ها، هنجارها و معیارها، هنر، علوم و فناوری، تاریخ و میراث، داستان‌ها و افسانه‌ها، عرف‌ها و قانون‌ها، نمادها، عادات رفتاری و سبک‌های زندگی بر اثر موضوعات متفاوت در حال تغییرند. از مصداق‌های تغییر فرهنگ در ارتباط با ساختار شهر می‌توان به تحول در ارزش‌ها از درون‌گرایی به برون‌گرایی، دگراندیشی در اعتقادات، دگرگونی در آداب و رسوم، تعویض در زبان، نگرش در جهان‌بینی (مثلاً رفتن به سوی تجمل‌گرایی) و... اشاره کرد. مسائل و مشکلاتی از قبیل بیگانگی افراد نسبت به هم، انفصال اجتماعی، ناهنجاری‌های رفتاری، کم‌رنگ شدن آداب و رسوم، تحول در ارزش‌ها، سرکشی، تجملات و سایر مشکلات اجتماعی، ضرورت پرداختن به عوامل مؤثر بر تحولات فرهنگ را نمایان می‌کند (حسینی بایگی و همکاران، ۱۳۹۷: ۴۴۴).

##### ۵. تغییر فرهنگ به‌واسطه کالبد در ایران

فلات ایران زیست‌بوم انواعی از اعتقادات، رسم‌ها، سنت‌ها و نشانه‌های آیینی است. از زاویه‌ای دیگر به‌جهت موقعیت جغرافیایی، تاریخی و زبان، محل حضور اقوام و ملت‌های مختلف نیز می‌باشد. به همین دلیل یک محور و مسیر فرهنگی به حساب می‌آید و مبنی بر باورها و نمادهای آیینی ملت‌های دیگر نیز بوده و می‌باشد (جهانبخش، ۱۳۹۶: ۹۳)

در شهرسازی سنتی ایران، مردم دارای یک زندگی فردی (خانواده) و یک زندگی جمعی (اجتماع) هستند. ارتباط اجتماعی در یک فضای همسایگی (محله) از پیش‌نیازهای زندگی در شهر محسوب می‌شود. ارتباط خانواده‌ها با یکدیگر، بازی کودکان با هم، روابط مردم محله‌ها، محل اجتماع و انجام مراسم مختلف در شهرهای ایران به‌لازمه برقراری رابطه صمیمی و اجتماعی مردم با همدیگر توجه دارد. این مورد در طرح محله‌ها و نواحی

شهری در ایران به خوبی آشکار است (شیعه، ۱۳۹۸: ۴).

در شهر، هر معبر اصلی نیز کمابیش به فضاها و فعالیت های عمومی اختصاص داشت، اما معابر فرعی بیشتر مخصوص محله های مسکونی فعالیت های نیمه عمومی بودند؛ چنان که بیشتر این گونه معابر محل تجمع زنان و بازی بچه ها (در برخی اوقات روز مانند عصرها) بود. دامنه کارکردهای معابر چنان گسترده و متنوع بود که در بعضی از شهرها از معابر بسیار کم عرض موسوم به (کوچه آشتی کنان) برای آشتی دادن افرادی که بین آنها کدورت وجود داشت، استفاده می کردند (سلطانزاده، ۱۳۹۲: ۱۷).

از سوی دیگر در شهر کهن ایرانی، فضاهای شهری بستری برای برگزاری انواع مراسم ملی مذهبی (جشن ها و عزاداری ها) بود. کیفیت اجرای برگزاری بسیاری از مراسم مثل تعزیه به محل و امکانات آن بستگی داشت.

با افزایش جمعیت شهرها بلندمرتبه سازی و فزونی تعداد طبقه ها رونق گرفت؛ به گونه ای که گاه بلندی تعداد مجتمع های آپارتمانی و تعداد طبقه ها معیاری برای نشان دادن اهمیت اعتبار، ترقی و توسعه به حساب می آمد (همان: ۷۷).

امروزه در شهرها عدم تناسب، کمی هویت، جانمایی، تقلید، پیروی کردن، فردگرایی، مصرف زدگی، تجمل گرایی، اهتمام در تمایز از همگان، فشار روانی، آلودگی، زشتی، فقدان دوستی و آشنایی و موارد بسیاری کمبودها که لازمه زندگی انسانی هستند، در ساخت و ساز مسکن های شهرها به چشم می خورد. کالبد و فضاهای زیستی کاملاً منقلب شده و با گرایش به همانندی به سوی نمونه های وارداتی می روند؛ اسم ها و فضاهایی از قبیل آپارتمان، ویلا، سوئیت، پارک به همراه نابودی فضاهای بومی رشد یافته اند که قاعده خاصی از رفتار و فرهنگ را می طلبند. (با ورود لغات جدید به زبان) از این به بعد آپارتمان سازی، کوچک سازی و پیروی از الگوهای مدرن موجب سستی و ازهم گسیختگی ارزش های گذاشته می شود.

شاردن<sup>۱</sup>، بازرگان فرانسوی، در سفرنامه خود نوشته است: ایرانیان با خوب و بد

زندگی، سختی‌ها، ستم‌ها، فرازونشیب‌های آن از دیدگاه فلسفی برخورد می‌کنند؛ نه از بد روزگار هراس دارند و نه از خوب آن غره می‌شوند. او همچنین از آداب‌دانی ایرانیان در نامه‌نگاری سخن گفته است (شاردن، ۱۳۵۰، ج ۳: ۸۶۲).

اسلامی ندوشن معتقد است فرهنگ ایران بعد از اسلام، فرهنگ کلامی است؛ منظور از کلامی بودن این است که بیشتر ظواهرسازی فرهنگی ما از طریق بیان صورت می‌پذیرد. برخلاف برخی از کشورهای دیگر یا حتی خود ایران قبل از اسلام که فرهنگ از طریق هنرهایی چون موسیقی، نقاشی و مجسمه‌سازی و... پدید می‌آمده است، در اینجا تقریباً بار هنرهای دیگر را زبان و به‌خصوص زبان شعر به عهده گرفته است (اسلامی ندوشن، ۱۳۹۴: ۱۵۲).

#### ۵. رابطه فرهنگ و ساخت شهر

سه عامل فرهنگ، اقتصاد و اقلیم، مشخصه‌های فیزیکی، فرم، ساخت و ریخت‌شناسی شهری را تشکیل می‌دهند. فرهنگ‌های متعدد، نظام‌های اقتصادی گوناگونی را به وجود می‌آورند و توان جابه‌جایی اهداف اقتصادی و سیاسی یک جامعه را دارا هستند؛ چون درک کامل یک شکل و یک نظام اقتصادی بدون دانستن شالوده و عناصر فرهنگی آن نظام هموار نیست.

#### ۱-۵. فرهنگ سوسیالیسم و ساخت شهر

فرهنگ سوسیالیست نظام اقتصادی اجتماعی کالبدی بلوک شرق را دگرگون نمود. در نظام سوسیالیستی، اقتصاد جمعی است که به قدرت دولت مرکزی نیاز دارد و وظیفه آن تعیین اهداف اقتصادی مشخص، رفع نابرابری‌ها و از بین بردن مالکیت خصوصی است. در شوروی سابق، به‌عنوان نمادی از سوسیالیسم، شکل، مکان، بافت و کارایی اقتصادی شهرهای کوچک و بزرگ عملاً از سیاست‌ها و تجارت تأثیر می‌پذیرفت که از نظر تاریخی از مسکو آغاز شده و به‌صورت سلسله‌مراتبی و پی‌درپی به مکان‌های روستایی انتقال می‌یافت و نیروی محرکه این استراتژی‌ها را فرهنگ و برنامه‌ریزی سوسیالیسم تشکیل می‌داد.

جنبه‌های اصلی ساخت شهر در شوروی سابق تحت تراکم بالای جمعیت، دسترسی

به زمین، نبود تفاوت‌های فضایی بین گروه‌های اجتماعی، نظم و ترتیب نسبی از نظر خدمات عمومی، ساختار شغلی مشخص، تکیه به حمل و نقل عمومی، غلبه سیاست، نبود رقابت فردی در چشم‌اندازهای شهری و سیاسی، سرانه پایین و جدایی‌گزینی بوم‌شناسی بود (زیاری، ۱۳۸۲: ۹۸).

از این رو در فرهنگ سوسیالیسم، ساخت‌وساز ویلاهای شهری باغچه‌دار و مسکن‌های تک‌خانوار در شهرهای بزرگ ممنوع بود. بعد از سقوط سوسیالیسم، تغییرات عمده‌ای در ساخت فضایی کالبدی شهرها و توسعه جوامع محلی به وجود آمده که بر فرم، تراکم و تنوع شهرها نیز تأثیر گذاشت. از نظر فرهنگی، برنامه ریزان شوروی سابق در ساخت شهرها، مدل عقلایی محله، شهر و منطقه مادرشهری را در نظر داشتند که در آخرین روزهای حیات سوسیالیسم وعده الگوی «انسان - مرکز» را در ساخت چشم‌اندازها می‌دادند.

در مجموع فرهنگ سوسیالیسم ساخت نوعی خاص از فضای شهرها را به وجود آورد که از نظر نظام کالبدی، دو تکه و با دو فرهنگ متمایز و معین بود.

## ۲-۵. فرهنگ غرب و ساخت شهر

ساخت شهرهای غرب از عوامل تاریخی، اقتصادی، سیاسی و فرهنگی تأثیر پذیرفته، به طوری که خیلی از شهرهای اروپایی، تنها کانون بزرگ فرهنگی ملت‌های آن جوامع بود. مطالعاتی که توسط هارلن باروز<sup>۱</sup> از مکتب شیکاگو در مورد شهرهای آمریکا صورت گرفت و سپس به وسیله کارل ساور<sup>۲</sup> از «مکتب برکلی» تکمیل شد، نقش گروه‌های فرهنگی، مذهبی و زبانی را در فرم سازمانی فضایی کالبدی (شهر، محله، مسکن) مؤثر می‌داند و معتقد است که منظرهای فرهنگی در کالبد دورنماهای طبیعی و به وسیله گروه‌های فرهنگی شکل می‌گیرند. پس در غرب یک عامل مسلط است و منطقه طبیعی به مثابه زمینه‌ساز عمل می‌کند. بنابراین فرهنگ نتیجه کار است و نظام کالبدی، الگوها و ویژگی‌های فرهنگ جامعه را تشریح می‌کند.

میچل کانزن<sup>۱</sup> در سال ۱۹۷۸، تفاوت‌های فرهنگی را در داخل شهرها و میان‌شهرها در فرم شهرها، به عنوان عامل‌های اصلی ذکر می‌کند. وی ضمن اشاره به تأثیر «داروینیسیم اجتماعی» بر زندگی مردم آمریکا، به نقش عوامل سیاسی و زمینه‌های فرهنگی در مورد مورفولوژی شهرها اشاره می‌کند (Conzen, 1973: 293).

پس تمام نظریه‌پردازانی که مورفولوژی و نظام اکولوژیک شهرها را در غرب بررسی کرده، از مکاتب گوناگون به تحلیل آن پرداخته‌اند، به تأثیر فرهنگ غرب در ساخت‌ها و نظام کالبدی و جدایی‌گزینی اکولوژی اشاره مستقیم دارند که از آن جمله می‌توان به رابرت پارک<sup>۲</sup> از «مکتب شیکاگو»، لوئیس ورث<sup>۳</sup> جامعه‌شناس شهری، و آموس هاولی<sup>۴</sup> از «مکتب نئو اکولوژیک» اشاره کرد. در این خصوص «آرمان‌گرایان» برای عامل فرهنگ و ایدئولوژی نقش بیشتری قائل‌اند. امروزه نیز تسلط عامل فرهنگ و ایدئولوژی را به‌وضوح می‌توان در شهرهای قرون وسطایی، فنودالی، رنسانسی، صنعتی و فراصنعتی دید. از انقلاب صنعتی تاکنون مکاتب فرهنگی متعددی در چشم‌اندازهای شهری و مکانی مؤثر بوده، به‌طوری‌که دیدگاه‌های مکاتب شهرسازی آرمان‌گرایی، اصلاح‌طلبی، فرهنگ‌گرایی، نوگرایی، فرانوغرایی، تکنوتوپ، و فراتر از فرانوغرایی نوعی خاص از نظام بشری را رواج می‌دارند. فرضاً مکتب فرانوغرایی، نوعی شهرسازی کثرت‌گرا را مطرح ساخته، محیط‌زیست را به کاربری‌ها و سبک‌های مسکونی نامتناسب گسیل می‌دهد و از وحدتی که در مکان‌های منظم، ساخت اجداد و پیشینیان وجود دارد، کاملاً مخفی می‌کند.

در مکتب «فراتر از نوگرایی» سنت‌ها دوباره کشف می‌شوند. در این مکتب شهرها بر اساس مسکن، صنعت، تجارت، تفریح منطقه‌بندی جمعی بر اساس ایمان و دلسوزی ساخته می‌شوند. می‌توان گفت که مکاتب فرهنگی دیگری همانند مکتب دوگانگی «ثنویت»، اثبات‌گرایی، تجربه‌گرایی، سرمایه‌داری، مصرف‌گرایی، خردگرایی، نسبت‌گرایی، کلان‌گرایی، انحصارگرایی، بدبینی، هرکدام ایدئولوژی خاصی در ساختارهای شهری و

---

1. Michl Conaen  
2. Robert E. Park  
3. Louis Wirth  
4. Amos Hawley

خلق چشم‌اندازها دارند (ترنر، ۱۳۹۶: ۱۶).

در مجموع، برنامه‌ریزی شهرهای سرمایه‌داری مبتنی بر تولید، مدیریت، ایجاد مسکن خصوصی، جاده، راه‌آهن، شبکه‌های ارتباطی و پارک‌هاست.

### ۳-۵. فرهنگ اسلامی و ساخت شهر

اصولاً شیوه شهرسازی ایرانیان قبل از اسلام بر سبک‌های بخصوصی مبتنی بود. در هر دوره با توجه به فرهنگ آن‌ها، الگویی خاص مدنظر بود. در دوره ماد (قرن ۷ قبل از میلاد) سبک پارسی حاکم بود که دگرگونی‌های شهر از تغییرات قدرت سیاسی و اقتصاد مبتنی بر (غارت) شکل می‌گرفت و فرهنگ مذهبی یا مقوله جهان‌بینی در ساخت‌های کالبدی تأثیر زیادی داشت. در دوره هخامنشیان، سبک پارسی متداول بود و فرهنگ دودمان تأثیر اساسی داشت. در این دوره، شهرها بر اساس باورهای مذهبی و به شکل مربع ساخته می‌شد. وجود قصرهای حکومتی با دیوارهای سنگی به استحکامات نظامی گویای نقش فرهنگ طبقاتی در شهرسازی آن دوره است. در دوره اسکندر و سلوکیان (قرن ۳ قبل از میلاد) سبک هلنی - پارسی رایج شد و شهر را بر مبنای اختلاط دو فرهنگ شرق و غرب گسترش می‌دادند، به طوری که با شهرهای قبل از خود تفاوت بارزی داشت. در دوره اشکانیان (قرن چهارم پیش از میلاد) سبک پارتی متداول و نظام فضایی کالبدی بر فرهنگ طبقات اجتماعی و کم‌رنگ شدن فرهنگ یونانی مبتنی حاکم شد. در این دوره، نظام سلسله‌مراتب فضایی با دیوارهای محصور از مرکز شهر تا حاشیه به صورت جدایی‌گزینی طبقات اجتماعی، شامل خاندان سلطنتی درباریان، صاحب‌منصبان، مغان و روحانیان، پیشه‌وران، روستاییان و بردگان بوده است. در دوره ساسانیان هم ساخت شهر بر مبنای فرهنگ طبقاتی مشتمل بر پادشاهان بود، درباریان، موبدان، نظامیان، دبیران، دهقانان، به صورت جدای از هم هویت یافته است (حبیبی، ۱۴۰۰: ۲۵).

بدین ترتیب نظام فضایی کالبدی شهر قبل از اسلام شامل سه بخش «کهن دژ»، «شارستان» و «سواد» (حومه) بوده، ضمن اینکه بخش کهن دژ، محله سکونت پادشاه، حکام و درباریان بوده و اغلب در بهترین نقطه شهر و در سطحی بالاتر از سایر نقاط قرار داشته

که توسط دروازه به خارج متصل می‌شده است. این بخش نظامی خودکفا داشته و از برج و بارو و خندق برای حفاظت ساکنانش برخوردار بوده است. بخش دوم شهر یا شارسطان، در دورهٔ مختلف شاهنشاهی چهره‌ای متفاوت داشته، محل سکونت دبیران، مغان، روحانیون، کسبه و شهروندان و دارای حصار و دیگر استحکامات لازم بوده است. در حومهٔ اغلب شهرها و روستاها، سکونتگاه‌هایی برای کشاورزان و گاه پیشه‌وران احداث می‌شده که به سواد یا حومه معروف بوده است (سلطان‌زاده، ۱۳۹۶: ۶۸).

فرهنگ اسلامی با شعار برابری، برادری و تحرک عمودی و افقی، باعث پویایی جامعهٔ شهری و پویایی مردم در جامعهٔ شهری گردید، به طوری که میان مفهوم شهر و فرهنگ اسلامی در ابتدای امر، رابطهٔ نزدیکی برقرار گردید. اولین دولت اسلامی در شهر شکل گرفت. فرهنگ اسلامی برای حریم زندگی خانوادگی و ارزش‌های آن اهمیت و احترام قائل شد. از این رو همهٔ دستورات و قوانین به گونه‌ای برنامه‌ریزی شده، ساخت شهر را تحت تأثیر قرار داد و به ریخت‌شناسی آن‌ها هویت و استحکام ویژه‌ای بخشید که با دیگر شهرهای نواحی جهان متفاوت است (شکویی، ۱۳۹۹: ۱۸۸).

سیاست خاص اسلام در دورهٔ نخست امپراتوری اسلامی بر توسعهٔ شهرهای موجود (ری، اصفهان و دمشق) با رنگ‌وبوی اسلامی و ایجاد شهرهای نوین (کوفه، بغداد، سامره، شاه جهان) استوار بود (حبیبی، ۱۴۰۰: ۴۱).

بدین ترتیب تأثیر فرهنگ اسلام در ساخت فضایی شهر در دو مقولهٔ زیر قابل بررسی است: ۱. تأثیر فرهنگ اسلام در پیدایش شهر و نحوهٔ سازمان‌دهی آن؛ ۲. تأثیر فرهنگ اسلام در ساخت مسکن (سلطان‌زاده، ۱۳۷۳: ۴۲). تأثیر فرهنگ اسلام در پیدایش شهر و نحوهٔ سازمان‌دهی آن همواره ناشی از این عوامل بوده است: مسجدجامع، بازار، مساجد محله‌ای، مدارس، خانقاه، مقابر، حسینیه و تکیه‌ها، نوع مذهب، اوقاف و تشویق مردم به احداث بناها و تأسیسات خیریه و... تأثیر فرهنگ اسلام در ساخت مسکن مبتنی بر این اصول بود: حجاب، درون‌گرایی، سادگی، خودکفایی، تطابق با محیط، نهی از منکر، توجه به خانواده و... فرهنگ اسلامی برای تحقق آمالش به شهر نیاز دارد و نخستین مکانی که

ساخته شد، مسجد بود. مسجد علاوه بر نقش مذهبی، دارای نقش اجتماعی، سیاسی و هنری است. احداث مسجد جامع ابتدا منحصر به شهرها می‌شد و روستاها دارای مساجد جامع نبودند. دارا بودن مسجد جامع یکی از خصوصیات حقوقی شهر نسبت به روستا بود. در قرون بعد در برخی از روستاهای بزرگ از جمله بلخ و اصفهان مسجد جامع ساخته شد.

دومین عامل اصلی در شکل‌گیری شهرهای دور اسلامی، «بازار» است که گرداگرد مسجد را گرفته، در اطراف آن محلات شهری قرار می‌گرفت و اغلب گویای خاستگاه‌های قومی، نژادی، مذهبی و قبیله‌ای بود که در اوایل هر کدام، مسجد، بازارچه، مدرسه و حمام مخصوص به خود داشتند. در شهر اسلامی بازار از میدان اصلی (مقر حکومتی) به‌سوی دیوار و بارو ادامه می‌یابد و سپس در ورای آن تا حدی گسترش پیدا می‌کند. بازار علاوه بر تنوع کارکردی با کاروان‌سراها و میدانی خاصی در ارتباط بود. بنابراین، قبل از آن که مکانی ساخته شود، مسجد و بازارچه آن ساخته می‌شد و سپس مردم به‌صورت آزاد در اطراف آن ساکن می‌شدند (حبیبی، ۱۴۰۰: ۲۰).

از قرن سوم هجری قمری به‌بعد، مدارس با کارکرد آموزشی، فراگیری علوم دینی، هدایت مردم، اداره امور شرعی و استنباط احکام فقهی ساخته شدند. معمولاً بعد از ساخت مدارس، موقوفاتی برای آن‌ها در نظر گرفته می‌شد که این مدارس در شکل‌گیری بافت شهری نقش مؤثری داشتند (سلطان‌زاده، ۱۳۹۶: ۵۶).

«خانقاه» محل اقامت صوفیان و محلی برای ادای مراسم مذهبی بود که در کنار آن بناهای مختلف ساخته می‌شد. این عنصر هم در توسعه شهری نقش عمده‌ای داشت. مهم‌ترین بناهای اسلامی که در شکل‌گیری دینی بافت شهرها و محلات مؤثر بوده، مقبره‌های بزرگان دین و علماست. بعضی از این مقادیر به مجموعه‌های شهری تبدیل شده (شاه‌چراغ در شیراز، حضرت معصومه<sup>(س)</sup> در قم، امام رضا<sup>(ع)</sup> در مشهد، عبدالعظیم در ری) تا تسهیلاتی در اختیار زائران قرار دهد. حسینی‌ها و تکیه‌ها، فضایی ساده در داخل محله بوده که به‌منظور تجمع برای مراسم مذهبی و اجتماعی به وجود آمده و عمدتاً کارکرد مذهبی داشته است.



نوع مذهب، عوامل اقتصادی، طبقاتی، قومی، زبانی و صنفی از جمله دیگر عوامل مؤثر در شکل‌گیری محله‌های مسکونی بوده است. در هر شهر، محله‌هایی برای هر یک از گروه‌های مذهبی مانند شیعیان، شافعیان و حنفی‌ها به چشم می‌خورده است. وقف یکی از احکام و اصول مهم اسلام و مشوق مردم به احداث بناهای مذهبی و عمومی است و علاوه بر سایر پیامدها سبب عمران شهری می‌گردد. بناهای مذهبی مانند مسجد، مدرسه، خانقاه، تکیه، حسینیه، کاروانسرا، دارالشفاء، دارالضیافه، آب‌انبار، سقاخانه، و آسیاب با توجه به نهاد وقف نیز به تعداد فراوان احداث می‌شد (همان: ۲۸).

می‌توان گفت که با ورود فرهنگ اسلام، برابری، عدالت اجتماعی و نفی فرهنگ طبقاتی، دیوارهای کالبدی شارستان یا به عبارت روشن‌تر، سلسله‌مراتب اجتماعی شهری فروریخت و ربض یا حومه‌های شهری آباد گردید. بین قرن یکم تا چهارم هجری قمری سازمان شهری بر مبنای حکومت، مذهب، اصناف و امت شکل گرفت، که هرکدام تبلور فضایی خود را داشتند؛ یعنی حکومت در ارگ، مذهب در مساجد و مدارس و زوایا و تکیه‌ها و خانقاه‌ها، اصناف در بازار و بازارچه‌ها و امت در محلات کالبدی جای می‌گرفتند. در قرن دوم هجری، اولین دولت ایرانی که تشکیل شد، بسیاری از محققان از آن به عنوان تجدید حیات علمی و ادبی ایران در دوره اسلامی یاد کرده‌اند (حبیبی، ۱۴۰۰: ۲۰). این نهضت به مدت چهار قرن در حکومت‌های مختلف ادامه داشت که آغاز آن دوره سامانی، اوج آن دوره آل‌بویه (قرن ۴ق) و حضيض آن دوره خوارزمشاهیان در قرون ششم و هفتم هجری قمری است. این نهضت که در زمینه‌های ادبی، آموزشی، دیوانی، تصوف و مذهب صورت گرفت، چهار قرن بعد از افول آن در اروپا (ایتالیا) با عنوان رنسانس آغاز شد. در تبیین این نهضت، عواملی همچون به هم ریختن نظام کاستی و جایگزینی فرهنگ اسلامی، آمیختن تمدن‌های یونانی و مصری و هند و ایرانی در ترکیبی از فرهنگ‌های مختلف محلی از بلخ تا اندلس چون ماده‌های خام در تفکر و جهان‌بینی اسلامی، و اختراع کاغذ در چین و رسیدن به سمرقند و تکرر نظریه‌ها و امکان برخورد آرا و عقاید بسیار مؤثر بوده است.

در دوره سامانیان، سازمانی نو شکل می‌گیرد و ربض گسترش می‌یابد و بازار در حرکت خویش به سوی دروازه‌های شهر، محلات متفاوت را می‌آفریند. در اواخر قرن دوم هجری قمری (۱۰م) میدان‌های بزرگی ساخته می‌شود که در اطراف آن دیوان‌های مختلف، کاخ حکومتی، مسجد جامع و بازار برپا می‌گردد (میدان کهنه اصفهان). از قرن چهارم هجری قمری در دوره آل زیار و آل بویه با ایدئولوژی مذهبی بومی تحول کلی در ساخت شهر به وجود می‌آید و انقلاب فرهنگی به انقلاب شهری منجر می‌شود و شهر با مفاهیم اسلامی متعلق به تمام گروه‌های اجتماعی می‌گردد.

در قرن پنجم و ششم هجری قمری در حکومت سلجوقی، نظریه پردازانی همچون امام غزالی و خواجه نظام الملک، نظریه دولت و محروم بودن ملت به معنای کامل رعیت و مالکیت سلطان را تبیین می‌کنند و در ساختار شهر گسترش شهر بر مبنای سازمان اجتماعی عقیدتی حاکم صورت می‌گیرد و سازمان فضایی شار به مفهوم منطقه بندی کهن مراکز حکومتی، محلات اعیان و اشراف، بازار و محلات قومی نژادی بازمی‌گردد. کالبد شهر در دوره عبارت است از میدان اصلی و بزرگ در میانه شهر که در پیرامون آن کاخ‌ها، دیوان‌ها، مسجد جامع و گاه بیمارستان قرار دارد و دهانه اصلی بازار به میدان باز می‌شود و گرداگرد این مجموعه محلات شهری شکل می‌گیرد. مدارس و مساجد هم درهای خود را به روی بازار یا گذرهای اصلی می‌گشاید. هر مدرسه، مسجد و موقوفات خاص خود را دارد و شهر درون دیوار است.

در قرن هفتم تا یازدهم هجری قمری، یعنی عصر پس از حمله مغولان، دوره فروپاشی در شهر و نظام کالبدی و بسته شدن دفتر چهارصدساله نهضت علمی فرهنگی ایران دوره اسلامی است. تنها در اواخر تسلط مغولان و در زمان هلاکو خان، غازان خان، گورکانیان به جای شبکه شهری، کم کم نظام تک شهری و متمرکز به وجود می‌آید که تبریز نمونه به جامانده از آن است. در این دوره، سبک آذری در هنر و ادبیات و معماری جای خود را بازمی‌یابد. در قرن یازدهم تا سیزدهم هجری قمری شکل گیری حکومت‌های «سربداران» در خراسان و خاندان شیخ صفی در اردبیل و قره باغ، نشانه‌هایی از نوعی اتحاد عقیدتی

است (هیلتس، ۱۴۰۰: ۱۲۶)؛ ضمن اینکه در باب حکومت نیز نظریه‌ها و تفاسیری از مذهب شیعه به کار گرفته می‌شود. ساخت شهر در این دوران تا زمان قاجار بر مبنای «مکتب اصفهان است». آنچه در این دوران بر مفاهیم قبلی شهرسازی اضافه شده، پیدایش مفهوم خیابان است که یا به میدان اصلی شهر راه می‌برد یا به موازات آن کشیده می‌شود. این مکتب تحقق «آرمان‌شهر» دولت صفوی است که «شار» منتج از آن بیانگر استخراج و آمیختگی سیاسی، فرهنگی، عقیدتی و مفاهیم دیوانی و مذهبی است.

در بیان مقایسه می‌توان «سبک اصفهان» را با «سبک باروک» اروپا بعد از رنسانس (قرن ۱۸م) تطبیق کرد، با این تفاوت که سازمان دیوانی دولت و سبک هنری فرهنگی ناشی از آن، با سازمان دولتی و سبک هنری فرهنگی اروپا در شهرسازی دوره رنسانس – که هم عصر صفویه است – هنوز گامی به جلو دارد. در مکتب اصفهان، مجموعه زیستی دارای یک میدان یا مرکز ثقل می‌شود (چیزی که در دوره رنسانس و سبک باروک اروپا دیده نمی‌شود) و عناصر اصلی حکومتی، دیوانی، مذهبی، اقتصادی و فرهنگی در کنار آن جای می‌گیرد. در این دوران در هر شهر و روستا، هر کوی و برزن، و محله و ناحیه، میدانگاه کوچک و نه همیشه هندسی احداث می‌شود. این میدانگاه‌ها با کارکردهای متنوع، مکان‌هایی است که کوچه‌های اصلی و گذرهای عمده بدان می‌رسند و در اطراف آن گرمابه، مسجد، مدرسه، آب‌انبار و بازارچه قرار می‌گیرد که در صورت وجود «مزار»، این مزار به‌عنوان یکی از عناصر اصلی این مکان مرکزی سازمان‌دهی می‌شود.

اواخر قرن یازدهم هجری قمری و دوره ایلغار افغان، نقطه پایانی است بر حیات شهری به‌نحوی که شهر ایرانی دوره حوض و شهر اروپایی دوره جهش تاریخی خود را آغاز می‌کند و به‌سوی ایجاد بستر لازم برای تجلی انقلاب صنعتی گام برمی‌دارد. در دوره قاجار به‌رغم تحولات مختلف در جهان و ایران و گرفتار آمدن سازمان اقتصادی ایران، در حیطه سازمان اقتصادی جهان، سازمان فضایی کشور به‌جز تهران، دگرگونی‌های عمده‌ای نمی‌یابد. در این دوره سازمان فضایی شهر تفاوت عمده‌ای با دوران صفوی و مکتب اصفهان ندارد.

در این دوره، عمده ترین اقدامات شهری در پایتخت انجام می گیرد. تهران در سده نوزدهم میلادی و همزمان با حکومت فتحعلی شاه تحت تأثیر توسعه برونزا و تغییرات عمده فرهنگی اقتصادی در مقیاس جهانی و نیروهای فرهنگی، هنری بومی بستر اتفاقاتی چند می شود. در این ایام کم کم سبک های جدید هنری فرهنگی با روش های کهن درهم آمیخته می شود و نوعی التقاط به وجود می آید. حاصل این التقاط در فضای جدید شهری «مدرسه دارالفنون»، تکیه دولت، خیابان های جدید و میدان هاست (حییبی، ۱۴۰۰: ۱۲۶).

در دوره ناصری با سبک و ارزش های فضایی جدیدی روبه رو می شویم که سبک تهران نام دارد. نقطه عطف «سبک تهران» را باید در تأثیرپذیری از اروپا، اقدامات اصلاح طلبانه امیرکبیر، سفرهای متعدد هیئت حاکمه به اروپا، و حضور معلمان و مهندسان اروپایی جست و جو کرد که ساخت و سازمان فضایی کالبدی را در تهران به ارمغان آورد. تهران تا سال ۱۲۵۶ هجری قمری هنوز دارای مشخصات کامل سبک فرهنگی اصفهان است که عناصر اصلی آن ارک با حصار در پیرامون، مساجد و مدارس، بازار و میدان و محلات است. اما از سال ۱۲۷۰ هجری قمری به بعد، سبک تهران با تفاوت عمده با سبک اصفهان در تهران و بعضی شهرها (یزد) به کار گرفته می شود. برای اولین بار خیابان با الگوی فرهنگ اروپا به خصوص فرانسه عصر صنعت، مفهومی جدید به عنوان مکان تجارت و بازرگانی می یابد.

در سبک تهران، محله به عنوان عنصر اصلی سازمان شهری هنوز نقش دارد، اما به عکس، مکتب اصفهان محل تظاهرات قومی نژادی نیست. در این ایام بناهای متعدد به سبک اروپا ساخته می شود (تلگرافخانه، شمس العماره، برج ساعت، تماشاخانه، سینما، هتل، باغ وحش، کنسول گری ها و...). بدین ترتیب سبک تهران به عنوان اختلاط فرهنگی تمدن شرق و غرب در اواخر دوره قاجار زمینه ساز ساخت های فضایی مکانی می گردد.

در دوره پهلوی ۱۲۹۹-۱۳۵۷ هجری شمسی با دگرگونی های فرهنگی در راستای توسعه برونزا - مبتنی بر مکتب نوگرایی و الگوی رفتاری بیگانه - شهر به عنوان تبلور فضایی کالبدی این دگرگونی، ارزش های کهن و پایدار سازمان فضایی خویش را به دور

می‌افکند و تغییرات عمده عینی و مادی در کالبد آن رخ می‌دهد. اگر در سبک تهران دوره قاجار درهم آمیختگی مفاهیم فرهنگی غرب و شرق با تفوق شرق پایان می‌پذیرد، در الگوی تهران دولت پهلوی، این آمیزش به نفی شرقی و غلبه کامل فرهنگ غرب و مظاهر کالبدی آن ختم می‌شود. در این فراشد «شهر - وابسته» نیز تولد می‌یابد. «شهر - وابسته»، «شهر - سوداگر»، به سرعت به «شهر - تقلید»، «شهر - نیرنگ» تبدیل می‌شود که به کل از بیرون و مترادف فرهنگ وارداتی است که در سبک تهران دولت پهلوی، مفهوم اروپایی شهر نیز قلب ماهیت می‌یابد. در واقع، در دوره ۱۳۰۴ تا ۱۳۲۰ هجری شمسی با اتکا به فرهنگ نوگرایی سازمان فضایی، کالبد شهر از درون دگرگون می‌شود و تغییرات عمده در بافت‌های کهنه شهری به وجود می‌آید و ایجاد خیابان به عنوان نماد تجدید منطبق با نظریه نوگرایان ۱۹۲۰ میلادی اروپا در ایران دیده می‌شود.

در فاصله سال‌های ۱۳۲۰ تا ۱۳۳۲ هجری شمسی حضور فرهنگی در سبک بین‌المللی در ساختار فضایی کالبدی شهر توسط دانش‌آموختگان از فرنگ برگشته همانند مجموعه‌های یوسف‌آباد، نارمک، منظره و تهران‌پارس به کار گرفته می‌شود (همان: ۱۵۲).

در سال‌های ۱۳۳۲ تا ۱۳۴۵ هجری شمسی متعاقب حضور مستشاران خارجی و مهندسان مشاور داخلی و خارجی، و ایجاد قطب‌های صنعتی و معمولاً بی‌هویت، دگرگونی عظیمی در شهر و ساختار فضایی کالبدی آن به وجود می‌آید که «شهر - سوداگر» و «شهر - مسئله» حاصل آن است. در دوره ۱۳۴۵ تا ۱۳۵۷ با اجرای طرح‌های جامع مبتنی بر مکتب نوگرایی و تفکر شهر بی‌زمان و مکان و بی‌توجه به گونه‌های طبیعی و انسانی و میل به جهانی شدن و رانت‌های نفتی و گسترش خیابان به حاشیه شهرها، یک سازمان فضایی مهاجرتی بی‌رویه هویت می‌یابد و نوعی ناکجاآباد غرب‌گرایانه پی‌افکنده می‌شود، به نحوی که شهر از نظر معنایی از درون تهی می‌گردد.

#### ۶. مسئله فرهنگ و شهر در ایران معاصر

ما آن جریان نظری انتظام‌بخشی را که بتواند با ویژگی‌های تاریخی، جغرافیایی، فرهنگی و نهادی ما انطباق داشته باشد نداریم؛ نظریه‌ای که بتواند سنت و تجدد را به هم پیوند بدهد.

هروقت هم که به آن نزدیک شده‌ایم، باز مجبورم بگویم مثل این چند سال گذشته، گسیختگی اتفاق افتاده است. این را بگویم که تجدد «گسستن» از سنت است، اما «گسیختن» از آن نیست؛ زیرا تجدد نقد سنت است، نه نفی آن. در واقع نفی به گسیختن می‌انجامد و حال این نفی از جانب سنت نیز می‌تواند صورت گیرد که هر دو به گسیختگی نظری می‌انجامد و عقلانیت تاریخی (معاصر) ما دچار این گسیختگی‌های دوسویه است (اطهاری، ۱۳۹۲: ۳۹-۴۰).

### ۷. نتیجه‌گیری

فرهنگ به مثابه نهادها، فنون، هنرها، رفتار مشترک گروهی، اقتصاد و طرز تفکر در نظام‌های مختلف تأثیرات خاصی در ساخت شهرها به‌جای گذاشته است. فرهنگ سوسیالیسم، شکل، مکان، بافت و کارایی اقتصادی شهرها را تغییر داد. در این ایده، تراکم بالای جمعیت، سرانه پایین نبود تفاوت‌های فضایی، نظم، دسترسی به خدمات عمومی، حمل‌ونقل عمومی و مدل محله، شهر، منطقه، مؤلفه‌های اساسی در شکل شهر مؤثر بودند. فرهنگ سوسیالیسم نظام اجتماعی اقتصادی و کالبدی شهرهای بلوک شرق را تغییر داد. مؤلفه‌های این فرهنگ برابری، عدالت اجتماعی و سرانه پایین کالبدی است. در غرب، فرهنگ به‌عنوان یکی از رویه‌های مسلط و منطقه طبیعی به‌مثابه محیط زمینه‌ساز عمل نموده است. بنابراین فرهنگ به‌عنوان نتیجه کار، نظام کالبدی، الگوها و ویژگی‌های جامعه را تشریح می‌کند. در ساخت شهرهای غرب مکاتب فرهنگی متعددی که مبتنی و محصول فرهنگی آن‌هاست، ساخت شهرها را هویت بخشید.

در ایران، چه قبل و چه بعد از اسلام، سبک‌های خاص فرهنگی، نوع خاصی از شهرها را به وجود آورد. برای نمونه شهرهای هخامنشیان، سلوکیان بر مبنای سبک‌های پارسی و هلنی پارسی ساخته شده است. در دوره اشکانیان و ساسانیان، نظام فضایی کالبدی شهر بر مبنای فرهنگ طبقاتی و کم‌رنگ شدن فرهنگ یونانی و به‌صورت جدایی‌گزینی طبقات اجتماعی مبتنی بوده است. اساساً ساخت شهر در قبل از اسلام به‌صورت کهن‌دژ، شارستان و سواد بوده که در هرکدام از این سه مکان، گروه‌های خاص محل‌های خاصی را در

اختیار داشته‌اند. فرهنگ اسلام با مؤلفه‌های ویژه خود، فرم خاصی از شهرها را پدید آورد. تأثیر فرهنگ اسلام را در پیدایش و سازمان‌دهی شهرها و ساخت مسکن، می‌توان به صورت آشکارا مشاهده نمود.

مؤلفه‌های اساسی فرهنگ اسلامی در ساخت شهر را می‌توان مسجد، بازار، بازارچه، مدرسه، خانقاه، حسینیه و مقابر برشمرد که شغل، مکان، بافت و کارکردهای فضای شهری متأثر از آن‌هاست. نوع مذهب، عوامل اقتصادی، طبقاتی، قومی، زبانی و صنفی عوامل مؤثر در شکل‌گیری محلات بوده است. فرهنگ وقف در ساخت مساجد، مدارس، خانقاه، تکایا، کاروان‌سراها، دارالشفاء، آب‌انبارها و آسیاب‌ها در شکل‌گیری شهرها بسیار مؤثر بوده است. در اواخر دوره قاجار، نوعی التقاط فرهنگی متأثر از فرهنگ‌های بیرونی در ساخت شهر تهران شروع به شکل‌گیری می‌کند که در دوره پهلوی اول و سپس دوم، نمود این مکاتب فرهنگی را در شهرهای ایران می‌توان مشاهده نمود. در مجموع ساخت شهرها تبلوری از فرهنگ مسلط نظام‌های حاکم بر کشورهاست.

## منابع

۱. آشوری، د. (۱۴۰۱). تعریف و مفهوم فرهنگ. ج ۹. تهران: نشر آگاه.
۲. اسلامی‌ندوشن، م. (۱۳۹۴). فرهنگ و شبه فرهنگ. ج ۲. تهران: انتشارات شرکت سهامی انتشار.
۳. اخوان خرازی، ک. (۱۳۸۷). رویکرد تحلیلی به ضرورت توجه به فرهنگ جامع. نشریه هویت، ۲ (۳)، ۶۲-۵۱.
۴. افروغ، ع. (۱۳۹۶). فضا و نابرابری اجتماعی، ارائه الگویی برای جدایی‌گزینی فضایی و پیامدهای آن. ج ۲. تهران: انتشارات دانشگاه تربیت مدرس.
۵. اطهری، ک. (۱۳۸۹). گسستگی و گسیختگی در توسعه ایران. دو ماهنامه چشم/انداز ایران، شماره ۶۱.
۶. امان‌پور، س.، و سعیدی، ج. (۱۳۹۶). تحلیلی بر تأثیر فرهنگ در ساخت شهرهای ایرانی اسلامی. فصلنامه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری چشم‌انداز زاگرس، ۹ (۳۱)، ۸۳-۱۰۴.
۷. قنبری، ا.، و ایرانمنش، م. (۱۳۹۴). تأثیر فرهنگ بر معماری و شهرسازی بومی. همایش ملی معماری و شهرسازی بومی ایران، یزد.
۸. پوراحمد، ا.، و یزدانی، م. (۱۳۸۴). تأثیر مدرنیسم بر تحولات کالبدی شهرهای ایرانی اسلامی، نمونه

- موردی: شهر تبریز. فصلنامه تحقیقات جغرافیایی، ۲۲ (۸۴)، ۲۹-۵۲.
۹. پورجعفر، م.، و دهقانی، ف. (۱۳۹۰). نقش بازآفرینی «مناظر فرهنگی بر ارتقای کیفیت زندگی شهروندی» (نمونه موردی مجموعه زندیه شیراز). نقش جهان، ۱ (۱)، ۸۱-۹۴.
۱۰. پهلوان، چ. (۱۳۹۹). فرهنگ‌شناسی: گفتارهایی در زمینه فرهنگ و تمدن. چ ۲. تهران: انتشارات قطره.
۱۱. ترنر، ت. (۱۳۹۶). شهر همچون چشم‌انداز (ف. نوریان، مترجم). چ ۴. تهران: شرکت پردازش و برنامه‌ریزی شهری.
۱۲. توسلی، غ. (۱۳۹۷). نظریه‌های جامعه‌شناسی. چ ۲۱. تهران: سازمان سمت.
۱۳. جهانبخش، م. (۱۳۹۶). مردم‌شناسی و فرهنگ عامه (با تکیه بر فرهنگ عامه مردم ایران). چ ۲. تهران: نشر هم‌پا.
۱۴. حبیب، ف. (۱۳۸۸). تحلیلی از تعامل فرهنگ و کالبد شهر (نمونه موردی اصفهان - صفویه). نشریه هویت، ۳ (۴)، ۸۳-۹۴.
۱۵. حبیبی، م. (۱۴۰۰). از شار تا شهر. چ ۱۹. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
۱۶. حسینی بایگی، ش.، حنایی، ت.، و استادی، م. (۱۳۹۷). مقایسه ابعاد حس مکان در دو فرهنگ عربی و ایرانی. نشریه معماری و شهرسازی آرمان‌شهر، شماره ۲۳، ۱۷۳-۱۸۴.
۱۷. حسینی کازرون، ا. (۱۳۷۳). ارتباط فرهنگ عامه با فرهنگ عمومی. فصلنامه فرهنگ عمومی، شماره ۵.
۱۸. خستو، م. (۱۳۹۹). تأثیر شکل شهر بر فرهنگ: رویکردی تاریخی. فصلنامه علمی پژوهشی جغرافیا (برنامه‌ریزی منطقه‌ای)، ۱۱ (۱)، ۴۴۳-۴۵۹.
۱۹. دهخدا، ع. (۱۳۹۶). لغت‌نامه دهخدا. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
۲۰. زیاری، کرامت‌الله (۱۳۸۲). تأثیر فرهنگ در ساخت شهر (با تأکید بر فرهنگ اسلامی). مجله جغرافیا و توسعه، ۱ (۲)، ۹۵-۱۰۸.
۲۱. \_\_\_\_\_ (۱۳۹۶). برنامه‌ریزی شهرهای جدید. چ ۷. تهران: انتشارات سمت.
۲۲. روح‌الامینی، م. (۱۳۹۴). زمینه فرهنگ‌شناسی. چ ۱۱. تهران: نشر عطار.
۲۳. سجاده‌زاده، ح.، اعتصامیان، ر.، و خزلی، ل. (۱۳۹۴). تجلی مفهوم درون‌گرایی در بازارهای ایرانی. فصلنامه پژوهش‌های معماری اسلامی، ۳ (۸)، ۳۴-۴۵.
۲۴. سلطان‌زاده، ح. (۱۳۹۶). مقدمه‌ای بر تاریخ شهر و شهرنشینی در ایران. چ ۳. تهران: انتشارات امیرکبیر.
۲۵. \_\_\_\_\_ (۱۳۹۲). فضاهای شهری در بافت‌های تاریخی ایران. چ ۶. تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
۲۶. \_\_\_\_\_ (۱۳۷۳). تأثیر اسلام در ساخت شهر. مجله معماری و شهرسازی، شماره ۲۵-۲۶.
۲۷. شاردن، ژ. (۱۳۵۰). سیاحت‌نامه (م. عباسی، مترجم). چ ۱. تهران: انتشارات امیرکبیر.
۲۸. شکویی، ح. (۱۳۹۹). دیدگاه‌های نو در جغرافیای شهری. چ ۲۰. تهران: سازمان سمت.



۲۹. شمعی، ع. (۱۳۸۹). نقش الگوهای شهرسازی سنتی در شهرسازی مدرن شهر یزد. فصلنامه مطالعات شهر ایرانی/اسلامی، شماره ۱، ۱۰۵-۹۳.
۳۰. شیعه، ا. (۱۳۹۸). با شهر و منطقه در ایران. چ ۳۶. تهران: انتشارات دانشگاه علم و صنعت ایران.
۳۱. صرافی، م. (۱۳۸۳). شهر فرهنگی و فرهنگ شهری. ماهنامه شهرداری‌ها، ۶ (۶۴)، ۱۰۵-۱۰۷.
۳۲. عمید، ح. (۱۳۹۰). فرهنگ عمید. چ ۳۸. تهران: انتشارات امیرکبیر.
۳۳. فکوهی، ن. (۱۴۰۱). مبانی انسان‌شناسی. چ ۱۰. تهران: نشر نی.
۳۴. فنی، ز. (۱۳۸۸). بررسی ابعادی از تحولات جغرافیای فرهنگی شهر (مطالعه موردی: مناطق ۱ و ۱۲ شهر تهران). پژوهش‌های جغرافیای انسانی، شماره ۶۸، ۳۷-۵۴.
۳۵. معین، م. (۱۳۹۱). فرهنگ معین. چ ۲۷. تهران: انتشارات امیرکبیر.
۳۶. محمدی اصل، ع. (۱۳۹۷). فرهنگ اجتماعی. چ ۲. تهران: نشر علم.
۳۷. منصوری، س. (۱۴۰۰). به‌کارگیری مبانی و اصول فرهنگ ایرانی-اسلامی در طراحی فضاهای شهری ایرانی معاصر (مطالعه موردی: میدان تجریش تهران). فصلنامه مطالعات مدیریت شهری، ۱۳ (۴۵)، ۲۷-۴۶.
۳۸. مؤمنی، ک.، مسعودی، ز. (۱۳۹۵). رابطه فرهنگ و معماری (با بررسی موزه هنرهای معاصر تهران). جلوه هنر، شماره ۱۵، ۶۷-۸۲.
۳۹. هیلنس، و. (۱۴۰۰). تشکیل اولین دولت ملی در ایران (ک. جهانداری، مترجم). چ ۵. تهران: انتشارات خوارزمی.

40. Anderson, Margaret. L., & Taylor, Howard. F. (2008). *Sociology: Understanding a Diverse Society*. U.S.A: Thomson, 4th Edition.
41. Bahreyni, S.H. (2003). *Analysis of Urban Spaces*. Tehran: Tehran University Press.
42. Coleman, S., & Watson, H. (1993). *Anthropology*. (M. Salasi, Trans.). Publishing House.
43. Conzen, M, F, (1973). *Analytical Approach the Landscape Dimension of Human Geography UCP*.
44. Giddens, A. (1998). *Sociology* (M. Sabori, Trans.), Tehran: Ney Publish.
45. Mamfred, L. (2006). *Culture of Cities* (A. Aqwami Moghaddam, Trans.), Tehran: Center for Study and Research on Urbanism and Architecture.
46. Rabani, R., & Vahida, F. (2006). *Urban Sociology*. Isfahan: University of Isfahan.
47. Pakzad, J. (2006). *Theoretical Basis and Urban Design Process*. Shahidi Publishing House.
48. Shuwen, L., & Cheung, T.O. (2016). Sense of Place and Tourism Business Development. *Tourism Geographies*, 18 (2), 174-193.
49. Ujang, N., & Zakariya, K. (2015). The Notion of Place, Place Meaning and Identity in Urban Regeneration. *Social and Behavioral Sciences*, 170, 709-717.

## An Analysis of the Impact of Culture on Planning in Iran's Citizenship and Urban Culture

Gestab Kiani<sup>1</sup>, Korosh Afzali<sup>2\*</sup>, Karmatullah Zyari<sup>3</sup>

Received: 03/11/2022

Accepted: 16/12/2022

---

---

### Abstract

In the past, cities of Iran enjoyed the culture of urbanization in all aspects of life, but due to the advancement and introduction of technology, this culture became marginalized, and anomalies were placed in the context of Iranian cities traced back to architecture. They were cultural and reflected culture according to its characteristics. However, today there are cities that do not contain any cultural manifestations. Culture came into existence at the same time when human civilization began, and it continued; with the advancement of technology from the West, western culture as well as western technology were introduced to other cultures and brought cultural identitylessness along with aimless imitation as well as the decline of old cultures. Local rootedness was introduced by dissolving into another culture and creating global fixed culture as a problem for the controlling of crime prevention and the identifying of communities. The research method of this article is descriptive and analytical, using library and document resources. It has dealt with the dimensions of the influence of culture and planning while analyzing its place in urban culture. The results indicated that it was one of the important components of urban society. Modern and contemporary Iran is related to the realization of urban culture among different cities, each of which has raised a great challenge to most of the designers, planners, and city managers due to their specific geographic, behavioral, and cultural characteristics.

**Keywords:** culture, planning, development, urban planning, urban identity.

---

1. PhD student of Urban Planning Department, Kerman Branch, Islamic Azad University, Kerman, Iran; gashtaseb.kiani@yahoo.com

2. Assistant Professor of Urban Planning Department, Kerman Branch, Islamic Azad University, Kerman, Iran; kkafzali@yahoo.com

3. Professor of Department of Geography and Urban Planning, University of Tehran, Tehran, Iran; zayyari@ut.ac.ir

## نشریه مطالعات شهروندی

سال اول، شماره یک/ پاییز ۱۴۰۱/ صفحه ۱۳۹-۱۶۵

نوع مقاله: علمی ترویجی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۷/۰۲ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۹/۰۸

# تأثیر حقوق شهروندی در ارتقای زندگی شهری و مشارکت مردم

سحر برازمنده<sup>۱\*</sup>، عباس تقدسی نژاد<sup>۲</sup>

## چکیده

امروزه موضوع مدیریت شهری در دنیا تحول اساسی یافته است. برای آنکه شهرها بتوانند رفاه و آسایش شهروندان خود را تأمین کنند، باید تحت مدیریت قرار بگیرند. در این راستا قوانین و مقررات شهری به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های اصلی ارتباط بین مدیریت شهری با حقوق شهروندی محسوب می‌شود. مقاله حاضر به دنبال توجه به حقوق شهروندی در گرو توجه به مسائل فرهنگی و علل عدم مشارکت مردم در اداره امور شهرها، از طریق مرور مجدد بر طرح‌ها و مطالعات پیشین صورت گرفته است. روش انجام کار به صورت مطالعات کتابخانه‌ای مطالعه و بررسی اسناد طرح‌های اجرا شده و مروری بر مقالاتی در این خصوص است. براساس این پژوهش، حقوق شهری و شهروندی در صورتی بسیار کارآمد و مؤثر است که با اصل بهره‌مندی حقوق شهروندی انطباق داشته باشد. حقوق شهروندی، مجموعه وظایفی است که شهروندان در قبال یکدیگر، دولت و شهر دارند و شامل حقوقی است که دولت و مدیران شهری ملزم به رعایت آن هستند. برطبق نتایج این پژوهش، چنین رویکردی همچنان در مجموعه ضوابط و مقررات عمومی مدیریت شهری مانند مشارکت شهروندان، کمتر به آن پرداخته شده است. با آنکه موضوع مشارکت در مدیریت شهری، نه تنها موجب افزایش درک شهروندان از نیازهایشان می‌شود بلکه به ایجاد یک جامعه بهتر کمک می‌کند، نتایج نشان می‌دهد که مشارکت اشخاص حقوقی (انجمن‌ها، اصناف و...) و حقیقی (شهروندان) در ایران با موانعی تاریخی، فرهنگی، اجتماعی و اداری زیادی روبه‌رو هستند. براساس این پژوهش موانع سیاسی-قانونی، بافت شهری و چالش‌های مدیریت کلان‌شهری عوامل اصلی عدم مشارکت هستند. در حال حاضر با توجه به افزایش سطح تحصیلات شهروندان، افزایش نفوذ رسانه‌ها و... در صورتی که بسترهای مشارکت برای همه اقشار جامعه فراهم شود، می‌توان شاهد حضور فعال ساکنان شهر در مدیریت شهری بود.

**کلیدواژه‌ها:** مدیریت شهری، حقوق شهروندی، مشارکت شهروندی، فرهنگ شهروندپسینی.

۱. دانش‌آموخته دکتری، گروه جنگلداری دانشگاه لرستان، خرم‌آباد، تهران، ایران، نویسنده مسئول، barazmand.sahar@gmail.com  
۲. دانشجوی دکتری، گروه علوم انسانی مدیریت دولتی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران / taghaddosi1400@gmail.com  
doi: 10.22052/IJCS.2023.253219.1014

## ۱. مقدمه

در دنیای معاصر، مدیریت امور شهری، به‌ویژه در کشورهای جهان سوم که با افزایش تصاعدی جمعیت و گسترش شتابان کالبدی، تقاضای فزاینده خدمات نوین شهری و منابع مالی و درآمدی ناپایدار و غیرقابل اتکا و بسیاری مشکلات دیگر مواجه‌اند، وظیفه‌ای بسیار دشوار محسوب می‌شود. شهرها هسته اصلی اتفاقات، انواع تعاملات و مناسبات فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی است که به‌عنوان یک منبع مهم توسعه مطرح است. مدیریت شهری نقش بسیار مهمی در توسعه و بهبود سکونتگاه‌های شهری دارد و می‌تواند در مسیر توسعه پایدار و قانونمند مورد توجه قرار گیرد (گزارش دبیر اجرایی کمیسیون سکونتگاه‌های انسانی سازمان ملل، ۱۳۷۳: ۸۵). مدیران شهری ازسویی با توسعه بی‌رویه شهری و برآثر مهاجرت‌های جدید به شهرها روبرو هستند و ازسوی دیگر، دست‌به‌گریبان مسائل و مشکلات حادی همچون بیکاری، فقر، بدمسکن، کمبود زیرساخت‌های شهری و بحران‌های زیست‌محیطی هستند. در کشور ما نیز روند شهرنشینی و مشکلات مدیریت شهری، کم‌وبیش با کشورهای جهان سوم مشابهت دارد. در یک‌سو توسعه بی‌رویه شهرها و روند شتابنده شهرنشینی و مشکلات پیچیده و فزاینده شهری قرار دارد و در سوی دیگر محدودیت‌های حقوقی و قانونی، نیروی انسانی متخصص، منابع مالی ناچیز و تأسیسات و تجهیزات شهری فرسوده و ناکافی، پیش روی او قرار گرفته است. روند رو به رشد شهرنشینی در ایران و هم‌نشینی فرهنگ‌های مختلف با یکدیگر و تبدیل شدن ارتباطات روستایی به روابط شهری، ضرورت بازنگری تعاملات را با نهادهای شهرنشینی در جامعه شهری با معیارهای قانونی به‌روز و با ضمانت اجرایی قوی بیان می‌کند. در یک جامعه، همواره خرده‌فرهنگ‌هایی وجود دارد که نتیجه تأثیر این آن‌ها بر یکدیگر، فرهنگ عامه را به وجود می‌آورد. هر قدر که خرده‌فرهنگ‌های مثبت جامعه‌ای بیشتر باشد، آن جامعه از غنای فرهنگی و ظرفیت مشارکت‌پذیری بیشتری برخوردار خواهد بود. بنابراین مجموعه قوانینی که موجب تبدیل شدن انسان‌های شهرنشین به شهروند، توسعه پایدار، پیدایش جامعه مدنی و انسان متمدن و مدرن، بالا بردن کیفیت زندگی شهری و ایمن‌سازی شهر از مخاطرات

می‌شود، نقش مهمی را ایفا می‌کند (صیدبیگی و همکاران، ۱۳۹۷: ۳۰۴).

مدیریت، روند دستیابی به اهدافی است که برای یک سازمان در نظر گرفته می‌شود و شامل وظایفی است که بر عهده مدیریت سازمان گذارده می‌شود. مدیریت به معنای سازمان‌دهی، برنامه‌ریزی، ایجاد انگیزش و نظارت بر عملکردهاست. بنابراین اگر شهر به عنوان یک سازمان در نظر گرفته شود، ضروری است که جهت اداره امور شهری از تخصصی استفاده گردد که مدیریت شهری نام دارد. امروزه مدیریت شهری به عنوان شاخه‌ای مهم از علم مدیریت و برنامه‌ریزی شهری درآمده که ملزم است برای امورات شهری برنامه‌ریزی‌هایی انجام دهد، فعالیت‌های شهری را سازمان‌دهی کند و در نهایت بر فعالیت‌ها نظارت داشته باشد و گاه برای انجام بهینه عملکردها، انگیزشی ایجاد نماید (سعیدی‌نیا، ۱۳۹۲). انجام چنین مواردی، به آگاهی از اصول مدیریت، انگیزش، ارتباطات، هدایت و رهبری، برنامه‌ریزی، سازمان‌دهی، نظارت و کنترل بازمی‌گردد. مدیریت شهری که در رأس آن شهرداری‌ها قرار دارند، در سلسله مراحل تحول و توسعه شهری، نه تنها در ابعاد عمرانی، اقتصادی و فضای سبز آن جایگاه مهمی دارند، بلکه باید با تغییر و تحولات سریع فرهنگی، اجتماعی و گسترش جمعیت شهرنشینی جهت پاسخ‌گویی به مطالبات روزافزون تدابیر لازم را نیز فراهم آورند (شیعه، ۱۳۸۲: ۶۲).

مهم‌ترین اهداف مدیریت شهری، ارتقای شرایط کار و زندگی اقشار مختلف اجتماعی، اقتصادی، حفاظت از حقوق شهروندی، تشویق به توسعه اجتماعی و اقتصادی و حفاظت از آن است. در این باره مدیریت شهری باید ضمن دارا بودن طرح و برنامه برای وضع موجود شهر و غلبه بر مشکلات آن، برنامه‌های آینده شهر را تدوین نموده و براساس آن‌ها، به ترسیم آینده‌ای ایدئال بر مبنای واقعیت‌ها بپردازد.

از وظایف مدیریت شهری، شناخت و تقویت نقاط قوت فرهنگ آن جامعه و سعی بر گسترش آن است. از دیگر وظایف مدیران، سعی در شناخت و جایگزین نقاط ضعف فرهنگی آن جامعه از طریق ترویج فرهنگ‌های سازنده است. مدیران شهری باید با ایجاد تسهیلات اجتماعی برای تمام اقشار جامعه شهری، فرصت‌های مناسب را به حداکثر رسانده

و محیط شهری را در جهت عرصه‌ها و ارزش‌های فرهنگی و انسانی ارتقا بخشند. یکی از مسائل مهمی که باید تحلیل و بررسی شود، ضرورت مباشرت و تأثیرگذاری مدیریت شهری در امورات فرهنگی و اجتماعی و چگونگی اجرایی شدن آن‌هاست. شهروندان ساکن شهرها نه تنها از مدیریت شهری و شهرداری‌ها رسیدگی به وضعیت عمرانی، خدمات شهری و فضای سبز را انتظار دارند، بلکه خواستار سامان‌دهی به امور اجتماعی، فرهنگی، امنیت اجتماعی و روانی، فراهم کردن زمینه روابط شهروندی و حیات اجتماعی نیز هستند.

## ۲. مفهوم شهر

برای شهر تعاریف مختلفی از دیدگاه‌های متفاوت اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و کالبدی از ابتدای تشکیل آن تاکنون مطرح شده که همواره مورد چالش و بحث‌برانگیز بوده است. ساده‌ترین آن، شهر را سکونتگاه و محل فعالیت انسان‌هایی می‌داند که برای زندگی بهتر و رفاه بیشتر، دور هم جمع شده و ساختارها و سازمان‌هایی تشکیل داده‌اند که تأمین‌کننده نیازهای فردی و اجتماعی آن‌هاست و مانند بخشی از سلسله‌مراتب سیستم فضایی و تقسیمات جغرافیایی و سیاسی هر کشور، براساس معیارهای مختلفی مانند نوع حکومت، سطح آگاهی، علاقه‌مندی اجتماعی، مدیریت و مشارکت مردم در نظام تصمیم‌گیری و... شکل می‌گیرد (ژند، ۱۳۹۶). اگرچه تعریف جامعی از شهر که بتواند شامل همه شهرهای جهان باشد، مشکل است؛ چراکه شهرها به سیستم‌های اجتماعی و اقتصادی یکسان وابسته نیستند و نکات مشترکی بین آن‌ها یکسان نیست تا مبنایی برای تعریف تمام شهرها باشد. از این رو در این قسمت می‌توان به پاره‌ای از تعریف شهر در دیدگاه‌های مختلف اشاره نمود:

۱. شهر در نگرش جغرافیایی نتیجه ارتباطی است که انسان با طبیعت به وجود آورده، به‌شيوه‌ای که شهر را می‌توان محیطی که ساخته دست انسان است تعریف کرد. انسان برای ارضای نیازهای خود در بستری از دگرگونی‌های اجتماعی، سیاسی و اقتصادی قرار دارد. این دگرگونی‌ها از درون یک فرایند تخریب فضاهای پیشین و ساختن فضاهای جدید انجام می‌گیرد که این امر یک فرایند مداوم از تخریب‌ها و ساختن‌ها را به وجود

می‌آورد (فکوهی، ۱۳۸۳).

۲. شهر از دیدگاه جامعه‌شناسی و دورکیم، محل گسترش و توسعه اطلاعات براساس اخلاق‌مداری است. براساس این تعریف، خدمات اجتماعی شهروندان از قبیل حقوق شهروندی و مسئولیت‌های آنان، امنیت و تنظیم روابط متقابل مانند مشارکت و همکاری مبتنی بر اخلاق است. همچنین جامعه‌شناسان، شهر را محل بروز ویژگی‌های مثبت جامعه و تمرکز جمعیت با تأکید بر امکان تأمین نیازهای اجتماعی و روابط اخلاقی می‌دانند (لطیفی و منجزی، ۱۳۹۶).

مکتب شیکاگو پایه‌گذار مکتبی است که به مؤلفه شهری اعتقادی ندارند و شهر را مجموعه‌ای از عناصر مادی مانند کالبد و فیزیک شهر و غیرکالبدی همانند عوامل مصونیت که شامل رفتارها، هنجارها، فرهنگ، آداب و رسوم، آیین‌ها، باورها و... می‌دانند. از دیدگاه دانشمندان این مکتب، از قبیل ارتست برگس<sup>۱</sup>، رابرت پارک<sup>۲</sup> و رودریک مک کنزی<sup>۳</sup> شهر یک موجود زنده به لحاظ اجتماعی (تغییرات اجتماعی سریع متناسب با مکان، زمان و محل سکونت انسان‌های متمدن) است (ژند، ۱۳۹۶).

۳. شهر از دیدگاه علمی و فلسفی، مقوله‌ای علمی است؛ زیرا ابعاد کالبدی و عینی آن در همه زمینه‌های فضایی - کالبدی و اقتصادی - اجتماعی و... معیارهای علمی قابل سنجش است. از طرف دیگر، شهر پدیده‌ای زمانی و مکانی است که در منطقه خاص ایجاد شده و تکامل یافته و با گذشت زمان رشد یافته است (حبیبی و سعیدی رضوانی، ۱۳۸۴: ۱۵).

۴. از نظر جامعه‌شناسی، شهر یک واقعیت اجتماعی است که حاصل مجموعه روابط میان بازیگران اجتماعی است که روابط شهری از این روابط تبعیت می‌کند و زندگی اجتماعی، جوامعی است که براساس روابط اجتماعی و انسانی شکل گرفته و شکوفا می‌شود (رضازاده، ۱۳۸۴).

۵. از نظر اجتماعی، شهرها مکان‌های مناسبی برای اعتلای ارزش‌های فرهنگی، پاسداری

1. Ernest Burgess

2. Robert E. Park

3. Roderick Mackenzie

از هویت‌های محلی و ملی، شکل‌گیری نهادهای جمعی، تحکیم و گسترش روابط و مناسبات اجتماعی هستند (فرجامی، ۱۳۸۳).

براساس ماده ۴ «قانون تعاریف و ضوابط تقسیمات کشوری ایران»، شهر محلی است با حدود قانونی که در محدوده جغرافیایی بخش واقع شده و از نظر اشتغال، بافت ساختمانی و سایر عوامل، دارای سیمایی با خصوصیات خاص خود بوده، به‌طوری‌که اکثریت ساکنان دائمی آن در مشاغل تجارت، کسب، صنعت، خدمات، کشاورزی و فعالیت‌های اداری اشتغال داشته و در زمینه خدمات شهری از خودکفایی نسبی برخوردار و مرکز مبادلات اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی حوزه پیرامون خود بوده و حداقل دارای ده هزار نفر جمعیت باشد.

### ۳. اهمیت شهرها

به دلیل اهمیت و جایگاه شهر در زندگی اجتماعی بشر، همواره شهر، شهرنشینی و مدیریت آن از مشغله‌های فکری اندیشمندان در طول تاریخ بوده است و همواره متفکران بزرگ اجتماعی از ابن‌خلدون تا افلاطون و هاروی<sup>۱</sup>، رابرت پارک<sup>۲</sup> و... به مطالعه درباره مسائل شهری پرداخته‌اند. اگرچه شهرنشینی پدیده تازه‌ای نیست، فرایند شهرنشینی در دوره معاصر از ویژگی‌های برجسته‌ای برخوردار گردیده که اساساً آن را متفاوت از شهرهای کلاسیک و شهرنشینی سنتی می‌دانند. شهر و شهرنشینی به‌حدی دارای اهمیت است که برخی از جامعه‌شناسان، پیدایش مکاتبی نظیر مکتب شیکاگو و حتی علم جامعه‌شناسی را محصول تحولات شهرنشینی می‌دانند و برخی دیگر شهرنشینی را تنها راه توسعه می‌دانند. کسانی مانند مایرون وینر<sup>۳</sup> در کتاب *نوسازی جامعه*، شهرنشینی و توسعه را لازم و ملزوم یکدیگر دانسته است (حبیبی، ۱۳۸۴: ۲۱۲). همچنان‌که زیمل<sup>۴</sup> معتقد است شهر مکانی برای خلق فرصت‌ها و نوآوری‌های بسیار است؛ هرچند شامل محدودیت‌هایی نیز می‌شود. در شهر، به دلیل فرصت کسب، کار و درآمد، احساس ایمنی و دسترسی بیشتر و بهتر به

---

1. David Harvey  
2. Robert E. Park  
3. Myron Weiner  
4. Georg Simmel



آموزش و بهداشت موجب شده که شاخص‌های توسعه از جمله توسعه انسانی بالاتر و پایدارتر باشد.

شهرنشینی در ایران مانند بسیاری از جوامع در حال توسعه، از دههٔ چهل آغاز و تا امروز با سرعت بسیار زیادی گسترش یافته است. دلیل این گرایش افراطی به شهرنشینی در ایران، این است که شهرنشینی مساوی با برخورداری از امکانات و فرصت‌های بهتر و بیشتر برای زندگی است. دانشگاه‌ها، صنایع، ارتباطات نوین، بهداشت و... همگی شهری هستند و یا اصولاً از مادری به نام شهر متولد شده‌اند.

#### ۴. شهروندی

شهروندی از مشتقات شهر و بُعد پیشرفتهٔ شهرنشینی است. برخی از کارشناسان بر این باورند هنگامی که شهرنشینان به حقوق یکدیگر احترام بگذارند و به مسئولیت‌های خود در قبال اجتماع و شهر عمل نمایند، به «شهروند» ارتقا می‌یابند (لطفی و همکاران، ۱۳۸۸). همچنین شهروندی از مفاهیم مهم در شناخت وضعیت انسان امروزی و توصیف جایگاه اوست که می‌توان به‌وضوح نشان داد که هویت شهروندی، انسان معاصر را از انسان در قرون گذشته متمایز کرده است. در واقع شهروندی شامل مجموعه‌ای از وظایف، حقوق و تعهدات است که بر اساس عدالت، برابری و استقلال است (صرافی و عبداللهی، ۱۳۸۷: ۱۱۵). در زندگی متمدن امروزی، غالباً شهروندان با سلاقی و انگیزه‌های متفاوت، در جوامع شهری به فعالیت می‌پردازند؛ گروهی برای کسب و کار، عده‌ای برای آموختن مهارت‌های فردی و جمعی و گروهی دیگر برای پر کردن اوقات فراغت و... بنابراین لازمهٔ زندگی اجتماعی، وجود روابط اخلاقی و حقوقی بین افراد و گروه‌های مختلف جامعه است و ضروری است که این روابط منظم و باقاعده شود؛ در غیر این صورت اجحاف و تزویر، زور در جامعه حاکم شده که منجر به هرج و مرج و آشفتگی خواهد شد. لذا نهادهای عمومی و دولت‌ها با تدوین تعیین قواعد و مقررات اجتماعی، سیاست‌های ویژه‌ای را در جهت تنظیم این روابط در پیش گرفته‌اند (شیعه، ۱۳۸۲: ۶۲). مارشال که از پیشگامان معاصر نظریهٔ شهروندی است، در کتاب *طبقه، شهروندی و توسعهٔ اجتماعی* شهروندی را در مسیر تاریخی و تکاملی به سه

بعد اجتماعی، سیاسی و مدنی تقسیم می‌کند (Marshal, 1998: 67). منزلت شهروندی با قانون اعطا می‌شود و اشخاص به اعتبار جایگاه اجتماعی یا سیاسی، دارای حقوقی هستند. بر این اساس افراد به دلیل اینکه در زندگی مشترکی سهیم می‌شوند، در زمینه‌های اقتصادی، تعهدات سیاسی یا امور فرهنگی دارای حقوق و وظایفی نسبت به هم هستند. در واقع مفهوم شهروندی نشان‌دهنده نقطه اتصال بین جغرافیای سیاسی، فرهنگی و اجتماعی است و شهروندی بیش از اینکه نظریه باشد، مفهومی است که به مشارکت در جامعه رسمیت می‌دهد. در دانشنامه سیاسی، شهروند فردی است که از یک طرف در برابر دولت وظایفی به عهده دارد و از طرف دیگر، از حقوق مدنی و سیاسی برخوردار است. چگونگی رابطه شهروند و دولت را قوانین مدنی و قانون اساسی تعیین می‌کند. اساساً شهروندان تنها فرمان‌بردار حکومت نیستند، بلکه از حقوق طبیعی نیز برخوردارند که دولت ملزم به رعایت این حقوق و حمایت از آنهاست (کامیار، ۱۴۰۱). جذابیت شهروندی، به دلیل منافی که به فرد می‌رسد نیست. شهروندی یک ایده اجتماعی و دوجانبه است و حقوق شهروندی مبنایی برای اداره امور انسان است که زندگی آنها از قبل توسط جنسیت، مذهب، طبقه و نژاد تعیین می‌شود. شهروندی بیش از هر هویت دیگری قادر است انگیزه سیاسی انسان‌ها را ارضا نماید (صرافی و عبداللهی، ۱۳۸۷: ۱۱۵).

##### ۵. حقوق شهری و شهروندی

حقوق شهری، شاخه‌ای از حقوق عمومی است که روابط شهروندان و مدیران شهری را تنظیم می‌کند (لطفی و همکاران، ۱۳۸۸: ۱۰۳). در تعریفی دیگر، مجموعه قوانین و مقرراتی است که ارتباط شهروندان را با ادارات و نهادهای شهر تنظیم می‌کند و حقوق و وظایف ناظر بر شهرداری‌ها و شوراهای و سایر ادارات شهری را بیان می‌کند (کامیار، ۱۴۰۱: ۲۲). در تعریفی دیگر، حقوق شهری عبارت است از مجموعه قوانین و مقرراتی که بر اجرای انطباق شهری و محلی جهت تأمین نیازهای منطقه‌ای از طریق ادارات و نهادهای عمومی نظارت می‌کند (پایگاه اطلاع‌رسانی معماری و شهرسازی ایران، ۱۳۸۸). در واقع موضوع اساسی حقوق شهری، بیان ارتباط شهروندان با شهرداری‌ها و ادارات، بیان وظایف و حقوق آنان در

برابر یکدیگر و نحوه اداره امورات شهری و کیفیت نظارت شهرداری‌ها بر فعالیت‌های شهری است. به موازات حقوق شهری، حقوق شهروندی وجود دارد. در واقع حقوق شهروندی مجموعه‌ای است از مسئولیت‌ها و تکالیف شهروندان در مقابل یکدیگر، در برابر شهر، حکومت و مملکت. همچنین مجموعه حقوق و امتیازاتی است که وظیفه تأمین آن‌ها بر عهده دولت یا به‌طور کلی قوای حاکم و مدیران شهری (شهرداری) است (سایت حقوق دانان، ۱۳۸۸). برای تحقق حقوق شهروندی در جامعه باید عوامل مذهبی، سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و تاریخی مورد توجه قرار گیرد؛ زیرا هر کدام از این عوامل در تحقق حقوق شهروندان تأثیر زیادی دارند. در واقع اگر به زمینه‌های تاریخی، مذهبی و یا ساختار سیاسی قدرت یعنی فردی یا دموکراتیک بودن اهمیت داده نشود، نمی‌توان انتظار داشت که حقوق شهروندی در جامعه مورد توجه قرار گیرد. در جوامع توسعه‌یافته، عوامل و زمینه‌های مختلف (رشد اقتصادی، اصلاح ساختار سیاسی، مسائل جمعیت و زیست‌محیطی، افزایش سطح رفاه و...) برای توسعه‌یافتگی هم‌جهت و همسو شده‌اند، اما در کشورهای توسعه‌نیافته یا در حال گذر، هم‌جهتی زمینه‌های پیشرفت کم‌رنگ بوده؛ شاید هم بخشی از زمینه‌های توسعه با روند جهانی شدن در حال آماده شدن است. اما بخش دیگر از زمینه‌های توسعه مانند مشارکت و حقوق شهروندی در امور اقتصادی، اجتماعی و سیاسی روند کندی را طی می‌کند. مجموعه این عوامل بر پیشرفت و توسعه‌یافتگی جامعه تأثیر زیادی دارد.

حقوق شهروندی دارای ویژگی‌هایی است؛ از جمله:

۱. جهانی بودن آن است؛ هر فرد از هر کجا، هر جنس، نژاد، زبان و دین که باشد، مستحق آن است و کسی نمی‌تواند این حق را از او سلب کند.
۲. این حق غیرقابل انتقال و غیرانفکاک است؛ زیرا بدون آن را فرد را نمی‌توان بشر نامید.
۳. این حق هدیه الهی است و هیچ مقامی مانند حکومت یا مقامات مذهبی این حق را اعطا نمی‌کند.

۴. عناصر آن لازم و ملزوم همدیگر، متمم و مکمل سایرین است.

۵. حقوق فطری و ذاتی است و جزو صفات شخصیتی انسان است و وابسته به هیچ

قراردادی نیست.

۶. تقسیم‌ناپذیر است و نمی‌توان به دلیل عدم ضرورت یا کم‌اهمیت بودن، آن را از کسی سلب کرد.

### ۶. مدیریت شهری

در سال ۱۹۷۶م، برای اولین بار، مفهوم مدیریت شهری در کنار مفاهیم دیگری از قبیل پروژه شهر سالم و توسعه پایدار شهری مورد توجه و در دستور کار برنامه‌های توسعه سازمان ملل با عنوان مدیریت شهری قرار گرفت. این نوع مدیریت شهری حرکت از شیوه مدیریت متمرکز به سمت مدیریت غیرمتمرکز در قالب مدیریت‌های محلی‌تر با هدف توسعه امورات شهری توسط سازمان‌های محلی است (پرهیزکار و فیروزبخت، ۱۳۹۰: ۴۷). مهم‌ترین اهداف مدیریت شهری، حفاظت از حقوق شهروندان، ارتقای شرایط زندگی و کار جمعیت ساکن در گروه‌ها و اقشار مختلف اجتماعی و اقتصادی با توجه به افراد و گروه‌های کم‌درآمد، تشویق به توسعه اقتصادی و اجتماعی پایدار و حفاظت از محیط کالبدی شهری است (شیعه، ۱۳۸۲: ۶۲). مدیریت به معنای سازمان‌دهی، برنامه‌ریزی، ایجاد انگیزش و نظارت است. همچنین مجموعه وظایفی است که بر عهده مدیر جهت دستیابی به اهداف یک سازمان گذاشته می‌شود. در واقع منظور از مدیریت شهری بر عهده گرفتن مدیریت به عنوان نقش فعال در توسعه و هماهنگ‌سازی منابع جهت دستیابی به اهداف توسعه شهری است (سعیدی، ۱۳۸۴: ۷۷؛ ضرابی و جمالی‌نژاد، ۱۳۸۹: ۲۲۷). از جمله وظایف مدیریت شهری فراهم نمودن زیرساخت‌های اساسی جهت عملکرد بهتر شهرها، سامان‌دهی فعالیت‌های تأثیرگذار بخش خصوصی بر سلامتی، امنیت و رفاه اجتماعی شهروندان، آماده‌سازی خدمات لازم برای توسعه و گسترش منابع انسانی، بهبود استانداردهای زندگی شهری و بهبود بهره‌وری و همچنین فراهم نمودن تسهیلات و خدمات لازم جهت پشتیبانی از فعالیت‌های مولد و کارآمد مؤسسه‌های خصوصی در نواحی شهری است. در نهایت مدیریت شهری، ابزاری است که توسط آن حکومت قادر است توسعه مشارکتی و پایداری را به وجود آورد (سعیدی رضوانی، ۱۳۸۴: ۴).

## ۷. برنامه‌ریزی استراتژیک مدیریت شهری

وظایف و برنامه استراتژیک مدیریت شهری صرفاً محدود به مسائلی از قبیل برنامه‌ریزی، انجام پروژه‌های عمرانی، خدمات‌رسانی و مدیریت فرهنگ محلی نمی‌شود؛ بلکه جهت دادن به مجموعه فعالیت‌های شهری در جهت دستیابی به توسعه پایدار، از مهم‌ترین وظایف مدیریت شهری است. یک مدیر شهری بایستی توانایی شناخت نقاط قوت و ضعف خود را در دنیای رقابتی داشته باشد و درصدد تقویت نقاط قوت و مزایای رقابتی آن برآید. جامعه‌شناسان بر این باورند که جامعه آینده، یک جامعه شهرنشین خواهد بود؛ بنابراین برنامه مدیریتی باید در جهتی باشد که شهرها به جای آنکه محیطی برای تراکم کارگران بیکار با مشکلات زیاد، اقتصادی، اجتماعی و محیط زیستی یا بی‌ثمر جهت سرمایه‌گذاری اقتصادی باشد، باید تبدیل به مراکز رشد اقتصادی و اجتماعی ملی شود. این مراکز باید فرصت‌های ارزشمندی جهت توسعه رفاه را برای جمعیت تمام کشور فراهم کند (جهانشاهی و وارثی، ۱۴۰۰: ۵۵). ناکارآمدی روش‌های سنتی و پیچیدگی سیستم‌های شهری موجب شده که بسیاری از شهرهای در حال توسعه، بدون برنامه مدیریتی صحیح و همه‌جانبه، در شرایط آشفته‌ای قرار گیرند و با گسترش بی‌رویه فقر و آینده‌ای مجهول مواجه شوند. بنابراین برخورد با این چالش‌های نوین، مستلزم اتخاذ تصمیم و برنامه مدیریتی راهبردی به‌صورت آگاهانه برای آینده جوامع شهری است (تقوایی و همکاران، ۱۳۸۵: ۱۷). در واقع فرض اصلی دیدگاه برنامه‌ریزی استراتژیک، دستیابی به توسعه پایدار از طریق مشارکت مدنی، عمومی و خصوصی است (مهدی‌زاده، ۱۳۸۲: ۱۰۵).

## ۸. علل عدم توسعه فرهنگ مشارکت و شهرنشینی در ایران

امروزه شهر و فرایند شهرنشینی به‌صورت زیست غالب درآمده و احتمالاً در آینده، شهرنشینی به‌عنوان تنها شکل زندگی به سکونتگاه اجتماعی انسان‌ها تبدیل می‌شود (کاظمیان و میرعبادینی، ۱۳۹۰: ۲۷). شهر و شهرنشینی از مهم‌ترین مباحث توسعه ایران مدرن است. صنعتی شدن جوامع شهری و رشد شهرنشینی بدون توجه به توسعه فرهنگ شهرنشینی،

مشکلات زیادی را در شهرها به وجود می‌آورد؛ زیرا فرهنگ جوامع شهری به سرعت از ارزش‌های اجتماعی و آداب و سنن خود دور شدند و تمایل به زندگی امروزی و استفاده از ارزش‌های مادی و رفاه بیشتر پیدا نمودند. ازاین‌رو هر شهری در کنار ساخت کالدهای شهری و فضاها، نیازمند برقراری ارتباط معقول بین محیط فیزیکی و طبیعی با وضع فرهنگی-اجتماعی است (صیدیگی و همکاران، ۱۳۹۷: ۲۹۰).

به‌طور کلی، متناسب با نیازهای جامعه، فرهنگ شکل می‌گیرد. فرهنگی که توانایی مقابله با چالش‌های جدید را داشته باشد و در صورت نیاز از فرهنگ‌های دیگر تأثیر بپذیرد و آن را به صورت بومی درآورد، فرهنگ پویاست؛ درمقابل، فرهنگی که با عدم تعادل و انسداد از درون متلاشی شود، فرهنگ ایستاست. بنابراین فرهنگ‌ها برای بقا و حیات خود نیازمند پویایی و حرمت هستند و باید بازتولید و زایش داشته باشند. اگر فرهنگی بازتولید نداشته باشد، به مرور زمان تبدیل به انسداد فرهنگی می‌شود. بنابراین تحولات فرهنگی نه تنها تهدید محسوب نمی‌شوند، بلکه طبیعت ذاتی فرهنگ است که باید به‌عنوان یک فرصت از آن بهره جست (صالحی امیری، ۱۳۸۹).

«فرهنگ شهری» با مقولاتی از قبیل مشارکت فرهنگی، دموکراسی فرهنگی، بازار فرهنگی، فرهنگ مردمی، کثرت‌گرایی فرهنگی، شهروندی فرهنگی همراه است و مقامات محلی (شهرداری‌ها و شوراهای) و مدیریت ملی (دولت) این فرهنگ شهری را در دستور کار خود قرار داده‌اند (نجاتی حسینی، ۱۳۸۱).

«شهر فرهنگی» محلی است که در آن، امکان حضور جلوه‌های فرهیختگی برای شهروندان وجود دارد؛ در واقع شهری است که در آن، مردم و فرهیختگان مشارکت فعال دارند (همان). مجموعه‌ای از هنجارها، فضاها، ارزش‌ها، نهادها، امکانات و مقررات که به زندگی در جوامع شهری تعادل و نظم می‌بخشد، فرهنگ شهرنشینی است. ازاین‌رو امروزه فرهنگ شهرنشینی بخش مهمی از فرهنگ عمومی هر جامعه را شکل می‌دهد که کیفیت آن نقش مهمی در فرایند کیفیت زندگی، توسعه پایدار و شادابی و سلامت عموم مردم را دارد و همچنین تبدیل شهرنشینان به شهروندان قانون‌مدار مستلزم ایجاد و توسعه فرهنگ

شهرنشینی است (مهدی‌زاده، ۱۳۸۶: ۱۴).

در مباحث توسعه فرهنگی و مدیریت شهری، شهر موجودی زنده، پویا و درحال رشد تلقی می‌شود که با پیشرفت همه‌جانبه انسان‌ها و مدرن شدن زندگی بشر، نحوه معیشت و شیوه‌های زیست آن نیز درحال تغییر و دگرگون شدن است. از دیدگاه نظری، مهم‌ترین چالش فرهنگ شهرنشینی در ایران، پیشی گرفتن شهرنشینی بر شهرگرایی منطبق بر برنامه است. مفهوم شهرنشینی عبارت است از رشد کمی تعداد افراد ساکن شهر؛ درحالی‌که مفهوم شهرگرایی با تغییراتی در رسوم اخلاقی، ارزش‌ها و رفتارهای جمعی همراه است. درواقع شهرنشینی یک فرایند کمی است؛ درمقابل، شهرگرایی به همه ویژگی‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی زندگی شهری اطلاق می‌شود که به‌عنوان شیوه مطلوب زندگی، دارای ویژگی‌های فرهنگی، حس همبستگی و دوستی و احساس هویت شهری است (Moein, 2007). بر این اساس، دو چالش قابل توجه در عرصه فرهنگ شهرنشینی ایران قابل مشاهده است: اول اینکه تعداد متولیان امور فرهنگی زیاد هستند و درعین حال هیچ تعامل سازمانی و برنامه‌ای باهم ندارند و به همین سبب، با وجود تلاش‌های زیاد، مشکلات جدی وجود دارد؛ مشکل دوم عدم آموزش شهروندی است. از آنجا که شهرها محل حضور افراد متفاوت، خرده‌فرهنگ‌های متفاوت است، لازم است افراد در برخی از حوزه‌های شهرنشینی، آموزش لازم را ازسوی نهادهای تأثیرگذار در امور فرهنگی، اجتماعی و آموزشی (آموزش و پرورش، صداوسیما و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی) کسب کنند (مهدی‌زاده، ۱۳۸۶: ۱۴).

مسائل فرهنگی و اجتماعی در مدیریت شهری از آن جهت دارای اهمیت است که در شرایط فعلی، توجه یک‌بعدی به مسائل خدمت‌رسانی در شهرها جواب نداده است؛ بنابراین می‌توان با پرداختن به مسائل فرهنگی و اجتماعی، بازده کارها را افزایش داد. توجه به مسائل فرهنگی و اجتماعی در انجام وظایف دستگاه‌های خدمت‌رسان نه تنها موجب افزایش مشارکت شهروندان می‌شود، بلکه در درازمدت، سبب کاهش هزینه‌های شهر نیز می‌شود. ازطرف دیگر، مسائل فرهنگی و اجتماعی تمامی حوزه‌های شهری، از ساخت‌وساز و نظافت

شهری تا ارتقای زندگی شهرنشینی را در بر می‌گیرد و چون شهروندان سرمایه‌های مهم شهری محسوب می‌شوند، نگاه همه‌جانبه به خواسته‌ها و نیازهای آنان و پاسخ‌گویی به آن‌ها می‌تواند زندگی شهرنشینی را در همه زمینه‌ها ارتقا دهد.

در حال حاضر در بحث مدیریت شهری، شورای شهر و شهرداری در صدد هستند تا مسائل فرهنگی و اجتماعی را بیشتر مورد توجه قرار دهند؛ بنابراین در این راستا برنامه‌ریزی منظم برای دستگاه‌های متولی در جهت فعالیت‌های فرهنگی و اجتماعی تعریف خواهد شد. اگر در برنامه‌ریزی فرهنگی و اجتماعی، مدیریت شهری (شورا و شهرداری) در کنار سایر دستگاه‌های شهری، متولی این‌گونه مسائل قرار گیرند، می‌توان امیدوار بود که علاوه بر ارتقای سطح فرهنگی و اجتماعی شهروندان، آسیب‌های اجتماعی نیز کنترل و کاهش یابد. شهر تهران به علت مسائل مختلف از جمله بافت‌های متراکم تبعیض در عدالت شهری، تراکم جمعیت و نگاه‌های تک‌بعدی به بعضی از کارکردهای شهری، بستری برای افزایش آسیب‌های اجتماعی است. این آسیب‌های اجتماعی و فرهنگی می‌تواند ضرر و آسیب‌های فراوانی به شهر و شهروندان وارد کند و این امر موجب خواهد شد تا نیرو و هزینه‌ای که باید برای افزایش سطح زندگی شهری اختصاص یابد، مختص به حل مشکلات و مسائل فرهنگی و اجتماعی که در قالب آسیب‌های اجتماعی شود. ماهیت آسیب‌های اجتماعی و فرهنگی به گونه‌ای است که اگر فردی دچار این‌گونه مشکلات شود، نه تنها خود فرد بلکه خانواده و جامعه شهری را نیز تحت تأثیر قرار خواهد داد. بنابراین بی‌توجهی به حقوق شهروندی و بی‌انضباطی شهری، موجب می‌شود در طول زمان، مسائل فرهنگی و اجتماعی شهری از یکدیگر گسسته شود. در واقع توجه به مسائل فرهنگی و اجتماعی شهری می‌تواند در زنده نگه داشتن شهر کمک کند. مدیریت شهری باید توانایی این را داشته باشد که مشارکت همه دستگاه‌های متولی مسائل فرهنگی و اجتماعی را در شهر فراهم کند. بنابراین از اهداف عمده توسعه شهری، توانمندسازی اجتماعی و فرهنگی دستگاه‌های متولی است که می‌تواند موتور محرکه توسعه قرار گیرد و چالش‌های اجتماعی و فرهنگی را کاهش دهد. بنابراین برنامه‌ریزی کارآمد و صحیح برای حوزه‌های فرهنگی و اجتماعی می‌تواند موجبات



رعایت حقوق شهروندان و ارتقای سطح زندگی شهری را فراهم کند (Friedmann, 1986: 69).

## ۹. مشارکت اشخاص حقیقی و حقوقی

مشارکت، فرایندی است عمومی، اجتماعی، چندفرهنگی که هدفش تشویق تمام افراد جامعه به ایفای نقش در همهٔ مراحل توسعه است (طالشی و عفتی، ۱۳۸۸: ۵۲). مشارکت از نظر جامعه‌شناختی، فرایندی چندسویه و تعاملی است که طرفین آن از قدرت و نفوذ یکسان برخوردارند (آریانپور کاشانی و آریانپور کاشانی، ۱۳۷۸). مشارکت روند سازمان‌یافته‌ای است که افراد جوامع ب صورت داوطلبانه و آگاهانه، و گروهی با در نظر داشتن اهداف مشخص که منجر به سهیم شدن در منابع قدرت می‌شود، تعریف می‌شود. نهادهای مشارکتی از قبیل گروه‌ها، انجمن‌ها، سازمان‌های محلی و غیردولتی‌اند که نمونهٔ بارز آن شوراهای شهر است (اوکلی و مارسدن، ۱۳۷۱: ۱۱۸). مشارکت دارای قواعدی است که مردم باید در فرایند طرح‌ها و پروژه‌های توسعه‌ای مورد توجه قرار دهند (طالب و همکاران، ۱۳۹۱: ۱۸). در واقع دیدگاه مشارکت مردم مرکز است؛ بدین معنا که در مشارکت، زنان و مردان بر سرنوشت خود اثر دارند؛ در نتیجه خوداتکایی را افزایش می‌دهد و یکی از ارکان اساسی در توسعهٔ پایدار محسوب می‌شود (دانش‌مهر و احمدرش، ۱۳۸۸: ۱۲۹).

در یک طبقه‌بندی کلی، دو نظریه در مورد مشارکت وجود دارد: الف. نظریه‌هایی که ریشهٔ جامعه‌شناختی دارد و از نظرات وبر نشئت می‌گیرند. طبق نظریه‌های وبر، فرض بر این است که اگر مشارکت در حکم عملی اجتماعی در نظر گرفته شود، این عمل برخاسته از وجوه فرهنگی آن جامعه است و تحت‌تأثیر سیستم فرهنگی جامعه قرار می‌گیرد؛ ب. نظریه‌های مشارکتی که ریشهٔ روان‌شناختی دارند و بر جنبه‌های رفتاری تأکید می‌کنند. در این نظریه‌ها، بخش وسیعی از رفتار به‌جای اینکه حاصل گرایش‌ها و باورها باشد، نتیجهٔ فایده و ضرری است که رفتارها در خود دارند؛ به این معنا که مجازات‌ها و پاداش‌هایی که در مقابل انجام یک رفتار نصیب شخص می‌شود، ادامهٔ رفتار را تعیین می‌کنند. این افراد عاقلانه رفتار

می‌کنند و برای آن‌ها بسیار اهمیت دارد که نظام اجتماعی چه مقدار تنبیه و یا تشویق در مقابل رفتار آن‌ها در نظر می‌گیرد و با محاسبه هزینه فایده‌های مشارکت کردن یا مشارکت نکردن، تصمیم می‌گیرند (طاعتی، ۱۳۹۹). گنجایش مردم یک شهر برای مشارکت در اداره شهر به چند عامل بستگی دارد:

اولین عامل فرهنگ سیاسی شهر، که شامل طرح‌های پذیرفته‌شده مشترکی است، موضع بخش‌های عمده مردم را نسبت به موضوعات سیاسی مشخص می‌کند. فرهنگ سیاسی، محیطی روانی را به وجود می‌آورد که فعالیت‌های سیاسی در محدوده آن انجام می‌شود. فرهنگ سیاسی حاکم بر جوامع و کلان‌شهرهای جهان متفاوت است، به طوری که برخی زمینه مشارکت را به وجود می‌آورد و برخی مانع بر سر راه آن هستند. میزان اعتماد به مردم و میزان باور به اثرگذاری فرد، دو عنصر اساسی در ایجاد فضای مساعد یا نامساعد برای مشارکت هستند. عنصر اول به این باور است که مردم یک جامعه تا چه اندازه به سایر مردم اعتماد دارند و معتقدند همراه هم می‌توانند فعالیت مشترک موفق داشته باشند. عنصر دوم نیز بر این باور است که مردم تا چه اندازه باور دارند دیدگاه‌ها و اعمال فرد می‌تواند در روند امور تأثیر بگذرد.

دومین عامل، میزان فراهم بودن ضروریات مدیریت مشارکتی است. موفقیت مدیریت مشارکتی به چند عامل بستگی دارد: ساختار، جهت‌گیری و فراگرد. بدین معنا که اگر برخی ویژگی‌ها در ساختار سازمان‌دهی یک فعالیت، جهت‌گیری مدیران، کارکنان و متصدیان فعالیت و فراگردهای مربوط به آن وجود داشته باشد، احتمال کامیابی مدیریت مشارکتی افزایش می‌یابد.

#### ۱۰. موانع و تنگناهای مشارکت اشخاص حقیقی و حقوقی در مدیریت شهر

درخصوص عدم موفقیت شوراهای در جلب مشارکت‌های مردمی در اداره امور شهرها در نقاط مختلف کشور، متغیرهای زیادی تحت تأثیر شرایط طبیعی، اجتماعی، سیاسی، اقتصادی، فنی و... نقش دارند. براساس نتایج مطالعات (شیانی و ابطحی، ۱۴۰۰: ۶۶۵) چهار عامل اصلی و هفت عامل فرعی شناسایی شدند که در جدول (۱) آمده است. شایان ذکر است که

تفکیک بین عوامل دشوار است و امکان همپوشانی بین برخی عوامل اصلی و فرعی وجود دارد؛ اما در هر حال، آن‌ها را جزء عوامل اصلی بیان می‌کنند.

جدول ۱: عوامل اصلی و فرعی عدم مشارکت اشخاص در مدیریت شهری

عوامل اصلی	عوامل فرعی	مفاهیم
ساختار شهری	ضعف محله‌ای	موقتی بودن برنامه‌های مشارکت محلی، توجه نکردن به فعالیت‌های محلی، کم‌رنگ بودن نقش محله‌محوری
	ساختار و بافت شهری	موقعیت جغرافیایی، طبقاتی بودن ساختار شهری، شهرنشینی نامتعادل
مدیریت ناکارآمد	تضاد منفعته‌ها	تضاد منافع قدرت ملی و محلی، عدم تفکیک امر محلی از ملی، تمرکزگرایی دولت در امور شهری، تداخل وظایف و اقدامات دولت و مدیریت شهری
	چالش‌های مدیریتی شهرهای بزرگ	ناهماهنگی‌های درون شهرداری، عدم هماهنگی سازمان‌ها با یکدیگر، فقدان درآمدهای پایدار، وام‌دار شدن شوراهای
موانع سیاسی - قانونی	سیاست‌زدگی	پوپولیستی شدن مدیریت شهری، سیاسی بودن شهر تهران، سیاسی شدن مدیریت شهری، سیاسی شدن انتخابات، فقدان احزاب، سیاسی بودن شهردارها، مکانیسم انتخاب شهردار
ضعف قانون	رویکرد منفی به مشارکت	عدم اعتقاد به مشارکت مردم، عدم استفاده از مردم در برنامه‌ریزی‌ها، نگاه بالا به پایین در مدیریت شهری، نگاه امنیتی به مشارکت مردم، تقدم منافع فردی بر مصلحت جمعی، منفعت‌طلبی فردی
	ضعف قانون	نقص و ابهامات قانونی مشارکت، ضعف نظام بررسی شایستگی، کثرت و تناقض در قوانین، فقدان مکانیسم نظارت بر مدیریت شهری، مشخص نبودن مأموریت مدیریت شهری
سرمایه اجتماعی پایین	اعتماد پایین	فساد اداری، کاهش اعتماد به برنامه‌های توسعه، احساس تبعیض
اجتماعی پایین	مسئولیت‌پذیری پایین اجتماعی	کم‌اعتنایی به برنامه‌ها و اقدامات، بی‌توجهی به نظافت شهری، کاهش رفاه و کیفیت زندگی

اولین عمل ناشی از ساختار و بافت شهرهاست. شهرها که انبوهی از جمعیت را از سراسر کشور در دل خود جای داده، از تضاد و شکاف طبقاتی زیادی برخوردار است. طبیعی است افرادی که از طبقات پایین و دارای محرومیت و آسیب‌زا هستند، رشد سیاسی و اجتماعی ندارند، مجال چندانی برای مشارکت نخواهند داشت. این امر به‌ویژه در مورد نقاط محروم نمود بیشتری پیدا می‌کند. معمولاً شهروندان در طبقات پایین جامعه به‌علت ناآشنایی

با حقوق قانونی خود و اعتقاد نداشتن به اثرگذاری شوراها به سادگی از کنار این مسئله می‌گذرند و یا افرادی را انتخاب می‌کنند که فاقد صلاحیت و حسن نیت لازم‌اند.

مسئله دوم ضعیف بودن فعالیت‌های محله‌ای است، به همین دلیل است که برنامه‌های انجام‌شده در مشارکت افراد و گروه‌ها تأثیر چندانی نداشته و آن‌ها نیز ترجیح می‌دهند به این برنامه‌ها توجه ویژه نداشته باشند. علاوه بر این، به علت جابه‌جایی سالیانه بین محلات مختلف با توجه به اینکه افراد خود را متعلق به محله خاصی نمی‌دانند، هویت محله‌ها کمرنگ شده و این باعث می‌شود که مشارکت به حداقل برسد.

دومین مانع اصلی که موجب عدم مشارکت اشخاص می‌شود، مدیریت ناکارآمد شهری، دولتی و حکومتی است که شامل عوامل فرعی چالش‌های مدیریتی شهرهای بزرگ و تضاد منافع است. در واقع از نمودهای مدیریت ناکارآمد این است که در شهرهای بزرگ، هماهنگی کامل در سطوح مدیریتی و اجرایی وجود ندارد. همچنین در سطوح محلی و ملی تضاد منافع به وضوح قابل مشاهده است. این مسئله باعث چالش و ناهماهنگی بین قدرت محلی و ملی می‌شود. علاوه بر این، امورات ملی از محلی تفکیک نشده‌اند و توجه بیشتر دولت در امور شهری غالباً باعث تداخل اقدامات و وظایف دولت و مدیریت شهری می‌شود که نتیجه آن عدم مشارکت محلی در مدیریت شهری است.

سومین عامل اصلی عدم مشارکت، موانع و بسترهای سیاسی و قانونی موجود در کشور است. نخستین عوامل فرعی در این بخش، که مسئله اصلی عدم تمایل نهادهای متولی به این امر می‌باشد، رویکرد منفی به مشارکت است؛ چون با نگاه امنیتی و مدیریتی از بالا به پایین وجود دارد. بنابراین اعتقاد به مشارکت مردم پایین است و یکی از دلایل این مشکل، منفعت‌طلبی مدیران در سطوح بالاست که از موقعیت خود سوءاستفاده می‌کنند و همه منافع را برای خویش می‌خواهند. این مسائل باعث کمرنگ شدن مشارکت در مدیریت شهری می‌شود. از دیگر عوامل فرعی این است که فرایند انتخابات شورای شهر و مدیریت شهری سیاسی است و ضعف حضور احزاب مختلف به شکل آزاد و رسمی موجب تشدید این مسئله می‌شود. همچنین بسیاری از قوانین مربوط به مدیریت شهری، به صورت واضح بیان

نشده‌اند؛ در واقع قوانین و سیاست‌ها در برخی موارد باهم در تناقض هستند و وظایف را به خوبی روشن نمی‌کنند. تناقض زیاد در قوانین موجب می‌شود تا سازمان‌ها نتوانند برای مشارکت برنامه‌ریزی کنند.

چهارمین عامل از عوامل اصلی که مانع مشارکت در مدیریت شهری می‌شوند، پایین بودن سرمایه اجتماعی و کاهش مسئولیت‌پذیری و اعتماد است. از دیدگاه جامعه‌شناختی، حداقل سه شکل از اعتماد وجود دارد: الف. اعتماد بین شخصی؛ ب. اعتماد تعمیم‌یافته؛ ج. اعتماد نهادی؛ که در ارتباط با مشارکت اشخاص در مدیریت شهری، اعتماد نهادی از اهمیت بیشتری برخوردار است. میزان اعتماد نهادی برحسب نوع سنجش مردم از کارکنان اداره‌ها، ارگان‌ها و نهادهای مختلف که در زندگی روزمره خود با آن‌ها ارتباط دارند، سنجیده می‌شود. بر این اساس، مردم نسبت به مسئولان خوش‌بین نیستند و این بدبینی به دلیل فساد اداری و احساس تبعیض به وجود آمده است. همچنین وقتی رفاه و کیفیت زندگی افراد پایین بیاید و افراد جامعه در برآورده ساختن نیازهای اولیه خود باقی بمانند، فرصت اندیشیدن به نیازهای سطح بالاتر (مشارکت در مدیریت) را ندارند. در این صورت، مسئولیت‌پذیری اجتماعی به پایین‌ترین سطح رسیده و شهروندانی که احساس مسئولیت‌پذیری نداشته باشند، تمایلی به مشارکت هم ندارند.

از دیگر عواملی که تمایل به مشارکت شهروندان را تا حد زیادی در کشور ما کاهش داده، احساس بی‌قدرتی است. مطالعات مختلف نشان می‌دهند که این حس بی‌قدرتی در میان اقلیت‌های مذهبی و زبانی بیشتر مشاهده می‌شود. پایین بودن میزان تحصیلات، خصوصیات سنی و جنسی اشخاص هم، از دیگر عوامل مؤثر در تقویت احساس بی‌قدرتی و در نتیجه عدم گرایش شهروندان به مشارکت محسوب می‌شود. همچنین تحقیقات نشان می‌دهند که از یک طرف تمایل برای مشارکت در میان زنان بیشتر از مردان است و از طرف دیگر، محدودیت در میان زنان برای شرکت در فعالیت‌های گروهی بیشتر است. سایر عوامل مرتبط با مشارکت شهروندان عبارت‌اند از: خصوصیات اخلاقی مردم، سطح درآمد‌ها، ارزیابی افراد از هزینه و منفعت مشارکت و....

## ۱۱. استراتژیک و الگوهای مشارکتی

از مهم‌ترین استراتژیک‌های بالا بردن مشارکت شهروندان در اداره امورهای شهری، افزایش سطح آگاهی‌های عمومی و آشنا نمودن کامل مردم، مسئولین و حتی اعضای شوراهای با اهداف، تکالیف، مسئولیت‌ها و اختیارات شوراهاست. ایجاد شوراهای فرعی محلات و هیئت‌های مشاوره با مشارکت مراکز تحقیقاتی، دانشگاهی، معتمدین و آگاهان محلی، انجمن‌های غیردولتی مانند اصناف، اتحادیه‌ها، انجمن‌های هنری، انجمن‌های خیریه، انجمن‌های دینی، احزاب سیاسی و... که انرژی بالقوه و خلاق شهری محسوب می‌شوند و ارتباط بسیار نزدیکی با امکانات و نیازهای موجود در محل دارند، سبب کشف و تدوین استراتژیک‌ها و نوآوری‌های جدیدی در جهت حل مسائل و مشکلات شهر و در نتیجه پیشبرد سریع برنامه‌ها خواهد شد. از راهکارهای مؤثر در جهت افزایش مشارکت شهروندان در مدیریت شهری، کاهش اختلالات اجتماعی است که با مشارکت در تعارض هستند. فردگرایی، خودکم‌بینی یا خودبزرگ‌بینی، احساس بی‌باوری، عدم توجه به انتظارات اجتماعی، کم‌رنگ شدن احترام متقابل اجتماعی، انزوای اجتماعی، عدم رعایت عدالت اجتماعی و توزیع نابرابر منابع (قدرت، ثروت، اطلاعات و منزلت اجتماعی) و... برخی از این اختلالات اجتماعی هستند. مدیریت مشارکتی در شهرداری‌ها از دیگر راهبردهای افزایش مشارکت در میان کارکنان، مهندسين مشاور، مشتریان و پیمانکاران در فرایند تصمیم‌گیری‌ها و حل مشکلات موجود در جامعه شهری است. از این طریق امکان استفاده از پیشنهادات، ایده‌ها، خلاقیت‌ها، ابتکارات و توان فنی و تخصصی آن‌ها در حل مسائل و مشکلات سازمان در جهت هرچه بهتر شدن فعالیت‌های سازمان امکان‌پذیر است. در این پژوهش، الگوها و مواردی که شهروندان می‌توانند در طرح‌های مشارکتی با سایر ادارات و نهادها نقش ایفا کنند، عبارت‌اند از:

۱. مشارکت شهروندان در سامان‌دهی فضاهای شهری مانند سازمان‌دهی تجهیزات شهری نظیر ترمینال‌ها، گورستان‌ها، بازیافت زباله و...، ایجاد فضاهای سبز و مراکز اجتماعی و هنری، علمی - تفریحی.

۲. مشارکت شهروندان در تأمین منابع مالی طرح‌های توسعه شهری به‌ویژه در زمینه مالیات و پرداخت عوارض.

۳. مشارکت به‌صورت محله‌محور؛ یعنی تغییر در نگرش مدیریتی در جهت تمرکززدایی قدرت و ارتقای میزان مشارکت مردم در سطح محله و ارائه راهکارهایی برای برون‌رفت از چالش‌های موجود در مدیریت شهری.

۴. هنگامی که مردم در ایده‌پردازی، برنامه‌ریزی و اجرای طرح‌ها مشارکت نمایند، خود را برگزارکننده و پیشرفت‌دهنده یک طرح بدانند و حضور خود را در طرح‌ها به‌صورت پررنگ احساس کنند، این امر منجر به افزایش حس خودباوری و احساس مفید بودن برای محل سکونت می‌شود. بنابراین مردم، محله را متعلق به خود می‌دانند و در نتیجه احساس تعلق به محله، شکل‌گیری هویت محله‌ای و مسئولیت اجتماعی افزایش خواهد یافت که در نهایت منجر به ارتقای همبستگی اجتماعی می‌شود.

۵. مشارکت شهروندان در پروژه‌های آبرسانی، ساخت معابر و ساختمان‌سازی به‌ویژه برای تأمین مسکن برای اقشار کم‌درآمد جامعه؛

۶. مشارکت شهروندان در فعالیتهای ایمنی شهرها که موجب کاهش آسیب‌پذیری در مقابل حوادث (زلزله، سیل، آتش‌سوزی و...) می‌شود؛ از طریق آموزش‌های لازم در سطح مدارس، محلات و مراکز دولتی مانند هلال‌احمر، نیروهای بسیج و....

## ۱۲. بحث و نتیجه‌گیری

شهرها به‌عنوان محل تجمع انسان‌ها، محل ظهور زندگی مدنی و پیدایش شهروندی بسیار حائز اهمیت هستند. جامعه ایران هم اخیراً با پدیده پیدایش زندگی شهری روبه‌رو شده است. امروزه شهرها را می‌توان محلی برای تولید شهروند قلمداد نمود. از آنجا که زندگی کنونی شهری نیاز به قوانین ویژه دارد و هرگونه کوتاهی و نادیده گرفتن قوانین موجب ناهنجاری‌های بسیاری در زمینه‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی و... می‌شود، با در نظر گرفتن پیچیدگی بافت و ساختار شهرها، زندگی بدون قوانین و مقررات شهرنشینی در آن ممکن نیست. لذا این امر موجب ایجاد و تقویت حقوق و قوانین شهر، شهروندی و فرهنگ

شهرنشینی شده است. در این میان، حقوق شهروندی برای تقویت و حمایت از تعاملات و روابط سازمان‌ها و نهادهای شهری، بیش از پنجاه سال است که نمود پیدا کرده و مبنایی برای شهروند و مدیریت شهری شده است. بنابراین مدیریت شهری قادر است با آموزش حقوق و قوانین شهروندی، اتخاذ رویکرد شهروندمداری، اصلاح نظام اداری و رعایت نمودن حقوق شهروندی، ایجاد فضای گفت‌وگو میان مدیران شهری و شهروندان، عدم تبعیض میان شهروندان و... نقش‌آفرینی کند. علاوه بر این، جایگاه مشارکت شهروندان در برنامه‌ریزی و مدیریت شهری، جایگاه انکارناپذیری است به‌صورتی که موفقیت یک طرح تا حد زیادی وابسته به نقش مردم و نوع دخالت آن‌ها در برنامه‌هاست. لذا تعیین اولویت برنامه‌های شهری، خواست‌ها و نیازها در ابعاد فرهنگی، اجتماعی و... وابسته به مشارکت مردم است. در حال حاضر در ایران، شهروندان تنها از طریق شوراها، در امورات مدیریت شهری مشارکت دارند؛ اما هیچ‌گونه مشارکتی در روند تهیه، اجرای طرح‌های شهرداری و مدیریت شهری وجود ندارد. نتایج این پژوهش نشان داد یکی از علل مشارکت نکردن مردم در مدیریت شهری، شکاف طبقاتی گسترده و موقعیت جغرافیایی آن‌ها در کنار مشکلات محله‌محوری، مستمر نبودن برنامه‌ریزی‌های مشارکتی محله‌محور و فردگرایی است. موانع قانونی و سیاسی، عامل دیگر در زمینه موانع مشارکت مردمی در مدیریت شهری است که موجب شده مشارکت به امری حاشیه‌ای تبدیل شود. لذا نیازمند تدوین سیاست‌هایی نوین است که متناسب با وضعیت روز باشد، تا بستری مناسب برای مشارکت در سطح انجمنی، حزبی و مردمی را فراهم نماید. یافته دیگر این تحقیق به ناکارآمدی مدیریت شهری اشاره دارد که عملاً مانعی اساسی برای مشارکت مردم و احزاب و انجمن‌ها در مدیریت شهری است. مسائلی از قبیل ناهماهنگی سازمان‌ها با یکدیگر، هماهنگ نبودن واحدهای درون شهرداری، تضاد منافع قدرت محلی و ملی، درآمدهای پایدار، تمرکزگرایی دولت در امور شهری، عدم تفکیک امر محلی از ملی، تداخل اقدامات و وظایف مدیریت و شهری دولت، تعداد سازمان‌ها و نهادهایی را که در اداره امورات شهر دخالت دارند و ناهماهنگی آن‌ها با یکدیگر و همچنین محدود بودن وظایف نهادهای مدیریت شهری و عدم تفکیک مدیریت



تخصصی از رهبری سیاسی است. لذا ضرورت دارد بازبینی اساسی در زمینه مدیریت شهری و سازمان‌های وابسته انجام شود تا با برنامه راهبردی نوین، به مقوله مدیریت شهری و مشارکت وسیع مردم پرداخته شود. همچنین وضعیت سرمایه اجتماعی یکی دیگر از موانع مشارکت مردمی در مدیریت شهری است. اخیراً در محافل علمی، سرمایه اجتماعی به عنوان عامل مهمی که نقش و چگونگی تأثیرگذاری آن بر مشارکت و احیاناً به فعل درآوردن نیروی بالقوه، بسیار مورد توجه واقع شده است و شناخت سرمایه اجتماعی به منظور مشارکت فعال و نهایتاً کمک به توسعه و بسط دموکراسی، بسیار حائز اهمیت است. بنابراین، سرمایه اجتماعی ظرفیت فعالیت اجتماعی افراد را افزایش می‌دهد. اما به نظر می‌رسد در ایران، سرمایه اجتماعی آن‌چنان مورد توجه قرار نمی‌گیرد. ارائه ندادن خدمات اولیه در محله توسط سازمان‌ها و نهادها و دل‌سردی شهروندان، فاصله زیاد بین حرف و عمل، چه در بین مسئولان و چه در بین شهروندان، و تحقق نیافتن پروژه‌ها و طرح‌های مصوب، از جمله عواملی هستند که اعتماد و در راستای آن سرمایه اجتماعی را پایین آورده و زمینه را برای عدم مشارکت اشخاص فراهم کرده است. به طور کلی، یکی از علل عمده مشارکت نکردن مردم را پایین بودن سرمایه اجتماعی می‌توان دانست و تلاش برای بهبود و افزایش سرمایه اجتماعی می‌تواند زمینه را برای مشارکت بیشتر فراهم کند. در نهایت، می‌توان گفت که موانع مشارکت (در سطوح ملی و محلی) ذاتی نیست بلکه عرضی است؛ به این معنا که در صورت فراهم بودن بسترهای مشارکت از قبیل افزایش ضریب نفوذ رسانه‌ها و سطح تحصیلات شهرنشینان و... می‌توان شاهد حضور فعال شهروندان در مدیریت شهری بود.

در نهایت و براساس نتایج پژوهش می‌توان پیشنهادهای کاربردی زیر را برای افزایش مشارکت ارائه داد:

۱. تقویت جایگاه قانونی شوراها، دبیر شوراها در شورای مدیران شهرداری نواحی منطقه‌ای؛
۲. بازبینی و به‌روزرسانی قوانین حوزه شهری با پیش فرض مشارکت مردمی در مدیریت شهری؛

۳. الزام شهرداری نواحی و مناطق به اعلام هزینه‌ها به ساکنان محدوده خود از طریق سایت رسمی شهرداری‌ها؛

۴. تشریح مکانیسم قانونی تعاملات اصناف، اشخاص حقوقی، اتحادیه‌ها، سازمان‌های مردم‌نهاد و مؤسسات فعال مرتبط با حوزه شهری (اجتماعی، فرهنگی، شهرسازی، عمرانی و...) با سازمان شورای شهر؛

۵. مطالعه مدیریت شهری در خصوص تعیین راه‌های ایجاد ضمانت اجرایی جهت به ثمر نشستن طرح‌های محله‌محور و مشارکت مردمی و تبدیل حوزه نظری به حوزه‌های عملی توسط پژوهشگران و متولیان مدیریت شهری؛

۶. آمارهای قابل استنادی مانند ارزیابی میزان مشارکت‌های مردمی در پروژه‌های محلی و ارزیابی میزان نفوذ سرای محله‌ای در محلات تهیه گردد تا امکان سنجش دقیق و صحیحی از میزان مشارکت مردم فراهم شود.

### تقدیر و تشکر

این مقاله از فعالیت در شرکت بهره‌برداری نمایشگاه‌های بین‌المللی شهر آفتاب استخراج شده است. نویسندگان بر خود لازم می‌دانند مراتب تشکر صمیمانه خود را از مدیرعامل محترم این شرکت و کارکنان شرکت شهر آفتاب در انجام این تحقیق، ابراز نمایند.

### منابع

۱. اوکلی، م.، و مارسدن، د. (۱۳۷۱). *رهیافت‌های مشارکت در توسعه روستایی* (م. محمدنژاد، مترجم). تهران: انتشارات وزارت جهاد سازندگی.
۲. آریانپور کاشانی، ع.، و آریانپور کاشانی، م. (۱۳۷۸). *فرهنگ دانشگاهی انگلیسی فارسی*. تهران: انتشارات سپهر.
۳. پرهیزکار، ا.، فیروزبخت، ع. (۱۳۹۰). چشم‌انداز مدیریت شهری در ایران با تأکید بر توسعه پایدار شهری. *مجله جغرافیای سرزمین*، ۸ (۳۲)، ۴۳-۶۶.
۴. تقوایی، م.، نادری، ب.، و دهقانی، ی. (۱۳۸۵). *تحلیلی بر برنامه‌ریزی استراتژی توسعه شهری*. نشریه انجمن راه و ساختمان ایران بنا، ۳۰ (۲۹)، ۲۹-۳۰.
۵. جهانشاهی، ه.، و وارثی، ح. (۱۴۰۰). *تدوین برنامه‌ریزی استراتژیک فضای شهری با رویکرد توسعه پایدار*

- شهری؛ نمونه موردی: بندر بوشهر. فصلنامه علمی پژوهشی *آمایش محیط*، ۱۴ (۵۵)، ۱۰۱-۱۲۳.
۶. حبیبی، م.، و سعیدی رضوانی، ه. (۱۳۸۴). شهرسازی مشارکتی کاوشی نظری در شرایط ایران. نشریه هنرهای زیبا، شماره ۲۴، ۱۵-۲۴.
۷. دانش مهر، ح.، و احمدرش، ر. (۱۳۸۸). بررسی نگرش‌های اجتماعی روستاییان نسبت به مشارکت اجتماعی (مطالعه موردی: روستای دشه از توابع شهرستان پاوه). *مجله توسعه محلی روستایی-شهری (توسعه روستایی)*، ۱ (۳۶)، ۱۲۹-۱۵۵.
۸. گزارش دبیر اجرایی کمیسیون سکونتگاه‌های انسانی سازمان ملل. (۱۳۷۳). ۸۵.
۹. رضازاده، م. (۱۳۸۴). عوامل اجتماعی و تحول فرم فضای شهری. تهران: پایگاه اطلاع‌رسانی شهرسازی و معماری.
۱۰. ژند، م. (۱۳۹۶). شهر چیست؟. تهران: انتشارات پایدار.
۱۱. سعیدی رضوانی، ه. (۱۳۸۴). شهرسازی مشارکتی برای سامان‌دهی فضایی قلعه آبکوه مشهد. پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشکده هنرهای زیبا. دانشگاه تهران.
۱۲. سعیدانیا، ا. (۱۳۹۲). مدیریت شهری. کتاب سبز راهنمای شهرداری‌های تهران. جلد ۵۹. تهران: انتشارات سازمان شهرداری‌ها و دهیاری‌های کشور.
۱۳. شیعه، ا. (۱۳۸۲). لزوم تحول مدیریت شهری در ایران. *مجله جغرافیا و توسعه*، ۲ (۱)، ۳۷-۶۲.
۱۴. شیانی، م. و ابطحی، ا. (۱۴۰۰). شناسایی موانع مشارکت اشخاص حقیقی و حقوقی در مدیریت شهری تهران، یک تحلیل محتوای کیفی. *مجله توسعه محلی (روستایی-شهری)*، ۱۲ (۲)، ۶۴۳-۶۶۵.
۱۵. صرافی، م.، و عبداللهی، م. (۱۳۸۷). تحلیل مفهوم شهروندی و ارزیابی جایگاه آن در قوانین. *مجله پژوهش‌های جغرافیایی*، شماره ۶۳، ۱۱۵-۱۳۴.
۱۶. صالحی امیری، ر.، و سپیده، م. (۱۳۸۹). بررسی و تعیین آسیب‌های روابط شورای اسلامی شهر و شهرداری. *مطالعات مدیریت شهری*، ۲ (۲)، ۲۱-۴۱.
۱۷. صیدبیگی، ص.، سرور، ر.، و فرجی‌راد، ع. (۱۳۹۷). نقش مدیریت شهری در توسعه فرهنگ شهر و شهرنشینی، مطالعه موردی شهر ایلام. فصلنامه علمی پژوهشی *نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی*، ۱۰ (۳)، ۲۸۹-۳۰۴.
۱۸. ضرابی، ا.، و جمالی‌نژاد، م. (۱۳۸۹). بررسی نقش مدیریت هماهنگی شهری در تحقق بخشی از میزان امنیت اجتماعی (مورد پژوهشی: استان اصفهان). *مجله مدیریت شهری و روستایی*، شماره ۲۶، ۲۲۵-۲۴۰.
۱۹. طاعتی، آ. (۱۳۹۹). شوراهای محلی در ایران و چند کشور دنیا. گزارش ۲۰۱ مرکز مطالعات و برنامه‌ریزی شهر تهران.
۲۰. طالب، م.، میرزایی، ح.، و نادری، ع. (۱۳۹۱). ارزیابی نقش مشارکت در طرح‌های توسعه مناطق روستایی

- ۱۸-۱. (۴)، ۱۸۱. (بررسی موردی: طرح‌های تجمیع مناطق روستایی). مجله توسعه محلی (روستایی-شهری). ۱ (۴)، ۱۸۱.
۲۱. طالبی، م.، و عفتی، م. (۱۳۸۸). برنامه‌ریزی مشارکتی. تهران: انتشارات دانشگاه پیام نور.
۲۲. فرجامی، م. (۱۳۸۳). ابعاد هویت شهری. مجموعه مقالات همایش مسائل شهرسازی ایران. جلد اول: ساخت کالبد شهری. شیراز: دانشکده هنر و معماری دانشگاه شیراز.
۲۳. فکوهی، ن. (۱۳۸۳). انسان‌شناسی شهری. تهران: انتشارات نی.
۲۴. کامیار، غ. (۱۴۰۱). حقوق شهری و شهرسازی. چ ۱۵. تهران: انتشارات مجمع علمی و فرهنگی مجد.
۲۵. کاظمیان، غ.، و میرعابدینی، ز. (۱۳۹۰). آسیب‌شناسی مدیریت یکپارچه شهری در تهران از منظر سیاست‌گذاری و تصمیم‌گیری شهری. مجله هنرهای زیبا معماری و شهرسازی، ۳ (۴۶)، ۳۸-۲۷.
۲۶. لطیفی، غ.، و منجزی، ف. (۱۳۹۶). مدیریت بحران در بافت‌های فرسوده در توسعه پایدار شهری، تهران: انتشارات آثار فکر.
۲۷. لطیفی، ح.، عدالت‌خواه، ف.، میرزایی، م.، و وزیرپور، ش. (۱۳۸۸). مدیریت شهری جایگاه آن در ارتقای حقوق شهروندان. فصلنامه جغرافیایی انسانی، ۲ (۱)، ۱۰۱-۱۱۰.
۲۸. مهدی‌زاده، ج. (۱۳۸۲). شهر و تاریخ: نظری به روند تاریخی توسعه کالبدی فضایی شهر تهران (بخش دوم نوسازی و پیدایش ما در شهر تهران). فصلنامه جستارهای شهرسازی، شماره ۳، ۱۶-۲۶.
۲۹. \_\_\_\_\_ (۱۳۸۶)، جایگاه میراث فرهنگی در توسعه پایدار شهری. فصلنامه جستارهای شهرسازی، شماره ۱۲، ۱۴-۲۵.
۳۰. نجاتی حسینی، م. (۱۳۸۱). برنامه‌ریزی و مدیریت شهری، مسائل نظری و چالش‌های تجربی. سازمان شهرداری‌های کشور.

31. Marshal, G. (1998). *Dictionary of Sociology*. Oxford: Oxford University Press.
32. Moein, M. (2007). *Dean Persian Language*. Tehran: Farhangnam Publication and Arid Book.
33. Friedmann, J. (1986). The world city hypotheses'. *Development and Change*, 17: 69-83.
34. <http://gt-rti.iust.ac.ir> > page\_arch\_2009.
35. <http://www.hoghooghddanan.com>

## The Impact of Citizenship Rights on Improving Urban Life and People's Participation

Sahar Barazmand<sup>1\*</sup>, Abas taghadosi neghad<sup>2</sup>

Received: 24/09/2022

Accepted: 29/11/2022

---

---

### Abstract

Today, the issue of urban management in the world has undergone a fundamental change. In order for cities to provide the welfare and comfort of their citizens, they must be managed. In this regard, urban laws and regulations are considered as one of the main components of the relationship between urban management and citizen rights. The present research was conducted by revisiting previous plans and studies in order to focus on the rights of citizens by paying attention to cultural issues and to the causes of people's non-participation in the administration of city affairs. The data in this research was collected through library studies, reading and reviewing the documents of the implemented plans, and reviewing articles in this regard. According to this research, urban and citizenship rights are very efficient and effective if they comply with the principle of benefiting from citizenship rights. Citizenship rights are a set of duties that citizens have towards each other, their government, and their city. They generally include the rights that the government and administrators also have. The city is required to comply with it. According to the results of this research, such an approach still has been less addressed in the set of general rules and regulations of urban management such as citizen participation. Although the issue of participation in urban management increases citizens' understanding of their needs and helps create a better society, the results showed that the participation of legal entities (associations, guilds, etc.) and real entities (citizens) in Iran are facing many historical, cultural, social, and administrative obstacles. Based on this research, political-legal obstacles, urban context, and metropolitan management challenges are the main factors of non-participation. Currently, due to various issues including an increase in citizens' levels of education, the rise of media effect, people can witness the active presence of the city residents in the city management if the platforms for participation are provided for all sections of society.

**Keywords:** urban management, citizenship rights, citizen participation, urban culture.

---

<sup>1</sup>. Corresponding author; PhD graduate, Forestry Department, Lorestan University, Khorram Abad, Lorestan, Iran; barazmand.sahar@gmail.com

<sup>2</sup>. PhD student, Department of Public Administration Humanities, Allameh Tabatabai University, Tehran, Iran; taghaddosi1400@gmail.com