

مطالعات کاربردی در علوم اجتماعی و جامعه‌شناسی

فصلنامه مطالعات کاربردی در علوم اجتماعی و جامعه‌شناسی
سال دوم، شماره سه (پیاپی: ۶)، شهریور ۱۳۹۸

بررسی رابطه میان میزان استفاده از موبایل با میزان مصرف سیگار
فرزانه اعجازی، ابوالفضل ذوالفقاری

مراقبت از راه دور در پرستاری و چالش‌های اخلاقی آن
یلدا پورداور، شایسته عسکری

کاربرد مد مفهومی در نمایش مسائل اجتماعی
صدف علی‌نیا، سوسن خطائی

شناسایی معیارهای مؤثر بر ارتقاء کیفیت محیطی در طراحی معماری مراکز
توانبخشی معلولین جسمی حرکتی
علیرضا مشبکی اصفهانی، محمدرضا مشبکی اصفهانی

بررسی عنصر آرامش در جذب مخاطبان برنامه‌های دینی رادیو
مسعود نیک‌روش، فاطمه میناخانی

شناخت رابطه بین آگاهی از مقررات راهور و پیشگیری از وقوع جرایم
رانندگی: مطالعه موردی شهر کرمانشاه
ادیب شریفی، فرشاد نجفی

ساخت و طراحی: الگو و مدل جامع مهارت‌های اجتماعی در ایران
محمدعلی زکی

مطالعات کاربردی در علوم اجتماعی و جامعه‌شناسی

فصلنامه مطالعات کاربردی در علوم اجتماعی و جامعه‌شناسی
سال دوم، شماره سه (پیاپی: ۶)، شهریور ۱۳۹۸
ISSN: 2645-4475

صاحب امتیاز و مدیر مسئول:
منیژه ملائی

زیر نظر شورای سردبیری
مدیر داخلی: محدثه ملائی

اعضای علمی تحریریه:

دکتر محمد امیرپناهی، عضو هیئت علمی دانشگاه علامه طباطبائی

دکتر غلامرضا لطیفی، عضو هیئت علمی دانشگاه علامه طباطبائی

دکتر فاروق امین مظفری، عضو هیئت علمی دانشگاه تبریز

دکتر خدیجه اسدی روستانی، عضو هیئت علمی دانشگاه سیستان و بلوچستان

دکتر محمدرضا حسنی، عضو هیئت علمی دانشگاه سیستان و بلوچستان

دکتر مهدی معینی، عضو هیئت علمی دانشگاه سیستان و بلوچستان

دکتر عبدالرسول حسنی فر، عضو هیئت علمی دانشگاه سیستان و بلوچستان



۰۲۱ ۳۳ ۲۰ ۲۴ ۸۷

۰۲۶ ۳۴ ۴۳ ۶۹ ۵۹



۰۲۱ ۴۳ ۸۵ ۷۱ ۲۴

نشانی: کرج، بلوار امام خمینی (باغستان)، بین
خیابان پنجم و ششم، روبروی مجموعه ورزشی
انقلاب، پلاک ۷۳۵، ساختمان پرند، واحد ۱

انتشارات هنر و علوم دانشگاهی

تهران، افسریه، ۱۵ متری اول، کوچه ۲۸،
پلاک ۲۹۳ تلفن: ۰۲۱ ۳۳ ۸۴۰۷۹۲



فراخوان پذیرش مقاله

علوم اجتماعی و جامعه‌شناسی قلمرو بسیار گسترده‌ای از جامعه را در برمی‌گیرد که آگاهی یافتن نسبت به هریک از زیرشاخه‌های آن مستلزم مطالعات گسترده پژوهشگران و متخصصین است. نظر به پیچیدگی مسائل اجتماعی و انسانی، امروزه شاهد چرخش گفتمان‌ها و تغییر دیدگاه‌ها از نگاه تک‌بعدی به رویکردهای چندبعدی و بین‌رشته‌ای هستیم. رویکردها و گونه‌های میان‌رشته‌ای، مبین نسبت و نحوه پیوند و تعامل میان دانش، مفاهیم، روش‌ها، تجارب و ابزارهای مختلف از رشته‌های گوناگون در خصوص موضوع یا مسئله مورد نظر هستند که نوع همکاری، مشارکت و شیوه‌های مواجهه با موضوعات و مسائل پیچیده را به کنش‌گران فعالیت‌های میان‌رشته‌ای نشان می‌دهند.

فصلنامه «مطالعات کاربردی در علوم اجتماعی و جامعه‌شناسی» باهدف ترویج دانش علوم اجتماعی و جامعه‌شناسی از طریق طرح مسائلی اساسی جامعه و کوشش در جهت توصیف، تبیین و حل آن، همچنین بحث و تبادل نظر میان پژوهشگران این حوزه، به انتشار مقالات تخصصی می‌پردازد. از اینرو تحریریه از تمام اساتید، صاحب‌نظران، کارشناسان، دانشجویان و پژوهشگران دعوت می‌نماید تا با ارسال مقالات علمی در پربارتر کردن این نشریه، ما را یاری نمایند.

برای ارسال مقاله به نشریه کافی است تا در وبسایت نشریه به نشانی www.ASSCS.ir ثبت‌نام نموده و با ورود به پنل کاربری، مقاله خود را ثبت کنید. پس از بررسی اولیه و داوری علمی از طرف تحریریه جهت انتشار مقاله با نویسنده مسئول تماس گرفته می‌شود.

موضوعات نشریه مطالعات کاربردی در علوم اجتماعی و جامعه‌شناسی:

- جامعه‌شناسی
- مردم‌شناسی
- جمعیت‌شناسی
- فلسفه علوم اجتماعی
- آسیب‌های اجتماعی
- برنامه‌ریزی رفاه اجتماعی
- مطالعات فرهنگی
- مدیریت راهبردی فرهنگ
- مطالعات جوانان
- برنامه‌ریزی توسعه‌ای منطقه‌ای
- مطالعات میان‌رشته‌ای در علوم اجتماعی



فصلنامه علمی تخصصی مطالعات کاربردی در علوم اجتماعی و جامعه‌شناسی
سال دوم، شماره ۳ (پیاپی: ۶)، شهریور ۱۳۹۸

فهرست مقالات

صفحه	عنوان مقاله
۱	بررسی رابطه میان میزان استفاده از موبایل با میزان مصرف سیگار فرزانه اعجازی، ابوالفضل ذوالفقاری
۱۵	مراقبت از راه دور در پرستاری و چالش‌های اخلاقی آن یلدا پورداور، شایسته عسکری
۲۱	کاربرد مد مفهومی در نمایش مسائل اجتماعی صدف علی نیا، سوسن خطائی
۳۷	شناسایی معیارهای مؤثر بر ارتقاء کیفیت محیطی در طراحی معماری مراکز توانبخشی معلولین جسمی حرکتی علیرضا مشبکی اصفهانی، محمدرضا مشبکی اصفهانی
۵۱	بررسی عنصر آرامش در جذب مخاطبان برنامه‌های دینی رادیو مسعود نیک روش، فاطمه میناخانی
۶۱	شناخت رابطه بین آگاهی از مقررات راهور و پیشگیری از وقوع جرایم رانندگی: مطالعه موردی شهر کرمانشاه ادیب شریفی، فرشاد نجفی
۷۱	ساخت و طراحی؛ الگو و مدل جامع مهارت‌های اجتماعی در ایران محمدعلی زکی

بررسی رابطه میان میزان استفاده از موبایل با میزان مصرف سیگار

تاریخ دریافت: ۹۸/۰۴/۲۷

تاریخ پذیرش: ۹۸/۰۵/۳۰

کد مقاله: ۷۲۵۴۹

فرزانه اعجازی^۱، ابوالفضل ذوالفقاری^۲

چکیده

این پژوهش با هدف بررسی رابطه میان میزان استفاده از موبایل با میزان مصرف سیگار است. از روش پیمایش که عام‌ترین نوع روش در تحقیقات اجتماعی است استفاده شده و داده‌ها با استفاده از پرسشنامه جمع‌آوری گردید. جامعه آماری شامل مردان سیگاری ساکن شهر تهران که با روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای انتخاب شده بودند. نمونه آماری ۳۸۴ نفر مردان سیگاری بودند که در زمان تحقیق از موبایل استفاده و سیگار می‌کشیدند. یافته‌ها نشان داد که کم‌ترین سن مصرف سیگار و سن استفاده از موبایل به صورت یکسان کاهش یافته است که ۱۰ سال بوده است. آزمون رگرسیون نشان داد که میان میزان استفاده از موبایل با میزان مصرف سیگار و میان الگوی استفاده از موبایل با میزان مصرف سیگار رابطه مستقیم و مثبت وجود دارد و میان میزان استفاده از موبایل با الگوی مصرف سیگار رابطه مثبت و مستقیم وجود دارد. نتیجه‌گیری: موبایل ظرفیت مداخله برای کاهش مصرف سیگار بخصوص برای جوانان را دارد و کاربرد اجتماعی موبایل را می‌توان افزایش داد.

واژگان کلیدی: میزان استفاده از موبایل، الگوی مصرف سیگار، میزان مصرف سیگار، الگوی استفاده از موبایل

۱- کارشناس ارشد جامعه‌شناسی، دانشگاه شاهد (نویسنده مسئول)

۲- استادیار جامعه‌شناسی، دانشگاه شاهد

۱- مقدمه

فناوری‌های گسترده در جهان ارتباطات موبایل را به وسیله‌ای مهم در قرن ۲۱ تبدیل کرده است. در حال حاضر به ندرت پیش می‌آید که مردم موبایل نداشته باشند زیرا که موبایل نقش مهمی را در زندگی روزانه مردم ایفا می‌کند. امروزه ارتباطات میان مردم به دلیل وجود موبایل خیلی سریعتر و آسان تر صورت می‌گیرد. به عنوان مثال در گذشته برای مسافرت نیاز به یک نقشه بود اما امروزه موبایل به عنوان یک هدایتگر استفاده می‌شود. جوانان اوقات فراغت خودشان را با برنامه‌های موبایل از جمله انواع بازی‌ها، گوش دادن به موسیقی و یا گفتگو با دوستان سپری می‌کنند (Bhargavi and others, 2013).

موبایل نشان دهنده یک ارتباطات جدید همگرا است. انتشار سریع تکنولوژی موبایل در سراسر جهان فوق العاده است. بسیاری از مطالعات نشان می‌دهد که اعضای گروه‌های اجتماعی و اقتصادی بالاتر، دارای فناوری رسانه‌های جدید مانند رایانه‌های شخصی و اینترنت پرسرعت نسبت به دیگر گروه‌های اجتماعی می‌باشند (Wei, 2001). از شبکه‌های اجتماعی که در ایران به طور گسترده استفاده می‌شود تلگرام است. تلگرام به علت اینکه در ایران فیلتر نیست اکثر کاربران ایرانی عضو این شبکه اجتماعی شدند. موبایل مانند هر وسیله الکترونیکی دیگری که امکانات مجازی در اختیار کاربران قرار می‌دهند، به ابزاری برای سوءاستفاده تبدیل شده است و این کاربردهای نادرست در حوزه‌های متنوعی رخ می‌دهد و تلاش برای ایجاد ممانعت‌های قانونی، قضایی، اخلاقی و یا اجتماعی در برابر آنها راه به جایی نمی‌برد (احمدی، ۱۳۸۸).

در کنار استفاده از فناوری‌های ارتباطی مانند موبایل و اینترنت همراه با عوارض منفی و مثبتی که دارند باید به این نکته توجه کنیم که چطور از این وسیله ارتباطی یعنی موبایل برای از بین بردن و یا کاستن معضلات اجتماعی استفاده کنیم. به عنوان مثال در کشور ایران نیز مدهت‌هاست که استفاده از مواد دخیانی به ویژه سیگار به یک معضل اجتماعی بدل شده است. علی اکبر سیاری معاون بهداشتی وزارت بهداشت متذکر شد که ایران ۱۰ هزار میلیارد تومان خرج خرید سیگار می‌کند که سالانه در کشور ۶۰ هزار نفر ایرانی در اثر استعمال دخانیات فوت می‌کنند (جمعیت مبارزه با استعمال دخانیات ایران، ۴ بهمن ۱۳۹۵). البته در کنار این واقعیت تلخ، نباید فراموش کرد بسیاری از افرادی که سیگار می‌کشند با گذشت زمان علاوه بر آگاهی نسبت به فشار هزینه‌های مالی مصرف سیگار، به تدریج پیامدهای مربوط به سلامتی و خطرات ناشی از سیگار آنان را نگران کرده و تمایل ترک سیگار را در آنان تقویت می‌نماید. تحقیقات متعددی که در جهان انجام شده نشان می‌دهد بخش قابل توجهی از سیگاری‌ها تمایل به ترک سیگار دارند. در نیوزیلند نیز مطالعات جونز در سال ۲۰۰۵ نشان داد اگرچه در آن کشور کم جمعیت تقریباً ۷۰۰ هزار نفر سیگاری وجود دارد اما از هر ۵ نفر یکی تلاش می‌کند تا سیگار را ترک نماید (Jones & Others, 2005).

در ایران نیز تمایل به ترک سیگار در بخش قابل ملاحظه‌ای از افراد سیگاری وجود دارد و همین مساله نقطه امیدی است که می‌تواند محققان و برنامه ریزان را به اندیشیدن در مورد اینکه چه شیوه‌هایی را می‌توان برای کمک به این دسته از افراد به کار گرفت، هدایت کند. در این راستا تاثیر مثبت برخی عوامل در جهت کاهش و یا حتی توقف مصرف سیگار مورد بررسی و توجه محققان قرار داشته است. از جمله عواملی که در این رابطه مطرح اند می‌توان به تغییر شبکه اجتماعی فرد، ورزش و تمرینات جسمانی، ایجاد اشتغال و رفع بیکاری، تفریحات و سرگرمی‌های سالم، تبلیغ خطرات و عوارض سیگار، تشدید ضوابط و مقررات محدودکننده تولید و توزیع و مصرف سیگار، تشویق ارتباط با شبکه‌های دوستی غیرسیگاری و... اشاره نمود. برداشتن هرقدمی در جهت شناسایی و کاربردها کارها و شیوه‌های نوین جهت کاهش عادات مضراجماعی - از جمله مصرف سیگار - دارای اهمیت و ضرورتی بسیار است. با توجه به اینکه می‌دانیم بخشی از سیگاری‌ها مایل به ترک آن هستند پس می‌باید درباره هر روش جدیدی تحقیق کرد و پیامدهای به کارگیری آن را بر روی ترک و یا کاهش سیگار کشیدن آزمون نمود. اما آنچه در این پژوهش دنبال می‌شود و دغدغه اصلی محقق نیز بوده است بررسی تاثیر احتمالی و مثبت یک عامل جدید در کاهش و یا توقف مصرف می‌باشد. امروزه تکنولوژی‌های نوین همچون موبایل و اینترنت در تار و پود زندگی روزمره انسان‌ها نفوذ کرده‌اند. و ساعات زیادی از کار، تحصیل و سرگرمی افراد بویژه جوانان را به خود مشغول کرده‌اند. مساله اینجاست که چه میزان می‌توان از این تکنولوژیها در جهت کاهش و یا توقف مصرف سیگار کمک گرفت؟ در این راستا و به عنوان گام نخست، مساله اصلی پژوهش حاضر بررسی توسعه روش‌های کمک به کاهش مصرف سیگار می‌باشد. بنابراین سوال اصلی آن است که آیا میزان استفاده از موبایل با میزان مصرف سیگار رابطه دارد؟

۲- هدف اصلی پژوهش

هدف اصلی: "شناسایی رابطه میان میزان استفاده از موبایل با میزان مصرف سیگار" است.

۳- فرضیات پژوهش

۱. میان الگوی استفاده از موبایل و میزان استفاده از سیگار رابطه وجود دارد.

۲. میان میزان استفاده از موبایل و الگوی مصرف سیگار رابطه وجود دارد.
۳. میان میزان استفاده از موبایل و میزان استفاده از سیگار رابطه وجود دارد.
۴. میان الگوی استفاده از موبایل و الگوی مصرف سیگار رابطه وجود دارد.

۴- مرور پیشینه تحقیق

در داخل کشور موضوع موبایل و مصرف سیگار هنوز مورد توجه پژوهشگران و جامعه شناسان قرار نگرفته است که این امر تاحدودی به نبودن تحقیق مربوط می‌شود. در رابطه با سیگار به طور اخص از ابتدای تاریخ مردم به دنبال ماده ای بودند تا به آنان آرامش بخشیده و باعث شادمانی آنها شود. امروزه جوانان با مصرف داروهای مخدر به دنبال کاهش استرس ها و کسب آرامش و لذت و فراموشی ناکامیها و تسکین خستگی هستند. مشکلات خانوادگی زمینه را در گرایش جوانان به اعتیاد ایجاد می کند. مصرف مواد مخدر در میان جوانان با همکاری گروه دوستان مبتلا به مواد مخدر شروع می شود. مصرف مواد مخدر به وسیله والدین، هویت سازی با بزرگسالان، احساس تنهایی فرزندان، فقدان پدر و ترس جوانان از طرد شدن در گروه همسالان از جمله شرایط اجتماعی است که باعث می شود جوانان به سمت مواد مخدر بروند و در برابر آن مقاومت خود را از دست می دهند (احمدی، ۱۳۸۴). از وظایف اصلی جامعه شناسی تبیین و مطالعه دگرگونیهای اجتماعی است و زمانی که در صدد پرداختن به مولفه های دگرگونی اجتماعی هستیم موبایل یکی از اولین موضوعاتی است که می تواند توجه جامعه شناسان را به خود جلب کند و تجزیه و تحلیل این پدیده را در سطح خرد و کلان مورد بررسی قرار دهد (موسوی، ۱۳۸۹). موبایل عمل ارتباطی است که تحت تاثیر زمینه های اجتماعی که در آن تلفن استفاده می شود قرار گرفته است. موبایل وسیله ای است که در حال حاضر در انواع زمینه ها کاربرد دارد و این قابلیت را دارد که از راه دور و غیر قابل پیش بینی فعال باشند. موبایل در معرض بررسی دقیق اجتماعی است و نقش مهمی در جهان اجتماعی ایفا می کند و به ارائه کانال های جدید ارتباطی می پردازند (Chatterjee, 2014). ابعاد متعددی از موبایل وجود دارد که آنها را جزء باارزشی از حمایت تغییر رفتار سالم می کند مانند: همراه بودن با مردم در زمان نیاز، ارائه در ارتباطات دو طرفه برای کمک در زمان نیاز، ایجاد انگیزه برای تغییر رفتار و فراهم کردن حمایت اجتماعی از شبکه های خود مردم و فراهم کردن حمایتی که به صورت بلند مدت است (Wittaker, 2011).

۸۰ درصد آمریکایی ها به دنبال اطلاعات بهداشت در اینترنت هستند و ۹ درصد از کاربران اینترنت به جستجوی اطلاعات در مورد چگونه سیگار را ترک کنند می باشند. دسترسی مداخلات مبتنی بر تکنولوژی به صورت بالقوه بالا است. (Zhu, 2011) در حقیقت فناوری موبایل یک وسیله ای برای ارائه سطح فردی که از مراقبت های بهداشتی مصرف کنندگان حمایت می کند. مداخلات بهداشتی موبایل برای مراقبت های بهداشتی مصرف کنندگان طراحی شده است که به منظور افزایش رفتار سالم (به عنوان مثال، افزایش ترک سیگار) می باشد. در حال حاضر موبایل اجازه مداخله کم هزینه را می دهد. از جهت اقتصادی موبایل به ارائه مداخله به جمعیت های وسیع می پردازد به عنوان مثال برنامه های موبایل به راحتی دانلود می شود و سیستم به صورت خودکار می تواند پیام را به تعدادی زیادی از مردم با هزینه کم ارائه دهد. کارکرد تکنولوژیکی که برای کاربران مراقبت های بهداشتی مورد استفاده قرار می گیرد شامل (پیام های متنی)، برنامه های کاربردی نرم افزار و مداخلات چند رسانه ای است (Free, 2013). به نظر شواب^۱ انقلاب صنعتی اول با استفاده از قدرت آب و بخار برای مکانیزه کردن تولید بود. در انقلاب دوم از قدرت برق برای ایجاد تولید انبوه استفاده کردند. در انقلاب سوم از تکنولوژی الکترونیکی و اطلاعات برای خودکار عمل کردن تولید استفاده شد. در حال حاضر یک انقلاب چهارم صنعتی که از طریق انقلاب سوم ساخته شده است، انقلاب دیجیتال می باشد (Schwab, 2016). انقلاب صنعتی چهارم در نهایت نه تنها کارهایی که انجام می دهیم را نیز تغییر می دهد بلکه این که ما چه کسی هستیم را تغییر می دهد. در واقع بر هویت ما تاثیر خواهد گذاشت و تمام مسائل مربوط به آن از قبیل: احساس ما از حریم خصوصی، مفاهیم مالکیت، الگوهای مصرف ما، زمانی که ما برای کار و اوقات فراغت اختصاص می دهیم و اینکه ما چگونه زندگی شغلی مان را توسعه می دهیم، توسعه مهارت های ما، ملاقات با مردم و همچنین پرورش روابط همگی تحت تاثیر انقلاب چهارم قرار گرفته اند و در حال حاضر در حال تغییر سلامتی ما و منجر به کمی کردن ما می شود و زودتر از آنچه که تصورش را هم بکنیم منجر به تقویت انسان می شود (Schwab, 2016).

چالش ها و کارکردهای فرهنگی و اجتماعی تلفن همراه و راهکارهای اصلاح آن " عنوان پژوهشی است که سبحانی نژاد و پورطهماسبی در سال ۱۳۸۸ انجام دادند. سوال اصلی پژوهش درباره آسیب شناسی موبایل پدیده رسانه ای نوین، پیامدهای نامناسب اجتماعی و راهکارهای اصلاح بود. روش تحقیق به شیوه توصیفی و از نوع تحلیل اسنادی انجام گرفت. جامعه آماری شامل کلیه اسناد، مدارک و منابع مرتبط با موضوع مورد بررسی می باشد. برای تحلیل پژوهش، پژوهشگران از تحلیل کیفی استفاده کرده اند. یافته های تحقیق نشان دادند که موبایل در طول برقراری ارتباط، موجب بالندگی اندیشه دو طرف گفتگو می شود. موبایل یک تعامل دو سویه را ایجاد کرده است. موبایل دارای سهولت دسترسی، تنوع عملکرد و جذاب به عنوان " چشم سوم " انسان عمل می کند.

¹ Schwab

برای استفاده مناسب از موبایل نیاز است که اقتصاد، جامعه و فرهنگ بر پایه ارزش‌ها، نهادها و مناسبات اجتماعی خود پیامدهای پیچیده شکاف میان انتقال و توسعه فناوری و توسعه نیافتگی فرهنگی و اجتماعی را ارزیابی کنند و با افزایش بودجه فرهنگی کشور راه‌های موثر مواجهه با آن را در فرایند بازسازی فرهنگی مبتنی بر تجربه مدیریت تحول معیارهای فرهنگی خود جست و جو معرفی کنند. عوامل پیش بینی کننده مصرف سیگار و قلیان در دانشجویان دانشگاه‌های دولتی^۱: که صدیقه ترقی جاه، مصطفی حمیدیه و نرگس یعقوبی بر روی ۸۳۷۵ نفر از دانشجویان دانشگاه‌های کشور در سال ۱۳۸۹ به روش مقطعی - توصیفی نگاشته شد. روش نمونه گیری، خوشه‌ای تک مرحله‌ای بود و ابزار پژوهش، پرسشنامه شیوع شناسی اعتیاد با آفای کرونباخ ۰/۶۸ درصد بود و داده‌ها با روش آماری تحلیل رگرسیون لجستیک تحلیل شد. تحلیل رگرسیون مشخص کرد که متغیرهای استان محل سکونت، وضعیت تاهل، نگرش نسبت به مصرف سیگار، جنسیت، داشتن دوست سیگاری، مذهبی بودن، معدل تحصیلی ترم گذشته و حمایت عاطفی خانواده پیش بینی کننده سودمند برای سیگاری شدن است و متغیرهایی مانند استان محل سکونت، جنسیت، داشتن دوست قلیانی، نگرش نسبت به مصرف قلیان، بومی و غیر بومی بودن، معدل تحصیلی و حمایت عاطفی خانواده پیش بینی کننده سودمند قلیانی شدن بودند. سوء مصرف سیگار و قلیان در جمعیت مورد بررسی به طور قابل توجهی بالا است. با توجه به اینکه دانشجویان مدیران و اداره کنندگان آینده کشور هستند، در نظر گرفتن خدمات پیشگیرانه و آموزش مهارت‌های زندگی لازم است.

شما می‌خواهید سیگار را ترک کنید: آیا موبایل را استفاده کرده‌اید؟ که توسط جولین بون^۲ و رابرت چیس^۳ در سال ۲۰۰۶ تا ۲۰۰۳ در فیلیپین صورت گرفت. آنها به بررسی تاثیر دارندگان موبایل بر مصرف دخانیات پرداختند. آنها از داده‌های پانل ۲۱۰۰ خانواده در ۱۳۵ روستا که همگی فیلیپینی بودند را در سال ۲۰۰۶ و ۲۰۰۳ جمع آوری کردند. آنها به این نتیجه رسیدند که در میان دارندگان موبایل ۲۰ درصد مصرف دخانیات به طور ماهانه کاهش یافته است. در ابتدا داده‌های اولیه در پاییز سال ۲۰۰۳ جمع آوری شد که نمونه شامل ۲۴۰۰ نفر از خانواده‌هایی بودند که ۲۰۹۲ در پاییز سال ۲۰۰۶ مورد مصاحبه قرار گرفتند. داده‌ها به همراه جزئیات شامل: الگوهای مصرف، مالکان موبایل، ساختار خانواده، موفقیت تحصیلی و همچنین داشتن سرمایه و مالکیت بودند. جالب تر اینکه آنها در تحلیل این موضوع به درک نقش وضعیت اجتماعی در بیان تغییر مشاهده شده میان دخانیات و ارتباطات رسیدند. در واقع ممکن است که سیگار کشیدن به عنوان یک نشانه برای وضعیت اجتماعی باشد و این نشانه به آرامی در حال جایگزین شدن با مالکیت موبایل و استفاده از آن می‌باشد. آنها در این تحقیق به این نتیجه رسیدند که ارتباطی میان ثروت، مالکیت موبایل و مصرف دخانیات وجود دارد. در واقع اگر خانواده‌ها ثروتمند تر بشوند و موبایل بخرند مصرف دخانیات آنها کاهش می‌یابد.

کوئل^۳ و همکارانش در مقاله‌ای با عنوان "اپلیکیشن m Health" برای برنامه‌های ترک سیگار: بررسی نظام مند، به بررسی تاثیر اپلیکیشن بر افراد سیگاری در سال ۲۰۱۴ پرداختند. مداخلات صورت گرفته از طریق پیامک، پرت کرد حواس، چت کردن با بقیه که برای کاربران از برنامه‌های گوشی‌های هوشمند ارائه شد است. آنها در مقدمه مقاله اشاره کردند که افزایش رقابت در میان تولید کنندگان موبایل منجر به کاهش قیمت گوشی‌های هوشمند شد. گوشی‌هایی که بسیار ارزان تر برای کاربران فراهم گردید و همچنین کشورهایی با درآمد متوسط به آنها دسترسی داشته باشند و در کشورهای توسعه یافته به دلیل دسترسی به اینترنت به کرات استفاده می‌شوند. گوشی‌های موبایل در ارائه مداخلات برای بیماری‌های مختلف و شرایط بهداشتی موثر شناخته شده‌اند. خدمات پیام‌های موبایل مقبولیت جهانی را برای درمان بیماری به دست آورده‌اند. کمک رسانی بالقوه موبایل می‌تواند نقش حیاتی در گسترش حمایت بهداشت و درمان و خدمت به مردم (حتی کسانی که در دورافتاده ترین نقاط زندگی می‌کنند) ایفا می‌کند. متوسط سن شرکت کنندگان در بازه زمانی از ۱۶٫۵ سال به ۴۲ سال بود. مشارکت زنان در این پژوهش بین ۲۲/۱ درصد و ۷۰ درصد بود. همه این پژوهش‌ها در کشورهای با درآمد بالا نظیر: بریتانیا، نیوزیلند، آمریکا (تگزاس)، نروژ و ترکیه انجام شد. معیار اغلب مطالعات برای شرکت کنندگان سیگار کشیدن حداقل ۵ نخ سیگار در روز بود و برای برخی دیگر حداقل ۲۸ نخ سیگار در روز بود. از تمام مقالاتی که مورد بررسی قرار دادند مزایای موبایل برای انجام مداخلات کم هزینه، دسترسی بهتر، افزایش تعامل میان محقق و شرکت کنندگان و همچنین راهی آسان تر و سریع تر برای فرستادن پیام می‌باشد. این پژوهش‌ها بر اساس نوع اشتراک گذاری اطلاعات و تعامل با شرکت کنندگان به ۳ گروه تقسیم می‌شوند: اولین گروه ارتباط از طریق پیامک و یا پیام‌های چندرسانه‌ای صورت گرفت، دومین گروه پیام از طریق پیامک و همچنین از طریق اینترنت انجام شد، سومین گروه استفاده از تلفن یا موبایل برای انجام مداخلات به کار گرفته شد. با افزایش در تعداد کاربران موبایل، محققان می‌توانند تکنولوژی موبایل را برای طراحی موثر برنامه‌های بهداشتی به سرمایه تبدیل کنند.

¹ Labonne

² Chase

³ koel

۵- چارچوب نظری

نوبودن موضوع پژوهش "تأثیر موبایل بر مصرف دخانیات" در کنار این واقعیت که چنین مسأله‌ای اندک مدتی است توجه محققان رادر خارج کشور به خود جلب کرده است موجب این اعتراف می‌شود که بگوئیم نظریاتی که مستقیماً به مسأله توجه داشته سعی کرده‌اند آن را تئوریزه کنند هنوز کمیاب و نادرند اما به هرتقدیر، اندیشیدن به این مسأله که آیا تکنولوژی‌های جدید مانند موبایل ظرفیت و پتانسیل آن را دارند که برخی عادات مضراجماعی از قبیل مصرف سیگار و دخانیات را کاهش دهند.

در این بخش نظریات به سه دسته تقسیم می‌شوند: ۱. نظریه مربوط به موبایل: به زعم جامعه شناس معاصر هانس گسر^۱ پیدایش موبایل برای برطرف کردن یک نیاز اجتماعی بوده و به این دلیل در دهه‌های اخیر به سرعت در جوامع مورد توجه قرار گرفته است. گسر بر این عقیده است که کاربرد موبایل از استفاده ابزاری در میان انسانها برای رفع نیازهای ویژه‌ای آغاز می‌شود اما به مرور زمان کاربردهای آن گسترده تر و بهتر می‌شود. اما در مراحل بعدی کاربردهای اجتماعی، فرهنگی و روانی (کاربرد بیانگر) بر آن اضافه می‌شود. کاربران ابتدا از موبایل برای احوالپرسی کردن، کمک در هنگام بروز حوادث و اطلاع یافتن از سلامتی نزدیکان خود استفاده می‌کردند اما بعداً آن را برای اهداف مختلف و در موقعیت‌ها و شرایط متفاوت به کار گرفتند. در حقیقت کاربرد ابزاری موبایل شامل مکالمه‌های ضروری و مربوط به نیازهای فوری، مسائل کاری و اطلاع از تغییرات ناگهانی در برنامه‌ها و یا حل مشکلات کاربران است اما در کاربرد بیانگر مکالمه‌ها از حالت کوتاه و خشک بودن خارج شده و بار معنایی بهتر و واژگان مورد استفاده در پیام تغییر می‌کند و شامل بیان احساسات، همدردی، اثبات وفاداری و یایجاد اعتماد است (موسوی، ۱۳۸۹). گسر بر این عقیده است که یک تحقیق پیمایشی پیرامون موبایل حداقل در ۳ محور مستقل قرار دارد: ۱. میزان و شدت استفاده از موبایل که بر مدت زمان استفاده از این وسیله و مقدار آن تأکید می‌کند. ۲. قلمرو و گستردگی استفاده از موبایل که شامل تعداد افرادی است که به آنها تلفن زده شده و یا تعداد تلفن‌های دریافتی است. ۳. تنوع موارد استفاده از موبایل که شامل دو مورد می‌باشد: برنامه‌های متفاوتی که برای آنها از موبایل استفاده می‌شود و دوم موقعیت‌های متفاوتی که در آنها موبایل مورد استفاده قرار می‌گیرد اما بدون در نظر گرفتن میزان استفاده از آنها (Geser, 2004).

۲. نظریه انحرافات اجتماعی مربوط به اعتیاد (به طور اخص سیگار): تراوس هیرشی^۲ پیوند اجتماعی را مطرح می‌کند و به اعتقاد وی کج رفتاری زمانی ایجاد می‌شود که پیوند میان فرد و جامعه ضعیف شود. او معتقد است که چهار عامل: وابستگی، تعهد، درگیری و اعتقاد باعث پیوند فرد و جامعه می‌شود. وابستگی: اگر فردی به خواسته‌ها و انتظارات دیگران اهمیت ندهد، یعنی نسبت به نظریات آنها بی تفاوت باشد در آن صورت پیوند او با جامعه ضعیف بوده و خود را آزاد دیده و مرتکب انحراف می‌شود (ممتاز، ۱۳۸۱). از نظر هیرشی مبنای اصلی درونی کردن هنجارها، وابستگی به دیگران است. به عنوان مثال فرد مجرد بیشتر امکان دارد که دزدی کند، در حالی که فرد متأهل به علت وابستگی اجتماعی بیشتری که دارد کمتر مرتکب جرم می‌شود. از این رو وابستگی به دیگران یکی از متغیرهای مهم در کنترل رفتار است. زمانی که انسانها احساس وابستگی اجتماعی می‌کنند بیشتر سعی می‌کنند که آسیبی به اطرافیان‌شان وارد نکنند و با داشتن این احساس افراد وابسته و محدود می‌شوند و کمتر خود را آزاد می‌بینند که هنجارهای اجتماعی را نقض کنند. تعهد: افراد زمانی که به فعالیت‌های زندگی روزمره متعهد باشند به منظور حفظ موقعیتی که با کوشش برای خود به دست آورده‌اند کج رفتاری نمی‌کنند و خود را به خطر نمی‌اندازند. درگیری: بیشتر افراد در طول زندگی خود انرژی و زمان محدودی دارند. درگیری در امور زندگی نیاز به وقت بیشتری دارد و باعث محدود شدن رفتار می‌شود. افراد بیکار وقت بیشتری برای هنجار شکنی دارند در حالی که کسی که شغل دارد و کار می‌کند خانواده‌ای تشکیل داده و تلاش می‌کند در حرفه خود موفق باشد، وقت و انرژی اضافی برای ارتکاب جرایم ندارد. به همین دلیل بیشتر جرم شناسان بر این باورند که افزایش سالهای تحصیل و فراهم بودن امکانات ورزشی باعث کاهش کج رفتاری در میان نوجوانان می‌گردد. اعتقاد: هیرشی بیان می‌کند زمانی که اعتقاد فرد به هنجارهای اجتماعی ضعیف تر باشد بیشتر احتمال دارد که هنجار شکنی کند. بنابراین انحراف به علت فقدان اعتقاد به اعتبار هنجارها و قوانین واقع می‌شود. انسانی که خود را تحت تأثیر اعتقادات معمول در جامعه نبیند خود را ملزم به رعایت قوانین و همنوا بودن نمی‌کند. از نظریه هیرشی می‌توان نتیجه گرفت که هر چه افراد کمتر وابسته، متعهد، درگیر و معتقد باشند پیوند آنها با جامعه سست تر است و احتمال کج رفتاری بیشتر خواهد بود (ممتاز، ۱۳۸۱). به زعم رابرت کی مرتن^۳ جامعه افراد را به کج رفتاری مجبور می‌کند و کج رفتاری حاصل فشارهای ساختاری - اجتماعی است که افراد را مجبور به کج رفتاری می‌کند و این فشارها ناشی از عدم توانایی شخص در رسیدن به اهداف مقبول اجتماعی است. وی تأکید دارد که واکنش همه افراد نسبت به فشارهای وارده اجتماعی به علت دسترسی نداشتن به فرصت‌های مشروع برای تحقق اهداف یکسان نیست. به نظر مرتن جوامع صنعتی جدید بر مادیات زندگی تأکید می‌کند که انباشت ثروت و تحصیلات عالی جزئی از مهم ترین اهداف زندگی افراد است و معیارهای منزلتی تجلی

¹ Gesser

² Hirschi

³ Merton

می‌یابند. رسیدن به این اهداف نیاز به ابزارهای پذیرفته شده‌ای دارد که از دسترس عموم مردم خارج است، یعنی جامعه به گونه‌ای است که طبقات محروم فرصت کمتری برای رسیدن به اهداف شان دارند در نتیجه کسانی که ابزار مشروع برای رسیدن به اهداف شان را ندارند، تحت فشار جامعه برای دستیابی به آرمان‌هایشان از ابزار نا مشروع استفاده می‌کنند ولی همه افراد طبقات محروم برای رسیدن به اهداف شان کج رفتاری نمی‌کنند و هر کس از طریق راهی خود را با محیط سازگار می‌کند (سروستانی، ۱۳۹۰). رابرت مرتن فشار ساختاری بر پایه نظریه بی‌هنجاری دورکیم^۱ تعمیم داد و بی‌هنجاری را به فشاری اطلاق کرد که زمانی هنجارهای پذیرفته شده با واقعیت اجتماعی در ستیزند، بر افراد وارد می‌شود. به زعم مرتن جامعه دستیابی به بعضی اهداف را تشویق می‌کند ولی وسایل ضروری برای رسیدن به این هدفها را در اختیار همه افراد جامعه قرار نمی‌دهد (ستوده، ۱۳۹۴). مرتن ۵ نوع رفتار انحرافی را از هم متمایز می‌کند: ۱. هم‌نواپی یا سازگاری: این حالتی است که جامعه تعادل دارد و افراد هم اهداف و هم ابزارهای رسیدن به هدف را پذیرفته‌اند. ۲. نوآوری: به وضعیتی اطلاق می‌شود که در آن افراد اهداف فرهنگی را قبول کرده‌اند. اما وسیله و راه‌های رسیدن به اهداف را نپذیرفته‌اند و راه‌های غیرقانونی را انتخاب می‌کنند. مانند اختلاس کردن برای تامین هزینه تحصیل فرزندان که رفتار انحرافی محسوب می‌شود. ۳. تشریفات پرستی: به این معنا است که افراد ابزارها و وسایل رسیدن به اهداف را قبول کرده‌اند. اما اهداف فرهنگی را در سطح وسیعی انکار می‌کنند. ۴. عقب نشینی: به وضعیتی اطلاق می‌شود که افراد جامعه نه اهداف فرهنگی را قبول دارند و نه وسایل رسیدن به آن اهداف را می‌پذیرند. این نوع رفتار در افرادی که سیگار می‌کشند، الکلی‌ها و افرادی که سیگار می‌کشند دیده می‌شود. ۵. طغیان: وضعیتی که در آن افراد اهداف فرهنگی و ابزارهای مشروع برای نیل به آن اهداف را رد می‌کنند و در جهت ایجاد شرایط بهتر و اهدافی جدید تلاش می‌کنند. رفتار اعصاب کنندگان یک کارخانه و انقلابیون از این نوع رفتار انحرافی است (احمدی، ۱۳۸۴). افرادی که سیگار می‌کشند عقب نشینی و گوشه گیری را به عنوان هدف اجتماعی قبول می‌کنند.

۳. نظریه مرتبط به استفاده از تکنولوژی موبایل با اعتیاد به سیگار: نظریاتی که به طور مستقیم ارتباط تکنولوژی موبایل و سیگار را نشان دهند هنوز کمیاب هستند. براساس نظریه بوردیو^۲ سرمایه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی تعیین کننده سبک زندگی و عادت واره‌های فردی می‌باشند. در این پژوهش سرمایه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی در قالب متغیرهای زمینه‌ای سنجیده شده است در واقع عادت کردن و اعتیاد به تکنولوژی می‌تواند بر سبک زندگی ما و در نتیجه بعضی از عناصر عادت واره ما را تحت تاثیر قرار دهد. این عادت (استفاده از موبایل) که جزئی از عادت واره ما شده است عادت واره دیگری یعنی سیگار کشیدن را تحت تاثیر قرار می‌دهد. در این تحقیق استفاده از تکنولوژی موبایل به عنوان یک متغیر مداخله گر می‌باشد.

۶- روش تحقیق

انواع به خصوصی از تحقیق اجتماعی مستلزم روش‌های معینی هستند. پیمایش که عامترین نوع روش در تحقیقات اجتماعی به شمار می‌آید، روشی برای گردآوری داده‌هاست که در آن از گروه‌های معینی از افراد خواسته می‌شود به تعدادی پرسش مشخص پاسخ دهند. این پاسخ‌ها مجموعه اطلاعات تحقیق را تشکیل می‌دهند (بیکر، ۱۳۸۶). برای انجام این پژوهش از روش تحقیق پیمایشی استفاده شد که از نوع تحقیق پیمایشی توصیفی و تبیینی است. با توجه به موضوع تحقیق و با در نظر گرفتن ابعاد آن جامعه آماری در این تحقیق را مردان سیگاری ساکن شهر تهران در بازه سنی ۱۵-۴۴ تشکیل می‌دهد که تعداد آنها بر اساس سرشماری عمومی نفوس و مسکن سال ۱۳۹۰، ۳،۱۰۶،۰۸۴ نفر بوده است. ویژگی‌های عمده جامعه آماری در این تحقیق داشتن موبایل و استفاده از آن و مصرف سیگار در دوره انجام پژوهش بود.

۷- جامعه آماری

جمعیت یا جامعه آماری، انبوهی از همه مواردی است که با مجموعه معیارهای مشخصی تطبیق می‌کنند. عناصر جمعیت اعضا یا واحدهای یگانه‌ای از جمعیت‌اند. آنها می‌توانند چیزهایی مانند مردم، رویدادها، کنش‌های اجتماعی اماکن، زمان یا اشیا باشند (بلیکی، ۱۳۸۴). با توجه به موضوع تحقیق و با در نظر گرفتن ابعاد آن جامعه آماری در این تحقیق را مردان ساکن شهر تهران در بازه سنی ۱۵-۴۴ تشکیل می‌دهد که تعداد آنها بر اساس سرشماری عمومی نفوس و مسکن سال ۱۳۹۰، ۳،۱۰۶،۰۸۴ نفر بوده است. ویژگی‌های عمده جامعه آماری در این تحقیق داشتن موبایل و استفاده از آن و مصرف سیگار در دوره انجام پژوهش بود.

¹ Durkheim

² Bourdieu

۸- روش نمونه گیری

با توجه به اهداف تحقیق و ویژگی‌های جمعیت آماری برای انتخاب جمعیت نمونه از روش نمونه گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای استفاده شده است. در این پژوهش، ابتدا شهر تهران به ۳ بخش شمالی، مرکزی و جنوبی تقسیم شد و سپس از میان مناطق ۲۲ گانه شهر تهران مناطق ۱ و ۳ در شمال شهر، مناطق ۱۰ و ۶ در مرکز شهر و مناطق ۱۹ و ۱۶ در جنوب شهر انتخاب شدند سپس افراد مراجعه کننده به پارک‌ها، بوستان‌ها، تعدادی از سفره خانه‌های سنتی، قهوه خانه‌ها و همچنین اهالی محله‌های مختلف در عین سیگاری بودن که حاضر به همکاری بودند، به صورت تصادفی انتخاب شدند و پرسشگری صورت گرفت. این کار تا رسیدن به حجم نمونه مورد نظر (۳۸۴ مرد سیگاری) در مناطق انتخابی تکرار شد. در این نمونه گیری به مردان در شش گروه سنی ۱۹-۱۵، ۲۴-۲۰، ۲۹-۲۵، ۳۴-۳۰، ۳۹-۳۵، ۴۴-۴۰ پرسشنامه توزیع شد.

۹- ابزارهای پژوهش (روایی و پایایی ابزارها)

ابزار تحقیق یک پرسشنامه محقق ساخته با تعدادی سوالات بسته و باز است که ابتدا با مشاوره اساتید و کارشناسان تدوین شده است و همچنین از چندین پرسشنامه معتبر در این تحقیق بهره گرفته شده است. در این پژوهش سعی شده است تا گویه‌ها متناسب با موضوع تحقیق تهیه شود. از حیث اعتبار و پایایی، در این تحقیق شیوه غالب اعتبار، اعتبار معیار بوده است. اعتبار معیار در این شیوه نحوه پاسخگویی افراد به پرسش‌های جدید برای سنجش یک مفهوم با نحوه پاسخگویی آنها به سنجه‌های موجود و جا افتاده آن مفهوم مقایسه می‌شود. اگر پاسخ افراد به سنجه‌های جدید و سنجه‌های جا افتاده از همبستگی بالایی برخوردار بود به معنی معتبر بودن سنجه جدید تلقی می‌گردد (دواس، ۱۳۷۶). از نظر پایایی، معیار آلفای کرونباخ ملاک پایایی در این تحقیق است. در واقع سنجشی دارای پایایی است که در صورت تکرار آن در مواقع دیگر به نتایج یکسان برسد. اگر مردم در مواقع مکرر به پرسش، پاسخ یکسانی بدهند آن پرسش دارای پایایی است (دواس، ۱۳۷۶).

۱۰- روش های تجزیه و تحلیل داده ها

همه داده‌ها وارد کامپیوتر شد و توسط نرم افزار آماری SPSS پردازش گردید و با توجه به سطح سنجش متغیرها آزمونها انجام شد.

۱۱- تعریف عملیاتی مفاهیم

متغیر وابسته : میزان مصرف سیگار

۱) عملیاتی کردن الگوی مصرف سیگار

منظور از الگوی مصرف سیگار در این تحقیق زمان سیگار کشیدن، نوع سیگار مصرفی و مصرف دخانیات دیگر مانند : پپ، قلیان و... است. این متغیر با سوال ۳۰ مورد سنجش قرار گرفته است که سطح سنجش آنها اسمی است.

۲) عملیاتی کردن میزان استفاده از سیگار

افراد سیگاری با توجه به تعداد سیگار مصرفی به سیگاری قهار (کسی که در شبانه روز بیش از ۲۰ نخ سیگار می‌کشد) و غیر قهار تقسیم می‌شوند (امامی و دیگران، ۱۳۸۲). متغیر میزان استفاده از سیگار با سوالات ۲۷، ۳۱ و ۳۲ مورد سنجش قرار گرفته است که سطح سنجش آنها فاصله‌ای می‌باشد. در این تحقیق تعداد نخ سیگار مصرفی و یا بسته سیگار و سن مصرف سیگار کشیدن برای سنجش میزان استفاده از سیگار استفاده شده است.

متغیر مستقل : میزان و الگوی استفاده از موبایل

۱) عملیاتی کردن الگوی استفاده از موبایل

منظور از الگوی استفاده از موبایل به معنای چگونگی تعامل با موبایل و استفاده از آن است. این متغیر با سوالات ۷-۲ که سطح سنجش آنها اسمی بود و سوال ۳۵ که سطح سنجش ترتیبی داشت و حالت طیف نداشتند سنجیده شده است و همچنین این متغیر با سوالات ۸-۱۶ که به صورت ۹ گویه و در طیف ۶ گزینه‌ای لیکرت از هرگز تا یکبار در روز و بیشتر تدوین شده است مورد سنجش قرار گرفت. که به گزینه هرگز نمره ۱ و به گزینه یکبار در روز و بیشتر نمره ۶ داده شد.

جدول شماره ۵: توزیع فروانی پاسخگویان بر حسب هدف از تاسیس کانال یا گروه اجتماعی

هدف از تاسیس کانال یا گروه اجتماعی	فراوانی	درصد
اطلاع رسانی	120	31.3
اقتصادی	23	6.0
آموزشی	97	25.3
سایر	24	6.3
بی پاسخ	120	31.3
کل	384	100.0

بیشترین در صد پاسخگویان ۳۱/۳ درصد هدف از تاسیس کانال یا گروه اجتماعی اطلاع رسانی و کمترین درصد پاسخگویان ۶٪ نیز سایر گزارش کرده‌اند.

جدول شماره ۶: توزیع فروانی پاسخگویان بر حسب تعداد پیام‌های رسانه‌ای ضد سیگار در موبایل

تعداد پیام‌های رسانه‌ای ضد سیگار در موبایل	فراوانی	درصد
تعداد کمی	72	18.8
هیچ	312	81.3
جمع	384	100.0

۸۱/۳٪ از پاسخگویان تعداد پیام رسانه‌ای ضد دخانیات در موبایل دریافت نکردند و فقط ۱۸/۸٪ از آنها تعداد کمی پیام رسانه‌ای ضد دخانیات در موبایل دریافت کردند. الگوی استفاده از موبایل با ۹ گویه زیر سنجیده شد:

جدول شماره ۷: آماره‌های توصیفی سوالات موارد استفاده از موبایل

گویه‌ها	تعداد	میانگین	درصد	انحراف معیار	اشتباه معیار
۸. دسترسی به محصولات مانده، فیلم، موسیقی، کتاب و غیره از طریق موبایل	384	4.8125	80.21	1.40356	0.07162
۹. بازدید از سایت‌های مشخص به منظور کسب اطلاعات (مثل خبری و تحلیلی و بهداشتی و سلامتی).	384	4.3438	72.40	1.45123	0.07406
۱۰. گردش غیر هدفمند در سایت‌ها و وبلاگ‌ها برای مواجهه اتفاقی با مطالب جالب	384	3.4063	56.77	1.45662	0.07433
۱۱. استفاده آموزشی و علمی از طریق موبایل	384	4.2188	170.31	1.43222	0.07309
۱۲. انجام امور اداری و سازمانی	384	2.9063	48.44	1.46733	0.07488
۱۳. مشارکت در بحث‌ها و گفتگوهای گروهی در شبکه‌های اجتماعی موبایل	384	3.8750	64.58	1.49673	0.07638
۱۴. پرداخت قبوض و انتقالات مالی و بانکی	384	3.6250	60.42	1.86908	0.09538
۱۵. تجارت و درآمدزایی در فضای مجازی	384	2.2188	36.98	1.45393	0.07420
۱۶. ابزاری برای دور کاری	384	2.0000	33.33	1.11949	0.05713

جدول شماره ۸: آماره‌های توصیفی سن استفاده از موبایل در بین پاسخگویان

میانگین	۱۵/۹۳۷۵
حداقل	۱۰
حداکثر	۳۰

میانگین سن استفاده از موبایل در بین پاسخگویان ۱۵ سال بوده است. همچنین پایین‌ترین سن استفاده از موبایل در بین پاسخگویان در نمونه آماری ۱۰ و بالاترین سن ۳۰ سال بوده است.

جدول شماره ۹: توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب مدت زمان استفاده از موبایل در طول روز

مدت زمان استفاده از موبایل در طول روز	فراوانی	درصد
کمتر از ۱۵ دقیقه	22	5.7
۱۵-۳۰ دقیقه	27	7.0
۳۰-۴۵ دقیقه	15	3.9
۴۵-۶۰ دقیقه	10	2.6
حدود ۲ ساعت	254	66.1
بیشتر از ۲ ساعت	56	14.6
جمع	384	100.0

بیشترین در صد پاسخگویان ۶۶/۱ مدت زمان استفاده از موبایل در طول روز را در حدود ۲ ساعت و کمترین درصد پاسخگویان ۲/۶ نیز ۶۰-۴۵ دقیقه گزارش کرده‌اند.

جدول شماره ۱۰: توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب عوامل سیگار کشیدن

عوامل سیگار کشیدن	فراوانی	درصد
اجتماعی	141	36.7
اقتصادی	21	5.5
روانی	89	23.2
فردی	58	15.1
خانوادگی	41	10.7
فرهنگی	6	1.6
بی پاسخ	28	7.3
کل	384	100.0

بیشترین در صد پاسخگویان ۳۶/۷٪ مهم ترین عامل سیگار کشیدن را عامل اجتماعی (فقر، جنگ، بیکاری و کار سنگین) دانسته و همچنین در بعد روانی ۲۳/۲٪ (جذاب تر به نظر رسیدن، استرس و عصبانیت شدید) و کمترین درصد پاسخگویان ۱/۶٪ نیز عامل فرهنگی را موثر دانسته‌اند.

جدول شماره ۱۱: توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب نقش موبایل در ممانعت از سیگار کشیدن

نقش موبایل در ممانعت از سیگار کشیدن	فراوانی	درصد
بلی	96	25.0
خیر	268	69.8
بی پاسخ	20	5.2
کل	384	100.0

بیشترین در صد پاسخگویان ۶۹/۸ موبایل را فاقد تاثیر در جلوگیری از سیگار کشیدن دانسته و کمترین درصد پاسخگویان ۲۵٪ موبایل را در ترک سیگار کشیدن موثر دانسته‌اند با وجود اینکه ۲۶۸ نفر گفته‌اند که موبایل نقشی در کاهش مصرف سیگار ندارد اما نتایج آزمون‌ها نشان داد که رابطه بین این دو وجود دارد و رابطه مثبت است.

ب) نتایج تحلیلی

بخش دوم از یافته‌ها به تحلیل فرضیاتی که سنجش آنها مد نظر این پژوهش بوده است مرتبط می‌شود. در این رابطه فرضیات تحقیق با توجه به نتایج آزمون‌های انجام گرفته به شرح زیر مورد تحلیل قرار می‌گیرد.

فرضیه شماره ۱: میان الگوی استفاده از موبایل و میزان استفاده از سیگار رابطه وجود دارد.

نتایج به دست آمده از آزمون رگرسیون حاکی از آن است که ضریب رگرسیون با سطح معنی‌داری $\alpha=0/000$ برابر با $R=0/560$ محاسبه شده است. از آنجا که این سطح معنی‌داری از سطح معنی‌داری مورد نظر ما $\alpha=0/05$ کمتر است مدرک کافی برای رد فرض صفر خود داریم، در نتیجه فرضیه صفر ما رد و فرضیه اصلی ما تأیید می‌شود بنابراین نتیجه می‌گیریم که به ازای تغییر در یک واحد انحراف استاندارد الگوی استفاده از موبایل میزان استفاده از سیگار به اندازه $0/560$ قابل پیش بینی می‌باشد.

جدول شماره ۱۲: ضریب آزمون رگرسیون پیرامون تاثیر الگوی استفاده از موبایل بر میزان استفاده سیگار

sig	t	beta	SE	B	
.416	-.814	.560	1.081	-.880	مقدار ثابت
.000	13.196		.033	.439	الگوی استفاده از موبایل

فرضیه شماره ۲: میان میزان استفاده از موبایل و الگوی مصرف سیگار رابطه وجود دارد. نتایج به دست آمده از آزمون رگرسیون بین این حاکی از آن است که ضریب رگرسیون با سطح معنی داری $\alpha=0/000$ برابر با $R=0/569$ محاسبه شده است. از آنجا که این سطح معنی داری از سطح معنی داری مورد نظر ما $\alpha=0/05$ کمتر است مدرک کافی برای رد فرض صفر خود داریم، در نتیجه فرضیه صفر ما رد و فرضیه اصلی ما تأیید می شود بنابراین نتیجه می گیریم که به ازای تغییر در یک واحد انحراف استاندارد الگوی استفاده از موبایل، الگوی مصرف سیگار به اندازه $0/569$ قابل پیش بینی می باشد.

جدول شماره ۱۳: ضریب آزمون رگرسیون پیرامون تاثیر میزان استفاده از موبایل بر الگوی مصرف سیگار

sig	t	beta	SE	B	
.000	31.572	.569	.784	24.760	مقدار ثابت
.000	13.508		.054	.732	استفاده از موبایل

فرضیه شماره ۳: میان میزان استفاده از موبایل و میزان استفاده از سیگار رابطه وجود دارد. نتایج به دست آمده از آزمون رگرسیون حاکی از آن است که ضریب رگرسیون با سطح معنی داری $\alpha=0/000$ برابر با $R=0/104$ محاسبه شده است. از آنجا که این سطح معنی داری از سطح معنی داری مورد نظر ما $\alpha=0/05$ کمتر است مدرک کافی برای رد فرض صفر خود داریم، در نتیجه فرضیه صفر ما رد و فرضیه اصلی ما تأیید می شود بنابراین نتیجه می گیریم که به ازای تغییر در یک واحد انحراف استاندارد الگوی استفاده از موبایل، میزان استفاده سیگار به اندازه $0/104$ قابل پیش بینی می باشد.

جدول شماره ۱۴: ضریب آزمون رگرسیون پیرامون تاثیر میزان استفاده از موبایل بر میزان استفاده سیگار

sig	t	beta	SE	B	
.000	37.054	.104	.454	16.835	مقدار ثابت
.048	1.983		.032	.063	استفاده از موبایل

فرضیه شماره ۴: میان الگوی استفاده از موبایل و الگوی مصرف سیگار رابطه وجود دارد.

جدول شماره ۱۵: ضریب آزمون رگرسیون پیرامون تاثیر الگوی استفاده از موبایل بر الگوی مصرف سیگار

sig	t	beta	SE	B	
.000	89.790	.090	.600	53.865	مقدار ثابت
.078	1.768		.041	.073	الگوی استفاده از موبایل

نتایج به دست آمده از آزمون رگرسیون بین این حاکی از آن است که ضریب رگرسیون با سطح معنی داری $\alpha=0/078$ برابر با $R=0/090$ محاسبه شده است. از آنجا که این سطح معنی داری از سطح معنی داری مورد نظر ما $\alpha=0/05$ بیشتر است مدرک کافی برای رد فرض صفر خود نداریم، در نتیجه فرضیه صفر ما تأیید و فرضیه اصلی ما رد می شود.

بحث و نتیجه گیری

این پژوهش با هدف بررسی ارتباط میان میزان و الگوی استفاده از موبایل با میزان مصرف سیگار در میان ۳۸۴ نفر از مردان سیگاری شهر تهران در بازه سنی ۱۵-۴۴ انجام گرفت. در جامعه امروز اکثریت مردم از موبایل و برنامه های آن استفاده می کنند. بر اساس یافته های پژوهش حداقل سن استفاده از موبایل ۱۰ سال می باشد و این نشان دهنده این است که موبایل به راحتی در دسترس همه افراد قرار گرفته است و مدت زمان استفاده از موبایل در طول روز حدود ۲ ساعت بوده است. از ۳۸۴ نفر افراد سیگاری ۲۸۸ نفر فقط سیگار مصرف می کردند و از مواد دخانی دیگر استفاده نمی کردند. یافته ها نشان داد که سن مصرف سیگار همانند موبایل به ۱۰ سال کاهش یافته است که نشان دهنده در دسترس بودن سیگار برای همه قشر سنی می باشد. براساس تحقیقات و گزارش های قبلی حدود ۸۰ درصد سیگاری ها در ایران قبل از پانزده سالگی تجربه مصرف سیگار را داشته اند. تفاوتی میان اینکه افراد سیگاری قبل و بعد از خرید موبایل سیگار آنها کاهش یافته است یا خیر مشاهده نشد. ۳۱ درصد از پاسخگویان هدف از تاسیس کانال یا گروه اجتماعی را اطلاع رسانی گزارش دادند. ۳۱۲ نفر از پاسخگویان تعداد پیام رسانه ای ضد دخانیات در موبایل دریافت نکردند و فقط ۷۲ نفر از آنها تعداد کمی پیام رسانه ای ضد دخانیات در موبایل دریافت کردند و این نشان دهنده این است که باید پیامک های ضد دخانیات هر روز و بیشتر برای افراد سیگاری ارسال شود، حتی این امر در شبکه های اجتماعی نظیر تلگرام به راحتی امکانپذیر است. ۱۴۱ نفر مهم ترین عامل سیگار کشیدن را عامل اجتماعی (فقر، جنگ، بیکاری و کار سنگین) دانسته و همچنین ۸۹ نفر بعد روانی (جذاب تر به نظر رسیدن، استرس و عصبانیت شدید) و ۶ نفر از پاسخگویان نیز عامل فرهنگی را موثر دانسته اند. ۲۶۸ نفر موبایل را فاقد تاثیر در جلوگیری از سیگار کشیدن دانسته و ۹۶ نفر موبایل را در ترک سیگار کشیدن موثر دانسته اند با وجود این نتایج آزمون ها نشان داد که رابطه بین این دو وجود دارد و رابطه مثبت است. نتایج آزمون رگرسیون نشان داد که میان الگوی استفاده از موبایل و میزان استفاده از سیگار رابطه مثبت وجود دارد. جولین بون و همکارش به این نتیجه رسیدند که الگوهای استفاده از موبایل بر مصرف سیگار اثر می گذارد. در واقع ممکن است که سیگار کشیدن به عنوان یک نشانه برای وضعیت اجتماعی باشد و این نشانه به آرامی در حال جایگزین شدن با مالکیت موبایل و استفاده از آن می باشد. از طرف دیگر نتایج آزمون رگرسیون نشان داد که میان الگوی استفاده از موبایل و الگوی مصرف سیگار رابطه وجود ندارد.

نتایج آزمون رگرسیون نشان داد که میان میزان استفاده از موبایل و الگوی مصرف سیگار رابطه مثبت وجود دارد. نتایج آزمون رگرسیون نشان داد که میان میزان استفاده از موبایل و میزان استفاده از سیگار رابطه مثبت وجود دارد. به زعم گسر کاربرد موبایل از استفاده ابزاری برای تامین نیازهای بشر فراتر رفته و کاربردهای آن گسترده تر و متنوع تر شده است و به صورت کاربردهای اجتماعی، فرهنگی و روانی تغییر یافته است. گسر برای تحقیقات پیمایشی که برای موبایل انجام داد را در سه بعد مستقل بررسی کرده است: ۱) میزان و شدت استفاده از موبایل، ۲) قلمرو و گستردگی استفاده از موبایل و ۳) تنوع موارد استفاده از موبایل. در این پژوهش هم از بعد میزان استفاده از موبایل و هم از بعد تنوع موارد استفاده از موبایل (در جهت ارتباط با میزان مصرف سیگار) استفاده شده است. بر اساس نظریه سبک زندگی بورديو عادت کردن به تکنولوژی می تواند بر سبک زندگی ما و در نتیجه بعضی از عناصر عادت واره ما را تحت تاثیر قرار دهد. این عادت (استفاده از موبایل) که جزئی از عادت واره ما شده است عادت واره دیگری یعنی سیگار کشیدن را تحت تاثیر قرار می دهد. و نکته حائز اهمیت این است که پژوهش هایی که پیرامون سیگار بوده است به عوامل سیگاری شدن افراد پرداخته است که باعث متمایز شدن پژوهش ما بادیگران شده است. در این تحقیق به بررسی ارتباط میان میزان استفاده از موبایل با میزان مصرف سیگار پرداخته است. محدودیت های تحقیق که برای محقق پیش آمد می توان به عدم اشتیاق برخی از پاسخگویان سیگاری در پر کردن پرسشنامه و بعضی از افرادی که ۱ یا ۲ نخ سیگار در طی روز می کشیدند خود را سیگاری محسوب نمی کردند و پرسشنامه را پر نمی کردند، اشاره کرد. با توجه به نتایج حاصله می توان پیشنهاد های زیر را ارائه داد:

- ایجاد یک تئوری دقیق میان تکنولوژی های جدید و کاهش معضلات اجتماعی مورد نیاز است.
- جذاب تر شدن برنامه های موبایل و به روز بودن آن می تواند به کاهش مصرف سیگار کمک کند به طوری که اوقات بیکاری آنها خالی نباشد.
- برنامه های جدید تری برای ترک سیگار در موبایل طراحی شود که کمک کننده باشند.

منابع

- احمدی، حبیب (۱۳۸۴)، جامعه‌شناسی انحرافات، تهران: نشر سمت .
- امامی، حبیب و همکاران (۱۳۸۲)، الگوی مصرف سیگار در یک منطقه شهری تهران ۱۳۸۰: مطالعه قند و لیپید تهران، پژوهش در پزشکی (مجله پژوهشی دانشکده پزشکی) دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشت درمانی شهید بهشتی، سال ۲۷، شماره ۱، بهار ۱۳۸۲، ص ۴۷-۵۲.
- بیکر، ترزال (۱۳۸۶)، نحوه انجام تحقیقات اجتماعی، ترجمه هوشنگ ناییبی، تهران: نشر نی.
- بلیکی، نورمن (۱۳۸۴)، طراحی پژوهش‌های اجتماعی، ترجمه حسن چاووشیان، تهران: نشر نی.
- ترقی‌جاه، صدیقه و همکاران (۱۳۸۹)، عوامل پیش‌بینی‌کننده مصرف سیگار و قلیان در دانشجویان دانشگاه‌های دولتی، مجله پژوهشی دانشکده پزشکی دانشگاه شهید بهشتی، دوره ۳۴، شماره ۴، زمستان ۱۳۸۹، ص ۲۵۶-۲۴۹.
- جمعیت مبارزه با استعمال دخانیات ایران، ۱۳۹۵/۱۱/۴ قابل دسترسی در: [www. iata. org](http://www.iata.org)
- دواس، دی. ای (۱۳۷۶)، پیمایش در تحقیقات اجتماعی، ترجمه هوشنگ ناییبی، تهران: نشر نی .
- سبحانی نژاد، مهدی و پورطهماسبی، سیاوش (۱۳۸۸)، چالش‌ها و کارکردهای فرهنگی و اجتماعی تلفن همراه و راه کارهای اصلاح آن، فصلنامه مهندسی فرهنگی، سال سوم، شماره ۳۱، ۳۲، مرداد و شهریور ۱۳۸۸، ص ۲۸-۱۸ .
- ستوده، هدایت‌الله (۱۳۸۳)، جامعه‌شناسی انحرافات، تهران: انتشارات آوای نور .
- صدیق سروسستانی، رحمت‌الله (۱۳۸۹)، آسیب‌شناسی اجتماعی (جامعه‌شناسی انحرافات اجتماعی)، تهران: انتشارات سمت .
- موسوی، کمال‌الدین (۱۳۸۹)، قدرت اجتماعی موبایل، تهران: نشر بهینه فراگیر .
- ممتاز، فریده (۱۳۸۱)، انحرافات اجتماعی (نظریه و دیدگاه‌ها، تهران: شرکت سهامی انتشار .
- Bhargavi, K. Balachandrudu, K. & Nageswar, P. (2013). Mobile Phone Radiation Effects on Human Health. International Journal of Computational Engineering Research, vol (3)4.
- Chatterjee, S. (2014). A Sociological Outlook of Mobile Phone Use in Society, International Journal of Interdisciplinary and Multidisciplinary Studies, Volume , pp55-63.
- Free, C. Phillips, G. & et al. (2013). The Effectiveness of Mobile-Health Technology-Based Health Behaviour Change or Disease Management Interventions for Health Care Consumers: A Systematic Review, Plos Medicine, Volume 10 , p2.
- Ghorai, k. Akter, S. (eds). (2014). mHealth for Smoking Cessation Programs: A Systematic Review, Journal of Personalized Medicine, pp 412-423.
- Geser, H. (2004). Towards a Sociological Theory of the Mobile Phone, IN SOCIOLOGY IN SWITZERLAND, Sociology of the Mobile Phone. Online Publications, Zuerich.
- Jones and others. (2005). STOMP: stop smoking with mobile phones trial. Retrieved from [https://nihi.auckland. nz/print pdf/145](https://nihi.auckland.nz/print/pdf/145).
- Labonne, J. Chase, R. (2008). So You Want to Quit Smoking: Have You Tried a Mobile Phone? Policy Research Working Paper, 4657, p1-10.
- Schwab, K. (2016). The Fourth Industrial Revolution, Foreign Affairs, January 2016. PP. 1-264.
- Wittaker, R. Dorey, E. & et al. (2011). A Theory-Based Video Messaging Mobile Phone Intervention for Smoking Cessation: Randomized Controlled Trial, JOURNAL OF MEDICAL INTERNET RESEARCH, Volume 13, pp1-12.
- Wei, R. (2001). LONGITUDINAL ANALYSIS OF CELL PHONE LEADERS. J&MC Quarterly. 78 Zhu, S. Lee, M. & et al. (2011). Interventions to increase smoking cessation at the population level: how much progress has been made in the last two decades?, The Tobacco Epidemic Today, pp 110-118.

مراقبت از راه دور در پرستاری و چالش‌های اخلاقی آن

تاریخ دریافت: ۹۸/۰۴/۲۳

تاریخ پذیرش: ۹۸/۰۵/۲۳

کد مقاله: ۸۳۹۷۴

یلدا پورداور^۱، شایسته عسکری

چکیده

امروزه پیشرفت در فناوری ارتباطات و راه‌های تعامل، شکل ارتباط جدیدی را بین بیمار و مراقبت‌کننده برقرار می‌کند. این راه جدید ارتباطی می‌تواند دسترسی به خدمات و ارائه ارزان و سریع آن را فارغ از مرزهای جغرافیایی راحت‌تر کند. برای تحقیق در این امر، شناخت ملاحظات اخلاقی متناسب با این نوع ارتباط امری ضروری محسوب می‌شود. این مدل جدید ارتباط بیمار با مراقبت‌کننده بدلیل شکل و ماهیت مجازی آن نیازمند شناسایی و رعایت ملاحظات اخلاقی خاص خود است. بنابراین شناسایی چالش‌های اخلاقی آن در حوزه‌های مختلف از جمله رضایت، رازداری، حریم شخصی و تمهیدات حرفه‌ای بسیار مهم و نیازمند توجه از سوی مسئولان است تا بهترین و مناسبترین استفاده از این شکل ارتباطی جدید صورت گیرد.

واژگان کلیدی: مراقبت از راه دور، پرستاری، چالش‌های اخلاقی

۱- مقدمه

پرستاری رشته ای مستقل، شاخه ای از علوم پزشکی است که رسالت آن ارائه خدمات مورد نیاز بهداشتی، مراقبتی، درمانی و توانبخشی در بالاترین سطح استاندارد جهت تامین، حفظ و ارتقای سلامت جامع است (۱). در واقع پرستاران بزرگ ترین گروه های ارائه دهنده خدمات در سیستم درمانی بوده و دارای نیروی بالقوه قابل توجهی هستند که می توانند بر کیفیت مراقبت های بهداشتی تاثیر بگذارند. بنابراین کیفیت عملکرد پرستاری مستقیماً بر بازده سیستم سلامت موثر است (۲). یکی از نقش های ارزشمند پرستاران، مراقبت در منزل است. پرستاران حین مراقبت در منزل نقش های کلیدی شامل: انجام ارزیابی جامع، مراقبت شخصی، مراقبت عاطفی، هماهنگی مراقبت، بازدید در مراحل اولیه بیماری جهت ایجاد یک ارتباط درست بین بیماران و مراقبت کنندگان را ایفا میکنند (۳). در آغاز ارتباط بیمار و مراقبت کننده (پرستار یا پزشک) منوط به حضور هر دو در مکان و زمان بوده است اما به مرور زمان با پیشرفت علم، نحوه انتقال اطلاعات و برقراری ارتباط تغییر یافته است. درواقع با پیشرفت فناوری و پیدایش و گسترش اینترنت، تغییرات زیادی در نحوه ارتباط رخ داده است که علم پزشکی را نیز تحت الشعاع قرار داده است. افزایش حجم اطلاعات در اینترنت، شکل جدیدی از ارتباط بیمار و مراقبت کننده را رقم زده است (۴). با افزایش رشد تکنولوژی استفاده پرستاران از تکنولوژی در امر مراقبت نیز افزایش یافته است. با افزایش فرصت ها و محدود شدن دسترسی به خدمات، پرستاران استفاده از تکنولوژی را آغاز کرده اند (۵). افزایش تعداد پرستارانی که از تکنولوژی دیجیتال استفاده می کنند یکی از موارد اصلی در مراقبت از راه دور^۱ است (۶). مراقبت از راه دور بعنوان مداخله ای که اجازه می دهد تا اطلاعات از راه دور (مثل فشار خون یا قند خون) و اطلاعات اضافی بین بیمار و مراقبت کننده برای کمک به تشخیص و درمان وضعیت سلامت مبادله شود، تعریف می گردد. بنابراین مراقبت از راه دور در واقع پرستاری از راه دور^۲ به سرعت درحال تبدیل به یک راه کار مهم برای بهبود نتایج مراقبت از بیمار است. پرستاری از راه دور از فناوری ارتباط برای ارائه خدمات پرستاری استفاده می کند. این فرایند به پرستاران این اجازه را می دهد تا بیماران خود را از راه دور مورد مشاوره، نظارت، آموزش و درمان قرار دهند. پرستاری از راه دور با از بین بردن فاصله بعنوان یک مانع برای ارتباط بایماران در جهت کاهش تعداد بازدیدهای غیرضروری بیمار با مراقبت کنندگان نیز گام برمیدارد. از جمله مزایای پرستاری از راه دور کاهش هزینه های مراقبت های بهداشتی می باشد. استفاده از مراقبت از راه دور سلامت بالینی و دسترسی به خدمات بهداشتی را در جمعیت روستاییان که دسترسی به خدمات بهداشتی را ندارند بهبود بخشیده است (۷). اصول عملکرد حرفه ای در این زمینه بیانگر تعهداتی است که افراد یک حرفه در قبال مردم و جامعه ای که در آن زندگی می کنند دارند. ترویج اصول عملکرد حرفه ای از طریق تاکید برآموزش مبانی اخلاقی تنها راه تقویت اعتماد مردم به حرفه گروه مراقبت کننده محسوب می شود. علم اخلاق شاخه ای از فلسفه است که خطوط راهنما برای اعمال مطلوب را ترسیم می کند و به طور معمول اخلاق تحت عنوان مطالعه درست و غلط بودن تعریف می شود. علم اخلاق دانشی است درباره جستجوی ارزش های مثبت، درک معنی آن ها، شناخت صفات خوب و بد و چگونگی اکتساب آن ها، انجام اختیاری کارهای پسندیده و خودداری از کارهای ناپسند. در حالی که عمل اخلاقی رفتاری مبتنی بر رعایت حقوق افراد در ۳ حوزه درون شخصی (تعامل با خود)، بین شخصی (تعامل با دیگران) و برون شخصی (رفتار با طبیعت و جانداران) دارای مسئولیت اخلاقی می باشد (۸). اخلاق پرستاری شاخه ای از اخلاق پزشکی است که تحت تاثیر پیشرفت های این رشته قرار گرفته است. تحولات دنیای کنونی نیاز به رویکرد علم اخلاق در حرفه های مرتبط با علوم پزشکی و بالخص مراقبت های پرستاری که پرستاران به طور روزمره با آن مواجهند الزامی می باشد (۹). پرستاران حرفه ای هم موظفند تا با توجه به ارزش های انسان ها و حفظ باورهای آن ها خدمات را ارائه دهند. زمانی که پرستاری شروع به استفاده از تکنولوژی می کند ملزم به رعایت قوانین اخلاقی در روش پرستاری از راه دور می باشد. پرستاران باید با در نظر گرفتن یک تعهد اخلاقی که اظهار دارد از فرصت های رسانه اجتماعی در جهت ارائه خدمات به بشر و حفظ کرامت انسانی عمل می کند، گام بردارند (۵). با توجه به این که امروزه همه افراد جامعه به نوعی با دنیای مجازی در ارتباط هستند و در کشور ما نیز این حیطه در حال گسترش روزافزون است و همچنین با پیشرفت این تکنولوژی ارائه خدمات بهداشتی به بیماران توسط پرستاران نیز در حال پیشرفت است در این مقاله برآن شدیم تا به تبیین و تعریف علم اخلاق در این روش بپردازیم و سپس نگاهی به ملاحظات اخلاقی پیرامون آن داشته باشیم.

۲- روش کار

به منظور روشن نمودن قواعد اخلاقی در پرستاری از راه دور، مطالعه حاضر به روش مروری نگاشته شده است. در ابتدا واژه های Tele-health و Tele-nursing به تنهایی و سپس واژه های مذکور به همراه Ethics از طریق جستجوگرها و سایت

¹ Tele-health care

² Tele-nursing

های علمی و سایت های علمی داخلی و خارجی معتبر جستجو شدند و مقالات و مطالب مربوط به ویژه مقالاتی که در ۵ سال اخیر به مسائل اخلاقی پیرامون آن پرداخته بودند، انتخاب شدند.

۳- تعریف Tele-health

این واژه تعاریف گوناگونی دارد. به اختصار می توان آن را پزشکی از راه دور تعریف کرد که منظور از آن انتقال اطلاعات پزشکی از یک مکان به مکان دیگر از طریق بکارگیری روش های الکترونیکی ارتباطی است که این امر می تواند از یک تماس تلفنی مشاوره ای بین پزشک و بیمار تا جراحی رباتیک با کمک تکنولوژی ویدئو کنفرانس ماهواره ای باشد. پزشکی از راه دور مجموعه ای خدمات بالینی و غیر بالینی (آموزشی و پژوهشی) را دربر می گیرد (۹).

۴- انواع Tele-health

۴-۱- مشاوره در پزشکی

روشی است که در آن پزشک، پرستار یا هر شخص متخصصی از طریق ارتباط از راه دور بصورت تلفنی یا تماس ویدئویی و سایر روش های ارتباطی با بیمار ارتباط برقرار کرده و به او مشاورات لازم را ارائه می دهد (۱۰). اولین بار ناسا برای غلبه بر بعد مسافت به منظور مشاوره پزشکی فضانوردان خود از این روش استفاده کرد. در این نوع مشاوره بیمار هزینه کم تری صرف می کند و با کاهش حمل و نقل درون شهری و برون شهری باعث صرفه جویی در وقت و منابع انرژی می شود. در این روش مراحل تشخیصی، درمانی و پیشگیری بیماران از طریق وب سایتها و شبکه های اجتماعی پزشکان صورت می گیرد (۱۱).

۴-۲- جراحی از راه دور

این مدل جراحی بسیار گران قیمت بوده و توسط رباط های پیشرفته انجام می گردد (۱۲).

۴-۳- آموزش الکترونیکی

انواع آموزش ها در حیطه های پزشکی می تواند از طریق صفحات شخصی در شبکه های اجتماعی از طریق راه های ارتباط شبکه ای انجام شود. این روش یک راه ارزان برای ارائه اطلاعات به بیماران است (۱۳).

۵- مروری بر آیین اخلاق حرفه ای در پرستاری

موضوع اخلاق پرستاری در سال ۱۸۹۹ بعد از تشکیل شورای بین المللی پرستاران^۱ مورد توجه ویژه قرار گرفت. اولین کدهای اخلاقی برای پرستاران نیز در این شورا تدوین و منتشر شد. این کدها در ۹ بند موضوعات گسترده اخلاقی در این حرفه از جمله ارتباطات حرفه ای، برخورد با بیمار و حدود مرزهای اخلاقی، اصول اساسی مانند رازداری، پاسخگویی، مسئولیت پذیری، ارتقا و آموزش های به روز را مورد تاکید قرار داده است. انجمن های پرستاری در هر کشوری بر اساس معیارهای خود به تعیین محورهای ارزشی این کدها می پردازند. بعنوان مثال بر اساس انجمن پرستاری کانادا^۲ ۸ محور ارزشی عمده را مورد تاکید قرار می دهد که عبارتند از: ارائه مراقبت صحیح، شایسته و اخلاقی، سلامت و رفاه بیماران، احترام به حق انتخاب بیمار، رعایت شان و کرامت افراد، حفظ رازداری، عدالت، پاسخگویی و برقراری کیفیت مطلوب در محیط کار (۱۴). البته شورای پرستاری در استرالیا^۳ نیز کدهای اخلاقی خود را در ۶ محور ارزشی بیان کرده که عبارتند از: احترام به نیازها، ارزش ها، فرهنگ و آسیب پذیری افراد در ارائه مراقبت، پذیرش حق افراد برای انتخاب آگاهانه در موضوعات مربوط به مراقبت از خود، رعایت کیفیت مراقبت های پرستاری برای همه مردم، رازداری، مسئولیت پذیری و پاسخگویی، اخلاق در شرایط کار در جهت ارتقای سلامت و رفاه افراد (۱۵). در هنگ کنگ نیز شورای پرستاری^۴ کدهای اخلاقی را در ۶ محور به شرح زیر بیان میدارد: احترام به جان و حیات انسان ها و بهبود کیفیت زندگی، احترام به حقوق فردی و شان کرامت انسان ها، توجه به نیازهای جامعه و کار تلاش همراه با مشارکت در جهت ایجاد جامعه ای سالم، کوشش و جدیت در حد اعلا و تعیین کیفیت مراقبت (۱۶). آیین اخلاق پرستاری ایران نیز در راستای تکمیل مجموعه آیین ها و راهنمایی های اخلاقی مرتبط با حوزه سلامت در جمهوری اسلامی ایران، برای اولین بار در کشور در سال ۱۳۹۰ برای اولین پروه پیرایشکی متشکل از تمامی شاغلین حرفه پرستاری در حوزه های خدمات آموزشی، پژوهشی، مدیریتی،

¹ The international council of nurses (ICN)

² Canadian nursing association (CAN)

³ Australian nursing & midwifery council (ANMC)

⁴ The nursing council of Hong Kong

بهداشتی و بالینی، در تمامی رده‌ها تدوین کرد. در کشور ما تعلیم دین مبین اسلام و نیز قانون اساسی در بسیاری از موارد حدود و مرزهای عمل را معین می‌نمایند، ارزش‌های اخلاقی در عین انطباق با مبانی دینی، جهان شمول هستند. مهمترین ارزشهایی که در حرفه پرستاری باید مدنظر قرار گیرد، عبارتند از: احترام به تعهدات حرفه‌ای، پاسخگویی، مسئولیت‌پذیری و وجدان کاری، عدالت در خدمت‌رسانی، تعهد به مراقبت و وفاداری، ارتقای صلاحیت علمی و عملی به طور مداوم، ارتقای آگاهی از مقررات حرفه‌ای و دستورالعمل اخلاقی و رعایت آن‌ها، احترام متقابل با سایر ارائه‌دهندگان مراقبت سلامت و برقراری ارتباط مناسب با آنان، احترام به استقلال فردی مددجو/ بیمار و شفقت و مهربانی می‌باشد (۱۷). در واقع تدوین کدهای اخلاقی متناسب با فرهنگ و مذهب جامعه راه کار مناسبی جهت بهبود کیفیت خدمات پرستاری است.

۶- چالش‌های اخلاقی در درمان از راه دور

این شکل جدید از ارتباط به دلیل شرایط ویژه چالش‌های اخلاقی مهمی در زمینه‌های مذکور ایجاد می‌کند و برخی از عناوین مهم اصول اخلاقی مطرح در رابطه مراقبت‌کننده و بیمار را پر رنگ نموده و در اولویت قرار می‌دهد. رضایت: بارزترین اصل اخلاقی احترام به استقلال بیمار بعنوان یکی از مهمترین عناصری است که باید قبل از هرگونه اقدام تشخیصی و درمانی رعایت شود. درواقع بیمار حق انتخاب در حیطه درمان را دارد و لازمه چنین تصمیمی دریافت اطلاعات کامل درمورد فوائد و مضرات و هزینه‌های احتمالی است (۱۸).

رازداری: این مورد در حفظ اعتماد بیماران به جامعه پزشکی نقش مهمی دارد. در واقع مراقبت‌کنندگان مسئول حفظ محرمانگی اطلاعات الکترونیکی بیماران می‌باشند و باید از حفاظت موثر اطلاعات در طی فرایند ذخیره‌سازی و استقلال و دریافت آن‌ها قرار گرفتن اطلاعات حاصل از شرح حال یا مدارک ارسال شده در این فضا و حتی ایجاد پرونده الکترونیکی برای بیماران بسیار مهم است. در نای مجازی امکان دسترسی افراد به اطلاعات محرمانه در داخل سایت‌ها، ایمیل‌ها و حتی دیدن و شنیدن اطلاعات مخبره شده وجود دارد. لذا مراقبت‌کنندگان باید برای تأمین حداکثر اهمیت اطلاعات بیماران تلاش کنند (۲۰).

حریم شخصی: رازداری و حفظ حریم شخصی بیمار ۲ عنصر اصلی در حفظ اعتماد جامعه نسبت به مراقبت‌کنندگان در ارتباط از راه دور است. در استفاده از تکنیک درمان از راه دور امکان نقض و رعایت نکردن حریم شخصی وجود دارد. بدین شکل که ممکن است اطلاعات محرمانه بیمار در اختیار افراد دیگری بجز مراقبت‌کننده قرار گیرد. بنابراین یک مراقبت‌کننده باید در طی ارتباط الکترونیکی با بیمار از طریق وب کم در فضایی باشد که هیچ فرد دیگری در آن مکان حضور ندارد تا اطلاعات بصورت محرمانه باقی بماند (۲۱).

تعهد حرفه‌ای: در این نوع ارتباط یک مراقبت‌کننده باید رفتار صادقانه داشته باشد. در این نوع ارتباط استفاده از عناوین جعلی و فریبکارانه به طور شایع رخ می‌دهد که قصد سواستفاده از بیماران را دارد. بنابراین تمامی ارتباط بین مراقبت‌کننده و بیمار در این حوزه باید کنترل شده باشد (۹).

بحث و نتیجه‌گیری

همان‌طور که گفته شد در دنیای امروز استفاده از فناوری اطلاعات یک ضرورت محسوب می‌شود و در سلامت جامعه و پیشرفت اهداف آن بسیار تاثیرگذار است. امروز مناطق مختلفی در تحقیق آرمان‌های سلامت و سایر اهداف جامعه‌شان به کار می‌بندند. در ایران نیز در سال‌های اخیر اقداماتی در جهت استفاده از این فناوری انجام شده که به صورت غیر منسجم و پراکنده بوده است. از معدود اقدامات منسجم می‌توان به طراحی و اجرای اولین بیمارستان الکترونیکی کشور، بیمارستان امام حسین شاهرود در سال ۱۳۸۰ اشاره کرد. در حال حاضر بیمارستان‌های ولی عصر زنجام و بیمارستان بقیه‌ا... تهران و بیمارستان امام رضا مشهد در حال اجرای این طرح هستند (۲۲). از آن جایی که ایران کشور پهناوری است و دارای پراکندگی جمعیتی بالا و منابع محدود و در مناطق شبکه‌های راه‌ها و حمل و نقل ضعیف است و از سوی دیگر، تعداد زیادی روستا با جمعیت زیر ۲۰/۰۰۰ نفر در این کشور وجود دارد و شاید امکان فرستادن پزشکان و مراقبت‌کنندگان به تمام مناطق نباشد، همچنین، در شرایط بحرانی و بلایای طبیعی همچون زلزله و سیل که سبب مسدود شدن راه‌های ارتباطی زمینی می‌شوند، نیازمند برقراری ارتباطات الکترونیکی بین بیماران و مراقبت‌کنندگان هستیم و استفاده از این فناوری می‌تواند باعث ارتقای خدمت‌رسانی به بیماران در جامعه شود. کشور ما حدود دو دهه است که در امر اخلاق زیستی شاهد فعالیت‌های گسترده‌ای بوده است. در امر قانون‌گذاری در این حوزه و تدوین راهنمایی‌های عملی اخلاق نیز گام‌های مهمی برداشته شده است (۱۷). چنان‌چه چالش اخلاقی در این زمینه بدرستی پیش‌بینی شود، میتوان به اهداف این نوع ارتباط دست یافت. آن‌چه مسلم است باید از رعایت مسائل مهم همانند رازداری که اثر مهمی در حفظ اعتماد بیماران به جامعه پزشکی دارد و حفظ محرمانگی اطلاعات الکترونیک بیماران که فرایند ضروری است، اطمینان حاصل شود

و هم چنین، حفاظت موثر اطلاعات در طی فرایند ذخیره سازی، انتقال و دریافت آن صورت گیرد. از این رو، حفظ حریم خصوصی و اهداف ارتباطی موثری که در این نوشتار به آن ها اشاره شده است، نباید قربانی مزیت های این روش جدید ارتباطی شود. در این شکل ارتباطی نیز باید ابعاد حرفه ای بدرستی پوشش داده شود و مسائل اخلاقی و قانونی مرتبط رعایت شود، ارتباط مناسب با مراجعه کننده و همکاران، نگرش مطلوب نسبت به حرفه مورد نظر نیز در حد قابل قبولی تامین شود (۲۳). بنابراین اگر این شکل ارتباطی به هر طریقی سلامت بیمار را تحت تاثیر قرار دهد، اولویت با حفظ سلامت بیمار خواهد بود. ویزیت و معاینه های حضوری قطعا در برقراری ارتباط مناسب بین پزشک و بیمار موثراند اما در کنار آن در مواقع ضروری و مواردی که شرح داده شد می توان از روش کمکی بعنوان راه حل مکمل استفاده کرد و از آن برای ارتقای نظام سلامت، بهبود مراقبت و خدمت رسانی وسیع، آسان تر و ارزان تر بهره برد. این نوشتار درصدد معرفی این شکل ارتباطی و رعایت چالش ها و معیارهای اخلاقی رشته پرستاری در اجرای این روش ارائه شده است.

منابع

- A A. The place of ethics education in nursing in Iran. *Biological Ethics Quarterly*. 2015.
- J M. effectiveness of nursing ethics education on ethical reasoning nurse. *IJN*. 2015;28(96):50-7.
- M N. A poststructural rethinking of the ethics of technology in relation to the provision of palliative home care by district nurses. *Nursing Philosophy*. 2016;17:59-70.
- S ST. Telemedicine: benefits, disadvantages and ethical challenges. *Journal of Ethics and Medical History*. 2015;8(2):29-40.
- C M. Ethics and Social Media. *Nursing Science Quarterly*. 2014;27(4):283-5.
- D N. Conceptualizing Telehealth in Nursing Practice. *Journal of Holistic Nursing*. 2015;1-14.
- M L. Telehealth and telenursing using simulation for pre-licensure USA students. *Nurse Education in Practice*. 2017;10.
- Horton K. The value of nursing. A literature review. *Nurs Ethics*. 2007;14(6).
- S ST. Telemedicine: benefits, disadvantages and ethical challenges. *Iranian Journal of Ethics and Medical History*. 2015;8(2).
- J C. Introduction to the practice of telemedicine. *Journal of Telemedicine and Telecare*. 2005;11:3-9.
- A S. Telemedicine in Iran: Chances and Challenges. *World J Plast Surg*. 2012;2(1).
- G B. New technology and health care costs — the case of robot-assisted surgery. *n engl j med*. 2010;363(701-704).
- M T. Salamate Electronic. The Supreme Council of Information. 2008.
- Anonymous. Canadian Nurse Association. Code of Ethics for Registered Nurse. 2008.
- Anonymous. Australian Nursing and Midwifery Council. Code of Ethics for Nurses in Australia. 2011.
- Anonymous. The Nursing Council of Hong Kong. Code of Professional Conduct and Code of Ethics for Nurses in Hong Kong.
- M S. The Nursing Ethics of Iran. *Journal of Ethics and Medical History*. 2011;5(1).
- PA S. The Cambridge Textbook of Bioethics. UK: Cambridge University Press; 2008.
- EH K. Secure e-health: managing risks to patient health data. *Int J Med Inform*. 2007;76(5-6):402-6.
- B S. Legal ethical and risk issues in telemedicine. *Comput Methods Prog Biomed*. 2001;64(225-233).
- B K. Special section: the newest frontier: ethical landscapes in electronic healthcare. *Cambridge Q Healthcare Ethics*. 2008;17(4):401-16.
- M J. Telehealth: karbordha va cheshm andaze ayande. 2015.
- L S. Online professionalism social media, social contracts, trust, and medicine. *J Clin Ethics*. 2011;22(2):173-5.

کاربرد مد مفهومی در نمایش مسائل اجتماعی

تاریخ دریافت: ۹۸/۰۴/۳۳

تاریخ پذیرش: ۹۸/۰۵/۲۵

کد مقاله: ۹۰۲۳۴

صدف علی نیا^۱، سوسن خطائی^۲

چکیده

تاکنون، تفاوت مد مفهومی و مد متعارف چندان مورد تحلیل قرار نگرفته، زیرا کاروزان و طراحان مد در گذشته موارد مربوط به تحقیقات خود در زمینه‌ی فعالیت‌های مد را منتشر نکرده‌اند. با توجه به این قضیه، امروزه کمبود منابع جهت مشخص نمودن محتوا و پایه‌ی کار برای طراحان مد، مشکل ساز شده است. فرضیات مورد بررسی در این تحقیق، تمایز مد متعارف از مد مفهومی، ارتباط بین هنر مفهومی و مد مفهومی و همچنین ارتباط بین مد مفهومی و مد متعارف می‌باشد. با استفاده از مد مفهومی به عنوان یک رسانه می‌توان مسائل اجتماعی را به شکل فیزیکی به اجرا درآورد و با توجه به این نکته، این مقاله در جهت تحقق اهداف این فصلنامه گام برمی‌دارد. در این مقاله، جمع‌آوری اطلاعات به صورت کتابخانه‌ای صورت پذیرفته و داده‌ها با رویکرد توصیفی - تحلیلی مورد بررسی قرار گرفته‌اند. در این تحقیق، اصول مد متعارف، مبانی مد مفهومی، رابطه‌ی بین مد مفهومی و هنر مفهومی و در نهایت شیوه‌ی نمایش مسائل اجتماعی با تحلیل روند کاری طراح مد مفهومی، حسین چالایان، مورد بررسی قرار می‌گیرد. این تحقیق همچنین مشخص می‌کند که مد مفهومی از مسائل بصری جهت انتقال ایده‌ها به مخاطب و زیر سوال بردن ماهیت و سرشت اصول متعارف مد استفاده می‌کند، اما مد متعارف از مسائل دیداری تنها در حوزه‌ی مبانی زیبایی‌شناسی بهره می‌گیرد.

واژگان کلیدی: مد متعارف، مد مفهومی، فرآیند طراحی، مسائل اجتماعی، حسین چالایان.

۱- دانشجوی ارشد طراحی پارچه و لباس در دانشگاه آزاد تهران جنوب: aliniasadaf@yahoo.com

۲- استادیار دانشگاه تربیت دبیر شهید رجایی

۱- مقدمه

در کشورمان، مد مفهومی از عمر کوتاهی برخوردار است و چندان شناخته شده نیست. ضمناً، گرچه مد مفهومی از اوایل دهه‌ی ۱۹۸۰ به بعد اثری قابل توجه بر دنیای مد داشته، بر اساس اصول صنعتی یا آموزشی کمتر مورد بررسی قرار گرفته. بنابراین، گرچه بسیاری از طراحان مد مانند حسین چالایان به عنوان طراحان مد مفهومی شناخته شده‌اند، این قضیه که چه ویژگی‌هایی مد مفهومی را تعریف می‌کند، تقریباً ناشناخته مانده. در واقع طراحی مد و شیوه‌های ساختاری آن به ندرت در رشته‌ی مد مورد بررسی قرار گرفته است. علاوه بر این، تعداد کمی از طراحان مد پیشینه و موارد مربوط به فرآیند تحقیق و طراحی‌شان را منتشر کرده‌اند. به همین خاطر، روش‌های مربوط به مد مفهومی چندان مورد بررسی انتقادی قرار نگرفته‌اند. این تحقیق به طراحان مد کمک می‌کند تا محتوا و اساس فرآیند تحقیق و طراحی‌شان را مشخص نمایند. چرا که سوالات بسیاری برای طراحان مد مانند اینکه چه طور فرآیند تحقیق را مدیریت کنند و یا چه طور از نتایج تحقیقشان در فرآیند طراحی استفاده کنند، پیش می‌آید.

فرنسیس باودات در کتاب یوجی یاماموتو. لندن، هیزل کلارک در کتاب مد و هنر و کی دورلند اسپیلکر و شارون ساداکو تاکدا در کتاب شکستن مد، رابطه‌ی بین هنر مفهومی و مد مفهومی را بررسی کرده‌اند. سوسانا فرنکل در کتاب نظریه‌ها: مصاحبه با طراحان مد و بردلی کوین در کتاب فناوری در مد، سارا موور در مقاله‌ی "نگاهی به پیشینه‌ی کاری حسین چالایان" و ای کینگ در مقاله‌ی "تشریفات تجدید شده"، روند کاری حسین چالایان، طراح مد مفهومی، را بررسی کرده‌اند. جین مورلی در پایان نامه‌ی "طراحی، شیوه و فرآیند مد مفهومی" و شیرین عابدینی راد در کتاب مد و لباس در قلمرو هنر مفهومی، مجموعه‌های تعدادی از طراحان مد مفهومی را بررسی کرده‌اند. در مورد نمایش مسائل اجتماعی با استفاده از مد مفهومی تا کنون تحقیقی به عمل نیامده است. نوآوری این تحقیق در بیان شباهت‌ها و تفاوت‌های مد مفهومی و مد متعارف، بیان ارتباط بین مد مفهومی و هنر مفهومی و شیوه‌ی نمایش مسائل اجتماعی با استفاده از مد مفهومی می‌باشد. هدف از نگارش این مقاله، ایجاد منبعی برای طراحان مد می‌باشد تا بتوانند محتوا و اساس کار خودشان را با توجه به شباهت‌ها و تفاوت‌های بین مد متعارف و مد مفهومی، تعیین کنند. این تحقیق هم‌چنین، طراحان مد را با روش‌های نمایش مسائل اجتماعی با استفاده از مد مفهومی آشنا می‌سازد.

۲- مد متعارف

قبل از سخن گفتن در مورد مد مفهومی، باید متعارف را تشریح کرد. در هر دو نمونه‌های مربوط به مد متعارف و مد مفهومی، شیوه‌ها تنوع زیادی دارند و گاهی مرز بین این دو محو می‌شود. می‌توان برخی از ویژگی‌های مربوط به مد متعارف را به منظور گسترش درک و فهم از صنعت مد شناسایی کرد.

مد صنعتی است که به طور معمول دور چرخه‌ی تقلید و همین طور انتشار ایده‌ها می‌گردد؛ هرچند، نقطه‌ی آغاز چرخش در طی زمان فرق کرده‌است. نظریه‌های اولیه، مانند جرج سیمل^۱ (1904)، در مورد آنچه که نظریه‌ی چکه نام گذاری شده، بحث می‌کند. در نظریه‌ی چکه، طبقات اجتماعی بالاتر الگوی اجتماعی‌ای را می‌پذیرند که پس از آن فوراً توسط طبقات اجتماعی پایین‌تر پذیرفته می‌شود. (Miller, McIntyre & Mantrala, 1993: p.153) این فرآیند تکرار می‌شود تا اینکه در نهایت الگو برای عوام فیلتر می‌شود. سیمل استدلال می‌کند که گروه برگزیده‌ی اجتماع مد را آغاز می‌کنند و هنگامی که عوام در تلاش برای محو کردن تفاوت بین طبقه‌های اجتماعی آن را تقلید می‌کنند، گروه برگزیده مد پیشین را ترک کرده و به مدی جدید روی می‌آورند. این فرآیند با افزایش ثروت سرعت می‌گیرد (1957: p.541). در جامعه‌ی معاصر، به این دلیل که حرکت از یک طبقه‌ی اجتماعی به طبقه‌ی دیگر افزایش پیدا کرده، مد به حالت دموکراسی درآمده‌است. کاوامورا^۲ (2005: p.78) استدلال کرده که مطالعه‌ی انتشار مد به دلیل تمرکز کم آن در طبقه‌های مختلف اجتماعی سخت‌تر شده‌است. هرچند، نقطه‌ای که گرایش‌ها از آن سرچشمه می‌گیرند دارای تنوع بیشتری شده، مصرف‌کنندگان هم‌چنان گرایش‌ها یا الگوهای اجتماعی‌ای را می‌پذیرند که بر اساس تصاویر یا مردمی هستند که مصرف‌کننده‌ها مشتاقند آن‌ها را مورد تقلید قرار دهند. برای مثال، کلر^۳ (2009) استدلال می‌کند که یک برند برگزیده و مجلل مد شامل دو دیدگاه است: یکی مربوط به ایده‌آل‌های خود مصرف‌کننده و دیگری مربوط به هویت و معانی‌ای که ضمیمه‌ی برند شده‌است. بنابراین، عواملی که ویژگی‌های یک برند ایده‌آل سازی شده را به وجود می‌آورند، ممکن است دچار تغییر شوند و توسعه پیدا کنند، اما ذات گرایش‌ها، نحوه‌ی شکوفایی و نابودیشان همیشه به یک شکل می‌ماند. سیمل در مورد ذات گرایش‌ها استدلال می‌کند که:

¹ Georg Simmel

² Kawamura

³ Keller

تمایز و شاخص بودن در مراحل ابتدایی یک مجموعه نابودی آن مد در حال انتشار را تضمین می‌کند. همان طور که ویژگی متمایز بودن رو به نقصان می‌گذارد، آن مد هم مسلماً از بین می‌رود... مد شامل یک جذابیت عجیب از محدودیت است، جذابیتی که هم در آغاز و هم در پایان انتشار یک مجموعه موجود است. فریبندگی و تازگی‌ای که در کنار ناپایداری و زودگذری وجود دارد (1957: p.547).

برندهای مد در بازار از تنوع زیادی برخوردارند. برخی از آن‌ها به خصوص برندهای مجلل به عنوان خلاقان برگزیده در جایگاهی قرار می‌گیرند که گرایش‌ها را آغاز می‌کنند، به طوری که بقیه‌ی برندها را در جایگاهی پایین‌تر از زنجیره‌ی خلاقیت قرار می‌دهند. این برندها معمولاً الگوهای برندهای برگزیده را با سرعت‌های متنوع بسته به جایگاهشان در بازار و اشتیاق مصرف‌کنندگان، تقلید می‌کنند.

یک کارخانه‌ی مد بسته به سطح بازار و اصل قیمت قدم‌هایی در توسعه‌ی طرح و فرآیند تولید برمی‌دارد که می‌تواند در تمرکز و اجرا متفاوت باشد. جین مورلی^۱ می‌گوید که در تجربه‌اش به عنوان یک طراح، این موضوع مستقیماً به سطح خلاقیت ارتباط پیدا می‌کند تا تقلید (2013: p.18). بر خلاف تنوع موجود، ارزشی در شناسایی کلی قالب کاری‌ای که طراحان تجاری متعارف به طور معمول دنبال می‌کنند، وجود دارد. محقق مد، یونیوارا کاوامورا^۲ (2004: p. 74-75) در کتابش "انقلاب ژاپنی مد در پاریس"^۳ فرآیند تولید پوشاک آماده و سفارشی را با هم مقایسه می‌کند. در مورد واژه‌ی آماده، کاوامورا به لباس‌هایی اشاره می‌کند که در اندازه‌های استاندارد برای بازارهای کوچک یا بازارهایی که حجم وسیعی از تولید را دارند، طراحی و ساخته می‌شوند. او پوشاکی که از فروشگاه خریده می‌شود را با پوشاکی که به طور سفارشی برای یک مشتری خاص آماده می‌شود، مقایسه می‌کند. کاوامورا استدلال می‌کند که هفت قدم برای تولید پوشاک آماده به شیوه‌ی متعارف وجود دارد که خلاصه‌ی آن به این صورت است:

۱. پارچه‌ها - منبع موادی که طراح برای پارچه‌ها لازم دارد.
۲. طرح - طراح شیوه‌های مناسب برای برش پارچه را از طریق تکنیک‌هایی مثل طراحی کلیات ایجاد می‌کند و به طور کلی یک ارائه‌ی تصویری را خلق می‌کند که حالت مجموعه را نشان می‌دهد.
۳. هم‌پوشانی با پارچه، طراحی و ساخت الگو - طراح یا بقیه‌ی کارمندان طرح‌های کلی را از طریق پوشاندن مانکن با پارچه یا ابزار دیگر به لباس‌های سه بعدی تبدیل می‌کنند. در نتیجه‌ی این فرآیند الگوی کاغذی لباس به دست می‌آید که برای برش و دوخت اولین نمونه مورد استفاده قرار می‌گیرد.
۴. برش و دوخت نمونه - کارمندان تولید از الگوها برای برش پارچه و ساختن نمونه‌های لباس استفاده می‌کنند و در همین حین طراحان دستورالعمل‌ها و توصیه‌های لازم را در مورد تغییراتی که باید اعمال شود، به آن‌ها می‌گویند.
۵. ساخت الگوهای تولید و طبقه بندی کردن - کارمندان تولید تغییرات لازم را روی الگوها اعمال می‌کنند و الگو را برای اندازه‌های مختلف ایجاد می‌کنند تا برای تولید به تعداد زیاد در کارخانه آماده شود.
۶. نوشتن مشخصات و کشیدن طرح‌های مسطح کلی - طراح دستیار برگه‌های مربوط به مشخصات را آماده می‌کند. این برگه‌ها حاوی دستورالعمل‌های لازم برای خیاطان در مورد ساخت لباس‌ها می‌باشد.
۷. تولید انبوه - طراحان در جریان کار با کارخانه هستند تا تضمین کنند که لباس‌هایی که در حال رسیدن به تولید انبوه می‌باشند، همانند همان نمونه‌ای هستند که طراح در اتاق کارش ساخته.

شناسایی زنجیره‌ی فرآیند توسط کاوامورا تا حدی سودمند است، هرچند، باید این را بپذیریم که این نظریه بیش از حد صنعت مد و شیوه‌های آن را که مرتب در حال تغییر است تا نیازهای تکامل یافته‌ی مشتری را تامین کند، ساده سازی می‌نماید. صنعت مد یک صنعت پیچیده از تولید و مصرف و راه‌های متنوع و خلاقانه است که کارورزان مد آن را هدایت می‌کنند. نمی‌توان این سیستم را به شکلی تغییر ناپذیر در این مجموعه فرآیند قرار داد. به عقیده‌ی مورلی، یک اشتباه نظری در لیست کاوامورا وجود دارد و آن هم به قسمتی مربوط می‌شود که او استدلال می‌کند که هیچ فرق فنی‌ای بین فرآیند تولید لباس‌های آماده‌ی مجلل و لباس‌های آماده‌ی بازار، مربوط به کارخانه‌هایی که به تولید لباس‌های آماده با قیمت پایین می‌پردازند، وجود ندارد جز کیفیت پارچه و مهارت فنی خیاط‌ها (2004: p.75). با توجه به تجربه‌ی ای که مورلی از کار کردن با کارخانه‌های مد مجلل تولید انبوه دارد، استدلال می‌کند که تفاوت‌های قابل توجهی بین این دو دسته پوشاک وجود دارد که در لیست کاوامورا ذکر نشده و آن وجوه تمایز به مرحله‌ی تحقیق برمی‌گردد. مورلی (2013) استدلال می‌کند که در توسعه‌ی طراحی، تحقیق یک نقطه‌ی شروع دقیق‌تر است. وی این مرحله را به این صورت توصیف می‌کند:

تحقیق - طراح اطلاعات و الهاماتی را که مربوط به مرحله‌ی بازاربایی و مصرف‌کننده است را جمع‌آوری می‌کند و ایده‌هایی را توسعه می‌دهد که از آن‌ها برای اطلاع‌رسانی و پیش بردن فرآیند طراحی استفاده می‌کند (p. 19).

¹ Jane Morely

² Uniwara Kawamura

³ The Japanese Revolution in Paris Fashion

اگر مرحله‌ی تحقیق به طور عمیق مورد تجزیه تحلیل قرار گیرد، تنوع موجود در شیوه‌های مد متعارف خیلی بیشتر واضح می‌گردد. برای مثال، نوع تحقیقی که در این فاز جمع‌آوری می‌شود و روش مورد استفاده قرار دادن آن در فرآیند طراحی، مستقیماً از مرحله‌ی بازاریابی و جایگاه برند مد تأثیر می‌پذیرد و این موضوع همه‌ی فرآیندهای بعدی را تحت تأثیر قرار می‌دهد.

فرآیند تحقیق برای همه‌ی طراحانی که در سطوح بازاریابی فعالیت می‌کنند، مهم است. هرچند، نوع آن تحقیقی که استفاده می‌کنند و روش استفاده‌ی اطلاعات در فرآیند طراحی به طور اساسی با همدیگر فرق می‌کند. با توجه به مشاهدات مورلی، هم تیم طراحی در برند بازاریابی انبوه کلرادو^۱ و هم برند مارک جیکوب^۲ طراح مد مجلل معمولاً در محدوده‌ی مدل کاومورا برای طراحی پوشاک آماده کار می‌کنند. هرچند، تحقیقی که توسط این طراحان انجام می‌شود یک نقطه‌ی تمرکز کاملاً متفاوت دارد و روی منبع پارچه، طرح و فرآیند تولید نمونه اثر می‌گذارد. برای مثال، مورلی می‌گوید زمانی که به عنوان طراح دستیار در کلرادو کار می‌کرد، جایگاه آن‌ها در انتهای چرخه‌ی خلاقیت قرار داشت. آن‌ها یک بازاریابی سنتی و تولید انبوه را به عنوان هدف قرار داده بودند و بیشتر معاصر بودن را مد نظر داشتند تا لباس‌های رو به مد. طراحان کلرادو در زمینه‌ی گرایش‌های مربوط به پارچه، رنگ و طرح که دیگر در کت واک جدید محسوب نمی‌شود و برندهای متوسط مد و بازارهای تولید انبوه آن را با اعمال تغییراتی مورد استفاده قرار داده‌اند، تحقیق می‌کردند. طراحان کلرادو از این گرایش‌ها به گونه‌ای بهره می‌بردند که مناسب یک تولید انبوه با قیمت مناسب و هم‌چنین متناسب با سبک زندگی موجود در جامعه باشد. تیم طراحی کلرادو هنوز هم فرآیند طراحی را با تحقیق انجام می‌دهند، هرچند، این تحقیق شکل پیش‌بینی گرایش را به خودش گرفته تا به آن‌ها کمک کند که کدام حالت‌ها یا جنبه‌هایی از کار طراحان دیگر را تقلید کنند و آن‌ها را با مجموعه‌های خودشان وفق دهند. این فرآیند را اغلب به عنوان توسعه‌ی تولید بیان می‌کنند تا طراحی، چرا که تیم کلرادو فرآیند طراحی را با شیوه‌های موجود از فصل‌های گذشته و وفق دادنشان به نحوی که گرایش‌های جدید برای هر فصل را نشان دهد، آغاز می‌کنند.

در تضاد با آن، مارک جیکوب به عنوان یک رهبر خلاق مد شناخته می‌شود، کسی که آغازگر یک گرایش است، نه تقلیدگر آن. در نتیجه، برخلاف چارچوب کاری مد متعارفی که تیم طراحی کلرادو در آن کار می‌کند، جیکوب پیش‌بینی گرایش‌ها یا کار بقیه‌ی طراحان کت واک را دنبال نمی‌کند، به جای آن یک تحقیق گسترده را انجام می‌دهد تا مسیرهای خلاقانه‌ی جدید را برای هر فصل توسعه دهد. با توجه به مشاهدات مورلی در فصلی که وارد این برند شد، خیلی از تحقیقات جیکوب بر پایه‌ی الهامات تصویری بود، در حالی که او بهترین نوع از لباس‌های قدیمی، جامه‌های تاریخی و تصویرسازی‌ها را مطالعه می‌کرد. جیکوب این تحقیق را انجام می‌دهد تا یک چشم‌انداز خاص یا حالت تصویری را برای یک مجموعه توسعه دهد. او این کار را با کنار هم قرار دادن میناهای مقایسه‌ی فرهنگی از گذشته و حال و روش‌های خلاقانه و نامعمول انجام می‌دهد. این تحقیق روی ایده‌های در حال تکامل جیکوب در مورد طبقه‌ی زنان، درجه‌ی اشتیاق، درجه‌ی رو به مد بودن و زیبایی اثر می‌گذارد. بنابراین جیکوب فرآیند طراحی‌اش را در حالی پیش می‌برد که تحقیق او بر روی ساخت، رنگ، سیاه قلم و بازاریابی مجموعه‌هایش اثر می‌گذارد. او طرح‌هایش را بر اساس دورنمای تصویری، دورنمای ساختاری و کشیدن طرح‌های کلی برای الگوسازها و خیاطانش توسعه می‌دهد تا آن‌ها الگوهای اولیه را در سه بعد برای اصلاح و تأییدش اجرا کنند (Morely, 2013: p.20).

کاوش در شیوه‌ی کاری مارک جیکوب از طریق چارچوب کاری طراحی مد متعارف در شیوه‌های سنتی ضرورتاً مانع از طراحی مد خلاق نمی‌شوند. مقایسه‌ی بین کلرادو و جیکوب یک رویکرد معمول را در مورد ایده و اهمیت تحقیق در فرآیندهای طراحی شیوه‌های مجلل و تولید انبوه، مشخص می‌کند. به طور معمول، طراحانی که در هر دو بازاریابی کار می‌کنند، اصولاً با شبیه‌سازی تصویری و ویژگی‌های حسی کار می‌کنند تا به هدف معمول خلق پوشاک زیبا، جذاب و خواستنی از طریق تحقیقشان و فرآیند توسعه‌ی طرح برسند. البته این به آن منظور نیست که این طراحان ادب یا هنر نمی‌خوانند یا سایر اثرات سیاسی و اجتماعی را در حین انجام تحقیق در طرح‌هایشان مد نظر قرار نمی‌دهند. بلکه منظور این است که طی فرآیند برگردان تحقیقشان به طرح‌ها، ویژگی‌های حسی و بصری‌ای برای تولیداتشان تعیین می‌گردد که برای مشتری‌های خاصشان جذاب باشد. در حالی که این طراحان ممکن است از ویژگی‌های حسی و بصری برای اطلاع‌رسانی پیام‌های متنوع به مصرف‌کننده استفاده کنند، این پیام‌ها تنها در جایگاهی اطلاع‌رسانی می‌شوند که در آن پوشاک یک چیز خواستنی و زیبا باشد و یا دیدگاه‌های مصرف‌کننده در رابطه با گرایش‌هایی که در آن برهه‌ی زمانی معمول هستند، در نظر گرفته می‌شود.

در رابطه با فرآیند طراحی مد، تأکید بر روی واژه‌ی 'تصویری'، بر سایر خصوصیات فائق است. این برگردان از حالت تصویری به تصویری، یا برگردان از تحقیق تصویری به ویژگی‌های بصری کالاهای مد، ممکن است که به خوبی مد متعارف را در تمامی سطوح بازاریابی تعریف کند. هرچند، اینکه فرآیند مد مفهومی چه طور به این موضوع مربوط می‌شود، کمتر قابل توضیح است. در این پروژه استدلال می‌شود که فرآیند طراحی مد مفهومی می‌تواند به عنوان تبدیل ایده به یک کالای بصری توصیف شود و این

¹ Colorado

² Marc Jacobs

کار از طریق کاوش در این مورد که چه طور طراحان مد مفهومی با تحقیق و ایده‌ها کار می‌کنند تا ویژگی‌های بصری را برای لباس‌هایشان ایجاد کنند، صورت می‌گیرد. در حالی که خیلی‌ها استدلال می‌کنند که مد مفهومی تجاری نیست، این موضوع بررسی می‌گردد که این کالای مد هنوز هم برای مصرف‌کنندگانی که به دنبال بهترین چیز از نوع خود هستند، خواستنی می‌باشد و این موضوع به این حقیقت برمی‌گردد که این نوع مد فرای ایده‌های متعارف از زیبایی و جذابیت حرکت می‌کند تا ایده‌ها را از طریق ویژگی‌های بصری به مخاطب اطلاع رسانی کند. این در واقع به سوال‌های بیشتری منجر می‌شود که این پروژه را پیش می‌برد- این که تحقیق چه طور در فرآیندهای طراحی مد مفهومی به کار گرفته می‌شود و چه طور فرآیندهای طراحی مد مفهومی از فرآیندهای طراحی مد متعارف‌تر متمایز می‌گردند. هم‌چنین برای فهمی بیشتر از فرآیندهای طراحی و تحقیق، این موضوع در رابطه با فرآیند موجود در کار حسین چالایان، طراح مد مفهومی، بررسی می‌شود.

۳- مد مفهومی

مد مفهومی از دهه‌ی ۱۹۸۰ م. به بعد به طرزی گسترده قابل تشخیص بوده، هرچند هنوز یک مفهوم صریح از این عبارت تعریف نشده یا گرایش‌های معمول و چارچوب‌های کاری مربوط به شیوه‌های مد مفهومی تعیین نگردیده. در نتیجه، این تحلیل درباره‌ی ادبیات موجود در حیطه‌ی مد مفهومی و مکمل‌های آن بحث می‌کند و این منابع آموزشی و صنعتی به دیدگاه‌های خود طراحان مد مفهومی ضمیمه می‌گردد. در این تحقیق تلاش بر این است که شباهت‌ها، تضادها و ایده‌هایی شناسایی شوند که به فهم عمیق‌تری از عبارت مد مفهومی منجر می‌شوند.

مقاله نویسنده و منتقد سوسانا فرنکل^۱ (2009) در مقاله‌اش "تولد، مرگ و تولد دوباره‌ی مد مفهومی"^۲ که برای کتاب میزون مارتین مارژلا^۳ نوشته شده، از دشواری‌های تشخیص و تمییز مد متعارف از مد مفهومی می‌گوید. فرنکل موافقت می‌کند که ایده‌ها از کار مد مفهومی حمایت می‌کنند، اما استدلال می‌کند که این موضوع برای مد متعارف هم صدق می‌کند: آیا مفهوم مترادف ایده نیست؟ و اگر چنین است، آیا برندی همانند رالف لارن^۴ که سبک زندگی را برای دنیا معلوم می‌کند و یا برندی همانند مارک جیکوب، بر اساس ایده نیستند؟ (2009)

فرنکل به کاوش ایده‌ها در مجموعه‌های میسون مارتین مارژلا ادامه می‌دهد، در حالی که استدلال می‌کند که "هر مسیر اصلی‌ای که در مجموعه‌ی مارژلا هست از مفهوم خود آن مجموعه نشأت می‌گیرد" و اینکه "اغلب این موضوع خیلی ساده است...: کاوشی از پشت و رو شدن لباس‌ها، و اینکه چه طور اندازه‌ی لباس‌های زنانه زیاد می‌شود تا به اندازه‌ی ۷۸ لباس مردانه‌ی ایتالیایی برسد..." هرچند، مورلی استدلال می‌کند که مفهوم‌هایی از این قبیل اغلب بسیار فراتر از ساده هستند، چرا که آن‌ها سوال‌های پیچیده‌ای را درباره‌ی استانداردهای مد مطرح می‌کنند که نسبت به ایده‌های اطلاع رسانی شده توسط لباس‌های ورزشی رالف لارن یا مجموعه‌های مارک جیکوب که از بهترین نوع مدهای قدیمی الهام گرفته شده‌اند، هوشمندانه‌ترند. مورلی با فرنکل موافق است که طرح مد مفهومی با ایده‌ها پشتیبانی می‌شود، اما استدلال می‌کند که فرنکل از کلمات مفهوم و مفهومی طوری استفاده می‌کند که گویا به یک ریشه برمی‌گردند، در حالی که در موارد مربوط به مد متعارف و مد مفهومی این دو واژه به هم مربوط نیستند (Morely, 2013: p. 22).

نویسندگان مد فرنسیس باودات^۵ (1997) و هیزل کلارک^۶ (2011) هر دو استدلال می‌کنند که مد مفهومی از جنبش هنر مفهومی تاثیر پذیرفته آن هم به خاطر گرایش‌هایی که به زیر سوال بردن استانداردها دارد. باودات (1997) در مقدمه‌ی کتابش، در حالی که کار طراح مد مفهومی یوجی یاماموتو^۷ را بررسی می‌کند، توضیح می‌دهد که "کلمه‌ی مفهومی زمانی که در مورد طراحان مد دهه‌ی ۱۹۸۰ به کار می‌رود، به هنر مفهومی دهه‌ی ۶۰ برمی‌گردد که کارورزان آن در طلب این بودند که خود کار هنری را با ایده‌ی موجود در آن، پروژه‌ی توسعه‌ی ایده و تجزیه تحلیل ایده و اثرات آن جا به جا کنند" (p.6). به طور مشابه هیزل کلارک در کتاب مد و هنر^۸ فصلی را به ارتباط مد مفهومی و هنر مفهومی اختصاص می‌دهد و استدلال می‌کند که "پایه و زمینه‌ی مد مفهومی توسط هنر مفهومی فراهم شده" (p.67). کلارک مدعی است که "شیوه‌های هنر مفهومی تقدم ایده‌ها بر ظاهر، خود

¹ Susannah Frankel

² The birth, death and re-birth of conceptual fashion

³ Maison Martin Margiela

⁴ Ralph Lauren

⁵ Francois Baudot

⁶ Hazel Clark

⁷ Yohji Yamamoto

⁸ Fashion and Art

اندیشی بر پاسخ‌گویی، نوآوری و آزمایش را شناسایی می‌کند، سوال‌هایی را مطرح می‌کند، اما به ندرت پاسخ‌های واضح را فراهم می‌کند. "کلارک ادعا می‌کند که این موضوع اثر واضحی بر مد مفهومی دارد (2012: p.67). کلارک طراحان ژاپنی ایزی میاک، یوجی یاماموتو و ری کاواکوبو را به عنوان طراحان مد مفهومی در نظر می‌گیرد، "این طراحان با هم یا به صورت منفرد، عرف‌های مد را زیر سوال بردند - چه بود، چه طور به نظر می‌آمد، روی بدن چه طور حس می‌شد، چه طور به نمایش درمی‌آمد و فروخته می‌شد، و علاوه بر آن از کجا نشأت می‌گرفت" (2012: p.68). به طور مشابه، باودات شیوهی کاری یاماموتو را با هنرمندان مفهومی و جنبش‌های هنری آرته پوورا^۱ مقایسه می‌کند، چون او "...یکی از معدود افرادی بود که سعی داشت از ایده‌های فسیل شده‌ی مربوط به لباس‌ها فاصله بگیرد" (1997: p.8).

در حالی که ایده‌ی باودات به شیوهی کاری طراحان ژاپنی محدود می‌گردد، کلارک ایده‌هایی خارج از کار طراحان ژاپنی را با توجه به تواناییشان برای زیر سوال بردن عرف‌های مد و متمرکز ساختن توجه به الگوهای اجتماعی و تعلق خاطرها، بررسی می‌کند (2012: p.69-70). تحقیق کلارک ویژگی‌های مشترک ارزشمندی را بین شیوه‌های مد مفهومی و هنر مفهومی استخراج می‌کند. هرچند ارتباطی که کلارک آن را نتیجه‌گیری کرده حالت عام دارد و تنوعی که در مد مفهومی و هنر مفهومی هست را دربرنمی‌گیرد. کلارک تمام شیوه‌های مد مفهومی را در گروهی تقریباً به هم پیوسته، خلاصه می‌کند. او تحقیق و فرآیند طراحی را چندان بررسی نمی‌کند و این سبب می‌شود که نتوان تمایز بین شیوه‌های مد متعارف و شیوه‌های مد مفهومی را کاملاً از انستنباط‌های او فهمید.

شیرین عابدینی راد (۱۳۹۵) در کتاب *مد و لباس در قلمرو هنر مفهومی*، به معرفی و تحلیل ارتباطات میان هنرهای تجسمی و به خصوص هنر مفهومی با طراحی لباس و سابقه‌ی ارتباط هنرهای زیبا با طراحی لباس و مد در جهان می‌پردازد. وی بیان می‌کند: اگر به دستاوردهای چند دهه‌ای هنرمندان مفهومی و طراحان لباسی که به این گونه هنر گرایش دارند بنگریم متوجه این نکته‌ی مهم خواهیم شد که این گونه نگرش به شکلی تدریجی جای خود را در عرضه‌ی جوامع باز کرده و این زبان جدید به نحوی نامحسوس به رسمیت شناخته شده و در حال گسترش است. بسیاری از طراحان لباس به اهمیت رسانه‌های هنر مفهومی پی برده‌اند و در آثار خود از چیدمان، هنر اجرا، ویدئوآرت و سایر تکنیک‌های مورد استفاده در هنر مفهومی بهره گرفته‌اند (ص. ۱۵). عابدینی راد هم‌چنین استدلال می‌کند:

هنرهای تجسمی و مفهومی در ارتباطی مستقیم با طراحی لباس و مد قرار گرفته و این دو می‌توانند در آینده به زبانی مشترک و خاص جهت بیان مفاهیم و ارزش‌های یک جامعه تبدیل شوند. طراحی لباس نمی‌تواند از جریان‌های عمومی هنر معاصر جدا شود چرا که زبان و بیان نوین از خواسته‌های اصلی جوامع رو به پیشرفت است (ص. ۱۵).

در حالی که بیشتر مقاله‌نویس‌های مد در حوزه‌ی دانشگاهی و آموزشگاهی و کارورزان موافقت که مد مفهومی بر اساس خوداندیشی تعریف شده، عده‌ی زیادی استدلال می‌کنند که کلید تشخیص بین مد متعارف و مد مفهومی میزان تجاری بودن است. به طور مثال سوسانا فرنکل (2009) استدلال می‌کند که در طراحی مد مفهومی تلاشی هوشمندانه رخ داده تا هدف مصرف و پوشش تقدّمش را از دست بدهد. فرنکل (2009) ادعا می‌کند که واژه‌ی مفهومی در مد "...در سال ۱۹۸۰ به وجود آمد که به یک لباس اندیشناک اشاره می‌کند. برای مثال، در واکنش به طوفان و سیل^۲ و اشاره‌ای به این رویدادها^۳ با حالتی خشن رنگ آمیزی شده، و توجهی به عرف‌های امروزی لباس ندارد." او هم‌چنین استدلال می‌کند که "قبل از نیمه‌ی قرن نوزدهم، مد مفهومی به معنای تولید پوشاکی بود که به وسیله‌ی یک ایده کنترل می‌شد تا حدی که کاربرتش - که همواره همان پوشیدن است - از دست رفته بود." و اینکه "برای سال‌ها، ارزش آن [پوشاک مفهومی] با معانی منفی پایین انگاشته شده بود، به عنوان لباسی که شخص باید تحسین کند تفکیک شده بود. چیزی که هوشمندانه و مبارزه طلبانه است. - ولی در واقع پوشاکی بود که شخص چندان دوستش ندارد چه برسد به آن که بخواهد آن را بپوشد." فرنکل از *میسون مارتین مارژلا*^۴ جهت حمایت از گفته‌ی خودش نقل قول می‌کند. "...اگر برخی طراحان تمایل دارند که عنوان هوشمندانه جزء ویژگی‌های فرآیند طراحی‌شان باشد، شاید به این دلیل است که می‌خواهند کارشان جنبه‌ی قابل احترام‌تری داشته باشد، تا آن را به هنر نزدیک‌تر کنند و تا آن جایی که ممکن است آن را از هدف اصلی‌اش که پوشاندن بدن مردم است، دور کنند." (2009)

هرچند، گفته‌ی فرنکل و مارتین مارژلا این فرضیه را ایجاد می‌کند که مد به طور تاریخی رابطه‌ای نزدیک با کاربرد دارد، و مورلی استدلال می‌کند که این مورد مثل آن است که واژه‌ی مد و تولید پوشاک را جایگزین هم کنیم، در حالی که این دو واژه به

¹ Arte Povera

² Maison Martin Margiela

دو ایده‌ی کاملاً متفاوت اشاره می‌کنند (Morely, 2013: p.24). فیلسوف لارس اسوندسن^۱ استدلال می‌کند که طراحان مد از زمان آغاز اوت کوتور^۲ از حدود سال ۱۸۶۰ (2006: p.90) اشتیاق داشته‌اند که به عنوان هنرمند شناخته شوند و اینکه لباس‌های مفهومی که در دهه ۱۹۸۰ پدیدار شد، واضح‌ترین نمونه از این انگیزش است (2006: p.91). هرچند، اسوندسن استدلال می‌کند که این لباس‌ها بدون کاربرد نیستند، اما کاربردهای بیشتر به شکل نمادین است تا به عنوان لباس‌های سودگرایانه. او عقیده دارد که این فقط تولید پوشاک به عنوان هنر نیست، اما یک سرمایه‌گذاری فرهنگی و جدا کردن مد از بازاریابی تجاری است. او توضیح می‌دهد که، "مد همیشه جایگاهی بین هنر و سرمایه داشته، معمولاً بیشتر شامل جنبه‌ی فرهنگی بوده تا بتواند اثر جنبه‌ی مالی را کاهش دهد" (Svendsen, 2006: p.93). بحث اسوندسن به یک جایگاه متناقض اشاره می‌کند به این گونه که طراحان مد مفهومی خودشان را از بازاریابی‌های تجاری جدا می‌کنند تا تبلیغات مربوط به برند خود را افزایش دهند و بنابراین پتانسیل تجاریشان افزایش یابد.

محقق مد آنجلا مک رابی^۳ (1998) ادعا می‌کند که مد مفهومی از طریق ارتباط نزدیکی که با شیوه‌های هنرهای زیبا دارد، از شیوه‌های متعارف‌تر مد متمایز می‌گردد. هرچند، برخلاف تناقض اسوندسن، او ادعا می‌کند که این موضوع ارتباط مستقلى را از ملاحظات تجاری برقرار می‌کند. مک رابی (1998) در کتابش، *طراحی مد بریتانیایی: تجارت مندرس یا صنعت تصویر؟*^۴ به طور مختصر تعریفی از مد مفهومی در محتوای آموزشی را پیشنهاد می‌دهد. او این تعریف را با توجه به توصیف خود از انواع شیوه‌های مد که به دانش آموزان بریتانیایی قبل از ورود به صنعت تدریس می‌شود، ارائه می‌دهد. مک رابی (1998: p.46-48) این کار را با تعریف سه نوع متفاوت از طراحی مد که در دانشگاه‌های طراحی مد بریتانیا تدریس می‌شود، انجام می‌دهد:

- مد مدیرتی، همراه کردن مهارت‌های طراحی با تجارت و بازاریابی تا فارغ تحصیلات برای یک مجموعه‌ی کاری گسترده از شغل‌های تجاری مربوط به مد آماده شوند.
- مد حرفه‌ای، توسعه‌ی مهارت‌های طراحی خلاقانه، مهارت‌های فنی ریشه‌ای و عمیق و تمرکز روی ساختن لباس‌هایی که مردم خواهند پوشید، به جای لباس‌هایی که نمایانگر ایده‌های جدید هستند.
- مد/یده‌ها یا مد مفهومی، برقراری ارتباطی قوی با هنر زیبا و اولویت قرار دادن آزمایش خلاقانه و نوآوری بدون فشار نگرانی‌های مربوط به مسائل تجاری.

مک رابی ادعا می‌کند که مد مفهومی بدون تأکید قوی بر مسائل تجاری تدریس می‌شود و به جای آن تنها روی ایده‌های نوآورانه تأکید می‌گردد. هر چند، این تأکید مشکل ساز است.

بحث اسوندسن نقطه‌ی قوت خودش را از تفسیرات طراح مد مفهومی مشهور، حسین چالایان، کسی که ادعا می‌کند مسائل مربوط به تجارت بخش مهمی از تحصیلاتش بود، می‌گیرد. دانشگاه سنترال سنت مارتین^۵ اعتبار زیادی در پرورش طراحان مد مفهومی دارد و حسین چالایان نظریه‌ی مک رابی را با توصیف تجربه‌اش در آن جا رد می‌کند:

سنترال سنت مارتین یک آموزشگاه مناسب هنر بود که مد یکی از بخش‌های آن را تشکیل می‌داد. آن جا مکان فوق العاده‌ای بود که در آن می‌شد بخش اصلی و بدنه‌ی مد را در یک زمینه‌ی فرهنگی درک کرد. هنر بدنه را تشکیل می‌داد، ولی هم‌چنین باید یاد می‌گرفتیم که لباس‌هایمان را چه طور به فروش برسانیم (Aspden, 2010: p.13).

هرچند، در حالی که تفسیرات چالایان ادعاهای مک رابی را در این مورد که می‌گفت شیوه‌های مد مفهومی تقریباً جدا از فشار ایده‌آل‌های تجاری وجود دارند، به چالش می‌کشد، گفته‌های او این ادعا را که مد مفهومی ارتباط نزدیکی را با هنر برقرار می‌کند، حمایت می‌نماید. در واقع، این پیشنهاد که مد مفهومی نسبت به انواع مد متعارف ارتباط نزدیک‌تری با هنر دارد، مرتب بیان شده. آن چیزی که کمتر واضح است این است که چه چیز مد مفهومی را نسبت به مد متعارف به هنر نزدیک‌تر می‌کند و چه طور این اختلافات نظر و کشمکش‌ها در بحث‌های بزرگ‌تری درباره‌ی ارتباط بین مد، هنر و مسائل تجاری در فرهنگ معاصر می‌گنجد.

روزالیند کراس^۶ در کتاب *سفر به دریای شمال: هنر در عصر شرایط پست مدیوم*^۷ فراتر از ارتباط بین مد و هنر می‌رود تا این پرسش را مطرح کند که آیا زمینه‌های زیبایی‌شناسی در دنیای تجاری پست مدرن مشخص هستند یا خیر. کراس (1999: p.56) این ایده را بررسی می‌کند که زمینه‌های زیبایی‌شناسی بیشتر با سودمندی در ارتباطند. او این تحلیل را با توصیف صفات اختصاصی

¹ Lars Svendsen

² Haute Couture

³ Angela McRobbie

⁴ British Fashion Design: Rag Trade or Image Industry?

⁵ Central Saint Martins

⁶ Rosalind Krauss

⁷ Voyage on the North Sea: Art in the Age of the Post-Medium Condition

"پست مدرنی به عنوان اشباع کامل فضای فرهنگی با تصویر" که فیلسوف فردریک جیمسون^۱ آن‌ها را بیان کرده، انجام می‌دهد. جیمسون استدلال می‌کند که در فرهنگ پست مدرن، هر چه که به فراغت مربوط گردد، به عنوان زیبایی‌شناسی تجربه می‌گردد و این موضوع شامل خرید هم می‌شود. این بیان نه تنها ایده‌ی استقلال و خودمختاری زیبایی‌شناسی را زیر سوال می‌برد، بلکه اصول زیبایی‌شناسی را هم منسوخ کرده است (Krauss, 1999: p.56). در نتیجه، در حالی که بیشتر کارورزان مد مفهومی ادعا می‌کنند که هنرمند نیستند، وجود نمونه‌های پست مدرن باعث نزدیکی مد مفهومی و هنر بیش از هر زمان دیگری شده‌اند. این تحقیق نشان می‌دهد که عقاید در حوزه‌ی هنر و مد با هم فرق می‌کند، بعضی‌ها ادعا می‌کنند که مد می‌تواند هنر باشد، در حالی که بقیه در تلاشند تا وجه تمایزی را بین این دو زمینه ایجاد کنند. این حقیقت که تعداد زیادی از طراحان استدلال می‌کنند که هنر و مد جدا از هم هستند، نشان می‌دهد که ایجاد این تمایز برای آن‌ها امری ضروری برای شناخت هویت کاریشان به عنوان طراح مد می‌باشد. هرچند، موضوع مرتبط به این بحث نقش مسائل تجاری در استدلال‌هایشان برای برقراری یا عدم ایجاد تمایز بین هنر و مد است. برای مثال، محقق مد یونیوار کاوامورا (2004: p.140) ادعا می‌کند که طراح مد مفهومی ری کاواکوبو بیشتر یک هنرمند محسوب می‌شود تا طراح. هر چند، خود کاواکوبو به خاطر جنبه‌های تجاری شیوه‌های طراحی‌اش با این موضوع مخالفت می‌کند. کاواکوبو توضیح می‌دهد که "مد هنر نیست" (Menkes, 1998: p.20). "همیشه گفته‌ام که من هنرمند نیستم. برای من طراحی مد یک تجارت است" (Sims, 2004: p.123 as cited in English, 2011: p.77). در تضاد با آن، طراح مد مفهومی حسین چالایان استدلال می‌کند که در فرهنگ معاصر مسائل تجاری با هنر و مد در یک راستا قرار می‌گیرند و از هم جدا نمی‌شوند:

درک مد، چون موضوعی صنعتی است، به شیوه‌ای صورت می‌پذیرد که ارزش هنر را ندارد. اما می‌شود این بحث را کرد که هنر هم در حال حاضر صنعتی است، هنر به طور یقین بخشی از بازاریابی پول است، پس من دیگر تفاوتی نمی‌بینم. اگر در حال ساخت لباسی هستید که حاوی ایده‌های خوب یا یک چیز فوق العاده است، پس آن چیز یک قطعه‌ی هنری است، مثل نقاشی یا هنرهای چیدمانی (Frankel, 2011: p.23).

تفسیر چالایان به بحث جیمسون مربوط می‌شود که می‌گفت تمام زمینه‌های فرهنگی، مانند مد و هنر، توسط این حقیقت که اصول زیبایی‌شناسی روی آن‌ها اعمال شده و سودمندند، با هم اتحاد پیدا می‌کنند. هرچند، چالایان هم چنین پیشنهاد می‌دهد که این جنبه‌ی بازرگانی شیوه‌ی مد نیست که آن را به هنر مرتبط می‌کند یا از هنر جدا می‌سازد، اما این موضوع است که آیا ایده‌های خوب شیوه‌ی مد را پشتیبانی می‌کنند یا خیر.

بحث چالایان در این مورد که هنر هم یک شیوه‌ی تجاری است با گفته‌ی هنرمند مفهومی ویکتور برگین^۲ در بیانیه‌ای مربوط به سال ۱۹۸۸ حمایت می‌گردد. برگین می‌گوید حتی هنر مفهومی که با ایده‌آل‌های ضد کاربری و سودمندی آغاز می‌گردد هم توانسته از جنبه‌ی بازرگانی اجتناب کند. برگین بیان می‌کند که:

هنر مفهومی اصیل یک آوانگارد^۳ شکست خورده است... در میان خرابه‌های برنامه‌ی اتوپیا^۴ی آن، میلی برای مقابله با سودمندی و جذب شدن به پیشینه‌ی شیوه‌ها وجود دارد. هنر مفهومی "جدید" تصویری از هیچ اما سودمندی و شیوه است (as cited in Godfrey, 1998: p.386).

در حالی که هنر مفهومی اصولاً میلی برای اجتناب از سودمندی و اولویت قرار دادن ایده با ساختن اشیاء هنری سستی داشت، قبل از سال ۱۹۷۳، منتقد هنری لوسی لیپارد متوجه شد که تأثیرگذارترین قطعات هنری مفهومی در حال ارائه شدن توسط گالری‌های با اعتبار بودند و کار غیر سستی‌شان را با قیمت زیاد می‌فروشتند (Lippard, 1991: p. xxi). این حقیقت که حتی جنبش هنری مفهومی ایده‌آل به یک کارخانه‌ی تجاری تبدیل شد، بحث چالایان را حمایت می‌کند که هم مد و هم هنر شیوه‌های تجاری هستند و بنابراین اولویت قرار دادن ایده‌هاست که هنر و مد را به هم نزدیک‌تر می‌کند. مخصوصاً، موضوع مورد بحث این پیشنهاد را مطرح می‌کند که مد مفهومی به هنر نزدیک‌تر است، نه به خاطر فقدان جنبه‌ی بازرگانی، بلکه به این خاطر که طراحان کارهای خلاقانه‌شان را به طرزی مشابه با هنرمندان شکل می‌دهند. این موضوع ادعای باوودات و کلارک را در رابطه با این که مد مفهومی شبیه به هنر مفهومی است، حمایت می‌کند چرا که مد مفهومی عملکردش به گونه‌ای است که استانداردهای پایه‌ای را زیر سوال می‌برد.

ناتالی کان^۵ هم چنین استدلال می‌کند که آن نوع ایده‌هایی که به کارهای خلاقانه مربوط می‌شوند مشخص می‌کنند که آیا چیزی طراحی مد است یا هنر، او ادعا می‌کند که "آن چیزی که باعث می‌شود که کار مارژلا را به جای طراحی به عنوان هنر

¹ Frederic Jameson

² Victor Burgin

³ Avant-garde

⁴ Utopian

⁵ Nathalie Khan

تعریف کنیم، این است که کار او شرحی از خوداندیش بودن را ارائه می‌دهد، آن هم بر فراز صنعت مدی که مارژلا بخشی از آن است" (2000: p.123).

در حالی که خانه‌ی مد مفهومی میزون مارتین مارژلا ادعا می‌کند که شیوه‌ی آن‌ها هنر است نه مد (Derycke & Van De Veire, 1999: p.12; Miglietti, 2006: p.71)، به نظر می‌آید که بحث مورد نظر این موضوع را تأیید می‌کند که مد مفهومی به هنر نزدیک‌تر است، آن هم به خاطر ایده‌هایی که هوشمندانه‌تر و خوداندیش گونه می‌باشند، ایده‌هایی که بررسی و کاوش شده‌اند و از طریق خصوصیات حسی لباس‌ها به مخاطب اطلاع رسانی می‌شوند. کی دورلند اسپیلکر^۱ و شارون ساداکو تاکدا^۲ (2007) هم چنین باور دارند که توانایی انعکاس ایده‌ها درباره‌ی استانداردهای جامعه و شناسایی هویت از طریق خصوصیات حسی لباس‌ها یک جنبه‌ی کلیدی از مد مفهومی است که ارتباط نزدیک آن با هنر را نشان می‌دهد. اسپیلکر و تاکدا در کتابشان، شکستن مد^۳ ادعا می‌کنند که "یک رویکرد مفهومی خطی را که بین مد و هنرهای زیباست، محو می‌کند." آن‌ها استدلال می‌کنند که:

تعدادی از طراحان مد معاصر با تدابیری شبیه به هنرمندان حوزه‌ی هنرهای زیبا یک رویکرد مفهومی را در کارهایشان اتخاذ می‌کنند. آن‌ها دیدگاه‌های سنتی و خاستگاه‌هایشان را بررسی می‌کنند. "چه طور" و "چرا"های قوانین مد را بررسی می‌کنند. سپس با طراحی کردن لباس‌هایی که روش‌هایی ماهرانه و زیرکانه از مد مفهومی در آن‌ها به کار رفته به باطل کردن قوانین اقدام می‌کنند و به نحوی این کار را انجام می‌دهند که چندان به چشم نمی‌آید. گاهی هم لباس‌هایی را طراحی می‌کنند که در آن‌ها از شیوه‌های جسورانه و افراطی حوزه‌ی مد مفهومی بهره گرفته شده. اصول به کار گرفته شده در این طراحی‌ها به قدری با سنت‌های مد در تضاد است که انهدام عرف‌های موجود توسط طراحان به راستی شگفت انگیز است. آن‌ها کاربرد فرمول وار رسانه و تکنیک را رد می‌کنند و اصول جدید زیبایی‌شناسی را برای مد پایه ریزی می‌کنند. این اصول به ساختار، مواد، شکل و در نهایت به مفهوم یا معنای لباس‌ها برای طراح، پوشنده و مخاطبان مربوط می‌شود (2007: p.15).

اسپیلکر و تاکدا تفسیرشان را با نشان دادن عکس‌هایی که به موضوع مورد بحث آن‌ها مربوط می‌شود، مورد پشتیبانی قرار می‌دهند. این موضوع همان رویکرد مفهومی است، چرا که طراحان قوانین مد را از طریق کاربری‌های نوآورانه‌ی مربوط به ساختار، ماده، شکل و ایده زیر سوال می‌برند. آن‌ها کاربرد نمادین این لباس‌ها را بررسی می‌کنند. برای مثال، اینکه چه طور خصوصیات بصری، جنسیت یا سنت‌های پایه گذاری شده‌ی لباس را به چالش بکشند. از آن جایی که این لباس‌ها طراحی شده‌اند تا فراتر از انتقال ایده‌آل‌های مصرف کننده مانند زیبایی و گرایش، عمل کنند، اسپیلکر و تاکدا این قضیه را حمایت می‌کنند که مد مفهومی در مسائل مربوط به خوداندیشی شبیه به هنر مفهومی است.

بنابراین، بر خلاف مباحثات ادامه دار در مورد روابط بین هنر، مد و بازرگانی، مد مفهومی همواره به داشتن ارتباطی نزدیک‌تر با هنر نسبت به مد متعارف، شناخته شده. چرا که همواره به زمینه‌ی فرهنگی مد ارجاع می‌کند. در حالی که پیچیدگی‌هایی در مورد این بحث وجود دارد، می‌توان به اختصار گفت که مد مفهومی نسبت به مد متعارف بیشتر مورد حمایت معنا قرار گرفته است. چرا که طراحان مد در شیوه‌های خوداندیش گونه‌ای شرکت می‌کنند که سنت‌های مد را به چالش می‌کشد. هم مد مفهومی و هم مد متعارف بصری هستند و هر دو اغلب روی ایده‌آل‌های مربوط به زیبایی، زشتی یا ایده‌ی مربوط به گرایش‌ها و مد تمرکز می‌کنند. هرچند، ایده‌هایی که مد متعارف را در تمامی سطوح بازاریابی مورد پشتیبانی قرار می‌دهد، بیشتر روی نظریه‌های پایه گذاری شده از زیبایی و گرایش‌ها تمرکز می‌کنند. منظور آن نیست که کار طراحان مد مفهومی زیبا نیست، اما سوالاتی را ایجاد می‌کند که شاید زیبایی عامل پیش برنده‌ی اصلی یا هدف نهایی شیوه‌های مد مفهومی نیست. چیزی که کمتر واضح است و این تحلیل را پیش می‌برد این است که دقیقاً چه طور ایده‌های خوداندیش گونه از طریق فرآیند طراحی در شیوه‌ی طراحی مد مفهومی برگردان می‌شوند. در نتیجه، در تحلیل پیش رو ایده‌ها و فرآیندهای خلاقانه‌ی مربوط به اولین هنرمندان حوزه‌ی هنر مفهومی و طراحان مد مفهومی مورد بررسی قرار می‌گیرد.

۴- تحلیل قیاسی هنر مفهومی و مد مفهومی

در این تحلیل نقاط اشتراک و تفاوت هنر مفهومی و مد مفهومی بررسی می‌شود و مباحثه‌های مربوط به شیوه‌های مد مفهومی بسط داده خواهد شد.

¹ Kay Durland Spilker

² Sharon Sadako Takeda

³ Breaking the Mode

در حالی که واژه‌ی مفهومی برای هنر اولین بار در اواخر دهه‌ی ۱۹۵۰ و اوایل دهه‌ی ۱۹۶۰ به کار برده شد (New man & Bird, 1999: p.3)، عبارت هنر مفهومی تا سال ۱۹۶۰ کاربرد عام نداشت (Godfrey, 1998: p.6). قابل بحث است که اولین اشکال هنر مفهومی به قبل از این تاریخ مربوط می‌شوند. برای مثال، مارسل دوشامپ^۱ و اشیاء از پیش ساخته شده‌اش - چیزی که مشهورتر است، آبریزگاهی است که او در سال ۱۹۱۷ به عنوان هنر ارائه کرد و با نام فواره شناخته شد (شکل ۱) (Godfrey, 1998: p.6). هر چند تونی گادفری^۲ در کتابش هنر مفهومی^۳ (1998: p.7) استدلال می‌کند که، "...موضوعات کاملاً توسط نسلی از هنرمندان که در اواخر دهه‌ی ۱۹۶۰ پدیدار شدند، توسعه یافته و نظریه پردازی شده بودند، کارهای آن‌ها باید در مرکز هر گونه مطالعه‌ی مربوط به هنر مفهومی قرار گیرد." برد^۴ و نیومن^۵ در بازنویسی هنر مفهومی^۶ (1993: p.3) ادعا می‌کنند که "به طور عام، تغییری که از طریق هنر مفهومی وضع شد، مسیر مهمی را برای تجزیه تحلیل همه‌ی نشانه‌ها و معانی بصری‌ای که اکنون زمینه‌ی گسترده‌ی فرهنگ بصری را تشکیل می‌دهند، باز کرد..." آن‌ها همچنین ادعا می‌کنند کلید تغییری در رابطه با این ایده وجود دارد که مبین این موضوع است: "هنر مفهومی مخاطبان فعال و منتقدی را می‌طلبد که از آن‌ها انتظار می‌رود کاملاً در حیطه‌ی اشیاء، متون و هنرهای چیدمانی دخیل باشند..." (1993: p.6) علاوه بر آن، هنر مفهومی یک عزیمت واضح از جنبش‌های هنری پیشین بود، چرا که نیروی پیش برنده‌ی آن روی محیط فیزیکی یا ویژگی‌های بصری کارهای هنری متمرکز نبود، بلکه روی ایده‌ای که کار را پشتیبانی می‌کرد، تمرکز داشت.



شکل ۱. آبریزگاهی که مارسل دوشامپ در سال ۱۹۱۷ به عنوان هنر ارائه کرد و با نام فواره شناخته شد
(<https://www.tate.org.uk/art/artworks/duchamp-fountain-t07573>)

قبل از پیدایش هنر مفهومی، نظریه پردازان نوین گرای هنر در تلاش بودند که هنر را از طریق چیزی که منتقد کلمنت گرین برگ^۷ "واسطه-اختصاصی بودن" می‌نامید، تعریف کنند. - آزمایش کردن و زیر سوال بردن استانداردهای پایه گذاری شده به عنوان یک واسطه برای تعیین آن چیزی که "خاص و غیر قابل تقلیل" است (Costello, 2007: p.95). برای مثال، گرین برگ حذف تدریجی متعلقات را از هر واسطه‌ی هنر، مانند نقاشی، تشویق می‌کند تا جایی که ویژگی‌های کمی برای تعریف "جوهر و ذات" واسطه باقی می‌ماند (Matraverse, 2007: p.19-20). هرچند، این تلاش‌ها برای تعریف مرزهای واضح بین واسطه‌ها به طرز طعنه وار منجر به زمینه‌ای شد که در آن مرزها شروع به از بین رفتن کردند. در نتیجه، همان طور که هنر مفهومی رشد می‌کرد، بسیاری از هنرمندان پافشاری کردند که هنر باید به عنوان یک جزء تمام و کمال یک پارچه در نظر گرفته شود، نه به عنوان واسطه‌های جامع و قابل تمیز هنری. در بسط تولد هنر مفهومی، روزالیند کراس (1999: p.10) استدلال می‌کند که "اگر

¹ Marcel Duchamp

² Tony Godfrey

³ Conceptual Art

⁴ Bird

⁵ Newman

⁶ Rewriting Conceptual Art

⁷ Clement Greenberg

نویین گرایي نقاشی را در رابطه با ذات آن به عنوان یک واسطه خاص بررسی کند، در نظر گرفتن این تحلیل باعث می‌شود که نقاشی تهی و پوچ به نظر برسد، کاملاً تغییر کند و در یک گروه عام از هنر قرار داده شود. "کراس (1999: p.20) استدلال می‌کند که به خاطر اثر هنر مفهومی و مخصوصاً کار هنرمند مارسل برودتائز^۱ "ما اکنون در یک عصر پست-مدیوم ساکن شده‌ایم". حرکت به سمت عصر پست مدیوم بر اساس تنش بین خاص و عام به ردیابی اولین قاعده‌های جنبش هنر مفهومی منجر می‌گردد. برای مثال، هنرمند جوزف کازوت، که به عنوان یکی از پایه گذاران جنبش هنر مفهومی شناخته می‌شود، در مقاله‌ی سال ۱۹۶۹ خود، "هنر بعد از فلسفه"^۲ از "هنر عام" پشتیبانی کرده و استدلال می‌کند که "اگر کسی بتواند ذات نقاشی را زیر سوال ببرد، قادر نخواهد بود که ذات هنر را زیر سوال ببرد. چرا که کلمه‌ی هنر عام است و کلمه‌ی نقاشی خاص است" (quoted in Krauss, 1999: p.10). گادفری این ایده‌ی کلیدی را در تعریف هنر مفهومی در سال ۱۹۸۸، بسط می‌دهد و استدلال می‌کند که:

هنر مفهومی در مورد اشکال یا مواد نیست، بلکه درباره‌ی ایده‌ها و معانی است. نمی‌توان آن را به صورت واسطه یا روش تعریف کرد، بلکه باید به عنوان چیزی که پرسش هنر چیست را مطرح می‌کند، تعریف شود. هنر مفهومی به طور ویژه، وضعیت متعارف شیء هنری را به عنوان یک واسطه‌ی خاص، قابل جمع آوری یا قابل فروش به چالش می‌کشد. چون کار در هنر مفهومی یک شکل متعارف به خود نمی‌گیرد، واکنش فعالانه‌تری را از بازدیدکننده می‌طلبد، در واقع می‌توان این بحث را کرد که کار هنر مفهومی فقط وقتی واقعا وجود دارد که حضور ذهنی بازدیدکننده هم وجود داشته باشد (p.4).

موضوع مورد بحث این پیشنهاد را مطرح می‌کند که هنر مفهومی نمی‌تواند با روش‌های کاری منسجم یا یک روش منسجم بصری دسته بندی شود، بلکه باید با تأکید بر ایده‌های خوداندیش گونه دسته بندی گردد.

از آنجایی که خصوصیات کلیدی هنر مفهومی به طرز گسترده مورد بحث قرار گرفته‌اند، تعیین اینکه کدام ویژگی‌ها باید در مطالعه‌ی طراحی مد مفهومی مورد استفاده قرار گیرد، سخت می‌شود. هرچند، به سه خصوصیت مد مفهومی که توسط کارورزان سول له ویت، جوزف کازوت، و منتقد و کتابدار لوسی لیپارد تعریف شده، ارجاع می‌گردد. این خصوصیات توسط گادفری (1998: p.142) خلاصه شده و به این شکل درآمده‌اند:

"نظریه‌ی له ویت... اینکه ایده و مفهومی که در پس کار است در واقع خود هنر را تشکیل می‌دهد."

توصیف کازوت از زیر سوال بردن 'پایه و اساس مفهوم هنر'."

نظریه‌ی لیپارد درباره‌ی غیر مادی سازی شیء هنری (گرچه برخی هنرمندان واژه‌ی راز زدایی کردن را به غیر مادی سازی کردن، ترجیح می‌دهند).

در حالی که این سه تعریف یک پیچیدگی ماندگار را در زمینه‌ی هنر مفهومی ارائه می‌دهد، می‌توان گفت که هنرمندان مفهومی به جای اینکه اصل را در ویژگی‌های فیزیکی کارهای خلاقانه‌شان قرار دهند، آن را در ایده‌هایشان قرار می‌دهند. با توجه به این قضیه، هدف اصلی این تحقیق بررسی روش‌هایی است که در آن شیوه‌های طراحان مد مفهومی یک اولویت سازی آگاهانه از ایده و زیر سوال بردن اصول متعارف مد را نمایش می‌دهد. به این منظور کار حسین چالایان، طراح مد مفهومی مورد بررسی قرار می‌گیرد تا ویژگی‌های فرآیندهای طراحی‌اش در رابطه با خصوصیت اول مشخص گردد. در حالی که بین زمینه‌های فرهنگی مد و هنر تفاوت وجود دارد، می‌توان از مقایسه‌ی آن‌ها نتایج ارزشمندی را به دست آورد. تحلیل بعدی نشان خواهند داد که حسین چالایان چه طور ایده‌های مربوط به تحقیق‌شان را از طریق فرآیند طراحی برگردان نموده و به اثر نهایی تبدیل می‌کند.

۴-۱- روند کاری حسین چالایان در نمایش مسائل اجتماعی

هنرمند سول له ویت استدلال می‌کند که این ایده یا مفهوم است که کار هنری را پشتیبانی می‌کند، نه خود کار فیزیکی‌ای که آن هنر را تشکیل می‌دهد (Godfrey, 1998: p.142). له ویت احتمالا به طور دقیق‌تر به عنوان یک مفهوم گرای اولیه توصیف شده (Osborne, 1999: p.53; Costello, 2007: p.104) نه مفهوم گرای که در تعریف هنر مفهومی و انتخاب کلمات برای آن وسواس به خرج می‌دهد؛ هرچند، او با انتشار کتاب‌هایش، پاراگراف‌هایی درباره‌ی هنر مفهومی^۳ (1967) و جمله‌هایی درباره‌ی هنر مفهومی^۴ (1969)، به طرز گسترده به عنوان شخصی با نفوذ در توسعه‌ی هنر مفهومی در نظر گرفته می‌شود (Costello, 2007: p.104). له ویت در کتاب پاراگراف‌ها استدلال می‌کند که باید به ایده‌هایی که در پس یک کار هنری قرار دارند نسبت به خود اثر تصنعی تقدم داده شود، چون "ایده تبدیل به دستگاهی می‌شود که هنر را می‌سازد." او پا فشاری

¹ Marcel Broodthaers

² Art after Philosophy

³ Paragraphs on Conceptual Art

⁴ Sentences on Conceptual Art

می‌کند که یک هنرمند مفهومی باید به صورت "کورکورانه" و مکانیک وار، خودش را در اختیار ایده قرار بدهد، نه اینکه قضاوت‌های زیبایی‌شناسی خودش یا ضمیر و نفسش را در کار هنری تحمیل کند (Costello, 2007: p.104-105). له ویت توضیح می‌دهد که "دستکاری کردن ایده با بهبود دادن آن، برای مثال، نوری که اجرا یا اثر در آن به نمایش درمی‌آید، همیشه درستی و کمال اثر را در شک و تردید قرار می‌دهد و فقط اظهارهای از خودسری یا خودستانی هنرمند است (Costello, 2007: p.105-106) در واقع، ارزش تفسیرات له ویت به روشی برمی‌گردد که در آن به صراحت هنر مفهومی علیه رویکرد زیبایی‌شناسی یا بصری قرار می‌گیرد. پس در واقع اظهارات له ویت کمک به روشن شدن این قضیه می‌کند که شیوه‌های مد مفهومی با ایده‌ها پیش می‌روند، نه با این طرز تفکر که اثر نهایی از لحاظ اصول متعارف زیبایی‌شناسی چه طور به نظر خواهد آمد.

کارهای خلاقانه‌ی حسین چالایان نمایانگر این است که شیوه‌های او بیشتر بر اساس مفاهیم و ایده‌ها پیش می‌روند، نه ویژگی‌های بصری کالاهای مد، و در نتیجه او، به طور گسترده به عنوان یکی از بهترین روشنفکران مد شناخته شده. منتقد سارا موور^۱ (2011) ادعا می‌کند که کارهای چالایان نمی‌تواند به همان شیوه‌ای که کارهای طراحان پیش از او توضیح داده یا طبقه بندی می‌شدند، تفسیر و دسته بندی گردد (p.36)، موور کارهای چالایان در دهه‌ی ۱۹۹۰ را به عنوان "ناخوشایند، حیرت انگیز، نیش دار، سیاسی و غیر قابل درک" توصیف می‌کند (p.37). چالایان در جزیره‌ی قبرس متولد شد، اما زمانی که جوان بود به انگلستان رفت و این جا به جایی فرهنگی‌ای که او احساس می‌کند و خودش آن را با عنوان دو ملیتی بودن شناسایی می‌کند، در شیوه‌های کاری‌اش مشهود است. علاوه بر موضوعاتی که به ترکیبی از دوران مختلف و فرهنگ ترکیبی مربوط می‌شوند، چالایان برای ترکیب و کاوش تکنولوژی جدید در مجموعه‌هایش، شناخته شده. سوسانا فرنکل استدلال می‌کند که داستان‌ها و ایده‌های مربوط به مجموعه‌های چالایان، شیوه‌ی کاری او را پیش می‌برد (2011: p.16) و از نظر او، ایده از لحاظ ارزش برابر یا مهم‌تر از آن لباسی است که خلق می‌کند (2001: p.64). چالایان این گفته را حمایت می‌کند: "گاهی دوست ندارم خودم را شخصی بنامم که در حوزه‌ی مد کار می‌کند... واقعا فکر می‌کنم کسی هستم که در حوزه‌ی ایده‌ها کار می‌کند" (Frankel, 2001: p.68)، "کار من واقعا در مورد ایده‌هاست. نقطه‌ی شروع من همواره زنان نیستند. نقطه‌ی آغاز ایده است" (Irvine, 2003: p.121 as cited in Quinn, 2003: p.121). گرایش چالایان برای طراحی لباس‌هایی که اصولا بر اساس ایده هستند و ایده پیش برنده‌ی فرآیند طراحی است، نه اهداف مد متعارف، توسط محقق مد بردلی کوین^۲ تأیید شده. او بیان می‌کند که:

... نکته‌ی عزیمت چالایان از مد متعارف استفاده از لباس‌ها به عنوان محیط کاوش بود، و طرح‌های او به عنوان اظهاراتی از ایده‌ها خلق شدند، نه فقط لباس‌هایی که برای مسائل کاربردی در ذهن طراحی می‌شوند. در نتیجه، مجموعه‌های چالایان با حسی تشدیدکننده و گسترش‌یافته از مفهوم مشخص می‌شوند، [طرح‌های او] گریز و اشاره‌ای به تجربه‌ای قوی‌تر در جایی دیگر دارند، یا نوید انتظاری از یک افق وسیع‌تر و غنی‌تر را می‌دهند (Quinn, 2002: p.46 as cited in Bugg, 2009: p.14).

کوین توضیح نمی‌دهد که کدام خصوصیت این افق را نسبت به افق‌های موجود در مد متعارف غنی‌تر کرده است، اما این تحقیق پیشنهاد می‌دهد که منظور از این افق غنی توانایی بیشتر این پوشاک مفهومی جهت انتقال ایده‌هایی فراتر از ایده‌آل‌های متعارف زیبایی و جذابیت است، در واقع لباس‌های چالایان قوه‌ی درک مخاطب را در سطح عمیق‌تری به واکنش وامی‌دارد. شیرین عابدینی راد (۱۳۹۵) نیز در رابطه با شیوه‌ی کاری چالایان بیان می‌کند که: "حسین چالایان که طرح‌های او از لحاظ زیبایی‌شناسی مینی مال و از لحاظ مفهوم غنی و پیچیده‌اند، به کاوش موضوعات مختلفی از قبیل فلسفه، علم، طبیعت، مذهب، سیاست، تاریخ، هوانوردی و رسانه‌های دیجیتال می‌پردازد" (ص. ۶۹-۶۸).

فرآیند طراحی چالایان نشان می‌دهد که شیوه‌ی کاری او با ایده‌هایش پیش می‌رود، چون به نظر می‌آید که کاوش، انتقال و اطلاع رسانی ایده‌هایش بر ویژگی‌های بصری کارش کنترل دارد. برای مثال، در مجموعه‌ی بهار-تابستان ۲۰۱۱ اش، ساکوکو^۳، تحقیق چالایان به میراث فرهنگی ژاپن و اثر فجایای طبیعی مانند زمین لرزه و سونامی، مربوط می‌شود و چالایان بر این اساس فرآیند طراحی‌اش را پیش می‌برد. در این تحقیق استدلال می‌شود که در بخشی از مجموعه‌ی این طراح با عنوان هایکو^۴، تحقیق چالایان مستقیما صفات بصری لباس‌ها را کنترل می‌کند، که یک پایه و اساس مفهومی را به جای روشی که مسائل بصری پایه‌ی آن هستند، نشان می‌دهد. چالایان با پارچه‌ی شیفون دراپه ایجاد می‌کند تا صفاتی از کلمه‌ی ژاپنی سونز/یسورو^۵ به معنی 'وجود داشتن' را شکل دهد (Frankel, 2011: p.17). این نشان می‌دهد که تحقیق او مستقیما جایگاه دراپه‌های پارچه و طرح کلی لباس را کنترل می‌کند. هم‌چنین، عنوان این مجموعه به دوره‌ی انزوای ژاپن در سال های ۱۶۳۳ تا ۱۸۵۳ اشاره می‌کند. چالایان

¹ Sarah Mower

² Bradley Quinn

³ Sakoku

⁴ Haiku

⁵ Sonzaisuru

توضیح می‌دهد که این مجموعه درباره‌ی ژاپن قدیم و رسوم سنتی و هنری آن است، البته نه به صورت کاملاً دقیق. "من مطالعه و تحقیقات فراوانی انجام دادم، ولی در نهایت نظریه‌های خودم را خلق کردم." کلیدی برای تفسیر جنبه‌ی مرموز این نمایش: پوشانده شدن صورت‌ها با پارچه‌ی مشکی نمادی از انزوای ساکوکو است و مردان باشلق دار که لبه‌ی پیراهن ابریشمی‌ای که روی آن طرح گل چاپ شده را می‌گیرند، اشاره‌ای به نمایش‌های ژاپنی دارند (تصویر ۲) (Mower, 2010). در این مثال، چالایان هنوز هم باید یک سری تصمیمات مربوط به زیبایی‌شناسی را بگیرد، مانند انتخاب پارچه، نوع لباس، و تکنیک ایجاد دراپه با پارچه. هرچند، این به طور کلی یک رویکرد غیر متعارف در طراحی مد است. به جای اینکه ابتدا طرح لباس در ذهن مجسم گردد و سپس تولید آن آغاز گردد، فرآیند طراحی بر اساس برگردان و تبدیل ایده یا مفهوم تحقیق به اثر نهایی انجام می‌شود.



شکل ۲. مجموعه‌ی بهار-تابستان ۲۰۱۱ چالایان، 'ساکوکو'، در این مجموعه پارچه‌های مورد استفاده در لباس‌ها حالت دراپه به خود گرفته‌اند تا نمایان گر کلمه‌ی ژاپنی 'سونزایسورو' به معنی 'وجود داشتن' باشند (<https://video.vogue.com/watch/hussein-chalayan-spring-2011>).

در مجموعه‌ی پاییز-زمستان ۲۰۰۰ چالایان با عنوان تفسیر رویداد^۱ نیز از روش مشابهی که ایده پیش برنده‌ی فرآیند طراحی است، استفاده شده. در این تحقیق پیشنهاد می‌شود که در این مجموعه از ایده‌ای استفاده شده که کارکرد پیش برنده‌ی آن است، این ایده ویژگی‌های بصری لباس را از طریق رابطه‌ای بین طرح و ساختار شکل می‌دهد. این مسائل کارکردی به طرز قابل توجه ویژگی‌های ظاهری لباس‌ها را شکل می‌دهند. برای مثال، مفهومی که در پس مجموعه‌ی تفسیر رویداد چالایان است، سفر پناهندگان می‌باشد و بنابراین او "نمایشنامه‌ای را تصور می‌کند که از مردم خواسته شده در حالی که چیزهایی را با خود حمل می‌کنند، از صحنه بگریزند" (King, 2011: p.9-10). او مفهوم تحقیق را به ایده‌ای تبدیل می‌کند که در آن یک اتاق استراحت طراحی شده است. در این اتاق اسبابی موجود است که در هنگام نمایش تبدیل به پوشاک و الحاقات آن می‌شوند و مدل‌ها آن‌ها را خواهند پوشید. برای مثال، در یک بخش از نمایش مجموعه، "چهار مدل در حالی وارد صحنه می‌شوند که فقط زیرپیراهن‌هایی با رنگ خنثی به تن دارند، آن‌ها روی صندلی‌های موجود در اتاق نشیمن می‌نشینند و در عرض چند دقیقه روکش‌های صندلی را به شکل لباس تغییر می‌دهند و آن‌ها را به پوشاک تبدیل می‌کنند، سپس صندلی‌ها را همانند چمدان تا می‌کنند" (King, 2011: p.9) (شکل ۳). ایده‌ی چالایان فرآیند طراحی را کنترل می‌کند تا چهار لباس عملکردی هم به عنوان لباس و هم به عنوان روکش صندلی داشته باشند. در نتیجه، در حالی که چالایان تصمیمات زیبایی‌شناسی بسیاری گرفته است، در این تحقیق استدلال می‌شود که که ارتباط بین عملکردهای دو جنبه‌ای لباس به طرز قابل توجه فرآیند طراحی را پیش می‌برد. به عبارتی دیگر، بدون عملکردهای دو جنبه‌ای مربوط به این ایده، که هر لباس باید هم به عنوان روکش صندلی و هم پوشاک عمل کند، این که طرح‌هایی مشابه به ذهن چالایان می‌رسید، نامحتمل است. پس می‌توان گفت فرآیند طراحی چالایان به طور اصولی و پایه‌ای با کاوش ایده‌ها پیش می‌رود و هدف خلق یک کالای متعارف مد نیست.

¹ Afterwords



شکل ۳. مجموعه‌ی پاییز - زمستان ۲۰۰۰ حسین چالایان، 'تفسیر رویداد'، در این مجموعه روکش‌های صندلی تبدیل به لباس می‌شوند
(<https://www.pinterest.com/pin/311311392976673010>).

"او [چالایان] به کاوش و درک واقعیات زندگی مدرن، هویت فرهنگی، مهاجرت، انسان شناسی، طبیعت، تکنولوژی علاقمند است. وی از مد بهره و انتظاری فراتر از حد معمول دارد و همان طور که خود می‌گوید دو مقوله‌ی درگیری‌ها و برخورد‌های اجتماعی و فرهنگی را همواره در نظر داشته است... او در مجموعه‌ی مابین [۱۹۹۸] از تفاوت فرهنگی و فضای بین فرهنگ شرق و غرب سخن می‌گوید. این مجموعه شامل چادرهای سیاه رنگی بود که تنها تفاوت بین آن‌ها قد چادرها بود. اولین مدل تنها نقابی به چهره داشت. چادرهای بعدی به ترتیب بلند و بلندتر می‌شدند، آخرین چادر تمام قد بود و به جز چشمان مدل هیچ قسمتی از بدن قابل رویت نبود" (شکل ۴) (عابدینی راد، ۱۳۹۵: ص. ۱۵۲-۱۵۱). در این مجموعه نیز فرآیند طراحی بر اساس ایده‌ای در رابطه با مسائل فرهنگی پیش رفته است و هدف خلق یک کالای متعارف مد نبوده است.



شکل ۴. حسین چالایان، مابین، مجموعه‌ی بهار و تابستان ۱۹۹۸، بخشی از اثر (عابدینی راد، ۱۳۹۵: ص. ۱۵۲).

۵- نتیجه‌گیری

نتیجه بررسی فرض اول، تمایز مد متعارف از مد مفهومی، به این صورت می‌باشد: هدف نهایی در فرآیند طراحی مد متعارف تهیه پوشاکی است که مطابق با اصول معمول زیبایی‌شناسی باشد، اما مقصود در روند طراحی مد مفهومی به اندیشه واداشتن مخاطبان درباره‌ی مفاهیم مختلف می‌باشد. نتیجه بررسی فرض دوم، ارتباط بین مد مفهومی و هنر مفهومی، نیز به این صورت است: مد مفهومی و هنر مفهومی هر دو ایده محور هستند و اولویتشان اطلاع رسانی مفاهیم به مخاطب می‌باشد.

نتیجه بررسی فرض سوم، رابطه‌ی بین مد متعارف و مد مفهومی، به این صورت می‌باشد: محصول نهایی در هر دو شاخه‌ی مد متعارف و مد مفهومی یک شیء بصری می‌باشد، اما مد مفهومی از مسائل دیداری جهت انتقال مفاهیم به مخاطبان و زیر سوال بردن اصول متعارف مد استفاده می‌کند، در حالی که مد متعارف از ابزار بصری در حوزه‌ی میانی زیبایی‌شناسی بهره می‌گیرد. در رابطه با روند کاری حسین چالایان، طراح مد مفهومی، می‌توان گفت او با استفاده از روشی ایده‌محور، مسائل اجتماعی را در قالب پوشاک به نمایش در می‌آورد.

با توجه به موارد بررسی شده در این تحقیق، می‌توان استدلال کرد که مد مفهومی را نمی‌توان با مجموعه‌ای از روش‌های منسجم تعریف نمود و این ویژگی در مورد هنر مفهومی هم صدق می‌کند. هم مد مفهومی و هم هنر مفهومی را باید بر اساس جست و جو و کاوش و برقراری ارتباطی نزدیک با ایده‌ها تعریف کرد. هم هنرمندان مفهومی و هم طراحان مد مفهومی خوداندیش بودن را در اولویت کارهایشان قرار می‌دهند، اما طراحان مد مفهومی بیشتر به ساخت اشیاء روی می‌آورند. هرچند، اشیاء ساخته شده توسط طراحان مد مفهومی بر اساس استانداردها و ایده‌آل‌های متعارف مربوط به زیبایی و جذابیت، خلق نمی‌شوند.

حسین چالایان، طراح مد مفهومی، فرآیند طراحی‌اش را بر اساس ایده‌ها و مفاهیمی آغاز می‌کند که طی مراحل بعدی روند طراحی، به لباس‌ها تجسم فیزیکی می‌بخشد. فرآیند تبدیل ایده‌ها به لباس در کار چالایان، معمولاً سیستم محور است و بر اساس رابطه‌ای بین طرح، ساختار و عملکرد صورت می‌گیرد.

این تحقیق نشان می‌دهد که ریشه‌ی مد مفهومی پیچیده است و حاوی فرآیندهای متفاوت می‌باشد. هم‌چنین نتایج غیر قابل پیش‌بینی هستند. این رشته از مد اغلب مصرف‌کننده‌هایی را هدف قرار می‌دهد که نگاهی انتقادی دارند و می‌خواهند ایده‌ها را هم چون اشیاء مصرف کنند. مد یک واسطه بصری است؛ هرچند، رابطه‌ای نزدیک با ایده‌ها دارد و شاخه‌ی مد مفهومی این موضوع را به خوبی نشان می‌دهد. هدف اصلی در این تحقیق، بررسی روش‌هایی بود که حسین چالایان، طراح مد مفهومی، جهت برگردان ایده‌ها و مفاهیم به اشیاء استفاده می‌کند. در این تحقیق، رابطه‌ی واژه‌های 'مفهومی' و 'بصری' با فرآیند کاری طراحان مد بررسی می‌گردد. طراحان مد، ایده‌هایی ملموس یا غیر ملموس، حقیقی یا نمادین، مبهم یا گویا، سیستم وار یا اتفاقی، منطقی یا حسی و متعارف یا مفهومی را اساس کارشان قرار می‌دهند. این تحقیق نشان می‌دهد که در فرآیند طراحی مد متعارف، تبدیلی از حالت 'بصری' به 'بصری' صورت می‌گیرد، در حالی که در فرآیند مد مفهومی، تبدیلی از 'ایده‌ها' به حالت 'بصری' و مجدداً به 'ایده‌ها' رخ می‌دهد. در واقع، ابتدا ایده‌ها توسط نمادهای بصری به مصرف‌کننده‌ها اطلاع رسانی می‌شوند، سپس آن نمادهای بصری به ایده‌هایی تبدیل می‌شوند که ذات مد را زیر سوال می‌برند.

در این تحقیق مشخص می‌شود که چه طور حسین چالایان، طراح مد مفهومی، ایده‌ها و مفاهیم مربوط به رویدادها و مسائل اجتماعی را به عنوان اساس و پایه‌ی کار خود قرار می‌دهد و طی فرآیند طراحی، به آن‌ها تجسم فیزیکی می‌بخشد. نویسندگان این مقاله پیشنهاد می‌دهند که طراحان مد ایرانی نیز مفاهیم و ایده‌های مربوط به رویدادها و مسائل اجتماعی عصر حاضر را با استفاده از مد مفهومی، به نمایش درآورند و از این طریق، تلنگری در ذهن مخاطبان و مصرف‌کنندگان ایجاد نمایند تا آن‌ها به تفکر و اندیشه درباره‌ی رویدادها و مسائل اجتماعی فرو روند.

منابع

- عابدینی راد، شیرین. (۱۳۹۵). «مد و لباس در قلمرو هنر مفهومی»، چاپ دوم، تهران: نشر نظر.
- Aspden, P. (2010. Aug 28). East-west fusion. Financial Times, pp. 13. Accessed March 23, 2018. Retrieved from <http://search.proquest.com/747986825?accountid=13380>.
- Baudot, F. (1997). Yohji Yamamoto. London: Thames and Hadson.
- Clark, H. (2012) Conceptual Fashion. In: A. Geczy & V. Karaminas (Eds.), *Fashion and Art* (pp. 67-75). London, United Kingdom: Berg.
- Costello, D. (2007). Kant After Lewit: Towards an Aesthetics of Conceptual art. In P. Derycke, L., van de veire, S. (1999). Belgian fashion design. Ghent: Ludion. Durland.
- English, B. (2011). Japanese Fashion Designers: The work and influence of Issey Miake, Yohji Yamamoto and Rei Kawakubo. London: Berg.
- Frankel, S. (2001). *Visionaries: Interviews with Fashion Designers*: London : V&A Publications.
- Frankel, S. (2009). The birth, death and re-birth of conceptual fashion. In *Maison Martin Margiela*. (n.p). New York: Pizzoli International Publications.
- Frankel, S. (2011). Border Crossing. In R. Violette (Ed.), *Hussein Chalayan*. (pp. 16-32). New York: Rizzoli International Publications.
- Godfrey, T. (1998). *Conceptual Art*. New York: Phaidon Press.
- Kawamura, Y. (2004). *The Japanese Revolution in Paris Fashion*. Oxford: Berg.

- Kawamura, Y. (2005). *Fashion-ology: An introduction to fashion studies*. Oxford: Berg.
- Keller, K. (2009). Managing the growth tradeoff: Challenges and opportunities in luxury branding. *Journal of Brand Management*, 16(5-6), 290.
- Khan, N. (2000). Catwalk Politics. In S. Bruzzi & P. Church Gibson (Eds.), *Fashion Cultures* (pp. 114-127). New York: Routledge.
- King, E. (2011). Rituals Renewed. In R. Violette (Ed.), Hussein Chalayan. (pp. 8-15). New York: Rizzoli International Publications.
- Krauss, R. (1999). *A Voyage on the North Sea: Art in the age of the post-medium condition*. New York: Thames & Hudson.
- Lippard, L. R. (1997). *Six years: The dematerialization of the art object from 1969 to 1972*. Berkeley: University of California Press.
- Matraverse, D. (2007). The Dematerialization of the Object. In P. Goldie & E Schellekenes (Eds.), *Philosophy and Conceptual Art* (pp. 18-32). Oxford: Oxford University Press.
- McRobbie, A. (1998). *British fashion design: Rag trade or image industry?*. New York: Routledge.
- Menkes, S. (1998, Jan8). Ode th the abstract: When designer met dance. *International Herald Tribune*, pp. 20-20. Accessed March25, 2018. Retrieved from <http://search.proquest.com/docview/316986557?accountid=13380>.
- Miller, C., McIntyre, S., & Mantrala, K. (1993). Towards formalizing fashion theory. *Journal of Marketing Research*, 30(2), 142-157.
- Morely, Jane, 2013, Conceptual Fashion: Design, Practice and Process. M.Sc, Fashion discipline, Queensland University of Technology.
- Mower, S. (2010, October3). Hussein Chalayan Spring 2011 Review. Accessed March21, 2018. Retrieved from <https://www.vogue.com/article/hussein-chalayan-spring-2011-reviw>.
- Mower, S. (2011). Looking Back on Hussein Chalayan. In R. Violette (Ed.), *Hussein Chalayan*. (pp. 16-34). New York: Rizzoli International Publications.
- Newman, M. & Bird, J. (1999). Introduction. In M. Newman & J. Bird (Eds.), *Rewriting Conceptual Art* (pp. 1-10). London: Reaktion Books.
- Osborne, P. (1999). Conceptual Art and/as Philosophy. In. M. Newman & J. Bird (Eds.), *Rewriting Conceptual Art* (pp. 47-65). London: Reaktion Books.
- Quinn, B. (2002) *Techno Fashion*. New York: Berg.
- Quinn, B. (2003). *The Fashion of Architecture*. Oxford: Berg.
- Spilker, K. ,& Takeda, S. (Eds.) (2007). *Breaking the mode: Contemporary fashion from the permenant collection*, Los Angeles county museum of art. New York N.Y: Distributed in North America by Rizzoli.
- Svendsen, L. (2006). *Fashion: A Philsophy* (J. Irons, Trans.). London: Reaktion Books.

شناسایی معیارهای مؤثر بر ارتقاء کیفیت محیطی در طراحی معماری مراکز توانبخشی معلولین جسمی-حرکتی

تاریخ دریافت: ۹۸/۰۳/۲۰

تاریخ پذیرش: ۹۸/۰۴/۲۵

کد مقاله: ۹۱۲۸۳

علیرضا مشبکی اصفهانی^۱، محمدرضا مشبکی اصفهانی^۲

چکیده

معماری و شهرسازی علمی هستند که در ارتباط با نیازهای زیستی-سکونت‌ی انسان می‌باشد. اهمیت این علوم زمانی مشخص می‌شود که نیازهای انسان جنبه کالبدی-فضایی می‌یابد و هدف دسترسی به فضایی شایسته جهت انسان می‌باشد، فضایی که علاوه بر داشتن ابعاد انسانی، خصلتی باشد که مقام انسان طلب می‌کند. از آنجایی که گفته می‌شود معلولیت، محدودیت نیست سعی بر آن می‌باشد که با طرح این پرسش که: «چگونه کیفیت فضای شهر و معماری در جهت کمک به این شهروندان تأثیر می‌گذارد»، به این موضوع پرداخته شود. مقاله پیش رو از نوع کاربردی و روش پژوهش از نوع توصیفی تحلیلی می‌باشد. روش گردآوری اطلاعات در بخش ادبیات پژوهش و پیشینه پژوهش از نوع مطالعه اسنادی و کتابخانه‌ای می‌باشد و در بخش تجزیه و تحلیل از منطق استقرایی استفاده شده است. این مقاله به دنبال دستیابی به الگویی از فضا و مکان با استفاده از تعریف معماری و همچنین معیارهای طراحی فضاهایی به منظور سازگار کردن این فضا برای زندگی این دسته از شهروندان می‌باشد.

واژگان کلیدی: مطلوبیت فضایی، کیفیت زندگی، معلولین جسمی حرکتی

۱- مسئول مکاتبات، عضو هیئت علمی گروه معماری دانشگاه پیام نور استان تهران، ایران، alirezamoshabaki@yahoo.com

۲- کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه ریزی شهری

۱- مقدمه

معلولیت، پدیده‌ای اجتماعی و بخش جدایی ناپذیر از زندگی بشری است. در واقع هر انسانی در طول حیات خود به علل مختلف همچون بیماری، حوادث، و یا با رسیدن به دوران سالمندی این شرایط را تجربه خواهد کرد. امروز به رغم پیشرفت‌های به وجود آمده در زمینه‌های علم و فناوری و آگاهی عمومی نه تنها از تعداد افراد معلول کاسته نشده، بلکه هر ساله بر تعداد این گروه از جامعه افزوده می‌شود (سراج، ۱۳۸۸).

معلولیت‌های جسمی - حرکتی گریبان گیر همه کشورهای جهان بوده است. همه کشورها به تناسب توان و امکانات خود در جهت بازتوانی معلولین و بازگرداندن آنان به پیکره عظیم جامعه در معماری و شهرسازی خود تغییرات و تحولات زیادی به وجود آورده‌اند که می‌توان به ساخت و سازهای ویژه معلولین مانند کلینیک‌های توانبخشی که از اهمیت ویژه‌ای برخوردار اشاره کرد هرچند تاکنون تمهیدات متعددی همچون ایجاد آسایشگاه‌های ویژه افراد معلول، طراحی و ساخت ابزار کمک - حرکتی، پژوهش‌های پزشکی، توانبخشی با هدف جلوگیری از انزوای گروه‌های کم‌توان به کار گرفته شده است. با این وجود، خدمات توانبخشی، پزشکی، مهندسی، روان‌درمانی و استفاده از ابزار کمک حرکتی به تنهایی قادر نیست میزان استفاده افراد معلول از فضا و محیط‌های ساخته شده شهری را ارتقاء دهند، زیرا یک محیط شهری معلول و معلول‌کننده، خود مانعی برای ایجاد تداوم یک زندگی مستقل است (عبدی دانشپور، ۱۳۸۵).

اصل کلی ایجاد فضایی است که بر خلاف نگرش سنتی به مقوله ناتوانی و آسیب، باید نگاهی نوین و جامع به فرد آسیب دیده با رویکرد فرهنگی جهت افزایش توانمندی فرد معلول به عنوان یک عضو بالقوه، فعال و مؤثر در جامعه و خانواده می‌نگرد. تدابیر و ابزارهای بکار گرفته شده در این مرکز جهت قوای باقیمانده در فرد آسیب دیده و تجدید قوای روحی و اجتماعی ناشی از آن و همچنین کاهش اثرات عوامل طبیعی ناتوان‌کننده ثانویه مانند بیماری‌ها و افزایش سن می‌باشد. هدف کلی ایجاد فضایی است به منظور خدمات فرهنگی، بازتوانی، و توانبخشی جسمی، روحی و اجتماعی با حفظ هویت و جایگاه فرد در خانواده و اجتماع و هم چنین ارائه خدمات ورزشی در راستای بستر سازی برای تحقق اهداف در امر فرهنگی و توانبخشی.

۲- پیشینه پژوهش

مروری بر تاریخچه معلولیت نشان می‌دهد که در هر دوره‌ای از تاریخ افرادی وجود داشته‌اند که از نظر فعالیت‌های اجتماعی پائین‌تر از حد طبیعی عمل نموده و گرچه نیازمند توجهات ویژه بوده‌اند با این حال نه تنها به خواسته‌ها و امور اجتماعی و رفاهی آنان تا قرن نوزدهم توجه چندانی نشده است بلکه مطالعه تاریخ نشان می‌دهد که رفتار غالب جوامع با این گروه از افراد به دور از هرگونه عدالت اجتماعی و رفتارهای انسانی بوده است. بررسی‌ها نشان می‌دهد که در سال‌های نخست، هیچ قانون دولتی برای حمایت از معلولین وجود نداشت. آنچه در مورد آنها انجام می‌شد این بود که معلولین را در نوانخانه‌ها، مؤسسات خیریه و یا خانه‌هایی نگهداری می‌کردند، بی‌آنکه هیچ برنامه آموزشی، تفریحی،... برای آنان وجود داشته باشد (مجیدی و تیموری، ۱۳۹۰).
قطننامه ۱۹۲۱، اعلامیه معلولان را به اطلاع همگان می‌رساند و خواستار اقدامات ملی و بین‌المللی به منظور تثبیت این اعلامیه به عنوان بنا و چارچوب مشترکی برای حمایت از این حقوق است (داورمنش، براتی سده، ۱۳۸۵). درسی و هفتمین اجلاس مجمع عمومی سازمان ملل متحد، سند ارزشمندی تحت عنوان برنامه اقدام جهانی برای معلولین به تصویب رسید و دهه ۱۹۸۳ تا ۱۹۹۲ دهه معلولین نامیده شد (پناهی، ۱۳۸۶). فعالیت توانبخشی فیزیکی (PRP) از طرف کمیته بین‌المللی صلیب سرخ در این زمینه در سال ۱۹۷۹ ویژه معلولان (SFD) در سال ۱۹۸۳ شکل گرفت (Bonnet, 2014). در ایران نیز ابوعلی سینا اولین دانشمند است که از درمان‌های فیزیکی همچون ماساژ و آب درمانی بهره گرفت. حدوداً از سال ۱۳۲۰ به بعد به تدریج مؤسسات مختلفی برای حمایت از معلولین تشکیل شد که بیشتر خدمتشان جنبه رفاهی و آموزشی داشت. در مورد روند شکل‌گیری مناسب سازی این خدمات در ایران می‌توان نشست مسئولان و کارشناسان مرکز تحقیقات ساختمان و مسکن در سال ۱۳۶۵ در خصوص مناسب سازی محیط شهری را نقطه عطف در آغاز این فرآیند در کشور دانست (مجیدی و تیموری، ۱۳۹۰). توانبخشی در ایران متکی به قانونی است که در سال ۱۳۴۷ مورد تصویب قرار گرفت و از آن پس بود که انجمن توانبخشی وابسته به وزارت کار و امور اجتماعی ایجاد گردید. در سال ۱۳۵۹ با تشکیل سازمان بهزیستی کشور، انجمن توانبخشی منحل و در سازمان بهزیستی ادغام گردید (برقی و نخعی، ۱۳۹۴). امروز توانبخشی به رشته‌های متعدد و گسترده‌ای تفکیک شده که یکی از آنها در بهبود توانایی جسمی، معلولان جسمی - حرکتی بسیار مؤثر است، فیزیوتراپی می‌باشد (پناهی، ۱۳۸۶).

۳- ادبیات پژوهش

۳-۱- معلول و معلولیت

در خصوص واژه معلولیت، تعاریف مختلفی ارائه شده است. سازمان بهداشت جهانی در سال ۱۹۸۱ معلولیت را وجود اختلال در رابطه فرد با محیط تعریف کرده است. بر اساس تبصره ماده قانون جامع حمایت از معلولان، معلول به افرادی اطلاق می شود که به تشخیص کمیسیون پزشکی سازمان بهزیستی در اثر ضایعه جسمی، روانی و یا توأم، اختلال مستمر در سلامت و کارایی عمومی ولی ایجاد گردد به طوری که موجب کاهش استقلال در زمینه های اقتصادی و اجتماعی گردد. (مستقیمی، جبرائیل وغفرانی، ۱۳۹۵) هر نوع کمبود یا فقدان توانایی (ناشی از اختلال) که فعالیت فرد را برای انجام امری به روشی که افراد عادی انجام می دهند محدود سازد یا دامنه فعالیت او را از حالت طبیعی خارج کند معلولیت گفته می شود (احدی و نورائی، ۱۳۹۳).

معلولین گروه همگنی را تشکیل نمی دهند، برای نمونه بیماران روانی، عقب ماندگان ذهنی، افرادی که نقص در بینایی، ضعف در شنوایی، اختلال در تکلم یا محدودیت در حرکت دارند و نیز (معلولین به اصلاح دارویی) با موانع و مشکلات مختلفی روبه رو هستند که باید به روش های متفاوت بر معلولیت غلبه نمود (تقی زاده و طاهریان، ۱۳۸۵).

۳-۲- علل معلولیت

به طور کلی معلولیت به وجود آمده از نوع موقعیت و خطرپذیری و آسیب جسمی شامل:

۱- مادرزادی - فلج مادرزادی

۲- در اثر حادثه - قطع نخاع در اتومبیل سواری

۳- در اثر جنگ - قطع اعضاء - موج گرفتگی و تکان مغزی

۴- در اثر بیماری - جذام - دیابت - صرع (اسلامی نسب، ۱۳۸۲).

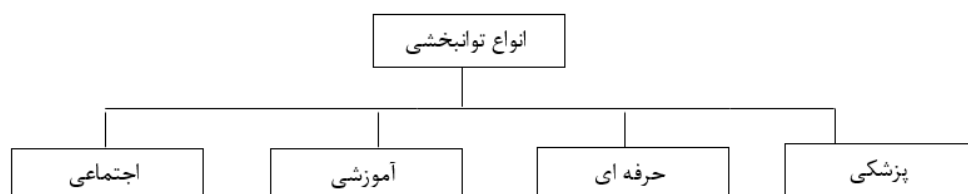
۳-۳ معلولین جسمی - حرکتی

معلولین جسمی - حرکتی به فردی اطلاق می شود که به هر علت دچار ضعف، اختلال و یا عدم توانایی در انجام های حرکتی شده و برای تحرک، نیاز به استفاده از پاره ای وسایل کمکی داشته باشد (مرکز تحقیقات ساختمان و مسکن، ضوابط و مقررات شهرسازی و معماری برای افراد معلول جسمی-حرکتی، ۱۳۸۳). معلولین جسمی - حرکتی به دو گروه بزرگ معلولان نیمه متحرک و معلولان استفاده کننده از صندلی چرخدار تقسیم می شوند. (مرکز تحقیقات ساختمان و مسکن، ضوابط و مقررات شهرسازی و معماری برای افراد معلول جسمی-حرکتی، ۱۳۸۳).

۳-۴ توانبخشی

توانبخشی به یک فرایند اشاره دارد با هدف از بین بردن و یا تا آنجا که ممکن است کاهش دادن - محدودیت های فعالیت افراد معلول و قادر ساختن آنها به مستقل شدن و لذت بردن از بالاترین کیفیت های ممکن در زندگی در ابعاد جسمی، روانی، حرفه ای، و شرایط فضایی که بسته به نوع معلولیت ممکن است مراقبت های پزشکی، توانبخشی فیزیکی، آموزش حرفه ای، حمایت اجتماعی و یا کمک در دستیابی به خودکفایی اقتصادی، برای رسیدن به این هدف لازم باشد (Bonnet, 2014).

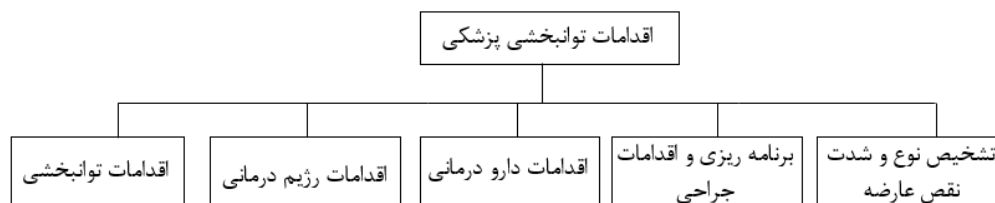
توانبخشی و نوتوانی در علوم بهداشتی فرآیندی است که در آن فرد توان خواه کمک می شود تا توانایی از دست رفته خود را پس از یک واقعه یا آسیبی که منجر به محدودیت عملکردی وی شده است مجدداً بدست آورد. در بازتوانی برخلاف پزشکی غالباً دارو تجویز نمی شود و روند باز یافتن توانایی ها تدریجی است. سازمان بهداشت جهانی با طرح موضوعات سه گانه اختلال ناتوانی و معلولیت تقصیر در پدیده معلولیت را از فرد به جامعه منتقل نموده تا بدین وسیله ضمن تأکید بر توانمندی های افراد معلول، مشارکت او را در جامعه افزایش دهد (نودهی مقدم، ۱۳۷۲).



تصویر ۱: انواع توانبخشی، منبع: نگارنده

۴-۳-۱- توانبخشی پزشکی

توانبخشی پزشکی مجموعه اقدامات تشخیص و درمانی که در جهت بهبود نقص عارض شده و یا پیامدهای ناتوان کننده ناشی از نقص در فرد معلول به انجام می رسد. اولین و فوری ترین اقدامی است که باید حداقل امکان بلافاصله پس از رویت و یا برخورد با نقص عارض شده به طور جدی آغاز گردد و گاه تا پایان عمر و حیات فرد معلول تداوم می یابد (بخشی، ۱۳۸۶).



تصویر ۲: اقدامات توانبخشی پزشکی، منبع: نگارنده

۴-۳-۲- توانبخشی حرفه ای

توانبخشی حرفه ای به نوعی کمک کردن به فرد معلول است که بتواند سرکار گذشته خود باقی مانده و یا به کار مناسب دیگری متناسب با توانایی خویش گمارده شود. در واقع توانبخشی حرفه ای روندی برای هماهنگی کار و ناتوانی های معلول با یکدیگر است که شامل مهیا نمودن سرویس های حرفه ای مثل مشاوره حرفه ای آموزشی و کاریابی انتخابی است و به منظور توانا ساختن معلول برای بازگشت به حرفه مناسب و زندگی عادی است. (اسناد بنیاد شهید و امور ایثارگران)

۴-۳-۳- توانبخشی اجتماعی

توانبخشی اجتماعی به عنوان یکی از چهار رکن اصلی توانبخشی موظف با ایجاد بستر تا حد امکان شرایط بهبود، بازگشت و حضور فرد معلول در جامعه عادی را فراهم آورد. اهداف و وظایف توانبخشی اجتماعی طراحی و تدارک عرضه خدمات و امکانات با مشارکت سایر ارکان های توانبخشی برای افراد معلول به منظور کاهش محرومیت - معلولیت و بازگشت پذیری و تا حد امکان حضور پربار در جامعه و همچنین کوشش در آگاه سازی آحاد مختلف جامعه نسبت به تجدیدنظر در ساخت و سازهای اجتماعی و رعایت حضور و حقوق افراد معلول و استثنایی در جامعه می باشد (بخشی، ۱۳۸۶).

۵- اختلالات روحی و روانی ناشی از معلولیت

واکنش های روحی و روانی در معلولین یکی از پر اهمیت ترین مسائلی است که باید به آن توجه بسیار مبذول کرد و اگر کوشش های پیگیری برای کاستن این نگرانی ها از طریق مشاوره روانی و یا هر اقدام مفید دیگری به عمل نیاید، اختلالات روانی از قبیل افسردگی، ناامیدی از زندگی، انزوا از جامعه و صدها مشکل دیگر را به دنبال خواهد داشت. بروز اشکالات روانی، معلولین ناشی از محدودیت ها و ناتوانی های جسمی است که در زندگی اجتماعی و روزمره در خود احساس می کنند. لذا یکی از مهم ترین وظایف مراکز توانبخشی از بین بردن و یا کاهش مشکلات جسمی است که در زندگی معلول نقش اساسی دارد در نتیجه اگر این مراکز بتواند به نحوی عواملی را که در ایجاد مشکلات نقش دارند به کمک معلولین از بین برده و یا کاهش دهند قدمی مهم در جهت رفع مشکلات روحی و روانی آنان برداشته اند. در جدول ۱ به بررسی برخی از مشکلات روحی - روانی ناشی از معلولیت پرداخته شده است.

۶- مراکز درمانی و فضاهای توانبخشی معلولین

با توجه به نقش بسیار مهم مراکز درمانی در حفظ و یا بازگرداندن سلامت به اقشار جامعه که خود امری حیاتی به شمار می آید، لزوم توجه به طراحی این مراکز چه از لحاظ کالبدی و عملکردی و چه از لحاظ معماری بیش از پیش احساس می شود. با توجه به شرایط بیمار و نیازهای وی از لحاظ روحی و جسمی با توجه به آسیب پذیر بودن بیشتر وی نسبت به فرد سالم، معماران را ملزم به رعایت علمی تر و دقیق تر از تمام اصول و مؤلفه های معماری می کند (مهلانی و صالح آهنگر، ۱۳۹۲). اقدامات توانبخشی در جهت کاهش اثرات منفی معلولیت و به منظور بهبود ابعاد سلامت در این افراد است (مرادی، ۱۳۸۹).

در زمان تصویب استانداردها، بخش معلولین به افراد ناتوان جایگاهی را در فرآیند طراحی شده است. طرفداران به دنبال بهبود طراحی با هدف افزایش کیفیت زندگی برای همه بودند و تمایل به برچسب زدن به معلولین را رد کردند در عوض محیط ساخته شده را سرزنش کردند که طراحان را وادار به آگاهی لازم از فلسفه طراحی مطلوب برای معلولین می دارد (Heckel, 2003). مرکز توانبخشی مرکز است که به منظور فراهم آوردن مجموعه کاملی از خدمات مورد نیاز اعم از توانبخشی و آموزشی جهت افراد دچار معلولیت جسمی - حرکتی و افزایش عملکرد و سطح مشارکت فرد به صورت روزانه طراحی شده است. این مراکز توسط اشخاص حقیقی یا حقوقی با کسب مجوز از سازمان بهزیستی تأسیس می گردد (برقی، و نخعی، ۱۳۹۴).

جدول ۱: مشکلات روحی - روانی ناشی از معلولیت، منبع: نگارنده

موجب خجالت درونی - باور وابستگی به دیگران - از دست دادن اعتماد به نفس - گوشه گیری - سستی اراده - سستی ایمان	«مشکلات روانی ناشی از عدم توانایی در انجام کارهای روزمره زندگی»
الف: مشکل روانی ناشی از حرکت در خارج از منزل ب: مشکل ناشی از کاهش تدریجی اعتماد به نفس در اثر وابستگی به دیگران	«مشکلات روانی ناشی از موانع ساختمان و معماری در منزل و خارج از آن»
الف: عدم پذیرش و همکاری معلول از یک طرف به دلیل ناتوانی ها و مشکلات حرکتی و از طرف دیگر به دلیل ضعف عمومی بدن و روحیه اش رغبت به کار و سایر برنامه های تنظیمی نشان نمی دهد. ب: نبود امکانات و شرایط منسجم لازم برای معلولین	«مشکلات روانی ناشی از اوقات فراغت زیاد»
معلولین از ترس ابتلا به زخم فشاری از نشستن طولانی مدت روی تخت یا صندلی چرخدار خودداری می کنند در حالی که در کار کردن با رعایت احتیاطات لازم باعث افزایش گردش خون در اندام ها شده و از زخم فشاری جلوگیری می کند.	«مشکلات روانی ناشی از ابتلا به زخم فشاری»
هر فرد در جهت تأمین مخارج خود و خانواده اش نیاز به درآمد مالی دارد که این نیاز باید در حد معقول رفع گردد تا حس عدم کفایت و از دست دادن اعتماد به نفس نگردد.	نیاز مالی جهت تأمین زندگی
در صورتی که معلول حس کند که به خاطر ناتوانی و معلولیت، حقوقی می گیرد که در قبال آن کار مفید و مؤثری انجام نمی دهد، دچار یاس شده و چه بسا که باعث عدم تعادل روانی در او گردد.	کیفیت رفع نیاز مالی
«مشکلات روانی ناشی از مسائل اقتصادی»	

۷- بررسی روان شناسی محیطی نظریه مازلو

روان شناسی محیطی شاخه ای از روانشناسی است که به مطالعه و تحلیل و تقابلات تجارب و کنش های انسان با جنبه های محیطی اجتماعی فیزیکی توجه دارد (canter and craik 1981). مازلو روان شناس انسان گرا مدلی از نیازها و انگیزش های انسان را ارائه می دهد که قابل تأمل است. بررسی و پژوهش های انجام شده در روان شناسی محیطی و تئوری های معماری قابلیت مدل او را برای استفاده از طراحی معماری و طراحی شهری مورد تأیید قرار داده است (Motalebi, 1998, lang, 1987). او نیازهای انسان را به نیازهای پست و عالی تقسیم می کند. "نیازهای فیزیولوژیک" انسان که نیاز به آب، هوا، غذا و غیره از نیازهای اولیه است. و "نیاز به زیبایی" و زیبایی شناسی و کنکاش در پدیده ها از جنس نیازهای عالی است. چگونگی ارضاء نیازها از نیازهای اولیه و پست شروع و به نیازهای عالی ختم می گردد. در پائین ترین سطح از این سلسله مراتب نیازهای فیزیولوژیک قرار دارند. بعد از ارضاء این نیازها که شخص متوجه "نیاز به ایمنی" می گردد. نیاز به "تعلق داشتن"، "عزت نفس" و خود شکوفایی در سطوح بالاتر قرار می گیرد، پس از ارضاء این سائق ها است که نیاز به "شناختن" و "زیبایی" در انسان اوج می گیرد. برای ارضاء این نیازها، طبق نظر مازلو، "انگیزش انسان" باید مورد توجه قرار گیرد، این انگیزش ها می توانند مادی و یا معنوی باشند و با تغییر در این انگیزش ها است که ناگهان شکل و قابلیت های محیط معنا می یابند و یا معنای خود را از دست داده و به نابودی می گرایند.

در مدل مازلو توجه تنها به نیازهای پست به دلیل تنزل مقام انسان نکوهش شده است و شناخت انسان سالم از طریق توجه به نیازهای عالی او امکان پذیر می داند (مطلبی، ۱۳۸۰). مدل ارائه شده در روان شناسی انسان گرای مازلو و تعمیم دادن آن به رفتارهای انسان در فضاهای معماری و شهرسازی می تواند سازوکار مناسبی برای تجزیه و تحلیل تعامل و ارتباط انسان با محیط ساخته شده بدست دهد. این مدل به معماران و طراحان شهری کمک می کند تا به علل شکل گیری مجتمع های زیستی و فضاهای معماری در ارتباط با نیازهای انسان توجه نمایند.



تصویر ۳: نمودار نظریه سلسله مراتب نیازهای مازلو (مازلو، ۱۳۷۳)

امروزه طراحی فرم های گوناگون محیط ساخته شده پیش از اینکه بر احساس و نگرش های شخصی طراحان متکی باشد برداشتن و آگاهی آنان متکی است. آشنایی طراحان با دانش هایی که به گونه ای مستقیم و یا غیر مستقیم به حرفه طراحی کمک می کند برای طراحان این امکان را به وجود می آورد تا طرح هایی ارائه شده آنها بیش از پیش با نیازها و فرهنگ استفاده کنندگان سازگار بوده و لذا محیط های طراحی شده به وسیله آنها شرایط لازم را برای زندگی انسانی فراهم آورند. آشنایی با روان شناسی محیطی در کنار سایر علوم رفتاری می تواند نقش مهمی در این خصوص ایفا نماید.

۸- بررسی ویژگی های محیطی مؤثر در بهبود فعالیت معلولین

طبق تحقیقات به عمل آمده توسط سازمان ملل متحد، مهم ترین عامل بازدارنده معلولین از دست یابی به حقوق برابر با دیگران، ناسازگاری محیط ساخته شده با گستره توان جسمی انسان است. ناتوانی جسمی و معلولیت بر سازگاری اجتماعی و سلامت روانی شخص تأثیر می گذارد و در افراد ناتوان جسمی و فشار روانی بیشتری نسبت به سایر افراد عادی وجود دارد. فردی که به نوعی معلولیت جسمی مبتلاست، فقدان دردناک را تجربه می کند که دارای اهمیت جسمانی و عاطفی زیادی است.

می توان اینگونه بیان کرد که معلولیت در هر بعدی که باشد به دلیل بر هم زدن توازن، تولید اضطراب و ریشه بحران برای فرد معلول کرده و در این جاست که شخص احساس می کند که گردونه زندگی از میانه راه باز ایستاده و به خصوص در افرادی که زندگی قبلی شان توأم با آرامش و آسایش مداوم بوده و یا روان آرام و خاص را داشته اند و بعدها دچار آسیب و معلولیت جسمی شده اند که این می تواند باعث کاهش رضایت مندی فرد از زندگی شود. (نظم ده، ۱۳۸۱) معلولین از یک طرف به دلیل محدودیت های جسمی و از طرف دیگر به ضرورت ویژگی های روحی نیازمند فضاهایی تخصصی و متناسب با این شرایط هستند لذا در مراکز توانبخشی، بخشی از فضاها به طور مشترک میان سنین مختلف تدارک دیده شده است. بدیهی است که استفاده از درست از رنگ، نور، فرم، تجهیزات مناسب برای معلولین در کیفیت بخشی به فضای مراکز توانبخشی جایگاه ویژه ای خواهد داشت. معلولین نیازمند فضاهایی برای تکمیل روند توانبخشی هم در قالب فردی و همراه خانواده هایشان هستند (مانند فیزیوتراپی، کاردرمانی، آب درمانی، ...) و هم می توانند در قالب فعالیت های گروهی (به طور مثال در بخش های هنر درمانی، ورزش درمانی، طبیعت درمانی و ...) از امکانات مراکز استفاده نمایند (طاهری و قاسم سیپانی، ۱۳۹۵). در ادامه ضمن معرفی و بررسی این عوامل محیطی به نحوه تأثیرگذاری آن ها در جهت ارتقاء ابعاد سلامت و روحیه این افراد می پردازیم.

۸-۱- صدا و اکوستیک

صدای زیاد باعث کاهش تمرکز و اشتباه در کار و اتلاف وقت می شود. همچنین صدای مزاحم، باعث کاهش خرسندی و افزایش به هم خوردن پلک های چشم و خستگی چشم می شود. هرگاه فردی در محیط شلوغی (۹۰ تا ۱۰۰ دسی بل) قرار گیرد، به تدریج علائمی نظیر افزایش تعداد تنفس، تند زدن نبض، زیاد فشار خون، انقباض عضلات، شروع سردرد و سرگیجه بالا رفتن قدخون، کاهش قدرت دید می شود (سلمانی، ۱۳۸۸). امروز معماری مراکز درمانی از عملکرد گرای صرف به ایجاد محیط شفابخش تغییر پیدا کرده است و محیط شفابخش در مراکز درمانی فضایی است که تأثیرات مثبتی بر درمان بیماران داشته باشد. از مهم ترین ارکان ایجاد چنین محیطی، حذف آلودگی صوتی می باشد (مردمی و دیگران، ۱۳۹۱). وضعیت اکوستیک می تواند بر انتخاب مصالح در نتیجه ظاهر و گرمی ساختمان تأثیر بگذارد (یعقوبلو و جانی پور، ۱۳۹۴).

۸-۲- رنگ و نور

رنگ و نور می توانند تأثیرات پیچیده و گسترده ای را بر روی احساسات و ایجاد واکنش افراد نسبت به محیط داشته باشند و همچنین در افزایش میزان بهبود بیماران و بالا بردن کیفیت فضا قابل درک به صورت کلی برای بیماران، کارکنان و بازدیدکنندگان مؤثر می باشد (آبکار و زمانی، ۱۳۹۲). نور طبیعی یا نور روز تأثیر روانی بر بیماران دارد. نور روز روند بهبود بیماری های روحی و جسمانی تأثیر مثبت گذاشته و آنرا تسریع می نماید. (phiri, 2003) و این در حالی است که نور مصنوعی با ایجاد محیطی، راحت، تأثیر مثبتی در ارتقاء سلامتی بیماران و بهره وری کارکنان دارد. (Dutro, 2007) شاید تفکیک مباحث نور و رنگ از یکدیگر موجب القای عملکرد جداگانه این عناصر در محیط بشود ولی حقیقت این است که این دو عامل اگر به صورت درست و با هماهنگی در کنار یکدیگر استفاده شوند می توانند کیفیات فضایی متنوعی را ایجاد کنند. به عنوان مثال رنگ به عنوان یک ابزار

عملکردی و تأثیرگذار در اتاق بیماران است و همین رنگ می تواند در کنترل شدت و اثر نور روز و یا کاهش حساسیت نسبت به نور مصنوعی مؤثر باشد (آبکار وزمانی، ۱۳۹۲).

نور از مهم ترین عناصر بصری است که هنرمندان از طریق آن به گسترده ترین بیان حسی و عاطفی در آثار خود نائل می شوند. نور مهم ترین عامل ایجاد کننده تشدید در بعد سوم اجسام بوده و با تغییر نور می توان تغییر در رنگ را مشاهده نمود. بافت ویژگی نور را تغییر می دهد به طوری که اثرات نور در بافت های صاف و براق قوی تر و بر بافت های خشن درخشندگی کمتری را ایجاد می کند. نور رنگی گرم و احساس شادی و نشاط و امید را تداعی می کند در حالی که نورهای سرد، یأس و ناامیدی را القا می کند (کریمی، ۱۳۸۶).

۸-۳- مصالح

همان گونه که عنوان شد، وجود آرامش و نظم، تنها به سازماندهی فضا محدود نمی شود، بلکه در نحوه استفاده از مصالح نیز تأثیرگذار است (یعقوبلو و جانی پور، ۱۳۹۴). بنابراین توصیه می گردد که از مصالحی در سازمان استفاده شود که کمترین میزان جزئیات را دارا باشد. همچنین باید توجه کرد که کفپوش هایی که استفاده می شود براق نباشد و نور را منعکس نکند (یعقوبلو و جانی پور، ۱۳۹۴).

۸-۴- جزئیات و تزئینات

پیچیدگی می تواند باعث استرس و ناسازگاری شود. این مسئله برای معلولان دارای اهمیت بیشتری است. برای این افراد شناخت راحت فضاها لازم و ضروری است (یعقوبلو و جانی پور، ۱۳۹۴). اگر مجموعه ای که برای این افراد طراحی می شود، ساده و واضح باشد، آنها به کوشش کمتری برای استفاده و لذت بردن از فضا نیاز دارند. یک طراحی خوانا و واضح از گیج شدن و گمراهی آنها جلوگیری کرده و به علت وجود نظم، آرامش را برای آنها به ارمغان خواهد آورد وجود آرامش و نظم، تنها به طراحی فضا و سازماندهی آن محدود نمی شود؛ بلکه در نوع استفاده از مصالح نیز می تواند، اثر بگذارد (یعقوبلو و جانی پور، ۱۳۹۴).

۸-۵- مسیریابی

مسائلی، فرآیند مسیریابی و طراحی آن را در مراکز درمانی خاص تر می نماید؛ در اغلب مراجعین مراکز درمانی (که در اینجا منظور مراکز توانبخشی معلولین است)، منابع احساسی، فیزیکی و شناختی افراد (معلولین) در اثر بیماری، استرس و خستگی، تحلیل رفته است؛ در چنین حالتی مسیریابی دشوارتر و حضور در یک فضای پیچیده و سردرگم کننده سیار آزار دهنده و تنش زا است؛ برخی از مزایای پی بردن به اهمیت و لزوم پرداختن به این موضوع، عبارت است از:

صرفه جویی در هزینه.

بهبود ایمنی در مراکز درمانی.

ارتقاء کارایی عملکردی، افزایش رضایتمندی کاربران (مردمی و دیگران، ۱۳۹۰).

۸-۶- فضای سبز

فضای سبز در محیط های درمانی از جمله اساسی ترین عوامل طراحی به شمار می رود و سلامت انسان با آن ارتباطی مستقیم دارد، لذا باید نیاز انسان به فضا سبز در محیط های درمانی به عنوان مهم ترین عامل اکوسیستم، در نظر داشت. چرا که نقش گیاهان به ویژه درختان، در پالایش و کاستن آلودگی های گوناگون، هوا، نور، ... و زیباسازی محیط زیست بسیار قابل توجه است. امروزه ثابت شده است که بعضی درختان با ترشح ماده ای به نام فیتونسید ایجاد آرامش و خلسه در انسان می کنند. بنابراین فضای سبز در ایجاد تعادل عصبی انسان نقش عمده ای ایفا می کند. اثرات مطلوب فضای سبز در محیط های درمانی اثرات اکولوژیک: تولید اکسیژن - تعدیل آب و هوا - کم کردن استرس و اضطراب - کاهش افسردگی - جذب گرد و غبار - جذب پرتوها (بیات، ۱۳۹۳).

۸-۷- گرمایش و تهویه

فضا با استفاده از پنجره های نصب شده در یک طرف ساختمان هیچ گاه مفید نبوده است؛ به عبارتی به منظور ایجاد تهویه مناسب، لازم است که پنجره ها رو به روی هم قرار گیرند تا جریان هوا ایجاد شود و هوا به راحتی تهویه شود. در زمینه گرمایش ساختمان، گرما از طریق کف گزینه بهتری به شمار می رود. با گرمای از طریق کف می توان قسمتهایی را برای کنترل دما طبقه

بندی کرد و هر فضا می‌تواند به طور جداگانه کنترل شود، مخصوصاً زمانی که بعضی از بیماران ممکن است به گرما حساس باشند و دمای کمتری نسبت به بقیه افراد در همان ساختمان نیاز داشته باشند (یعقوبلو و جانی پور، ۱۳۹۴).

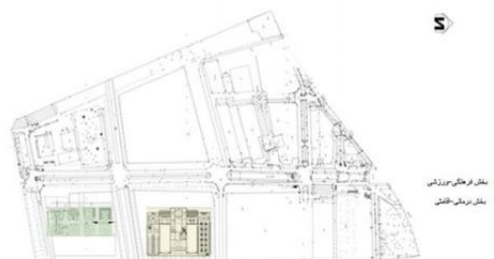
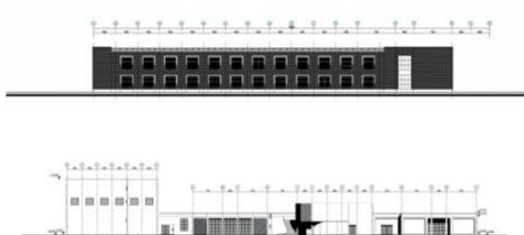
۹- بررسی چند نمونه از مراکز توانبخشی

۹-۱- مرکز توانبخشی استان فارس

مراکز توانبخشی استان فارس در شیراز واقع گردیده و به درخواست بنیاد امور ایثارگران و جانبازان استان فارس در شرکت مشاور کریاس بنا توسط مهندس جعفرپور و قدسی و مشیرزاده در سال ۱۳۸۶ طراحی گردیده است.

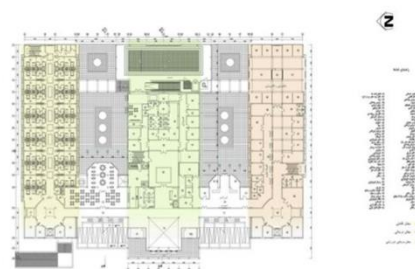
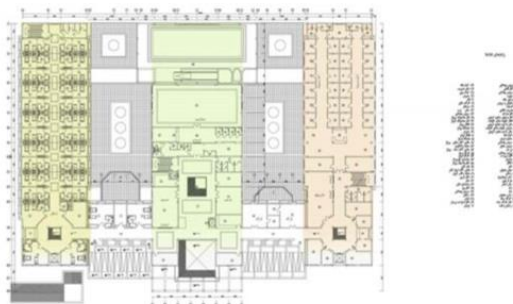
سایت پروژه باغی به مساحت ۷ هکتاری است. این مرکز دارای بخش‌های اقامتی و درمانی و فرهنگی و ورزشی می‌باشد که به صورت دو ساختمان مجزا از یکدیگر می‌باشد که یکی بخش اقامتی و درمانی و دیگری فعالیت‌های ورزشی و فرهنگی را شامل می‌شود. به طوری که مراکز توانبخشی به صورت مستقل و بقیه خدمات فرهنگی و ورزشی نیز به طور مستقل به سایت سرویس می‌دهند تا عموم مردم نیز از این مجموعه استفاده کنند.

این مجموعه بر اساس الگوهای استان فارس به صورت حیاط مرکزی طراحی گردیده و هندسه مربع و مستطیل می‌باشد. فضاهای خالی و پر به صورت مستطیل شکل گرفته‌اند. بخش درمانی در بال جبهه جنوبی شکل گرفته است. بال میانی که در واقع به هر دو بخش سرویس می‌دهد بخش درمانی و ورزشی می‌باشد. بالی که در جبهه شمالی قرار گرفته بخش اسکان در دو طبقه تعبیه شده است. سهولت دسترسی در خارج و داخل ساختمان با سازماندهی فضایی مناسب به نحوی که دسترسی آسان و راحت به همه فضاها و تجهیزات، امکان‌پذیر باشد. راهروهای این مراکز با رنگ روشن و مات رنگ‌آمیزی شده که نور طبیعی را منعکس نمی‌کند.



تصویر ۵: نماهای مجموعه توانبخشی استان فارس

تصویر ۴: سایت پلان مجموعه توانبخشی استان فارس

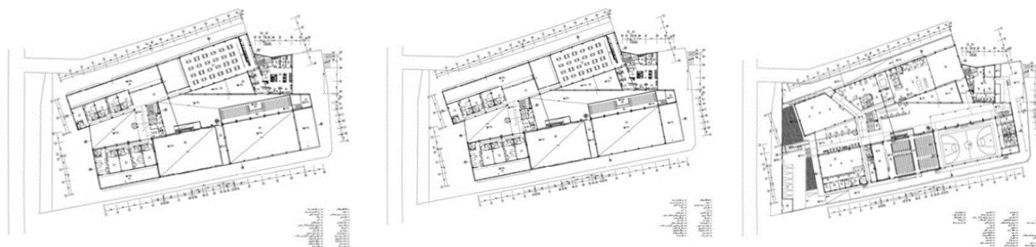


تصویر ۶: پلانهای مجموعه توانبخشی استان فارس

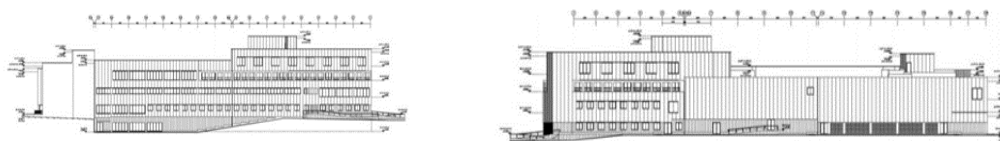
۹-۲- مرکز توانبخشی استان گلستان

مرکز توانبخشی استان گلستان به درخواست سازمان مسکن و شهرسازی گلستان در شرکت مهندسی مشاور معمار و شهرساز توسط مهندس جودت و همکاران در سال ۱۳۸۶ طراحی گردیده است. این مرکز دارای بخش‌های درمانی و اقامتی و فرهنگی و ورزشی می‌باشد. شکل ساختمان به صورت دو مستطیل متقاطع می‌باشد که در محل برخورد از یک پاسیو مثلثی شکل استفاده شده جهت نورگیری ساختمان قرار دارد. در جبهه شمالی بخش هیدروتراپی، استخر و سونا قرار دارد. در جبهه جنوبی بخش اداری، موزه، سالن نمایش و همایش، سالن چند منظوره قرار دارد. این مجموعه شامل امکاناتی همچون کتابخانه، کلاس‌های آموزشی، اینترنت، اقامتگاه معلولان، سالن غذاخوری می‌باشد. وجود فضای سبز بیرون و سایه‌اندازه‌ی درختان در محوطه و طراحی فضای

کوچک برای استراحت در کنار فضای سبز و بخش یکنواخت نور در فضاهای داخلی و استفاده از رنگ‌های گرم به منظور شادابی معلولین در نظر گرفته شده است.



تصویر ۷: پلانهای مجموعه توانبخشی استان گلستان



تصویر ۸: نماهای مجموعه توانبخشی استان گلستان

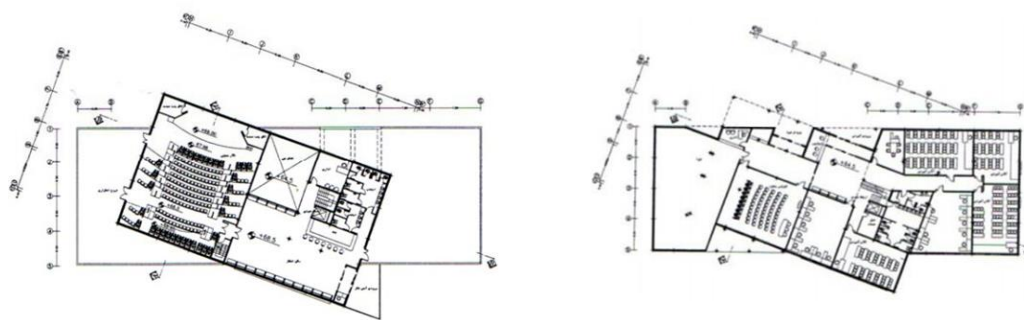
۹-۳- مرکز توانبخشی استان همدان

مرکز توانبخشی استان همدان توسط شرکت مهندسين معمار - محاسب و شهرساز در سال ۱۳۸۷ طراحی گردیده است. این مرکز شامل بخش های اقامتی و درمانی و فرهنگی و ورزشی می باشد و عملکردهای مختلف در سایت پراکنده شده است که هر بخش ریز فضای خود را شامل می شود. بخش ورزشی و اقامتی و توانبخشی در جبهه شمالی سایت و بخش آمفی تئاتر، رستوران، نمازخانه و کتابخانه و اداری در جبهه جنوبی قرار دارد. بخش اقامتی در طبقه همکف و اول و دوم سوئیت ها و در طبقه سوم سالن غذاخوری و در زیرزمین انبارها و پارکینگ ها قرار دارد. بخش فرهنگی در طبقه همکف سالن کنفرانس، کلاس های آموزشی و موزه و در طبقه اول تالار همایش و آمفی تئاتر قرار دارد. بخش ورزشی در طبقه همکف هیدروترابی، استخر و سونا، سالن چندمنظوره و در طبقه اول ژیمنازیوم، اتاق مربیان و داوران، مدیریت و بوفه قرار دارد.

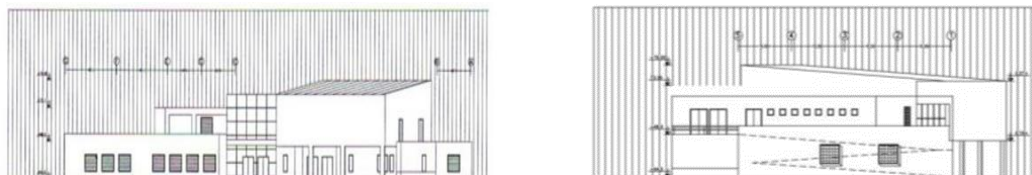
عملکرد صحیح و منطقی با استفاده از ارتباطات ساده و صحیح پاسخگوی نیاز مجموعه بوده و بازدهی فعالیت های روزانه را به حداکثر افزایش می دهد. ایجاد دسترسی آسان به مکان های اصلی مجموعه و ارتباط عناصر مختلف با یکدیگر به نحوی که مزاحمتی برای سایر قسمت ها ایجاد نمی نماید. تفکیک سیستم عبور و مرور سواره از پیاده به نحوی که پیاده روندگان با حداقل تداخل با ترافیک سواره مجموعه می توانند به راحتی با مکان های موردنظر ارتباط برقرار نمایند. از پنجره های دوجداره برای جلوگیری از جریان باد و گرما در این مجموعه استفاده شده است.



تصویر ۹: سایت پلان مجموعه توانبخشی همدان



تصویر ۱۰: پلانهای مجموعه توانبخشی همدان

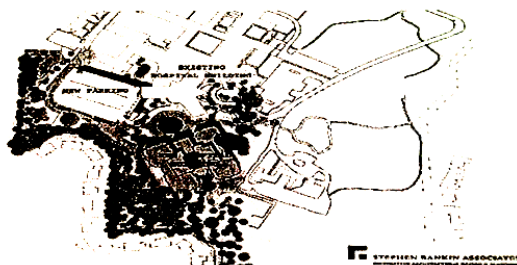


تصویر ۱۱: نماهای مجموعه توانبخشی همدان

۴-۹- بیمارستان مارین جوی

ساخت بیمارستان بیمارستان مارین جوی در ۸ جولای ۲۰۰۳ آغاز شد. این بیمارستان بخشی از موسسه خدماتی Wheaton (Franciscan WFST) است و در Wheaton بخش حومه ای از شیکاگو آمریکا واقع شده است. WFST نهادی است برای بیش از ۱۰۰ بخش خدماتی درمانی در چهار ایالت. بنیان جدید بیمارستان با مساحت ۱۷۵,۰۰۰ فوت مربعی به جای یک پارکینگ موجود ساخته شد تا فضای باز حفظ گردد. این بیمارستان ۱۲۰ اتاق با الحاقات لازم دارد به همراه پارکینگ ویژه معلولین، این پروژه جامع فضایی برای توانبخشی معلولین پدید خواهد آورد و بیمارستان موجود به صورت یک درمانگاه الحاقی برای درمان های خارج از بیمارستان خود ادامه خواهد داد. بیمارستان جدید مارین جوی در مجموعه ای سرسبز به مساحت ۶۴/۵ آکر واقع شده است. و با کاشت درختان جدید ایجاد آبگیرها و دیگر عناصر تأثیرگذاری در طراحی منظر زیباتر ظاهر می شود. بیماران می توانند از فضای بیرون بیمارستان لذت ببرند و یا در باغ قدم بزنند.

درون ساختمان سه طبقه، هر طبقه متعلق به حوزه درمانی خاص است و مراکز پرستاری نیز در دست ساخت است. وجود ۱۲۰ اتاق مجزا یا حمام و دوش کامل به خلوت و راحتی این بیمارستان جدید می افزاید. دیگر بخش های الحاقی آن عبارتند از: سوئیت اطفال به همراه فضای درمانی، نمازخانه جدید، اتاق دیتیشن، مرکز بهبود و محل اقامت برای مهمانان در طول شب. بخش های ویژه شامل شنیدار درمانی، آب درمانی، توانبخشی، فیزیوتراپی، حرفه درمانی، درمان درد، روان درمانی، گفتار درمانی، درمان صدا و بلعیدن و ... می شود. به منظور اسکان بهتر بیماران خارج از مرکز این بیماران جدید سه طرح نوسازی را در دست انجام دارد: درمانگاه های پزشکی، توانبخشی، جامع روزانه و درمان های تک خدماتی.



بیمارستان توانبخشی Marian joy

تصویر ۱۲: سایت پلان بیمارستان توانبخشی مارین جوی، منبع: طالبیان، آتشی و نبی زاده، (۱۳۹۳).

در جدول زیر به بررسی متغیرهای محیطی مطرح شده در نمونه های موردی پرداخته شده است:

جدول ۲: متغیرهای محیطی مطرح شده در نمونه های موردی، منبع: نگارنده

نام مرکز	مصالح	فضای سبز	مسیریابی	تهویه و گرمایش	نورورنگ	صدا و اکوستیک	تزیینات جزئیات
مرکز توانبخشی استان گلستان	کف پوشهای مرغوب و غیر براق از جنس با کیفیت	وجود فضا سبز بسیار زیبا و مبلمان مناسب کنار فضای سبز	خلاقیت در طراحی فضا به دلیل نیاز به تنوع و پویایی	در بخش های حمام و سرویس های بهداشتی از هواکش های جذب کننده رطوبت استفاده شده است.	دیوارها و سقف ها به رنگ روشن رنگ آمیزی شده است.	نحوه قرارگیری ساختمان در سایت به گونه ای است که از آلودگی صوتی محیط دور است.	بخش یکنواخت نور در فضاها
مرکز توانبخشی استان فارس	طراحی پرهیز از طراحی المان های داخلی با گوشه های تیز و مبلمان مناسب برای استفاده کننده	طراحی فضای سبز و سایه اندازی درختان در محوطه	ساماندهی فضایی و سهولت دسترسی	استفاده از سیستم گرمایش از کف	نحوه قرارگیری ساختمان در سایت به نحوی که در همه جهات پنجره تعبیه شده است	استفاده از بام سبک	استفاده از رنگ های گرم برای نشاط و شادابی مراجعین
مرکز توانبخشی استان همدان	استفاده از کفپوش هایی از جنس باکیفیت	طراحی فضایی استراحت در کنار فضای سبز	خوانایی و قابل تشخیص بودن فضاها	استفاده از سیستم گرمایش از کف	راهروهای مرکز با رنگ روشن و مات رنگ آمیزی شده که نور طبیعی و غیر طبیعی را منعکس نمی کند.	نصب صداگیر در پشت سقف به منظور جلوگیری از انعکاس صدا در فضا	وجود میله های حفاظتی در طول راهروها و مسیرها برای حفظ تعادل معلولین
بیمارستان مارین جوی	استفاده از مصالح مرغوب و با کیفیت و مقاوم	کاشت درختان جدید و ایجاد آبگیر و دیگر عناصر طراحی منظر	راهروها با شیب مناسب جهت عبور صندلی چرخدار	درجه حرارت مناسب در ساختمان	نورپردازی به وسیله چراغ های سقفی صورت گرفته است.	طراحی پوسته خارجی مرکز در جهت جلوگیری از ورود صدا	درهای ورودی به صورت دو طرفه بازشو و بدون آستانه طراحی شده است.

۱۰- تجزیه و تحلیل اطلاعات

افراد معلول به دلیل ویژگی های جسمی و روحی خاص که نیازمند توجه ویژه ای در زمینه مناسب سازی محیط خود دارند نتایج ارائه شده در این پژوهش کیفی می باشد. از مهم ترین عوامل تأثیرگذار بر کیفیت محیط طراحی شده برای معلولین جسمی - حرکتی می توان به طور کلی به موارد زیر اشاره کرد:

عامل سهولت دسترسی در خارج و داخل به متغیرهای دسترسی آسان و راحت به همه فضاها و تجهیزات موردنیاز، مقیاس و تناسب های فضای داخلی و همخوانی، آنها با ناتوانی جسمی - حرکتی معلولین و خوانایی و قابل تشخیص بودن فضاها در ارتباط است.

عامل خدمات رفاهی - تفریحی - هنری که در برگزیده فضاهای فرهنگی مانند تئاتر و موسیقی و ... فضاهای تندرستی و سلامت، فضاهای ورزشی مانند زمین های ورزشی، استخرهای آب درمانی و ... فضاهای خدماتی و عمومی و فضاهای سبز می باشد.

عامل رنگ آمیزی و نورپردازی با متغیرهای اجتناب از استفاده رنگ های هم طیف کنای یکدیگر، اجتناب از استفاده از رنگ ها در کنار هم ایجاد کنتراست، استفاده از رنگهای متضاد، پخش یکنواخت نور در فضا، استفاده از رنگ های گرم به منظور شادابی و نشاط معلولین، ایجاد حس امنیت برای افراد معلول، اجتناب از ایجاد سطوح انعکاس دهنده ی نور خورشید یا نور چراغ و استفاده از فضای واسطه در ارتباط است.

عامل تعاملات اجتماعی و مفرح زایی فضاهای داخل و بیرون با متغیرهای سایه اندازی درختان، طراحی فضای استراحت در کنار فضای سبز، وجود فضاهای کوچک برای استراحت در خارج از ساختمان، وجود حوضچه کم عمق یا جوی در فضای باز، وجود مبلمان در فضای باز مثل نیمکت، سطل آشغال و ... در ارتباط است.

جدول ۳: ارائه راهکارها و پیشنهادات طراحی، منبع: نگارنده

متغیرها	ارائه راهکارها و پیشنهادات طراحی
گرمایش و تهویه	تعبیه پنجره رو به روی یکدیگر تا جریان هوا ایجاد شود. گرمایش از نوع گرمایش از کف تعبیه شود. موقعیت استقرار ساختمان در سایت که بتوان در همه جهات پنجره تعبیه شود. (یعقوبلو و جانی پور، ۱۳۹۴). دریچه‌های بالا و پائین در اتاق گنجانده شود به منظور تسهیل تهویه طبیعی.
فضای سبز	می توان با استفاده از کاشت دارای تضاد در رنگ و بافت، به عنوان محرکهایی برای افراد دارای اختلالات بینایی استفاده کرد. ایجاد باغ و تأکید بر حضور فضای سبز، موسیقی و... در محیط. ایجاد مسیرهای متنوع برای پیاده روی (بیات، ۱۳۹۳).
مسیریابی	ترتیب دهی فضایی به ناحیه های سازماندهی شده ایجاد خلاقیت در طراحی فضا به دلیل نیاز به پویایی و تنوع در فضاهای درمانی استفاده از رنگ فرش و مسیر فضاها به سمت یکدیگر (Mostafa, 2014) یک طرح خوب برای سایت برای فراهم کردن خدمات مختلف
صدا و اکوستیک	فرشینه کف ساختمان به منظور جذب اصوات توجه به محل قرارگیری ساختمان پوسته خارجی ساختمان نصب صداگیر در پشت سقف به منظور جلوگیری از انعکاس صدا استفاده از نازک کاری های زیر برای دیوارها (یعقوبلو و جانی پور، ۱۳۹۴).
رنگ و نور	دیوارها و سقف با رنگ روشن رنگ آمیزی شوند به جهت روشن شدن اتاق ایجاد امکانات برای کنترل روشنایی، گرما و سرمای اتاق استفاده از کلید تنظیم کننده نور برای تأمین نور مورد نیاز نورپردازی فضاهایی که در محوطه خارجی ساختمان که بیشتر استفاده می شود. (کریمی، ۱۳۸۶)
مصالح	استفاده از مصالح غیر لغزنده و مقاوم در کف توجه به مقیاس، استانداردها و ضوابط در طراحی کلیه فضاها و مبلمان استفاده از رنگ و نور به عنوان هدایت گر به سمت فضاهای مورد نیاز کفپوش استفاده شده از نوع براق نباشد و نور را منعکس نکند. (یعقوبلو و جانی پور، ۱۳۹۴). استفاده از المان های طراحی داخلی همچون مبلمان مناسب
جزئیات و تزئینات	صندلی ها یا مبلمان هایی که در ارتفاع سطح نشیمن گاه تا زمین آنها کم باشد. روکش های قابل شستشو مانند چرم به جای روکش های پارچه ای استفاده از رنگ های شاد و ملایم و آرام بخش (بیات، ۱۳۹۳)
مسیریابی	- ایجاد محیط جذاب و تحرک بصری بیماران در جهت ایجاد سرگرمی و پرورش خلاقیت. - ایجاد فضاهای قابل انعطاف در جهت ایجاد حس کنترل و در نتیجه افزایش حس امنیت و آرامش معلولین. - سهولت در تفکیک فضایی برای ملاقات کنندگان و همراهان. - در صورت امکان همه ساختمان ها در یک طبقه قرار بگیرند تا به راحتی توسط افراد معلول در دسترس باشند. - اگر به طبقات برده می شود، طراحی سطح شیب دار برای اتصال طبقات و دسترسی آسان افراد. - طراحی سالن سرپوشیده و فراهم کردن امکانات برای تفریح در هر زمان از سال. - عدم ایجاد وقفه، یکی از اصول روش توانبخشی، در خدمات دهی به کاربران.

نتیجه گیری

ساختمان پناهگاهی است که جسم انسان را از عوامل و نیروهای طبیعی در امان می دارد و در عین حال این پناهگاه باید روح او را نیز در امان بدارد تا بتواند به تعالی و کمال نزدیک شود. درک انسان از محیط بر رفتار او در فضای معماری تأثیر می گذارد طراحی یک مرکز توانبخشی جزئی از عملکرد درمان محسوب می شود. یکی از عوامل مؤثر در بهبود معلولین در فضاهای مراکز درمانی و توانبخشی ایجاد تعامل بین آن و برنامه درمانی اوست. فضای معماری این روند را با استفاده از طراحی مبتنی بر روان شناسی محیطی فراهم می کند و باعث می شود معلولان بتوانند احساس آرامش و امنیت بیشتری داشته باشند و این امر در تصریح روند این افراد بسیار حائز اهمیت می باشد.

- ابکار، غ. زمانی، س. (۱۳۹۲). "بررسی اثر رنگ و نور در طراحی داخلی فضاهای درمانی از منظر کیفیت شفاف بخشی، محیط"، سومین همایش ملی معماری داخلی و دکوراسیون، اصفهان.
- احدی، م. نورائی، پ. (۱۳۹۳). "مطالعه تطبیعی ارتقاء ایمن سازی شبکه معابر شهری برای معلولان و افراد کم توان جسمی - حرکتی، فصلنامه مطالعات مدیریت ترافیک، شماره ۳۳ -
- اسلامی نسب، ع. (۱۳۸۲). "روانشناسی معلولین"، چاپ و نشر بنیاد، چاپ اول.
- اسناد بنیاد شهید امور ایثارگران، مهندسین مشاور مهرآز آداک پارس.
- بیات، م. بیات، م. (۱۳۹۳). "معیارهای روانشناسی محیط در محیط های درمانی"، دومین کنگره بین المللی سازه، معماری و توسعه شهری، دبیرخانه دائمی کنگره بین المللی سازه، معماری و توسعه شهری، تبریز.
- برقی، طاهره و نخعی، ج. (۱۳۹۴). "تدوین و فرایند برنامه ریز کالبدی طراحی مرکز توانبخشی کودکان معلول در قم"، اولین کنفرانس بین المللی انسان، معماری، عمران و شهر، تبریز.
- بخشی، حسن. (۱۳۸۶). طبقه بندی انواع معلولیت ها و نیازهای اجتماعی معلولین.
- پناهی پ، (۱۳۸۶). مکث (نگاهی به زندگی و آثار جانبازان و معلولین آذربایجان)، چاپ اول، انتشارات یاران.
- تقی زاده طاهریان، ن. (۱۳۸۵). "فضاهای ورزشی و طراحی شهری مناسب معلولین"، اولین همایش ملی شهر و ورزش، تهران.
- داورمنش، ع. براتی، سده، ف. (۱۳۸۵). "مقدمه ای بر اصول توانبخشی معلولان"، انتشارات رشد، تهران.
- سراج، مصطفی. (۱۳۸۸). "استانداردهای دسترسی: راهنمای مناسب سازی ساختمان فضاهای عمومی حمل و نقل و تجهیزات"، انتشارات روابط عمومی سازمان بهزیستی کشور.
- سلمان، ناصر. (۱۳۸۸). "لحاظ کردن فاکتورهای روانشناسی در طراحی محصولات صنعتی"، ماهنامه مهندسی خودرو منابع وابسته، شماره ۵، صفحه ۳۸-۵۲.
- طالبیان، نیما، آتشی، مهدی و نبی زاده، سیما. (۱۳۹۳). مجتمع اقامتی، نشر کتابکده کسری، تهران.
- طاهری، ش. قاسمی سپجانی، م. (۱۳۹۵). "نقش معماری داخلی در فضاهای توانبخشی ویژه کودکان با تمرکز بر رویکرد طراحی مبتنی بر شواهد"، اولین همایش سراسری مباحث کلیدی در مهندسی عمران و شهرسازی ایران، گرگان، گروه آموزشی و پژوهش شرکت مهندسی بارو گستر پارس، دانشگاه فرهنگیان استان گلستان.
- عبدی، دانشپور، زهره. (۱۳۸۵). "مناسب سازی محیط شهری برای افراد معلول؛ راهنمای مناسب سازی محیط شهری برای حرکت افرادی با معلولین جسمی - حرکتی و حسی - حرکتی، انتشارات دانشگاه علوم بهزیستی و توانبخشی.
- قائم، گیسو. (۱۳۶۷). "فضاهای شهری و معلولین"؛ مرکز تحقیقات و مسکن.
- کریمی، ویکتوریا. (۱۳۸۶). هنر درمانی، رنگ، فرم، فضا و تأثیرات آن بر گرافیک محیطی بیمارستان کودکان، نشریه رهپویه هنر، شماره ۲، ۵-۱۱.
- مرادی، الف. (۱۳۸۹). "تأثیر عزت نفس و خودکار آمدی و انگیزش پیشرفت بر کیفیت زندگی و رفتار کارآفرینانه زنان جوان: الگویی برای مبتلایان به ناتوانی جسمی - حرکتی"، پایان نامه دکتری، دانشگاه اصفهان.
- مازلو، آبراهام، اچ. (۱۳۷۳). "انگیزش و شخصیت"، ترجمه احمد رضوی، مشهد: انتشارات استان قدس رضوی، چاپ سوم.
- مرکز تحقیقات ساختمان و مسکن، ضوابط و مقررات شهرسازی و معماری برای افراد معلول جسمی - حرکتی. (۱۳۸۳). (ویرایش ۲-۱۳۷۸).
- مردمی، ک. هاشم نژاد، پور رحیم آباد، ک. باقری، م. (۱۳۹۰). "معماری مسیریابی: طراحی فرآیند مسیریابی در معماری بناهانی درمانی"، نشریه هنرهای زیبا، معماری و شهرسازی، شماره ۴۸، ۴۵-۵۶.
- مهلبانی، گ. صالح آهنگر، م. (۱۳۹۲). "تأثیر رنگ در طراحی بخش بستری بیمارستان ها"، نشریه علمی پژوهشی انجمن علمی معماری و شهرسازی ایران، شماره ۶، ۷۵-۶۱.
- مطلبی، م. (۱۳۸۰). "روانشناسی محیطی دانشی نو در خدمت معماری و طراحی شهر"، مجله هنرهای زیبا، دوره ۱۰، شماره ۰ - شماره پیاپی ۹۹۲، زمستان.
- مردمی، ک. هاشم نژاد، ه. باقری، م. پور رحیم آباد، ک. (۱۳۹۱). "ملاحظات طراحی و معماری در کاهش آلودگی صوتی محیط های درمانی"، محیط شناسی، سال سی و هشتم، شماره ۴، ۱۴۱-۱۵۴.
- مجیدی، ف. تیموری، س. (۱۳۹۰). "مطالعه موردی خیابان چهار باغ جهت اصلاح دسترسی جانبازان و معلولین (جسمی - حرکتی)"، طب جانباز.
- مستقیمی، س. جبرائیلی، ز. غفرانی، س. (۱۳۹۵). "آسیب شناسی قوانین حقوق معماری معلولان در ایران، سومین کنفرانس علمی و پژوهشی افق های نوین در علوم جغرافیا و برنامه ریزی معماری و شهرسازی ایران"، انجمن توسعه و ترویج علوم و فنون بنیادین، تهران، به نقل از مجلس شورای اسلامی، ۱۳۸۳.
- نودهی، مقدم، افسون. (۱۳۷۲). "مبانی توانبخشی"، زیر نظر دکتر محمدتقی جغتایی، انتشارات دانشگاه علوم بهزیستی و توانبخشی، تهران، چاپ اول.

- نظم ده، ک. (۱۳۸۱)، "تأثیر ورزش بر یکپارچه سازی اجتماعی افراد معلول"، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علوم بهزیستی و توانبخشی.
- یعقوبلو، ع. جانی پور، ب. (۱۳۹۴)، "بررسی نقش مؤلفه های طراحی محیطی در فضاهای توانبخشی آموزشی کودکان اتیستمیک در راستای توسعه پایدار"، سومین کنگره بین المللی عمران، معماری و توسعه شهری، دبیرخانه دائمی کنگره عمران، معماری و توسعه شهری، دانشگاه بهشتی تهران، تهران.
- Bonnet. S. (2014), physical Rehabilitation center: Architectural programming Hand book, International committee of the Red cross, Geneva, Switzerland.
- canter, D, and craik, k. (1981), Environmental physiology Journal of Environmental physiology 1: 1-11.
- Dutro, A.R (2007), Light Image therapy in the Health care Environment, East Tennessee state university, Dissertation.
- Heckel, P.F. (2003), "Beyond the wheelchair", Master thesis, university of Cincinnati.
- Mostafa, M. (2008). An Architecture for Autism: concepts of Design International for the Autistic user, Arch net – IJAR: International Journal of Architecture Research, 2(1), 189-211.
- Motalebi ESFidvajani, Ghasem. (1998), "Picture as Real Environment in Research. "PP 141-156.
- Phiri, M. (2003), one Room 0 theory and practice: An evaluation of the Leeds Nuffield Hospital university of Sheffield, NHS Research Projects, School of Architecture, Arts tower, Sheffield.

بررسی عنصر آرامش در جذب مخاطبان برنامه‌های دینی رادیو

تاریخ دریافت: ۹۸/۰۴/۲۳

تاریخ پذیرش: ۹۸/۰۵/۲۴

کد مقاله: ۹۱۴۷۳

مسعود نیک‌روش^۱، فاطمه میناخانی^۲

چکیده

رسانه‌ها همواره برای تثبیت حضور خود و تداوم فعالیت‌هایشان در سپهر ارتباطات نوین، به عنصری کلیدی به نام مخاطب و همچنین اعتماد او نیازمندند. رادیو نیز به عنوان یک رسانه گرم و اثرگذار، تاکنون حیات خویش را بر همین مبنا از دست نداده و با توجه به ویژگی‌های منحصر به فرد خود از جمله سهولت دسترسی و قدرت نفوذ بالا، جایگاهش را در میان رسانه‌های پرمخاطب دنیای امروز حفظ کرده است. در این بین، بررسی عنصر مخاطب در برنامه‌های دینی رادیو دارای اهمیتی مضاعف خواهد بود؛ چراکه برنامه‌سازان این حوزه امکان بهره‌مندی از تمامی ظرفیت‌های ممکن برای جذب مخاطب را نخواهند داشت و از برخی جهات در مضیقه هستند. لذا در پژوهش پیش‌رو سعی شد تا ضمن لحاظ این محدودیت‌ها و با استفاده از روش اسنادی و نیز بهره‌گیری از داده‌های پیمایشی موجود، راهبرد موثر نگه‌داشت مخاطبان فعلی و جذب مخاطبان جدید در عرصه برنامه‌سازی دینی مورد مطالعه قرار گیرد تا بدین‌وسیله گامی نو در راستای رسالت اصلی این فعالیت‌ها که همان ابلاغ پیام دین به مخاطبان است، برداشته شود. تحقیق و مطالعه صورت‌گرفته این نتیجه را به دنبال داشت که به طور معمول، مخاطبان در انتخاب برنامه‌های رادیویی، به نیازهای روحی خود توجه کرده و در پی تأمین آن از طریق استماع محتوای رادیویی هستند. بنابراین برنامه‌سازان دینی رادیو می‌توانند با عرضه صحیح و شایسته کارکرد دین که همان ایجاد رضایت و آرامش درونی از طریق ایجاد تغییر در بینش و رفتار مخاطبان است، آن‌ها را به صورت پایدار به این دست از برنامه‌ها متعهد و علاقه‌مند سازند و از به کارگیری شیوه‌های جذب کوتاه‌مدت نیز همچون استفاده از موسیقی، کمدی و ... بی‌نیاز گردند.

واژگان کلیدی: رادیو، دین، مخاطب، آرامش، جذب

۱- دانشجوی مقطع کارشناسی ارشد رشته علوم ارتباطات اجتماعی دانشگاه صداوسیما (قم)، AlaviAli99@yahoo.com

۲- دانشجوی مقطع دکتری رشته حکمت متعالیه دانشگاه فردوسی (مشهد)

۱- مقدمه

امروزه گستردگی رسانه‌های نوظهور منجر به گشوده شدن افقی جدید در عرصه فناوری اطلاعات شده و مفهوم «عصر نوین ارتباطات» را به دایره واژگان جامعه جهانی افزوده است. عصری که در آن، رسانه‌ها روزه‌روز در حال تحول و نوآوری هستند و مخاطبان خود را از سویی به سویی دیگر می‌کشند. جذابیت و کارایی رسانه‌های نوین امروزی به حدی چشم‌گیر است که گاه مخاطب، رسانه‌های پیشین را به کلی به دست فراموشی سپرده و تمام آن چه را که از ارتباط می‌خواهد از ابزارهای نوین رسانه ای مطالبه می‌کند. در این بین، برخی رسانه‌های باسابقه، با وجود کاسته شدن از مخاطبین‌شان اما کماکان از میان خود در گستره عظیم رسانه‌های موجود دفاع کرده و به واسطه ویژگی‌ها و امتیازات خاصی که دارند مخاطب را به بهره‌گیری و استفاده از خود ترغیب می‌کنند. یکی از این رسانه‌های پرسابقه که با وجود هم‌زیستی در روزگار رسانه‌های نوظهور، همچنان حیات خویش را از دست نداده و بر نقش خود در ارتباط و انس گرفتن با مخاطب اصرار می‌ورزد، رادیو است. رسانه رادیو به لطف برخورداری از ویژگی‌ها و امتیازاتی همچون سهل الوصول بودن و اثرگذاری بالا، از اضمحلال و یا انحلال خود در سایر رسانه‌ها جلوگیری کرده و جایگاه خود را به عنوان یک رسانه گرم و مستقل حفظ نموده است. از همین رو است که اعتماد مخاطب به رادیو، به عنوان عامل حیات رسانه، از دست نرفته و هنوز می‌توان مخاطبین بسیاری را یافت که بخش زیادی از اوقات روزمره خود را به شنیدن محتوای رادیویی صرف می‌کنند. آن چه که در این شرایط، مهم جلوه می‌کند و می‌توان آن را به عنوان یکی از مؤلفه‌های استمرار نگاه و توجه مخاطب به رادیو برشمرد، نوع برنامه‌هایی است که از طریق امواج رادیویی به روی آنتن می‌روند. به عبارت دیگر میزان علاقه مخاطب به برنامه‌های رادیویی نقش زیادی در تثبیت و تداوم جایگاه مخاطب خواهد داشت. بنابراین بررسی موضوع و روند ساخت برنامه‌ها از یک سو و واکاوی بازخوردها از سویی دیگر همواره مورد تأکید سازندگان برنامه‌های رادیویی است تا بدین واسطه درک صحیحی از میزان اثرگذاری و رضایت مخاطبین از برنامه‌های پخش شده به دست آید و در ادامه مسیر مورد توجه قرار گیرد.

یک قسم از برنامه‌هایی که همواره از اهمیت خاصی برای مدیران و مخاطبان رادیو برخوردار می‌باشد عبارت است از برنامه‌های دینی و معارفی. سازندگان این برنامه‌ها به دلیل استفاده از امتیازات ویژه رسانه رادیو، تاکنون فرصت انتقال پیام به مخاطب را از دست نداده و به ارائه محتوای دینی در قالب‌های مختلف می‌پردازند اما با این وجود، به دلیل عدم امکان بهره‌مندی از تمامی ظرفیت‌های رادیو در برنامه‌سازی دینی، همواره در جذب و نگه‌داشت مخاطب با مشکلاتی رو به رو بوده‌اند. این امر باعث شده است که مخاطبین برنامه‌های دینی به صاحبان ذائقه‌هایی خاص و منحصر به فرد، محدود شوند و جذب مخاطب جدید در این حوزه، با دشواری‌های خاصی همراه باشد. از همین رو با توجه به کاهش بخش گسترده‌ای از مخاطبین رادیو به دلیل پیدایش رسانه‌های نوین و نیز نبود امکان استفاده از تمامی ظرفیت‌های رادیو در برنامه‌های مذهبی، شناخت و کشف راه‌هایی که بتواند موجب تعلیق و پایبندی مخاطبین فعلی برنامه‌های دینی رادیو شده و علاوه بر آن به افزایش دنبال‌کنندگان این دست از برنامه‌ها منجر شود از اهمیت خاصی برخوردار است. به بیان دیگر از آن جا که رویه حاکم در دنیای ارتباطات، بر زوال رسانه‌های بدون مخاطب تأکید دارد، ضروری است تا با استفاده از شیوه‌هایی نو و متفاوت، مانع از آن شد که مجموعه‌ای از عوامل، موجب انزوای برنامه‌های دینی رادیو و هدررفت یکی از بهترین فرصت‌های تبیین و نشر معارف اسلامی در جامعه شده و آن را به سمت از دست رفتن مخاطبین کنونی اش سوق دهند. لذا در این پژوهش قصد داریم تا با شناخت و بررسی راهکارهای جذب مخاطبین برای برنامه‌های دینی رادیو، فرصتی که این رسانه در جهت نشر مباحث دینی در اختیار جامعه و سازندگان برنامه‌های رادیویی می‌گذارد را متنتم شمرده و به موثرترین آن‌ها اشاره کنیم.

بر همین مبنا پرسش اصلی این نوشتار را می‌توان اینگونه طرح کرد که شیوه‌های متفاوت و موثر در جذب مخاطبین برنامه‌های دینی رادیو چیست؟ هدف اصلی این مقاله پاسخ به این پرسش است.

سوالات فرعی این پژوهش نیز با محوریت مخاطب و کارکرد موضوعات دینی بدین شرح می‌باشد:

__ هدف مردم از ارتباط با رادیو چیست؟

__ چگونه می‌توان نیازهای مخاطبین را توسط برنامه‌های دینی رادیو پاسخ گفت؟

__ برنامه‌های دینی رادیو در تغییر بینش و رفتار مخاطبان چه نقشی را ایفا می‌کنند؟

۲-پیشینه پژوهش

پژوهش‌هایی که تاکنون از جذب مخاطب برای برنامه‌های رادیو سخن به میان آورده‌اند را می‌توان بر مبنای موضوعات آن‌ها به دو بخش کلی تقسیم بندی کرد: اولاً آن دسته از پژوهش‌هایی که پیشنهادات و مواردی را در راستای جذب مخاطب به صورت کلی ارائه داده‌اند؛ در این بخش از تحقیقات صورت گرفته، علی‌رغم آن که موارد مناسبی در راستای کشش مخاطب به برنامه‌های رادیو وجود دارد اما دسته بندی خاصی که متناسب با سنخ هر برنامه رادیویی باشد وجود ندارد و هر کدام از موارد

پیشنهادی، قابل تعمیم به تمام برنامه‌های رادیویی از جمله برنامه‌های مذهبی نیست به طور مثال می‌توان از مقاله‌ای که با عنوان «عوامل مؤثر در جذب مخاطب در هنر تعاملی با استناد به آثار دنیل روزین» توسط نگار زجاجی و زهرا رهبرنیا نگاشته شده است یاد کرد که در آن از راهکارهایی همچون ایجاد غافل‌گیری و جنبه سرگرمی برای جذب مخاطب نام می‌برد درحالی‌که این موارد مناسب فضای شبکه‌های معارفی رادیو نیست. ثانیاً آن بخش از تحقیقاتی که به طور مشخص بر جذب مخاطب نسبت به برنامه‌های دینی رادیو متمرکز شده است؛ در این بخش با وجود آن که پیشنهادات خوبی طرح شده است اما غالباً بر شیوه‌های جذب کوتاه مدت یا مقطعی همچون اضافه کردن بخش‌هایی به سن برنامه و پیشنهاداتی از این دست، مورد توجه قرار گرفته است مانند مقاله «شنیداری کردن ترجمه‌های قرآن کریم؛ ضرورت رسانه و نیاز مخاطب» که توسط محمد اخگری و شفیقه مافی به رشته تحریر درآمده است و بر ضرورت شنیداری کردن ترجمه قرآن برای مخاطب تأکید دارد؛ این در حالی است که مراد نگارندگان این سطور، توجه ویژه به عرضه شایسته و صحیح کارکرد دین (ایجاد رضایت و آرامش حقیقی) از طریق رادیو و برنامه‌های مذهبی آن است که در نهایت تأثیر آن در جذب مخاطب برای این نوع برنامه‌ها ارزیابی خواهد شد.

۳- روش پژوهش

این پژوهش، از حیث هدف، مقاله‌ای کاربردی است که به روش اسنادی نگاشته شده و در آن تلاش شده است تا علاوه بر مطالعه و بررسی مآخذ به ویژه در حوزه‌هایی همچون کارکرد های دین و نیز مخاطب‌شناسی در رادیو، به داده‌های توصیفی و پیمایشی پژوهش‌های موجود که به حوزه سنجش مخاطبین رادیو و ارزیابی برنامه‌های آن از حیث رضایت‌مندی و اثرپذیری پرداخته‌اند نیز استناد گردد. نتایج این پژوهش برای مدیران و تهیه‌کنندگان صدای جمهوری اسلامی ایران در جهت بهبود کیفی و ارتقاء محتوای برنامه‌های مذهبی رادیو و در نهایت رضایت‌مندی مخاطبین آن‌ها سودمند خواهد بود.

۴- مبانی نظری

وقتی می‌خواهیم یک کنش ارتباطی را توصیف کنیم سئوالاتی به ذهن‌خاطر می‌کند: چه کسی؟ چه می‌گوید؟ از کدام دریچه؟ به چه کسی؟ با چه تأثیری؟ مطالعه در حوزه ارتباطات، گرایش به تمرکز بر یکی از این پرسش‌ها دارد. در سؤال اول موضوع بر سر ارتباط گر است، یعنی کسی که آغازکننده و هدایت‌گر کنش ارتباطی است. به این حوزه از تحقیق اصطلاحاً «تحلیل کنترل» گفته می‌شود. چه می‌گوید در واقع به حوزه «تحلیل محتوا» بازمی‌گردد. کسانی که به مطالعه نوع رسانه جمعی توجه دارند، «تحلیل رسانه» را مد نظر دارند. وقتی که توجه به افرادی باشد که پیام را دریافت می‌کنند به «تحلیل مخاطب» خواهیم پرداخت و اگر بحث بر سر تأثیر پیام باشد به «تحلیل تأثیر» خواهیم پرداخت (رها، ۱۳۹۵). در اینجا کوشش خواهیم کرد که در مورد تحلیل مخاطب رادیو و پیشنهاداتی در خصوص افزایش آن در برنامه‌های دینی بحث کنیم؛ البته پیش از آغاز سخن و تبیین بحث پیرامون راهکارهای جذب مخاطب، لازم است توضیحاتی در خصوص نوع مخاطبین رادیو، معیارهای ایشان در انتخاب برنامه‌های رادیو، رویکردهای برنامه‌سازی در عرصه رادیو و سپس به طور اجمال به برخی از ویژگی‌های رسانه رادیو پرداخته شود؛ مخاطب: مفهوم مخاطب معانی مختلفی دارد و توافق کمی بر سر تعریف آن وجود دارد. آنچه در بررسی مفهوم مخاطب مهم است توجه به نوع مخاطب است: یعنی باید در ارزیابی تأثیر رادیو بر گروه اجتماعی خاصی که پیام برای او تهیه شده است، تأکید نمود. بنابراین در اینجا می‌کوشیم طبقه‌بندی‌ای از مخاطب رادیو ارائه دهیم:

— مخاطب رادیو به مثابه انبوه جمعیت

— مخاطب رادیو به مثابه فراورده

— مخاطب رادیو به مثابه عامل

در مدل اول، مجموعه وسیعی از مردم که به لحاظ زمانی و مکانی از یکدیگر جدا بوده و بطور خودکار عمل می‌کنند فاقد شناخت و یا دارای شناخت اندکی هستند، در نظر گرفته می‌شود. مخاطب‌هایی که نقطه مشترک آنها در معرض رادیو قرار گرفتن است. در مدل مخاطب به مثابه فراورده؛ مردم به عنوان موجوداتی که بر پایه و اساس رادیو رفتار می‌کنند، ملاحظه می‌شوند. این مدل قدرت رسانه برای ایجاد تأثیرات مضر بر روی افراد را مورد تأکید قرار می‌دهد. سؤال اصلی در این مدل این است که رادیو به عنوان یک رسانه با مردم چه می‌کند. در مدل مخاطب به مثابه عامل؛ مردم به عنوان عوامل‌گزینه‌گر و آزاد در نظر گرفته می‌شوند و سؤال اصلی در اینجا این است که مردم با رسانه چه می‌کنند. البته این بدان معنا نیست که مخاطب آزاد از تأثیرات عوامل اجتماعی و فرهنگی عمل می‌کند بلکه طرفداران این دیدگاه معتقدند که کنش مخاطب به میزان قابل توجهی توسط حوزه‌های اجتماعی و فرهنگی تعیین می‌شود (مهدی‌زاده، ۱۳۸۴: ۱۸۹). در نوع دیگری از طبقه‌بندی می‌توان مخاطب را به دو دسته مخاطب فعال و مخاطب منفعل دسته‌بندی کرد. آدامز^۱ در توضیح می‌گوید: «تمایل مردم به روشن کردن یک دستگاه بدون در

1. Adams

نظر گرفتن برنامه، اغلب می‌تواند شاهی از مخاطب منفعل باشد. برعکس تئوری مخاطب فعال این تفکر را که مخاطب بدون هیچ اطلاعی از برنامه و یا با شناختی اندک از آنچه ارایه می‌شود، تصمیم به استفاده از رسانه می‌کند را نمی‌پذیرد. این تئوری فرض می‌کند که بهره‌برداری از رسانه بر پایه نیازهای ویژه و رضامندی مخاطب است (آدامز ۲۰۰۰: ۸۰). در مجموع رویکردهای عمده در مطالعه مخاطب شامل فرض‌هایی صریح یا تلویحی در باره فعالیت مخاطب است و برخی از محققین چیزی بین فعالیت و عدم فعالیت مخاطب را برگزیده‌اند که عنوان مدل ترکیبی را یافته‌است و از میان این نظریات ترکیبی، بیش از همه، دیدگاه تأثیرات محدود شناخته شده‌تر است (ویستر، ۱۹۹۸: ۱۹۹). رویکرد نظری این مقاله و نگاه آن به مخاطب، مبتنی بر نظریه «رضایت مندی» است؛ به این معنا که مخاطب را فعال (و نه منفعل) دانسته و انتخاب و رضایت او را در ساخت برنامه‌ها، دارای اهمیت می‌شمارد. پس از تبیین بحث پیرامون مخاطب (بما هو مخاطب)، نیاز است تا سه رویکرد یا دیدگاه عمده، در حوزه برنامه‌سازی برای مخاطبان برنامه‌ها نیز بیان شود:

۴-۱- رویکرد مصلحت‌گرا

این رویکرد بیشتر مصالح و ضرورت‌ها را در نظر می‌گیرد و جهت آن بیشتر از رسانه به سمت مخاطب است و در آن نصیحت مستقیم وجود دارد. گروه محتواگرایان به مصالح و بایسته‌های مخاطب توجه تام دارند و نیازها و اموال مخاطب را از دریچه‌ی مصالح می‌نگرند و در ارائه‌ی مطالب در برنامه وسواس زیادی دارند و در صورت احساس مواجهه یا تضعیف مصالح ناچار از حذف یا چشم‌پوشی از برخی مطالب هستند. از طرفی دیگر از منظر نظریه‌های ارتباطاتی، این گروه، ارتباطات را از زاویه‌ی گلوله‌ی جادویی نگاه می‌کنند. پیام‌های رسانه‌ای مانند: داروی تریقی به بیمار، خود را به نقطه‌ی موردنظر می‌رساند و تأثیر لازم را خواهند گذاشت. این گروه در ناخودآگاهشان، مخاطب به صورت منفعل حضور دارد و به محض برقراری ارتباط پیام را دریافت کرده و آن را می‌پذیرند.

۴-۲- رویکرد نیاز محور

در این شیوه‌ی برنامه‌سازی تنها به نیازها و امیال مخاطب توجه می‌شود و دغدغه‌ی تعالی مخاطب برای برنامه‌ساز وجود ندارد. گروه فرم‌گرایان به نیازها و گاهی به میل مخاطب خود توجه دارند. از این جهت به ناچار بخش عمده‌ی هم خود را صرف حوایج و نیازهای تاحدودی اولیه و متکی بر غریزه می‌کنند. بنابراین دغدغه‌ی تعالی مخاطبان خود را ندارند. همان‌طور که مارکوزه^۲ در نقد وسایل ارتباط جمعی غربی می‌گوید: «... با تشدید نیازهای کاذب و اصولاً تعیین نیازها رواج مصرف‌گرایی، تولید انبوه، کار بیش از اندازه و ... انسان را از خود بیگانه کرده است و رسانه‌ها با ترویج این شرایط، به شدت به رواج یکسان‌سازی و همسان‌سازی می‌پردازند و تمام عوامل را با سیستم تکنولوژیک، هماهنگ و همسو می‌کنند».

۴-۳- رویکرد نیاز-مصلحت

دیدگاه سومی نیز در برنامه‌سازی وجود دارد که دیدگاه نیاز-مصلحت است. گذر به مصالح مخاطبان از طریق نیازهای آنهاست، شاید از جهت سختی تأمین محتوا و شرایط آن، قابل مقایسه با دو دیدگاه دیگر نباشد و زحمت و تلاش دوچندان می‌طلبد، اما از آن جهت که به نیازها توجه دارد، مطلوب مخاطب است و از آن جهت که خود را به مصالح مخاطب متصل می‌کند، موجب تعالی او می‌شود (نادری نژاد، ۱۳۹۰: ۲۷-۲۸).

همان‌طور که بیان شد همواره یکی از محورهای برنامه‌سازی در رادیو و دیگر رسانه‌ها، توجه به سه اصل میل، نیاز و مصلحت مخاطب است. این پژوهش به طور مشخص بر مقوله نیاز مخاطب و فهم آن از طریق تحقیقات و پیمایش‌های صورت گرفته متمرکز شده است؛ البته می‌توان نتیجه این تحقیقات را به موضوع مصلحت نیز گره زد؛ چرا که نگارندگان این پژوهش مجرا و محل تأمین نیاز مخاطب را در مباحث دینی جست‌وجو می‌کنند و پر واضح است که دین و راهکارهای برآمده از آن، درصدد تأمین نیاز آدمی بر اساس مصالح فردی و اجتماعی او هستند. لذا رویکرد انتخابی این پژوهش در حوزه برنامه‌سازی برای مخاطب را می‌توان به رویکرد نیاز-مصلحت نسبت داد.

۵- رادیو

اگر رسانه‌ای بتواند در وهله اول از قابلیت‌های خاص و دوم از قابلیت‌های عام که رسانه‌های دیگر هم از آن بهره‌مند هستند، نهایت استفاده را بکند، با اطمینان می‌توان گفت که می‌تواند جایگاه خود را در نظام نوین ارتباطات بهبود بخشد. لازمه این کار

1 . Webster
2 . Marcuse

شناخت درست ویژگی‌ها و همه آن عناصری است که در این رسانه دخیل هستند (جوادی یگانه، ۱۳۸۲: ۱۵۵). از همین رو لازم است تا به برخی از ویژگی‌های رادیو که در حفظ جایگاه آن موثر هستند پرداخته شود و مواردی از آن به طور اجمال ذکر گردد. به طور کلی برنامه‌های رادیویی از ترکیب سه عنصر صدا، موسیقی و کلام پدید می‌آیند و نیروی بیانی و ارتباطی خاصی را تشکیل می‌دهند که از بیان مکتوب مطبوعاتی و بیان سینمایی و تلویزیونی متمایز است. در زیر به برخی از این ویژگی‌های برجسته رادیو اشاره خواهد شد: ۱- قابلیت حمل و بهره برداری در هر مکان. ۲- بهره برداری همزمان با انجام فعالیت‌های مختلف. ۳- سرعت انتقال پیام (برخلاف مطبوعات). ۴- وسعت دامنه انتشار (تقریباً در هر نقطه‌ای از جهان). ۵- مقرون به صرفه بودن دستگاه. ۶- امکان استفاده از فرستنده‌های متعدد. ۷- سهولت ضبط برنامه‌ها برای استفاده مجدد. ۸- بکارگیری زبان ساده و سهولت در بهره‌مندی از پیام. ۹- قدرت تاثیر بالا

رادیو یک وسیله نیرومند فرهنگی است که از فرهنگ مایه می‌گیرد و در عین حال خود سبب دگرگونی و تحولاتی در فرهنگ می‌شود. بررسی این تحولات و دگرگونی‌ها و اصولاً نقش فرهنگی رادیو با اندازه‌گیری‌های کمی برنامه‌ها قابل انجام نیست. بلکه تجزیه و تحلیل کیفی و دقیقی را در گفتارها و محتوای برنامه‌ها می‌طلبد. رادیو از فرهنگی مایه می‌گیرد که خود می‌خواهد شنوندگان را که با آن فرهنگ زندگی می‌کنند آموزش دهد. رادیو نمی‌تواند کاملاً جدا از فرهنگی که در جامعه جریان دارد حرکت کند. علاوه‌برندگان پیام نیز منفعل نیستند بلکه عواملی چون پیش‌دوری درباره پیام، استنباط مفاهیم پیام و انطباق پیام با تربیت‌گیرنده در توجه آنها به برنامه‌های رادیو موثر است.

به منظور شناخت نقش و تاثیر رادیو ابتدا می‌بایست رابطه رادیو با مخاطب روشن شود. در واقع باید پرسید نقش مخاطب در اثر رادیو برای تحقق اهدافش چگونه است و چه مؤلفه‌هایی در فعالیت مخاطب باعث افزایش یا کاهش تاثیر می‌شود. پرداختن به این مسائل از یک سو نیازمند شناخت مخاطبان بر پایه میزان استفاده آن‌ها از رادیو با توجه به متغیرهای زمینه‌ای (جمعیت شناختی) برای تعیین تفاوت‌ها در خرده‌گروه‌ها است و از سوی دیگر، این امر مستلزم طبقه‌بندی مخاطبان بر پایه رویکرد آنها به اهدافی است که رادیو در صدد تحقق آن‌ها است. برای درک مخاطبان رسانه لازم است بدانیم که رادیو چگونه با زندگی روزمره مردم تطبیق می‌یابد. شیوه استفاده از رادیو خود می‌تواند از زمینه اجتماعی و فرهنگی‌ای که استفاده از آن را احاطه کرده است، تاثیر پذیرفته باشد. رویکرد ما به مخاطب رویکردی ترکیبی است. مخاطب از رادیو تاثیر می‌پذیرد و تاثیر آن هم کم نیست اما مخاطب منفعل نیست، او با فعالیت خود بر محتوای پیام دریافت شده اثر می‌گذارد و لذا فعالیت او می‌باید ملاحظه شود (مهدی زاده ۱۳۸۴: ۱۸۵). برای بررسی عوامل موثر در میزان افزایش یا کاهش تاثیرات با توجه رابطه میان مخاطب و رادیو می‌توان رابطه «در معرض رادیو قرار گرفتن و پذیرش تغییرات فرهنگی» را مورد بررسی قرار داد. به منظور توضیح اثر رادیو بر نگرش‌ها و ارزش‌ها می‌توان از رویکرد «رضامندی» استفاده کرد. رضامندی به آن‌چه مردم از رسانه می‌خواهند و ارتباط خاصی که با آن برقرار می‌کنند اشاره دارد و فرض اصلی آن لذت و منفعت ویژه‌ای است که مخاطبان از محتوای برنامه انتظار دارند (مارتینز^۱ ۱۹۹۲: ۳۵). به تعبیر دیگر مخاطب فعال است و برنامه را انتخاب می‌کند (پرس^۲ ۲۰۰۳: ۷۹). به‌طور مثال بی‌حوصلگی، انتخاب برنامه‌هایی با محتوای هیجان‌انگیز را تشویق می‌کند و فشارهای روحی مشوق برنامه‌های با محتوای آرامش‌بخش است و حتی یک برنامه ممکن است باعث ارضای نیازهای متفاوت افراد شود. نیازهای مختلف با انواع شخصیت‌ها، زمینه‌ها و نقش‌های اجتماعی افراد مرتبط است (چندلر^۳ ۱۹۹۴: ۸۴). نظریه «رضامندی» واکنشی بود به رویکرد جامعه‌توده‌ای که مخاطب رسانه را منفعل و تحت تاثیر کامل منابع قدرتمند رسانه‌ای می‌دانست. مبتنی بر این نظریه، فرد در استفاده از رسانه انتخاب‌گر است و تاثیری که از رسانه می‌گیرد تحت تاثیر گزینش خود اوست (بارن^۴، ۲۰۰: ۲۵۴). در تئوری رضامندی فرض‌هایی مطرح می‌شوند که عبارتند از:

- ۱- مخاطب تصمیم می‌گیرد که رسانه خاصی مثل رادیو را انتخاب کرده و از آن برای ارضای نیاز خود استفاده کند.
- ۲- مخاطب فعال است یعنی در رفتار خود دارای انگیزه و هدف است.
- ۳- مخاطب در انتخاب برنامه تحت تاثیرات اجتماعی و زمینه روانشناختی محیط خود است.
- ۴- مخاطبان به خوبی قادر هستند دلایل استفاده خاص خود از رسانه را ابراز دارند. به عبارتی مردم به خوبی نسبت به علایق و انگیزه‌هایشان آگاه هستند (مهدی زاده، ۱۳۸۴: ۴ و سعیدیان ۱۳۷۶: ۶۸).

۶- مخاطبین و برنامه‌های رادیو

بر اساس آن‌چه در طلیعه بحث تحت عنوان مبانی نظری مطرح گشت، رویکرد نظری این مقاله و نگاه آن به مخاطب، مبتنی بر نظریه «رضایت‌مندی» است؛ به این معنا که مخاطب را فعال (و نه منفعل) دانسته و انتخاب و رضایت او را در ساخت برنامه‌ها،

1 . Martinez
2 . press
3 . Chandler
4 . Baran

دارای اهمیت می‌شمارد. همواره یکی از محورهای برنامه‌سازی در رادیو و دیگر رسانه‌ها، توجه به سه اصل میل، نیاز و مصلحت مخاطب است. اگر تهیه‌کننده بتواند این مثلث را در برنامه خود لحاظ کند و بر پایه این سه اصل، محتوا را تنظیم نماید، می‌توان گفت، نگاه و توجه مخاطبین را جلب خواهد کرد و مهم‌تر از آن موجب ارتقاء میزان اثرگذاری بر مخاطب خواهد شد. این پژوهش به طور مشخص بر مقوله نیاز مخاطب و فهم آن از طریق تحقیقات و پیمایش‌های صورت گرفته متمرکز شده است؛ که البته می‌توان نتیجه این تحقیقات را از یک سو به مسئله میل و از سویی دیگر به مسئله مصلحت نیز نسبت داد. با این توضیح که؛ همواره میان میل و نیاز مخاطب رابطه تنگاتنگی وجود دارد؛ چرا که در غالب موارد، میل افراد از نیاز آن‌ها به یک موضوع، نشأت می‌گیرد. از سویی دیگر نگارندگان این پژوهش، مجرا و محل تأمین نیاز مخاطب را در مباحث دینی جست‌وجو می‌کنند و پر واضح است که دین و راهکارهای برآمده از آن، درصدد تأمین نیازهای آدمی بر اساس مصالح فردی و اجتماعی او هستند و لذا از منظری دیگر نتیجه این پژوهش را می‌توان مصلحت‌سنجی برای مخاطبان نیز در نظر گرفت.

سازندگان برنامه‌های رادیویی برای فهم بازخورد برنامه‌ها در جامعه و ارزیابی رضایت مخاطبان، می‌بایست در مقاطع زمانی مختلف، از ایشان نظرسنجی اصولی به عمل آورده و میزان رضایت شنوندگان را مورد ارزیابی و سنجش قرار دهند تا از نظرات، انتقادات، نیازها و تمایلات آن‌ها در ادامه مسیر و در تولید محتوای برنامه‌ها بهره‌گیرند. لذا در ادامه سعی شده است تا با استفاده از تحقیقات و پیمایش‌های صورت گرفته، رابطه میان مخاطبین و رادیو و تأثیری که این رسانه بر مخاطبین گذاشته است، بیان شده و تبیین گردد:

در تمام بررسی‌ها و مخاطب‌شناسی‌های رادیویی که در کشورهای گوناگون صورت گرفته، "همانند یک دوست" یکی از اصلی‌ترین دلایل گوش کردن به رادیو می‌باشد. شنوندگان رادیو همواره در جستجوی کانال دلخواه خود هستند که ممکن است در آن کانال یا شبکه نیز برنامه خاصی را تعقیب کنند. به همین علت اکثر شنوندگان رادیو با یک تا سه کانال رادیویی ارتباط خوب و عمیقی دارند. البته شنیدن هر کدام تابع اولییتی است که مورد نظر شنونده است. به همین علت اگر درباره اولویت شنیدن مورد سؤال قرار بگیرند به سرعت پاسخ خواهند داد. علت عمده، همان نوع رابطه میان رادیو و مخاطب یعنی احساس دوستی و نزدیکی است. در بعضی اوقات که برای مخاطب حساسیت خاصی دارد غالباً به رادیویی که گزینه اولش است، مراجعه می‌کند مانند اذان صبح ماه مبارک رمضان (دباغ، ۱۳۹۴: ۹). به نظر گروهی از مردم، رادیو عبارت است از قرائت روزانه برنامه‌های مطبوعات ولی به صورت گسترده‌تر و آسان‌تر، و گروهی دیگر رادیو را وسیله‌ای می‌دانند که در کنار آن به یکباره، گرفتگی و اندوه زدگی را از میان ببرد و خویش را از چنگ دلتنگی و ملال زندگی گریز دهند. این از خود گریختن، سبب می‌شود زندگی عوض شود و انسان خود را به آغوش دنیای افسون‌گرانه و اعجاز‌آمیز توهم بیندازد. بهره‌وران رادیو کسانی هستند که در جریان روز سخت‌ترین کارها را انجام می‌دهند و در جریان کار یا در هنگام آسودگی از کار، مایه نجات آنهاست (اسماعیلی، ۱۳۹۱: ۱۱۴). رسانه رادیو به دلیل ویژگی‌های خاص و بسیار برجسته‌اش، به خاطر ایجاد ارتباط مستقیم در زمانی بسیار کوتاه، نقش مهمی در ساختار و چگونگی زندگی روزمره مردم دارد. رادیو به واسطه باطن گرم و صمیمی خود قادر است با بهره‌گیری از روشی مانند کارکرد اعصاب مرکزی در سطحی وسیع، درون و روح هیجانی و غم‌زده مخاطبان را به سوی آرامش و نشاط سوق دهد. رادیو به واسطه وابستگی‌اش به تخیل و هیجان شنوندگان و برنامه‌سازان، قادر است شرایط تازه و نشاط بخشی را برای شنوندگانش مهیا کند. برنامه‌ساز برای ایجاد فضایی امیدبخش باید بدون تکلف، با صداقت و با پرهیز از واژگان و گفتارهای دشوار، برنامه‌سازی کند؛ به گونه‌ای که قادر به درک و تجسم آن باشد. وجود ارزش‌های فرهنگی، فضیلت هنر و صدای گرم، دل‌نشین و تخیل‌پرداز رادیو، روح شنونده را آرام می‌کند.

همچنین مونس تنهایی و شریک غم‌هایش نیز می‌شود. با توجه به گسترش شدید رادیو و قدرت نفوذش در اذهان، می‌توان ادعانمود که این پدیده بهتر از دیگر رسانه‌ها قادر است در خلق و روح و فکر و اندیشه افراد نفوذ نماید و آنان را به راهی که نشان می‌دهد، رهسپار سازد. لاریه می‌نویسد که قدرت تسلط و نفوذ صدا بطور عمیقی در فرد تأثیر می‌بخشد و او را در حوزه قدرت خود درمی‌آورد. امروزه دانشمندان متفق القولند که رادیو به خوبی می‌تواند در نزدیک کردن افکار و آگاه کردن مردم به مراتب سریع‌تر از سایر وسایل ارتباط جمعی، عمل نماید. رادیو قادر است باعث تنویر اندیشه‌ها شود و در شنوندگان راحتی خیال و آرامش فکری ایجاد نماید. رادیو می‌تواند به گونه‌ای ویژه و خصوصی با مخاطب خود ارتباط برقرار سازد. رادیو به علت شنیداری بودن، حالت انس و رفاقتی را با انسان برقرار می‌سازد که این فرآیند حتی در رسانه‌های نوشتاری و نوظهور نیز پدید نمی‌آید. انسان برای صدایی که می‌شنود، بهترین حالت‌ها و شرایطی را که خود می‌پسندد، تصور می‌کند. بنابراین، مخاطب می‌تواند بهترین ارتباط ممکن با رسانه را در این ابزار رسانه‌ای برقرار سازد. این ارتباط صمیمی و عاطفی با رادیو، گاه به اندازه‌ای می‌رسد که عده‌ای از مخاطبان، از این رسانه به عنوان آرامش قبل از خواب خود استفاده می‌کنند. رادیو و تنهایی، رادیو و تاریکی، رادیو و آرامش ... همه گویای ارتباط ویژه‌ای است که میان رادیو و مخاطبان برقرار می‌شود. یکی از ویژگی‌های رادیو، توانایی برقراری ارتباطی صمیمانه است. زمانی که ابزار ارتباطی حائل ارتباط دو نفر می‌شوند، ارتباط حالتی رسمی و قالبی پیدا می‌کند، ولی رادیو از طریق امواج نامرئی و غیرمحسوس در زمانی کوتاه می‌تواند ارتباطی راحت و صمیمانه با مخاطبش برقرار کند، در واقع برقراری ارتباط

صمیمانه در رادیو، در بین وسایل ارتباط جمعی استثنایی است. رادیو، به درون و عمق نفوذ می‌کند (کشاوری، ۱۳۹۰). "ژان کازنو" ضمن بیان این ویژگی، در توضیح آن می‌نویسد: «حیطه‌ی کلمات و سخن‌ها یا محیط وسیع موزیکی رادیو که شنونده را در خود غرق می‌کند، به‌قول "بچلارد" فیلسوف، تا ناخودآگاه او نفوذ و عمل می‌کند؛ تا او را به آرامشی مطلق یا تخیلی آزاد سوق دهد.» (کازنو، ۱۳۸۷: ۱۳)

برای درک بیشتر اهمیت رابطه رادیو و نیاز مخاطب، علاوه بر آن‌چه تاکنون بیان شد، به تحقیقات میدانی که در این باب انجام و ارائه شده است استناد خواهیم کرد. اولین مورد از این تحقیقات به پژوهشی پیرامون لزوم توجه به نیاز مخاطب تحت عنوان «رادیو، پژوهش و رضامندی مخاطب» نوشته حمیدرضا نجفی و سید محمد دادگران اختصاص دارد که در آن تلاش شده است تا فرضیه "انجام تحقیق برنامه ای در رادیو به جذب و رضایت مخاطب کمک می‌کند" مورد سنجش علمی قرار گیرد؛ در مورد فرضیه تحقیق "انجام تحقیق برنامه ای در رادیو به جذب و رضایت مخاطب کمک می‌کند" با عنایت به نظریه استفاده و رضایت مندی، مخاطب در صورتی جذب برنامه های رادیویی می شود که این برنامه ها بتوانند پاسخگوی نیازهای او باشند و سرانجام رضایت او را در پی داشته باشند و برنامه ای در این جهت موفق است که با عنایت به نیازهای مخاطب از پستوانه علمی و پژوهشی برخوردار باشد تا بتواند به جذب مخاطب کمک کند. با عنایت به جدول ذیل که بیان‌گر موافقت ۵۸ درصد از پاسخ‌گویان و مخالفت ۱/۶ درصد آنان می باشد، فرضیه ما تأیید می‌شود. فرضیه: انجام پژوهش در رادیو در جذب و رضایت مخاطب نقش دارد.

جدول ۱. توزیع فراوانی پاسخ‌گویان برحسب فرضیه

پاسخ	فراوانی	درصد	درصد تجمعی یا تراکمی
کاملاً موافقم	۳۶	۵۸	۵۸
موافقم	۲۱	۳۳/۹	۹۱/۹
نظری ندارم	۴	۶/۵	۹۸/۴
مخالقم	۱	۱/۶	۱۰۰
کاملاً مخالفم	۰	۰	۱۰۰
جمع	۶۲	۱۰۰	
بی پاسخ	۰	۰	
جمع	۶۲	۱۰۰	

جدول فوق نشان می دهد که ۵۸ درصد از پاسخ‌گویان با این فرضیه کاملاً موافق، ۳۳/۹ درصد موافق، ۶/۵ درصد بی نظر و ۱/۶ درصد مخالف هستند. بیشترین پاسخ‌گویان گزینه کاملاً موافق و کمترین آن‌ها گزینه مخالف را انتخاب کرده اند. (نجفی و دادگران، ۱۳۸۹: ۴۳-۴۴).

در پژوهشی دیگر که حاصل نظرسنجی تصادفی از مردم شهر تهران بوده و از سوی مرکز تحقیقات و مطالعات رسانه‌ای همشهری صورت گرفته است، داده های مختلفی در خصوص مخاطبین رادیو به دست آمده که به بخشی از آن‌ها استناد می شود؛ آن قسم از نتایج این نظرسنجی که نشان دهنده دلایل توجه مخاطبین به رادیو است و مورد پرسش پژوهش حاضر است در ذیل نمایش داده خواهد شد: «دلیل انتخاب برنامه‌های رادیویی از طرف پاسخ‌گویان: بر اساس آمار مندرج در جدول، از بین ۵۵۶ پاسخ‌گویی که به رادیو گوش می‌کنند، ۵۰ درصد از افراد، انتخاب برنامه‌های رادیویی را بر اساس علاقه خود انجام می‌دهند.»

جدول ۲. توزیع پاسخ‌گویان بر اساس دلیل انتخاب برنامه

دلیل انتخاب برنامه	تعداد	درصد
علاقه	۲۷۹	۵۰
کسب اطلاعات	۱۹۰	۳۴
سرگرم شدن	۸۷	۱۶
جمع	۵۵۶	۱۰۰

(میترا زاعی و دیگران، ۱۳۸۷)

برآیند تحقیقات میدانی فوق بیان‌گر آن است که مخاطبین رادیو دلایل خویش از دنبال کردن این رسانه را برطرف شدن علایق و نیازهای خود معرفی می کنند. به عبارتی دیگر آن‌چه که مراد مخاطبین از پیگیری برنامه های رادیویی است توجه به

علائق و نیازهای روحی و درونی شان است تا از طریق استماع محتوای برنامه های رادیویی، این نیاز که امکان مرتفع شدن به واسطه سایر رسانه ها را ندارد، از طریق رادیو و برنامه های آن پاسخ داده شود.

بنابراین بر اساس مجموعه تحقیقات صورت گرفته مشاهده می شود که مهم ترین دلیلی که مردم به رادیو گوش می دهند این است که آن ها را به سوی موضوع خاصی جذب می کند و آنچه به دنبال آن هستند را در رسانه های دیگر نمی یابند. به تعبیر دقیق تر، از یافته های تحقیق این گونه استنباط می شود که هدف اصلی مخاطبان از پیگیری رسانه رادیو و برنامه های آن، به ویژه در عصری که تکثر و تنوع رسانه های نوین در آن موج می زند، عبارت است از کسب آرامش و نیل به تسکین درونی. این هدف آن طور که مخاطب به دنبال آن است در دیگر رسانه ها از جمله تلویزیون، مطبوعات، سینما و ... قابل استحصال نیست. مخاطبین رادیو گاه با شنیدن موسیقی و گاه با پیگیری نمایش های رادیویی و گاه با بهره مندی از برنامه های دینی_مذهبی رادیو و یا حتی به جهت ایجاد تنوع و سرگرمی، به جست و جوی هدف گمشده خود یعنی رسیدن به آرامش درونی می پردازند. بر این اساس حتی می توان در کنار دیگر کارکردهای اصلی رادیو از جمله آموزش، اطلاع رسانی، مشارکت اجتماعی و سرگرمی، کارکرد جدیدی را نیز با عنوان «ایجاد آرامش درونی» در نظر گرفت. لذا ضروری است تا برنامه سازان رادیو در تولید محتوا برای مخاطبان این رسانه، به مهم ترین نیاز آن ها یعنی ایجاد آرامش و طمأنینه توجه داشته و از ظرفیت های رادیو در تحقق این مهم با استفاده از شیوه های مشروع و متعارف بهره مند شوند. در این صورت می توان انتظار داشت که مخاطب، با توجه به برآورده شدن خواست و نیاز روحی و ایجاد آرامش حقیقی که در او صورت می پذیرد به آن دسته از برنامه های رادیو که به این نیاز پاسخ می گویند متعهد گشته و به یکی از مخاطبین پایدار رادیو تبدیل شود.

۷- کارکرد مباحث دینی در ایجاد آرامش روانی

دستیابی به آرامش واقعی یکی از خواسته های همیشگی بشر بوده است و در این راستا انسان در طول تاریخ تلاش ها و رنج های بسیاری را به جان دل پذیرفته است. بی شک بخش وسیعی از تلاشهای علمی بشر و کشف رازهای ناگشوده جهان طبیعت به منظور دسترسی به امکاناتی بوده است که آرامش و آسایش را برای انسان به ارمغان آورد؛ ازسوی دیگر مطالعات آکادمیک و تحقیقات روانشناسی پیرامون آرامش و اضطراب و عوامل و موانع هر یک، بخش قابل توجهی از پژوهش های علوم انسانی را به خود اختصاص داده است (عسگری، ۱۳۹۴: ۲). همیشه اضطراب و نگرانی یکی از بزرگترین بلاهای زندگی انسان ها بوده و هست، و عوارض ناشی از آن در زندگی فردی و اجتماعی کاملاً محسوس است و همیشه آرامش یکی از گمشده های مهم بشر بوده، و به هر دری می زند تا آن را پیدا کند. اگر ماهیت و چیستی آرامش به درستی مشخص شود، آنگاه کارکرد دین و آموزه های آن در کسب آرامش بیشتر نمایان خواهد شد. در تعریف آرامش می توان این گونه گفت: آرامش آن احساسی است که در سایه ی اطمینان خاطر و عدم نگرانی نسبت به آینده و غم و اندوه نسبت به گذشته برای فرد پدیدار می شود. به طور کلی آرامش و دلهره، نقش بسیار مهمی در سلامت و بیماری فرد و جامعه و سعادت و بدبختی انسانها دارد و چیزی نیست که بتوان از آن به آسانی گذشت و به همین دلیل تا کنون کتاب های زیادی نوشته شده که موضوع آنها فقط نگرانی و راه مبارزه با آن طرز به دست آوردن آرامش است و اگر تلاش و کوشش انسانها را در طول تاریخ برای پیدا کردن آرامش از طرق صحیح و کاذب جمع آوری کنیم خود کتاب بسیار قطوری را تشکیل می دهد. تاریخ بشر پر است از صحنه های غم انگیزی که انسان برای تحصیل آرامش به هر چیز دست انداخته و در هر وادی گام نهاده و تن به انواع اعتیادها داده است، ولی قرآن با یک جمله کوتاه و پر مغز، مطمئن ترین و نزدیکترین راه را نشان داده و می گوید: بدانید که تنها یاد خدا آرامبخش دل ها است. (رعد، ۲۸). از آن جایی که انسان در زندگی خود با مشکلات و رفتاری های زیادی روبه رو است، بسیاری از روانشناسان به این نتیجه رسیده اند که تنها روزهایی که می تواند آرام و ناراحتی های او را کاهش و تسکین دهد، ایمان به خدا و اعتقاد به یک مبدأ و قدرت مافوق انسانیت است (الهی، ۱۳۹۳: ۱۲۳). به نقل از صانع، (۱۳۵۰). غزالی می گوید، از طریق ذکر، تمامی ترس ها از بین می رود و همه ناراحتی ها از آدم سترده می شود. آنگاه که فرد به یاد خدا می افتد، قلبش مالا مال از رضا می شود، قلبی که آکنده از ترس و یاس بوده است. لطف و توجه پروردگار قلب ذاکر را زیر سایه خود قرار می دهد و انسان به یقین و قاطعیت می رسد که رهایی از ناراحتی های درونی سهل و هموار است و می توان وسوسه ها را در هم کوبیده و تخیلات باطل را از خود دور ساخت (رمضانی زین آباد، ۱۳۹۲). به نقل از قریشی راد، فخرالسادات، (۱۳۸۲). توجه به خدا انسان را دل گرم، اتفاقات را به صلاح و پایان سختی ها را گوش زد و یاد آور می شود که خدا هر وقت لازم باشد به کمک شما خواهد شتافت. این نگاه و این بینش ها هر کدام از ارکان آرامش می باشند. همین نگرش عامل آرامش افراد با ایمان و دین دار است. پیوند و ارتباط میان آرامش روانی و باورها و اعتقادات افراد، غیرقابل انکار است. اسلام به عنوان مجموعه کاملی از باورها و اعتقادات و آموزه های دینی، سعی کرده است در اصطلاح و هدایت فرد و جامعه تلاش کند و تمام رفتارهای انسانی را در سطح فردی و جامعه مورد توجه قرار داده و هدف اصلی اش را سعادت، سلامت و آرامش فردی و اجتماعی انسان ها معرفی کرده است. ادیان الهی از جمله اسلام که دین نهایی و کامل خداوند برای انسان هاست بر این ادعا هستند که به دنبال

سلامت و سعادت انسان‌ها یعنی رسیدن به آرامش فردی و اجتماعی به خصوص سلامت نهایی انسان آمده‌اند. این ادعایی است که دانشمندان تجربی به کمک ابزارهای علم تجربی توانسته‌اند بخشی از آن‌چه دین ادعا کرده و می‌کند، اثبات نمایند و عملاً ثابت شده هر اندازه مردم به دین و آموزه‌های دینی عمل کرده‌اند، از سلامت و آرامش روانی بیشتری برخوردارند. به طور مثال ویلیام جیمز فیلسوف و روان‌شناس آمریکایی می‌گوید: «ایمان نیرویی است که باید برای کمک به انسان در زندگی وجود داشته باشد. فقدان ایمان زنگ خطری است که ناتوانی انسان را در برابر سختی‌های زندگی اعلام می‌دارد.» (جیمز، ۱۳۵۶: ۲۲۰). بنابراین امروزه بیش از هر زمان دیگر نیازمند تفکر و اندیشه در باب تأثیرگذاری تقیدات دینی بر تمامی امور انسانی به ویژه مسایل عاطفی و روحی هستیم به طوری که بسیاری از اندیشمندان و صاحب‌نظران بر این باورند که مذهب تأثیر انکارناپذیری بر سلامت روح و جسم و دیگر ابعاد زندگی بشر دارد (احمدی و دیگران، ۱۳۸۷: ۴ به نقل از مطهری، ۱۳۶۹).

در انتها می‌توان گفت تحقیقات صورت گرفته که حتی دانشمندان غربی به صورت تجربی بدان دست یافته‌اند نیز نشان‌دهنده آن است که کسب آرامش و سکینه قلبی در زندگی پرتلاطم انسان‌ها جز با تمسک به آموزه‌های دینی محقق نمی‌گردد. دین و به طور مشخص دین اسلام کارکرد و هدف ذاتی خویش را بر همین مبنا استوار کرده و ارمغان آرامش را همواره در طول زندگی به انسان‌ها وعده داده است. وعده‌ای که تحقق آن فقط در گرو اعتقاد و التزام به مبانی و هنجارهای دینی پدیده می‌آید. بنابراین اگر شخص یا نهادی در پی هدیه کردن آرامش به انسان‌ها است می‌بایست از این گذرگاه عبور کند. به تعبیر دیگر نیاز بشر به آرامش جز با تمسک به حقیقت دین و آن‌چه مقصود و مراد او است و بدان توصیه کرده، حاصل نمی‌شود و برای پاسخ گفتن به این نیاز و تقدیم آرامش به انسان‌ها ضروری است تا حقیقت دین به بیانی شایسته و در قالبی نیکو بر ایشان عرضه شود.

جمع بندی و نتیجه گیری

هدف اصلی این مقاله، مطالعه و بررسی دلایل توجه مخاطبین به رسانه رادیو و سپس به دست آوردن بهترین راهکار جلب و تعلیق نگاه و توجه مخاطبین به برنامه‌های دینی این رسانه بوده است. اهمیت این مطلب از آن جهت نمود می‌یابد که اگر تا دیروز رهبری و ارشاد انسان بر اساس ارتباط مستقیم بود، در عصر فعلی، با توجه به تنوع رسانه‌های جمعی، هدایت بشر از راه دور و غیر مستقیم است به طوری که در تأیید این مهم، لازارسفلد^۲ و مرتن^۳ از متفکران تأثیرگذار این حوزه می‌نویسند: «وسایل ارتباط جمعی جدید ابزاری بس نیرومند هستند که می‌توان از آن در راه خیر و شر با تأثیری شگرف سود برد و چنانچه کنترل مطلوب وجود نداشته باشد، امکان استفاده از این وسایل در راه شر بیشتر از خیر است» (ستوده، ۱۳۷۳: ۲۰۳). سوالی که همیشه در مدت یک برنامه رادیویی برای عوامل برنامه ساز مطرح است این است که آیا برنامه با مخاطب ارتباط برقرار کرده یا خیر؟ بر اساس یافته‌ها و تحقیقاتی که در حوزه مخاطب شناسی رادیو صورت گرفت، مشخص شد که مطلوب شنوندگان رادیو به دلیل ویژگی‌های منحصر به فرد این رسانه شنیداری، نیل به آرامش و تسکین درونی و ایجاد فضای انس و صمیمیت با آن است. سپس بر این اساس، با استفاده از روش اسنادی، رابطه میان آرامش و آموزه‌ها و تعالیم دینی نیز، مورد بررسی و دقت نظر قرار گرفت تا بتوان از نتایج آن در حوزه برنامه سازی دینی و جذب مخاطبین در این عرصه استفاده کرد؛ که در نهایت مشخص گردید تمسک به حقیقت دین، در جدایی انسان‌ها از اضطرابات زندگی و دست‌یازی به طمأنینه و تزریق آرامش بر روح و ضمیر ایشان، نقشی مهم و بی‌بدیل است. این حقیقت از موارد حائز اهمیتی است که علاوه بر دین مبین اسلام، اندیشمندان غربی نیز مبتنی بر یافته‌ها و تحقیقات تجربی به آن اذعان کرده‌اند که به عنوان نمونه برخی از نظرات آن‌ها در این پژوهش بیان شده و مورد استفاده قرار گرفت. اکنون پس از مشخص شدن یافته‌های بحث که به صورت دو مقدمه فوق بیان شد، می‌توان از نتیجه آن در برنامه سازی‌های دینی رادیو استفاده کرد و بر اساس نظریه "رضامندی" رضایت مخاطبین از برنامه‌های دینی و مذهبی این رسانه جمعی را بالا برده و موجب جذب و جلب نگاه سایر مخاطبین شد. به تعبیر واضح‌تر، با توجه به صغرای بحث یعنی نیاز مردم به آرامش در پیگیری برنامه‌های رادیو و نیز کبرای بحث که به تبیین یکی از مهم‌ترین رسالت‌ها و کارکردهای دین (تزریق آرامش بر پیکره و روح بشریت) می‌پردازد، می‌توان اینگونه نتیجه گرفت که تهیه‌کنندگان برنامه‌های دینی رادیو اگر بتوانند این نیاز جامعه را با استفاده از ارائه صحیح و شایسته مباحث دینی که در نهایت به ایجاد آرامش حقیقی منجر می‌شود، دنبال کنند یقیناً گام بلندی در تعلیق و نگه‌داشت مخاطبان فعلی و نیز جذب مخاطبان جدید برخواهند داشت. ایجاد ارتباط موفق با مخاطب در تمام رسانه‌های دیداری، شنیداری و نوشتاری اصلی‌ترین و مهمترین وظیفه آن رسانه است و این مهم زمانی حاصل خواهد شد که بر اساس هدفی معین و با دادن آگاهی جدید در میزان و نوع اطلاعات گیرنده به منظور تغییر یا اصلاح رفتاری در مخاطب، پیامی از یک منبع یا فرستنده برای مخاطبان ارسال شود و نهایتاً به تغییراتی در گرایش‌های گیرنده و دگرگونی‌هایی در رفتار و کردار گیرنده منجر شود. بنابراین آرامش که کلیدی ترین دلیل رجوع مخاطب به رادیو است، زمانی حاصل می‌گردد که برنامه‌های رادیویی بتواند با استفاده از

1 . James
2 . Lazarsfel
3 . Merton

گزاره های دینی، به سمت تغییر نگرش و جهان بینی افراد به زندگی، حرکت کنند و آرامش حاصل از تزریق این نگاه شایسته و الهی را برای مخاطب به ارمغان آورند. همان طور که ملاحظه گردید اگر برنامه سازان محتوای دینی رادیو بتوانند به خوبی آرامش حاصل از آموزه های دین را به مخاطبان خود عرضه کرده و بر جان ایشان تزریق کنند، می توان گفت که از راه هایی همچون موسیقی و کمدی در جذب مخاطب بی نیاز می گردند. اما راهکارهای عرضه آرامش برگرفته از مباحث دینی، مجالی دیگر می طلبد که در این نوشتار امکان طرح آن میسر نیست.

منابع

- قرآن کریم
- احمدی، محمدرضا، گلزاری، محمود، شاملی، عباسعلی و رسولزاده طباطبایی، سیدکاظم (۱۳۸۷). بررسی ابعاد روان شناختی مناسک حج و تأثیر آن بر سطح دینداری حجاج. *مجله روان شناسی و دین*، ۱(۴)، ص ۴.
- اسماعیلی، محمدجواد (۱۳۹۱). رادیو و ضرورت ترویج سواد اقتصادی. *ماهنامه علمی تخصصی صدای جمهوری اسلامی ایران*، ۱۰(۵۹)، ص ۱۱۴.
- الهی، عباس (۱۳۹۳). آثار روحی و روانی ایمان در قرآن. *مجله قرآن و علم*، ۸(۱۴)، ص ۱۲۳.
- جوادی یگانه، محمدرضا (۱۳۸۲). ویژگی های رادیو و برنامه های آن. *مجله ارتباطات و فرهنگ*. ص ۱۵۵.
- جیمز، ویلیام (بی تا). *دین و روان*. ترجمه: مهدی قاضی (۱۳۵۶). تهران: بنگاه ترجمه و نشر کتاب
- دباغ، علیرضا (۱۳۹۴). هنر تهیه کنندگی در رادیو. تهران: مرکز پژوهش و سنجش افکار
- رمضانی زین آباد، مهدی (۱۳۹۲، ۹ شهریور). تأثیر دین و باورهای دینی در سلامت روانی فرد و جامعه. بازیابی شده در ۱۳۹۸/۱/۹ <http://old.ido.ir/a.aspx?a=1392060908>
- زاغی، میترا، و دیگران (۱۳۸۷، ۱ خرداد). نظرسنجی تلفنی از مردم تهران درباره رادیو. بازیابی شده در ۱۳۹۸/۱/۱ برگرفته از: www.hamshahrionline.ir/news/52582/
- ستوده، هدایت الله (۱۳۷۳). مقدمه ای بر: آسیب شناسی اجتماعی. تهران: آوای نور
- سعیدیان، ایمان، نیکو، مینو و سرکیسیان، وازگن (۱۳۷۶). رویکرد استفاده و رضامندی. *فصلنامه پژوهش و سنجش/پژوهش های ارتباطی*، ۱۱(۴)، ص ۶۸
- عسکری، حسن (۱۳۹۴). راههای رسیدن به آرامش روانی از نگاه قرآن. *همایش ملی اسلام و سلامت روان*. بندرعباس: جهاد دانشگاهی هرمزگان. ص ۲.
- کازنو، ژان (بی تا). *جامعه شناسی وسایل ارتباط جمعی*. ترجمه: ساروخانی، باقر، و محسنی، منوچهر (۱۳۸۷). تهران: اطلاعات
- کشاورز، احمدرضا (۱۳۹۰، ۷ فروردین). تفاوت های رادیو با سایر رسانه های ارتباط جمعی (یادداشت وبلاگ). بازیابی شده در ۱۳۹۸/۱/۵ <http://ahmadk.blogfa.com/post/1>
- مهدی زاده، شراره (۱۳۸۴). تلویزیون، مخاطب و نگرش نو. *مجله جامعه شناسی ایران*، ص ۴.
- نادری نژاد، نعیمه (۱۳۹۰). اصول برنامه سازی خلاق در رادیو و عوامل موثر بر آن. پایان نامه کارشناسی ارشد. گروه تولید و کارگردانی. دانشگاه صداوسیما
- نجفی، حمیدرضا، و دادگران، سیدمحمد (۱۳۸۹). رادیو، پژوهش و رضامندی مخاطب. *فصلنامه رادیو تلویزیون*، صص ۴۳-۴۴.
- Adams, W.G. (2000). How People Watch Television as Investigated Using Focus Group Techniques, *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, Vol. 44, Pp. 78-93.
- Baran, S.J. & Dennis, D. (2000). *Mass Communication Theory*, Thomson learning, Ontario Canada.
- Chandler, D. (1994). Why Do People Watch Television? Uses an Gratification Watching TV, (UWA)
- Martinez, Andrea, "Scientific Knowledge about Television Violence", (1992), *canadian radio-television and telecommunications commission*.
- Press, E. & Ferguson, D. (2003). Audience Activity and the Third Generation of Television, Paper Presented at the Broadcast Education Association National Conference, Las Vegas, April
- Webster, J.G. (1998). The Audience Journal Of Broadcasting And Electronic Media, Vol. 42, Pp. 190- 205

شناخت رابطه بین آگاهی از مقررات راهور و پیشگیری از وقوع جرایم رانندگی: مطالعه موردی شهر کرمانشاه

تاریخ دریافت: ۹۸/۰۵/۰۱

تاریخ پذیرش: ۹۸/۰۵/۳۰

کد مقاله: ۹۲۰۶۹

ادیب شریفی^۱، فرشاد نجفی^۲

چکیده

بقا قانونمندی و پذیرش قانون ریشه در ساختارهای اجتماعی دارد و در رابطه با فرهنگ عمومی جامعه قابل بررسی است. هدف پژوهش حاضر شناخت رابطه بین میزان آگاهی از قوانین و مقررات راهنمایی و رانندگی با پیشگیری از وقوع جرایم راهور در بین شهروندان شهر کرمانشاه است. منطق پژوهش قیاسی و کمی و ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه محقق ساخته بوده است. در این پژوهش، برای محاسبه حجم نمونه آماری لازم از فرمول کوکران استفاده شده است، حجم نمونه پس از محاسبه با استفاده از فرمول کوکران، با توجه به خطای نمونه‌گیری ۰/۰۵ و سطح اطمینان ۰/۹۵ با آماره مجذور کای برای یک درجه آزادی، مقدار $n=384$ است. برای پردازش اطلاعات، از نرم‌افزار آماری SPSS استفاده می‌شود. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد از هشت فرضیه مورد بررسی، پنج فرضیه تأیید و سه فرضیه رد شده‌اند، یعنی سن و تحصیلات و هوش اخلاقی و آگاهی ترافیکی و آگاهی از قوانین راهنمایی و رانندگی رابطه مثبت و مستقیم با پیشگیری از وقوع جرم دارند ولی متغیرهای جنس و وضعیت تاهل و اشتغال رابطه‌ای با پیشگیری از وقوع جرم ندارند.

واژگان کلیدی: قوانین و مقررات، هوش اخلاقی، آگاهی ترافیکی

۱- کارشناس ارشد جامعه‌شناسی، عضو باشگاه پژوهشگران جوان، دانشگاه آزاد اسلامی، اسلام آباد غرب، ایران؛
adibsharifi714@gmail.com
۲- کارشناس ارشد جامعه‌شناسی

۱- مقدمه

قانونمندی و پذیرش قانون ریشه در ساختارهای اجتماعی دارد و در رابطه با فرهنگ عمومی جامعه قابل بررسی است. گرایش شهروندان به قانون و اجرای آن نیز درگرو داشتن آمادگی جسمانی (عدم فقر مالی) آگاهی (عدم فقر فکری) و احساسی (عدم فقر عاطفی) است زیرا در صورت عدم رعایت قانون که بخشی از آن وابسته به فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی است می‌تواند وضعیت کل اجتماع را دچار انواع شورای‌ها، بی‌عدالتی‌ها و به طور کلی ساختار جامعه را نامطلوب نماید (کاشانی و همکاران، ۱۳۸۹: ۹۴). بر این اساس سوانح و ترافیکی یکی از پیامدهای تخلف رانندگی است و هرروزه در سراسر دنیا به‌خصوص در جوامع درحال توسعه تعداد زیادی از انسان‌ها در این سوانح جان خود را از دست می‌دهند به‌گونه‌ای که سالانه نزدیک یک میلیون نفر در جهان در اثر حوادث کشته و بیش از ۵۰ میلیون نفر دیگر مجروح می‌شوند. بیشتر این آمار مربوط به کشورهای درحال توسعه و کم‌درآمد است. صاحب‌نظران اعتقاددارند که عامل انسانی بیشترین سهم را در بروز حوادث ترافیکی دارد (یعقوبی، ۱۳۷۹: ۱۲). آمار تصادفات جاده‌ای ایران بیش ۱۵ برابر میانگین جهانی است و ۲/۵ درصد تصادفات جاده‌ای جهان در ایران اتفاق می‌افتد درحالی‌که سهم جمعیت ایران بر کل جمعیت جهان یک درصد است. آمار میزان حوادث تصادفات جاده‌ای مقدار ناموزونی را گزارش می‌کند به‌طوری‌که به‌صورت صعودی و نزولی افزایش و کاهش فراوانی را نشان می‌دهد. در ایران سالانه بیش از ۵۰ میلیون برگ جرمه صادر می‌شود و حدود ۷۰ هزار نفر در سال مجروح و مصدوم می‌شوند. این آمار موجب شده است که ایران رتبه دوم جهان را در میزان خسارات ناشی از تصادفات داشته باشد (میر فردی و همکاران، ۱۳۹۵: ۲). این آمار خود بازگوکننده این واقعیت است که مسئله تخلفات جاده‌ای و حوادث ناشی از آن در ایران یک مسئله اجتماعی و مهم در کشور است که علت آن‌ها کاملاً مشخص نشده است. یکی از این علت‌ها را می‌توان میزان آگاهی از قوانین ترافیکی دانست. شهر کرمانشاه نیز از این قاعده مستثنا نیست و سالانه حوادث و تخلفات جاده‌ای خسارات مالی و جانی فراوانی را بر مردم و صدمات روحی و اجتماعی بر پیکر جامعه وارد می‌کند. واکاوی بیشتر علل حوادث جاده‌ای و لزوم شناخت راهکارهایی برای پیشگیری از تخلفات جاده‌ای گامی اساسی است. بر این اساس مسئله اصلی پژوهش حاضر شناخت تأثیر آگاهی ترافیکی شهروندان و پیشگیری از جرائم است بنابراین در پژوهش حاضر برای نیل به این هدف با این پرسش بنیادی روبرو هستیم که، آیا آگاهی از قوانین راهنمایی و رانندگی می‌تواند باعث پیشگیری از وقوع جرائم رانندگی شود؟

۲- ادبیات پژوهش

سوری و همکاران (۱۳۹۴) در پژوهش "مقایسه هوش هیجانی رانندگان متخلف با رانندگان عادی در شهر همدان" به این نتیجه رسیده‌اند که بین میزان خودکنترلی، خودآگاهی، خود انگیزی، هوشیاری اجتماعی و مهارت‌های اجتماعی دو گروه، تفاوت معناداری وجود دارد و گروه رانندگان عادی در این زمینه‌ها میانگین بیشتری نسبت به رانندگان متخلف دارند. هوش هیجانی رانندگان عادی نیز نسبت به رانندگان متخلف، میانگین بیشتری دارند، بنابراین، هوش هیجانی این رانندگان، از نظر آماری بیشتر از هوش هیجانی رانندگان متخلف است، در این عامل این دو گروه تفاوت معناداری وجود دارد.

معینی و همکاران (۱۳۹۴) در پژوهشی با عنوان "رابطه مهارت‌های اجتماعی و رفتارهای پرخطر جوانان در شیراز" به این نتیجه رسیدند آزمون فرضیات، نشان می‌دهد بین درآمد، دل‌بستگی به خانواده و دوستان، تعهد به هنجارها، مشارکت، باور به اصول اخلاقی، مهارت‌های اجتماعی و رفتارهای پرخطر رابطه معناداری وجود دارد. همچنین، از لحاظ رفتارهای پرخطر بین جنس، وضعیت تعهد، طبقه اجتماعی و ساختار خانواده، تفاوت معناداری وجود داشت، اما بین سن، تحصیلات و رفتارهای پرخطر رابطه معناداری دیده نشد. معادله رگرسیونی مربوط به تحلیل چند متغیره متغیرهای مستقل نیز نشان داد که درمجموع ۴ متغیر هنجارها جنس (مرد) باور به اصول اخلاقی و مهارت‌های اجتماعی، ۴۳ درصد از تغییرات متغیر وابسته را تبیین می‌کنند این معادله، برای پیش‌بینی متغیر وابسته به رفتارهای پرخطر، استفاده می‌شود.

خاکی و همکاران (۱۳۹۳) در پژوهشی با عنوان "نقش کلیدی فرهنگ و آموزش مجازی ترافیک در درک علائم ترافیکی برای کاهش تصادفات" ارزیابی کرده‌اند و به این نتیجه رسیده‌اند که تقویت و ارتقاء فرهنگ ترافیک الگوی درک و شناخت افراد از علائم ترافیکی را گسترش می‌دهد و بر این اساس، نیاز به توسعه و آموزش فرهنگ ترافیکی، جدا از پارامترهای جنسیت، سن، سوابق رانندگی به‌وضوح محسوس است.

حمیدی و همکاران (۱۳۹۲) در پژوهشی با عنوان "۱۲ عامل مؤثر بر تصادفات ما" بررسی کردند که شامل عوامل انسانی، وسیله نقلیه و راه هستند که نتایج پژوهش یادشده، معیارهای شیب عرضی نامناسب راه، تخلف از مقررات، معیارهای نفوذ کننده و معیارهای رعایت نکردن حق تقدم عبور دیگران، نداشتن برف پاک‌کن هنگام بارندگی و زنجیر چرخ زمان برف، معیارهای تحت نفوذ واقع شده معرفی شدند. معیار شیب عرضی نامناسب را در این ساختار به‌طور قطع نفوذکننده بر مجموع سیستم است و سایر عناصر به‌طور نسبی تحت نفوذ هستند.

ملک پور و همکاران (۱۳۹۱) طی پژوهشی تحت عنوان "بررسی ارتباط بین شخصیت، نگرش به ایمنی و رفتارهای مخاطره‌آمیز در موتورسوار در شهر تهران" به این نتایج دست یافتند که بین حیطه‌های مختلف شخصیت (نگرانی، عصبانیت، حالت احساس و هیجان، نوع دوستی، بی‌هنجاری) و نگرش به ایمنی (جریان ترافیک در برابر اطاعت از قوانین، رانندگی با سرعت، رانندگی با هیجان) از لحاظ آماری ارتباط معنی‌داری وجود دارد. هم چنین فردوسی (۱۳۹۱) طی بررسی "عوامل روان‌شناختی مؤثر بر تصادفات رانندگی و ارائه مدل مداخله مؤثر در کاهش آن" به این نتایج دست‌یافته است که مقایسه وضعیت عاطفی رانندگان تصادفی و غیر تصادفی در آزمون شخصیت نشان می‌دهد که رانندگان تصادفی از احساس مسئولیت اجتماعی کمتر لکن از ماجراجویی و هیجان خواهی بیشتری نسبت به رانندگان غیر تصادفی برخوردار هستند. و در زمان واکنش رانندگان تصادفی سرعت عمل بیشتری دارند. همچنین در خصوص نگرش سنجی، رانندگان تصادفی مهم‌ترین عوامل تصادف را بی‌دقتی، عجله برای رسیدن به مقصد و بی‌احتیاطی و مشکلات مربوط به جاده و مسیر (خرابی، دست‌انداز ...) ذکر کرده‌اند. اما به نظر رانندگان غیر تصادفی عوامل عدم تصادف شامل دقت به جلو، احتیاط و هشجاری زیاد در رانندگی، رعایت مقررات، تجربه و مهارت، رانندگی با سرعت مجاز، آرامش هنگام رانندگی، رعایت فاصله ایمنی از ماشین جلویی و یاد خدا است.

عریضی و براتی (۱۳۹۰) طی پژوهشی تحت عنوان "پیش‌بینی خطاها و انحرافات رانندگی با استفاده از ویژگی‌های شخصیتی و عملکرد در آزمون خطرپذیری رانندگی" به این نتایج دست یافتند که بین ویژگی‌های شخصیتی رانندگان و انجام خطاها و انحرافات رانندگی رابطه وجود دارد. همچنین ویژگی‌های شخصیتی رانندگان پیش‌بینی کننده خطاها، لغزش‌ها و انحرافات رانندگی است. وتور و همکاران (۲۰۱۵) "تصادفات رانندگی درون شهری را برای عابران پیاده، دوچرخه سواران و سرنشینان وسایل نقلیه موتوری" با استفاده از تحلیل آماری بررسی کردند. در این بررسی، بیشترین تعداد فوتی به گروه‌های سنی ۲۰ تا ۲۹ و ۵۰ تا ۵۹ تعلق دارند تعداد قربانیان مرد در تمام گروه‌های سنی از زنان بیشتر است. جراحات وارده در افرادی که از تجهیزات ایمنی مانند کمربند ایمنی در زمان رانندگی و کلاه ایمنی هنگام موتورسواری استفاده کردند در قیاس با افراد فاقد این تجهیزات بسیار کمتر و جراحات وارده و عابران پیاده و دوچرخه سواران نسبت به سرنشینان وسایل نقلیه موتوری بیشتر است.

ایوان (۲۰۱۵) در مطالعه‌ای با عنوان "بررسی شدت تصادفات عابر پیاده" دریافت چه نوع وسیله نقلیه، مصرف الکل توسط راننده و عابر پیاده و سن بالای ۶۵ سال در ایران به‌طور معناداری میزان خسارت و صدمات وارده بر عابران پیاده را افزایش می‌دهد. اوزار و همکاران (۲۰۱۴) در مقاله خود "تخلفات رانندگی، یک مطالعه ایدئولوژی" به بررسی تخلفات رانندگی پرداختند. یافته‌های به دست آمده از این قرارداد: رانندگانی که علائم اضطراب و پرخاشگری را در هنگام رانندگی نشان می‌دهند، مرتکب جرائم رانندگی می‌شوند، همبستگی مثبتی بین جرائم رانندگی و طول عمر موتور وسیله نقلیه و رفتار پرخاشگرانه وجود دارد.

وارنر و همکاران (۲۰۱۴) در مطالعه خود "کنترل اجتماعی و سازمان‌ها" نشان داده‌اند رابطه قوی بین کنترل اجتماعی و تضعیف روابط همسایگی، وابستگی نبودن به نهادها و سازمان‌های اجتماعی و افزایش بی‌اعتمادی به‌عنوان شاخص‌های بی‌سازمانی اجتماعی وجود دارد. پاور و همکارانش (۲۰۱۳) در پژوهشی "پیشگیری از رانندگی مخاطره‌آمیز" به روش آزمایش دریافتند که برای جلوگیری از رانندگی مخاطره‌آمیز، مداخلات کوتاه‌مدت برای آموزش و تعلیم قوانین راهنمایی و رانندگی به این رانندگان ضرورت دارد. نخست آن‌هایی که تجربه کافی ندارند و دوم آن‌هایی که رانندگی‌شان خطرناک است.

چن (۲۰۱۲) در پژوهش خود "موقعیت تصادفات روی نقشه" با توجه به اینکه نمایش محل تصادفات روی نقشه دشوار است اما ابتدا درباره‌ی این بحث می‌کند که چگونه موقعیت تصادفات با استفاده از سیستم اطلاعات جغرافیایی روی نقشه نمایش داده شود و در مرحله دوم، بر اساس رابطه فضایی بین تصادفات و عناصر شبکه‌های معابر درون شهری، محل‌های حادثه‌خیز استخراج شود. در پژوهش یادشده علت‌های حادثه‌خیز بودن شناسایی شدند که به ارائه راهکارهایی برای تصمیم‌گیری در زمینه ایمنی ترافیک کمک می‌کند. مبولاجی و همکاران (۲۰۱۱) پژوهشی با عنوان "بروز تصادف‌ها و میزان هوش در نیجریه" انجام داده‌اند نتایج نشان می‌دهد توانایی راننده در جاده برای ارزیابی خطر و قضاوت در رفتار خود به میزان هوش بستگی دارد و این میزان، لزوماً نه دانشگاهی بلکه احساسی است. با توجه به نتیجه این پژوهش در رانندگی تحصیلات رسمی و مقدار درآمد تأثیر چشمگیری در احتمال وقوع تصادف ندارند، بلکه جنس، خطاهای غیرعمدی، الکل، آب‌وهوا و وضعیت جاده، از عوامل مؤثر در وقوع تصادفات از رفتار رانندگان در جاده‌ها تابع میزان تحصیلات رسمی نیست، اما به‌طور چشمگیری با میزان آموزش رانندگی قبل از گرفتن گواهینامه مرتبط است، بنابراین آموزش رانندگی نباید با در نظر گرفتن شرایط تحصیلات دانشگاهی باشد، بلکه باید آگاهی از بلوغ جنسی و هوش هیجانی را مبنای قرارداد.

۳- مبانی نظری پژوهش

جامعه‌شناسان برای تبیین رفتارهای ناهنجار و تخلف‌آمیز افراد بر اساس رویکردهای نظری، تعبیر و تفسیرهای مختلفی ارائه می‌دهند، در ذیل به‌طور خلاصه مهم‌ترین نظریه‌های تبیین‌کننده قانون‌گریزی بیان می‌شود.

نظریه ساختی- کارکردی: در این تبیین، پدیده کج‌روی و رفتار انحرافی، در راستای برهم خوردن نظم اجتماعی موجود و به‌عنوان خطری برای ثبات نظام اجتماعی مورد توجه قرار می‌گیرد. بر اساس این دیدگاه، این ساختارهای کلی جامعه است که شرایطی مثل نابرابری را به وجود می‌آورند که در آن افراد برای رسیدن به ارزش‌های مطلوب جامعه دست به کج‌روی می‌زنند. دورکیم (۱۳۶۰) و مرتن (۱۹۷۱) دو نظریه‌پرداز اصلی در این رویکردند. از نظر کارکردگرایان بی‌قانونی و اعمال خلاف مقررات، برای خلاف‌کاران و قانون‌گریزان کارکرد مثبت و سازنده دارند و منافع تمنیات آن‌ها را برآورده می‌سازد. لذا آن‌ها حاضر نیستند از منافع خود چشم‌پوشند و از اعمال خلاف قانون دست‌بردارند (خاتمی، ۱۳۷۷: ۶). به‌زعم پیروان این مکتب، کج‌روی محصولی از زندگی جمعی انسان است (یعقوبی، ۱۳۸۱: ۳۲).

نظریه بی‌هنجاری: از نظر دورکیم سستی هنجارهای اجتماعی پیشین و بی‌اعتبار شدن سنت‌ها و پیوندهای گروهی معمول به‌واسطه پیشرفت و توسعه اجتماعی، علت اصلی شرایط بی‌هنجاری و آنومیک است. باین‌حال وی معتقد بود که هیچ جامعه‌ای به وضعیت بی‌هنجاری کامل نمی‌رسد، اما در برخی شرایط میزان بی‌هنجاری در روابط اجتماعی و بخش‌های خاصی از جامعه اوج می‌گیرد. به زعم وی، زمانی که قواعد اجتماعی در جوامع پیچیده‌ای که با کاهش همبستگی و توافق روبه‌روست، کمتر التزام آور می‌شود و مردم احساس می‌کنند که از فشار هنجارهای اجتماعی کاسته شده است، آنگاه افزایش انحرافات هم‌چون، جرم و قانون‌گریزی اجتناب‌ناپذیر می‌شوند. دورکیم این وضعیت جامعه را آنومی یا بی‌هنجاری می‌خواند (یعقوبی، ۱۳۸۱: ۴۰). آنومی از نظر مرتن حاصل شرایطی است که در آن هنجارها به‌عنوان شیوه‌های جمعی حصول موفقیت نمی‌توانند به خوبی عمل کنند، در نتیجه شیوه‌های فردی برای کسب موفقیت جایگزین می‌شوند. به عقیده مرتن آنومی به فشاری اطلاق می‌شود که وقتی هنجارهای پذیرفته‌شده با واقعیت اجتماعی در ستیزند، بر رفتار افراد وارد می‌شوند. مفهوم آنومی در نظریه مرتن حاصل شرایط نابسامان ساختاری است، وضعیتی که در آن تناسبی بین اهداف نهادی شده و وسایل نهادی شده جامعه (هنجارها) وجود ندارد، این وضعیت ساختاری، کنشگران را به‌سوی قانون‌گریزی سوق می‌دهد. به نظر وی جامعه‌ای آنومیک است که در آن خواست‌ها و نیازهای اجتماعی، تناسب معقولی با وسایل و امکانات برای برآوردن آن نیازها و خواست‌ها نداشته باشد (معیدفر، ۱۳۷۹: ۲۱۶).

نظریه کنترل اجتماعی: اساس این نظریه بر این محور است که انسان موجودی است دارای امیال نامتناهی و از این منظر به دیدگاه دورکیم و هابز نزدیک است. موضوع موردنظر این تئوری این است که چه عواملی باعث محدود شدن رفتار می‌گردد یا به عبارت دیگر به‌جای اینکه بپرسیم چرا کج‌روی واقع شده است، باید سؤال کنیم که چرا همه مردم هنجارشکنی نمی‌کنند (ممتاز، ۱۳۸۱: ۱۲۰). هیرشی عمل کج‌روی را ناشی از فقدان کنترل اجتماعی می‌داند. وی استدلال می‌کند آنانی که پیوند قوی با جامعه دارند، از شکستن قواعد و معیارهای آن خودداری می‌کنند و آن‌هایی که با هنجارهای جامعه پیوند ضعیفی دارند و یا هیچ پیوندی را با آن‌ها ندارند برای کج‌روی مستعدتر و آزادتر هستند. هیرشی عناصری از قبیل "دل‌بستگی فرد به افراد خانواده و نهادهای اجتماعی"، "تعهد نسبت به جامعه"، "مشارکت در نقش‌ها و فعالیت‌های اجتماعی و" باور و وفاداری فرد به ارزش‌ها و هنجارهای اخلاقی و اجتماعی" را پیونددهنده افراد به یکدیگر و جامعه می‌داند (سلیمی و داوری، ۱۳۸۶: ۳۹۰).

نظریه تضاد: استدلال پیروان این نظریه در مورد اطاعت از قانون این است که دستگاه حقوق جامعه در این جهت طراحی شده است که نظام عدم‌تساوی را تضمین و تقویت کند. قانون ابزاری است که از طریق برگزیدگان به منظور سلطه و نظارت بر طبقات پایین جامعه مورد استفاده قرار می‌گیرد (محسنی، ۱۳۷۸: ۸۱). در تبیین قانون‌پذیری و قانون‌گرایی بر پایه رویکرد تضاد، صاحب‌نظرانی چون هاروی به نیاز و توزیع عادلانه، گالگر بر تأکید بر تضاد طبقاتی و نابرابری بر نابهنجاری و جرم، تیتل و میلر بر گسترش فرهنگ فقر و طبقات پایین و رشد محرومیت‌ها، همچنین فارست و پال بر تأثیر فضا و نابرابری اجتماعی در سطح دستمزدها و درآمدها و برخورداری از خدمات اساسی همراه با ساختار شغلی نابرابر و فقیرانه تأکید دارند (افروغ، ۱۳۷۷: ۱۲۵).

نظریه بی‌سازمانی اجتماعی: پیروان این دیدگاه معتقدند که پدیده‌هایی نظیر مهاجرت، صنعتی شدن و رشد سریع شهری، موجبات زیر پا گذاشتن یا عدم پیروی از الگوهای تثبیت‌شده و کاملاً سازمان‌یافته زندگی را فراهم می‌آورند و این الگوها به‌طور متقابل به‌وسیله قواعد رفتاری که از توافق عمومی برخوردار هستند، هدایت می‌شوند. قواعد مذکور در مواقعی که تغییر اجتماعی سریع به وجود می‌آید از هم‌پاشیده می‌شوند. از این‌رو، مردم معیارهای را که به روابط و رفتارهای آن‌ها نظم می‌بخشد، از دست می‌دهند. به دنبال بی‌سازمانی اجتماعی حاصل در مناطقی که به‌وسیله جمعیت‌های ناپایدار مشخص می‌شوند، زمینه‌های مناسبی برای تخطی از قانون به وجود می‌آید (یعقوبی، ۱۳۸۱: ۴۶).

نظریه‌های خرده‌فرهنگی: در این دیدگاه که تحت تأثیر نظریه مرتن شکل گرفت، دلیل کج‌روی، خرده‌فرهنگ بزهکارانه است که از طرف گروه‌های مختلف جامعه در برابر فرهنگ اصلی جامعه پذیرفته می‌شود. در حقیقت، هنجارهای این خرده‌فرهنگ‌ها افراد عضو را مجبور به پذیرش اعمال کج روانه در جامعه می‌کند. بر اساس این دیدگاه زمانی که برای برخی از افراد وسایل همساز با محیط بر اساس معیارهای پذیرفته‌شده اجتماعی کافی نباشد، این افراد به نفی جنبه‌هایی از فرهنگ جامعه که مشکلات همساز با محیط را برای آنان فراهم نموده پرداخته‌اند و خرده‌فرهنگ‌هایی که زندگی را برایشان آسان‌تر می‌سازد، جایگزین این جنبه‌های

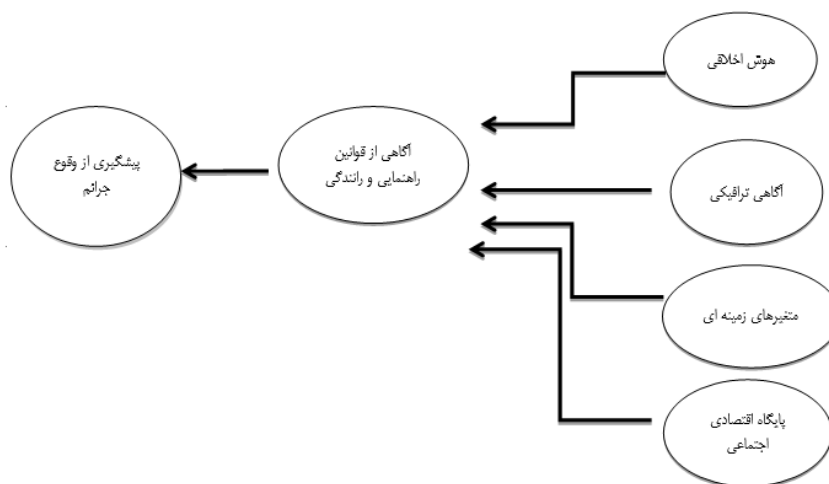
نفی شده فرهنگ جامعه می‌کنند. در صورتی که پذیرش معیارهای خرده‌فرهنگ‌های جایگزین مستلزم انحراف از معیارهای موجود در فرهنگ عمومی جامعه باشد، فرد انحراف از معیارهای موجود را برای خود موجه می‌سازد.

نظریه بوم‌شناختی: نظریه بوم‌شناختی در مکتب شیکاگو را جامعه‌شناسانی چون پارک و برجس که در زمینه جامعه‌شناسی شهری مطالعه می‌کردند، مطرح نمودند. آنان در تبیین انحرافات اجتماعی بر متغیرهایی که با پدیده شهرنشینی ارتباط داشتند، نظیر زبان، قومیت، مهاجرت، حوزه‌های سکونتگاهی و تراکم جمعیت تمرکز کردند. در این نظریه میزان‌های قانون‌گریزی و مصادیق آن به‌عنوان نوعی از انحراف اجتماعی اغلب به‌صورت نقشه ترسیم شده و با سایر ویژگی‌های اقتصادی و اجتماعی ساکنان در ارتباط گذاشته شده است. یکی از پیش‌فرض‌های اساسی نظریه بوم‌شناسی این است که آن دسته از حوزه‌های درون شهرهای تجاری و صنعتی که به لحاظ اجتماعی دچار بی‌سازمانی شده‌اند ارزش‌ها و سنت‌های قانون‌شکنی و روی‌آوری به رفتارهای بزهکارانه را توسعه می‌دهند. بر اساس نظریه برجس مناطق طبیعی شهر مخصوصاً منطقه انتقالی به‌وسیله شاخص‌های ویژه‌ای نظیر سطح بالای تحرک و تراکم جمعیت، ویرانی خانه‌ها، تنگ بودن کوچه‌ها و خیابان‌ها، پائین بودن سطح بهداشت عمومی اماکن و نیز وجود گروه‌های خرده‌فرهنگی همراه با پایگاه اجتماعی-اقتصادی پائین ساکنین این مناطق مشخص می‌شوند، که نسبت به سایر مناطق شیوع رفتارهای قانون‌گریزانه و اعمال خرابکارانه بیشتر است (ممتاز، ۱۳۸۱: ۸۸).

۴- فرضیات پژوهش

- بین سن و پیشگیری از وقوع جرم رابطه معنادار وجود دارد.
- بین میزان تحصیلات و پیشگیری از وقوع جرم رابطه معنادار وجود دارد.
- جنسیت بر پیشگیری از وقوع جرم تأثیر معنادار دارد.
- وضعیت تأهل بر پیشگیری از وقوع جرم تأثیر معنادار دارد.
- وضعیت اشتغال بر پیشگیری از وقوع جرم تأثیر معنادار دارد.
- آگاهی از قوانین راهنمایی و رانندگی بر پیشگیری از وقوع جرم تأثیر معنادار دارد.
- هوش اخلاقی بر پیشگیری از وقوع جرم تأثیر معنادار دارد.
- آگاهی ترافیکی بر پیشگیری از وقوع جرم تأثیر معنادار دارد.

۵- مدل مفهومی پژوهش



شکل ۱- مدل مفهومی تحقیق

۶- روش تحقیق

پژوهش حاضر از نوع توصیفی تحلیلی بوده بنابراین منطق روش تحقیق حاضر قیاسی و ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه محقق‌ساختی بوده است. بر اساس آمار دریافتی در سال جاری جمعیت شهر کرمانشاه ۹۵۲۴ نفر بوده که با استفاده از تکنیک برآورد حجم نمونه ۳۸۴ نفر به عنوان نمونه مورد مطالعه بر اساس روش نمونه‌گیری احتمالی ساده انتخاب شدند.

۷- اعتبار و روایی

جهت بررسی اعتبار پرسشنامه از روش اعتبار صوری استفاده شده است به دین شرح که پس از طراحی پرسشنامه از طریق مشورت با کارشناسان راهور و اساتید دانشگاه مورد اصلاح واقع شد. روایی پرسشنامه از طریق تکنیک آلفای کرونباخ مورد بررسی قرار گرفت که مقدار ۰/۸۹، به عنوان آلفای مورد تایید انتخاب شد.

تعاریف مفهومی متغیرها

پیشگیری از وقوع جرم: پیشگیری از وقوع جرم مجموعه اقداماتی بجز اقدامات کیفری است که هدف نهایی آن محدود کردن دامنه ارتکاب جرم، غیر ممکن کردن، مشکل کردن یا کم کردن احتمال وقوع جرم است به عبارتی پیشگیری از وقوع جرم یعنی مجموعه راهکارهای ساختاری که فرصت و ذهنیت مجرمانه را تعدیل یا حذف می‌کند و از وقوع جرم پیشگیری می‌کند (علیزاده، ۱۳۹۰: ۲۳۴).

هوش اخلاقی: بوریا (۲۰۰۵) هوش اخلاقی را ظرفیت و توانایی درک درست از خلاف، باور داشت به اعتقادات اخلاقی قوی و عمل به آن‌ها و رفتار صحیح و درست تعریف می‌کند. در تعریف دیگر که لنیک و کیل ارائه داده‌اند، هوش اخلاقی توانایی ایجاد تمایز بین درست و غلط، بر اساس اصول جهان‌شمول تعریف شده است. این نوع هوش، در محیط جهانی مدرن کنونی نوعی جهت‌یابی برای اقدامات است. هوش اخلاقی جز آنکه چارچوبی مناسب برای فعالیت انسان‌ها فراهم می‌کند، کاربردهای فراوانی نیز در دنیای حقیقی دارد. درواقع، این هوش تمام انواع هوش انسان را برای انجام کارهای ارزشمند، هدایت می‌کند (یونسیان، ۱۳۸۳: ۱۶۷).

آگاهی ترافیکی: آگاهی مفهومی بین‌رشته‌ای است که به روش‌های مختلف تعریف شده است. این مفهوم، در ادبیات جامعه‌شناختی درک، شناخت و معرفت شرایط و وضعیت خاص تعریف می‌شود. آگاهی در حوزه ترافیک شامل: شناخت و درک از قواعد، اصول، علائم و وضعیت کلی ترافیک و مسائل مربوط به آن (مثلاً آگاهی از وضعیت شهر، کشور و جهان به لحاظ میزان سوانح ترافیکی و ...) است (احمدی، ۱۳۸۸: ۲۲۴).

۸- تعریف عملیاتی متغیرها

جدول ۱- تعریف عملیاتی متغیرها

تعریف عملیاتی	متغیرها
این مفهوم به معنای پیش‌بینی، شناسایی و ارزیابی خطر وقوع جرم و اتخاذ تدابیر و اقدامات لازم برای از میان بردن عوامل وقوع جرم است.	پیشگیری از وقوع جرم
درستکاری، دلسوزی، بخشش	هوش اخلاقی
آگاهی عمومی ترافیکی، آگاهی از قوانین ترافیکی	آگاهی ترافیکی
سن، جنسیت، وضعیت تاهل	متغیرهای زمینه‌ای
تحصیلات، اشتغال	پایگاه اقتصادی اجتماعی
نشانه‌های بازدارنده راهنمایی و رانندگی (تابلوهای بوق زدن ممنوع، منطقه ایستادن ممنوع و توقف ممنوع) تابلوهای هشدار دهنده یا خطاری (تابلوهای جاده باریک می‌شود، گذرگاه عابر پیاده و کارگران مشغول کار هستند) تابلوهای آگاهی‌دهنده یا خبری (تابلوهای پایان منطقه محدوده سرعت، تونل و بیمارستان)	آگاهی از قوانین راهنمایی و رانندگی

۹- آمارهای توصیفی

بر اساس مقادیر به دست آمده از جدول آمارهای توصیفی، بیشتر پاسخ‌گویان (۲۸/۵ درصد) در گروه سنی ۲۶ تا ۳۰ سال قرار دارند که تعداد ۵۷/۵ درصد آنان را مردان تشکیل داده‌اند در این بین ۶۷/۸ درصد را مجردها و ۳۲/۲ درصد را متاهل‌ها تشکیل دادند. در ارتباط با سطح تحصیلات پاسخ‌گویان، یافته‌ها نشان می‌دهد که بیشتر پاسخ‌گویان (۴۴/۳ درصد) دیپلم و فوق دیپلم، ۲۹/۸ درصد لیسانس و بالاتر داشته‌اند و بقیه حجم نمونه را افرادی کمتر از دیپلم شامل شده است.

۱۰- آمار استنباطی

۱۰-۱- آزمون فرضیه اول

فرضیه اول: بین سن و پیشگیری از وقوع جرم رابطه معنادار وجود دارد.

با توجه به جدول زیر مقدار کای اسکوتر (۷۶/۲۴۱) با اطمینان ۹۵ درصد و در سطح خطای (sig) کوچک تر از ۵/ معنادار است. بنابراین بین دو متغیر سن و پیشگیری از وقوع جرم رابطه وجود دارد. از این رو، فرض H0 رد و فرض H1 مورد قبول قرار می گیرد.

جدول ۲- نتایج آزمون فرضیه اول

متغیر مستقل	متغیر وابسته	مقدار کای اسکوتر	درجه آزادی	سطح معناداری
سن	پیشگیری از وقوع جرم	۷۶/۲۴۱	۶۸	۰/۲۳۱

۱۰-۲- آزمون فرضیه دوم

فرضیه دوم: بین میزان تحصیلات و پیشگیری از وقوع جرم رابطه معنادار وجود دارد. با توجه به نتایج جدول، مقدار کای اسکوتر (۶۹/۴۵۱) و sig (۰/۳۲۸) این فرضیه تایید می شود، بنابراین بین تحصیلات و پیشگیری از وقوع جرم رابطه وجود دارد. از این رو فرض H0 رد و فرض H1 تایید می شود.

جدول ۳- نتایج آزمون فرضیه دوم

متغیر مستقل	متغیر وابسته	مقدار کای اسکوتر	درجه آزادی	سطح معناداری
تحصیلات	پیشگیری از وقوع جرم	۶۹/۴۵۱	۶۸	۰/۳۲۸

۱۰-۳- آزمون فرضیه سوم

فرضیه سوم: جنسیت بر پیشگیری از وقوع جرم تأثیر معنادار دارد. با توجه به نتایج جدول زیر، مقدار کای اسکوتر (۳۶/۲۱) و sig (۰/۴۰۱) این فرضیه رد می شود، بنابراین بین جنسیت و پیشگیری از وقوع جرم رابطه ای وجود ندارد. از این رو فرض H0 تایید و فرض H1 رد می شود.

جدول ۳- نتایج آزمون فرضیه سوم

متغیر مستقل	متغیر وابسته	مقدار کای اسکوتر	درجه آزادی	سطح معناداری
جنسیت	پیشگیری از وقوع جرم	۳۶/۲۱	۲۳	۰/۴۰۱

۱۰-۴- آزمون فرضیه چهارم

فرضیه چهارم: وضعیت تاهل بر پیشگیری از وقوع جرم تأثیر معنادار دارد. با توجه به نتایج جدول زیر، مقدار کای اسکوتر (۱۰/۰۰۰) و sig (۰/۹۰۴) این فرضیه رد می شود، بنابراین بین وضعیت تاهل و پیشگیری از وقوع جرم رابطه ای وجود ندارد. از این رو فرض H0 تایید و فرض H1 رد می شود.

جدول ۴- نتایج آزمون فرضیه چهارم

متغیر مستقل	متغیر وابسته	مقدار کای اسکوتر	درجه آزادی	سطح معناداری
وضعیت تاهل	پیشگیری از وقوع جرم	۱۰/۰۰۰	۱۷	۰/۹۰۴

۱۰-۵- آزمون فرضیه پنجم

فرضیه پنجم: وضعیت اشتغال بر پیشگیری از وقوع جرم تأثیر معنادار دارد. با توجه به نتایج جدول زیر، مقدار کای اسکوتر (۴۹/۵۶) و sig (۰/۶۴۶) این فرضیه رد می شود، بنابراین بین وضعیت اشتغال و پیشگیری از وقوع جرم رابطه ای وجود ندارد. از این رو فرض H0 تایید و فرض H1 رد می شود.

جدول ۵- نتایج آزمون فرضیه پنجم

متغیر مستقل	متغیر وابسته	مقدار کای اسکوتر	درجه آزادی	سطح معناداری
وضعیت اشتغال	پیشگیری از وقوع جرم	۴۹/۵۶	۳۶	۰/۶۴۶

۱۰-۶-آزمون فرضیه ششم

فرضیه ششم: آگاهی از قوانین راهنمایی و رانندگی بر پیشگیری از وقوع جرم تأثیر معنادار دارد. با توجه به نتایج جدول زیر، مقدار ضریب همبستگی پیرسون (0.90) و sig (0.118) این فرضیه تأیید می‌شود، بنابراین بین آگاهی از قوانین راهنمایی و رانندگی و پیشگیری از وقوع جرم رابطه وجود دارد. از این رو فرض H_0 رد و فرض H_1 تأیید می‌شود.

جدول ۶-نتایج آزمون فرضیه ششم

متغیر مستقل	متغیر وابسته	ضریب همبستگی پیرسون	سطح معناداری	تعداد
آگاهی از قوانین راهنمایی و رانندگی	پیشگیری از وقوع جرم	0.90	0.118	۳۴۴

۱۰-۷-آزمون فرضیه هفتم

فرضیه هفتم: هوش اخلاقی بر پیشگیری از وقوع جرم تأثیر معنادار دارد. با توجه به نتایج جدول زیر، مقدار ضریب همبستگی پیرسون (0.292) و sig (0.01) این فرضیه تأیید می‌شود، بنابراین بین هوش اخلاقی و پیشگیری از وقوع جرم رابطه وجود دارد. از این رو فرض H_0 رد و فرض H_1 تأیید می‌شود.

جدول ۷-نتایج آزمون فرضیه هفتم

متغیر مستقل	متغیر وابسته	ضریب همبستگی پیرسون	سطح معناداری	تعداد
هوش اخلاقی	پیشگیری از وقوع جرم	0.292	0.01	۳۸۴

۱۰-۸-آزمون فرضیه هشتم

فرضیه هشتم: آگاهی ترافیکی بر پیشگیری از وقوع جرم تأثیر معنادار دارد. با توجه به جدول زیر مقدار ضریب همبستگی پیرسون (0.113) با اطمینان ۹۵ درصد و در سطح خطای sig (0.000) معنادار است. بنابراین بین دو متغیر آگاهی ترافیکی و پیشگیری از وقوع جرم رابطه وجود دارد. از این رو، فرض H_0 رد و فرض H_1 مورد قبول قرار می‌گیرد.

جدول ۸-نتایج آزمون فرضیه هشتم

متغیر مستقل	متغیر وابسته	ضریب همبستگی پیرسون	سطح معناداری	تعداد
آگاهی ترافیکی	پیشگیری از وقوع جرم	0.113	0.000	۳۴۴

۱۱-رگرسیون

در این مدل رگرسیونی به بررسی رابطه ی متغیر وابسته و متغیر مستقل پرداخته شده است. با توجه به میانگین متغیرها و سطح معناداری آنها می‌توان با اطمینان ۹۹ درصد و سطح خطای کمتر از 0.118 گفت که بین متغیر پیشگیری از وقوع جرم و آگاهی از قوانین راهنمایی و رانندگی مورد بررسی رابطه ی معناداری وجود دارد.

جدول ۹-رگرسیون برای تاثیر آگاهی از قوانین راهنمایی و رانندگی بر پیشگیری از وقوع جرم

متغیر های وابسته و مستقل	میانگین	انحراف معیار	تعداد
پیشگیری از وقوع جرم	0.16	0.45	۳۸۴
آگاهی از قوانین راهنمایی و رانندگی	0.07	0.15	۳۸۴

جدول ۱۰-نتایج از من رگرسیون

متغیرهای وابسته و مستقل	B	بتا	Sig
پیشگیری از وقوع جرم	$1/434$	0.47	0.000
آگاهی از قوانین راهنمایی و رانندگی	0.23	0.16	0.118

جدول ۱۱- نتایج مدل رگرسیون

مدل ۱	R	R2	R2 تعدیل شده	sig	F
۱	0.90	0.80	0.05	0.118	$2/453$

بحث و نتیجه گیری

قانونمندی و پذیرش قانون ریشه در ساختارهای اجتماعی دارد و در رابطه با فرهنگ عمومی جامعه قابل بررسی است. گرایش شهروندان به قانون و اجرای آن نیز درگرو داشتن آمادگی جسمانی (عدم فقر مالی) آگاهی (عدم فقر فکری) و احساسی (عدم فقر عاطفی) است زیرا در صورت عدم رعایت قانون که بخشی از آن وابسته به فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی است می‌تواند وضعیت کل اجتماع را دچار انواع شورای ها، بی‌عدالتی‌ها و به‌طور کلی ساختار جامعه را نامطلوب نماید (کاشانی و همکاران، ۱۳۸۹: ۹۴). بر این اساس سوانح و ترافیکی یکی از پیامدهای تخلف رانندگی است و هر روزه در سراسر دنیا به‌خصوص در جوامع درحال توسعه تعداد زیادی از انسان‌ها در این سوانح جان خود را از دست می‌دهند به‌گونه‌ای که سالانه نزدیک یک میلیون نفر در جهان در اثر حوادث کشته و بیش از ۵۰ میلیون نفر دیگر مجروح می‌شوند. بیشتر این آمار مربوط به کشورهای درحال توسعه و کم‌درآمد است. صاحب‌نظران اعتقاد دارند که عامل انسانی بیشترین سهم را در بروز حوادث ترافیکی دارد (یعقوبی، ۱۳۷۹: ۱۲). جامعه شناسان برای تبیین رفتارهای نابهنجار و تخلف آمیز افراد بر اساس رویکردهای نظری، تعبیر و تفسیرهای مختلفی ارائه می‌دهند، نظریه ساختی-کارکردی: در این تبیین، پدیده کج‌روی و رفتار انحرافی، در راستای برهم خوردن نظم اجتماعی موجود و به‌عنوان خطری برای ثبات نظام اجتماعی موردتوجه قرار می‌گیرد. بر اساس این دیدگاه، این ساختارهای کلی جامعه است که شرایطی مثل نابرابری را به وجود می‌آورد که در آن افراد برای رسیدن به ارزش‌های مطلوب جامعه دست به کج‌روی می‌زنند. دورکیم (۱۳۶۰) و مرتن (۱۹۷۱) دو نظریه پرداز اصلی در این رویکردند. از نظر کارکردگرایان بی‌قانونی و اعمال خلاف مقررات، برای خلاف کاران و قانون‌گریزان کارکرد مثبت و سازنده دارند و منافع تمنیات آن‌ها را برآورده می‌سازد. لذا آن‌ها حاضر نیستند از منافع خود چشم‌پوشند و از اعمال خلاف قانون دست بردارند (خاتمی، ۱۳۷۷: ۶). به‌زعم پیروان این مکتب، کج‌روی محصولی از زندگی جمعی انسان است (یعقوبی، ۱۳۸۱: ۳۲). متغیر وابسته این پژوهش یعنی، پیشگیری از وقوع جرم با پژوهش‌های حمیدی و همکاران (۱۳۹۲) و احمدی (۱۳۸۹) همسویی دارد. متغیر مستقل هوش اخلاقی با پژوهش‌های سوری و همکاران (۱۳۹۴) همسو است. متغیر مستقل آگاهی ترافیکی با پژوهش معینی (۱۳۹۴) منطبق است. متغیر مستقل متغیرهای زمینه‌ای با پژوهش‌های معینی (۱۳۹۴)، وتور و همکاران (۲۰۱۵) هماهنگی دارد. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد از هشت فرضیه موردبررسی پنج فرضیه تأیید و سه فرضیه رد شده‌اند، یعنی سن و تحصیلات و آگاهی از قوانین راهنمایی و رانندگی، هوش اخلاقی و آگاهی ترافیکی رابطه مثبت و مستقیم با پیشگیری از وقوع جرم دارند ولی متغیرهای جنس و وضعیت تأهل و اشتغال رابطه‌ای با پیشگیری از وقوع جرم ندارند.

منابع

- احمدی، محمد (۱۳۸۸) "میزان، نوع و عوامل مؤثر بر قانون گریزی"، مجله جامعه شناسی ایران، دوره ششم، شماره ۳، ص ۱۲۵.
- افروغ، عماد (۱۳۷۷) "فضا و نابرابری اجتماعی"، تهران: انتشارات دانشگاه تربیت مدرس.
- خاتمی، علی (۱۳۸۱) "آگاهی، نگرش و عملکرد رانندگان در زمینه مقررات راهنمایی و رانندگی در تهران"، مجله بهداشت و انستیتو تحقیقات، بهداشتی، دوره سه، شماره سه، ص ۵۷-۱۶.
- سوری، حمید (۱۹۹۸) "بررسی سوانح ترافیکی قبل و بعد از اجرای چهار فعالیت اجرایی پلیس راهنمایی و رانندگی کشور"، مجله پژوهنده، سال ۱۴، شماره ۶۷ ص ۸.
- سلیمی، علی و داوری، محمد. (۱۳۸۵) "مجموعه مطالعات کج‌روی و کنترل اجتماعی؛ جامعه شناسی کج‌روی"، ویراست دوم، پژوهشگاه حوزه و دانشگاه، ص ۴۳۰.
- علیزاده، اقدام (۱۳۹۰) "سبک زندگی رانندگان ابزاری برای تبیین رفتار ترافیکی آن‌ها"، فصلنامه علمی ترویجی، سال هشتم، شماره پانزدهم، ص ۲۰-۴۰.
- کاشانی، شمسی، عباس زاده، میرزایی، محمد و حسین (۱۳۸۹) "بررسی جامعه شناختی رابطه انواع سرمایه ها با میزان رعایت قوانین راهنمایی و رانندگی در بین رانندگان حاشیه نشین و غیر حاشیه نشین شهر میانه"، مطالعات جامعه شناسی، سال دوم، شماره هشتم، ص ۹۴-۱۰۸.
- معیدفر، سعید (۱۳۷۹) "جامعه شناسی مسائل اجتماعی معاصر ایران"، تهران: انتشارات سرزمین ما.
- ممتاز، فریده. (۱۳۸۱) "انحرافات اجتماعی"، چاپ اول. تهران: شرکت سهامی انتشار.
- میرفردی، اصغر (۱۳۹۵) "بررسی رابطه هوش اخلاقی و آگاهی ترافیکی با تخلف رانندگی در شهر یاسوج"، پژوهش‌های راهبردی امنیت و نظم اجتماعی، سال پنجم، شماره پیاپی ۱۵، شماره ۱۴، ص ۵-۱۸.
- یعقوبی، صمد (۱۳۸۱) "بررسی پدیده قانون گرای و قانون گریزی در بین شهروندان تبریزی"، تبریز: مرکز افکار سنجی دانشجویان. ص ۲۳۱.
- یونسین، امید (۱۳۸۳) "تخلفات رانندگی و مشارکت مردم"، مجموعه مقالات همایش ملی، ترافیک شهری، تهران: نشر معاونت پژوهشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد خوراسگان، ص ۱۶۷.

ساخت و طراحی الگو و مدل جامع مهارت‌های اجتماعی در ایران

محمدعلی زکی^۱

تاریخ دریافت: ۹۷/۱۰/۲۷

تاریخ پذیرش: ۹۸/۰۲/۲۴

کد مقاله: ۹۵۸۸۱۲

چکیده

مهارت‌های اجتماعی به‌عنوان مهارت‌های لازم برای تطبیق با نیازهای اجتماعی و نیز حفظ روابط بین فردی رضایت‌بخش تعریف می‌شود. برخورداری افراد از مهارت‌های اجتماعی شاخص کارکرد (عملکرد) اجتماعی آنان بوده و نارسائی در آن موجب بروز مشکلات در حوزه‌های مختلف فردی، خانوادگی، شغلی و اجتماعی افراد می‌شود. مهارت‌های اجتماعی به افراد کمک می‌کند تا به کمیت و کیفیت زندگی اجتماعی خود و دیگران غنای بیشتری ببخشند. اهمیت مهارت‌های اجتماعی به عنوان مهم‌ترین عامل اجتماعی‌شدن و سازگاری اجتماعی را هیچ‌گاه نمی‌توان از نظر دور داشت. آنچه باعث عملکرد مناسب اجتماعی افراد خواهد شد، مهارت‌های اجتماعی است. برخورداری از مهارت‌های اجتماعی نشانه‌های رشد اجتماعی، مسئولیت‌پذیری اجتماعی و همچنین کفایت و شایستگی اجتماعی افراد بوده و موجب ارتقاء رضایت از زندگی، بهداشت روانی و سلامت اجتماعی خواهد شد. بر این اساس ضروری خواهد بود که به ساخت و طراحی مدل جامع مهارت‌های اجتماعی در ایران پرداخته شود. مدل جامع نشان‌دهنده ابعاد اهمیت و هم‌چنین زوایای گوناگون مهارت‌های اجتماعی به‌مثابه موضوعی اساسی در جامعه‌شناسی ایران معاصر خواهد بود. تا بدین‌وسیله بتوان به صورتی کارآمد از آن در برنامه‌ریزی‌های فرهنگی-اجتماعی ایران بهره جست. علاوه می‌توان از طریق مدل جامع به شناسائی زمینه‌های بروز آسیب‌های اجتماعی و همچنین کاهش مسائل اجتماعی در ایران معاصر نائل آمد. بر این اساس پژوهشی بر اساس "فرا ترکیب" به تحلیل مقالات مجلات علمی پژوهشی بیست ساله در ایران خواهد پرداخت. اطلاعات تحقیق با استفاده از سه منبع اینترنتی پایگاه "اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی"، پایگاه اطلاع رسانی "نشریات علمی ایران" و پایگاه‌های اختصاصی الکترونیکی برخی مجلات علمی پژوهشی مصوب وزارت علوم گردآوری شده است. بررسی تاریخی نشر مقالات طی بیست سال (سال‌های ۱۳۷۸ تا بهمن ماه ۱۳۹۷) نشان از روند افزایشی تحقیقات مهارت‌های اجتماعی در ایران داشته است. در مجموع ۲۵۳ مقاله تولید دانش و پژوهش مهارت‌های اجتماعی در ایران طی بیست سال نشر یافته است. بر اساس بررسی کلیه تحقیقات موجود، مدل یکپارچه مهارت‌های اجتماعی در ایران طراحی شده است. نتایج نهائی نشان داده که تحقیقات مهارت‌های اجتماعی در ایران به ترتیب اختصاص به پیشایندهای مهارت‌های اجتماعی (۱۱۶ مقاله و ۷۹ متغیر)، پسایندهای مهارت‌های اجتماعی (۱۰۲ مقاله و ۵۶ متغیر)، کلیات، وضعیت و مقایسه مهارت‌های اجتماعی (۳۸ مقاله)، بررسی و تحلیل محتوای مهارت‌های اجتماعی در کتاب‌های درسی ایران (۷ مقاله)، همبسته‌های مهارت‌های اجتماعی (۵ مقاله) و بررسی روایی و پایایی ابزارهای سنجش مهارت‌های اجتماعی در ایران (۵ مقاله) داشته است. البته ۱۳۶ مقاله به ابعاد گوناگون موضوع "اثر بخشی آموزش مهارت‌های اجتماعی" پرداخته اند که در دو بخش پیشایندها و پسایندهای مهارت‌های اجتماعی گزارش شده اند.

واژگان کلیدی: انسان‌شناسی تفسیری، فهم، معنی، متن، تجلی حیات

۱- مهارت‌های اجتماعی: چیستی، تعاریف، ضرورت و اهمیت آن

از دهه ۱۹۷۰ بخش مهارت‌های اجتماعی و اقدامات مربوط به آن یکی از فعال‌ترین عرصه‌های تحقیقات روانشناسان رفتاری بوده است. اگرچه بیشتر این تحقیقات در مورد بزرگسالان بوده ولی به طور پیوسته توجه خاص و با اهمیتی به مهارت‌های اجتماعی کودکان نیز وجود داشته است تحقیقات نشان داده است (پارکرواشر، ۱۹۷۸) در طول سال‌های مدرسه ۱۰ تا ۱۵ درصد همه کودکان به وسیله همسالان خود طرد می‌شوند که این خود باعث به وجود آمدن مشکلاتی مانند: فرار از مدرسه، عدم پیشرفت تحصیلی، پرخاشگری، جرم و جنایت می‌شود.

در حال حاضر بسیاری از محققان اتفاق نظر دارند که مهارت‌های اجتماعی آموختنی هستند؛ زیرا کودکانی که در محیط‌های نامناسب بزرگ شده‌اند. از لحاظ اجتماعی رفتارهای نامعقول دارند و قادر به تکلم موثر مفید نمی‌باشند. باتوجه به این مسائل دست‌اندرکاران تعلیم و تربیت نقش مهمی در طراحی برنامه‌های آموزشی مهارت‌های اجتماعی بهره گرفته و با استفاده از تجربیات خود و همچنین تئوری‌های مطرح شده در این حوزه برنامه‌های مربوط به آموزش مهارت اجتماعی را طراحی می‌کنند. دست‌اندرکاران تعلیم و تربیت نه تنها در زمینه آموزش مهارت‌های اجتماعی بلکه در خصوص صلاحیت‌های اجتماعی که جامع‌تر از مهارت‌های اجتماعی هستند نیز می‌توانند برنامه ریزی کنند.

فیلیپس (۱۹۷۸) به نقل از (هارجی و همکاران، ۱۹۹۴) با مرور تحلیل‌های ارائه شده در مورد مهارت‌های اجتماعی نتیجه می‌گیرد که کسی دارای مهارت اجتماعی است که بادیگران طوری ارتباط برقرار کند که بتواند به حقوق، رضایت خاطر و یا انجام وظایف خود در حد معقولی دست یابد. بی‌آنکه حقوق، رضایت‌خاطر یا وظایف دیگران را نادیده بگیرند و در عین حال بتواند در این مورد تعاملی بادیگران داشته باشد. در این تعریف به عناصر کلان برخورد‌های اجتماعی یعنی تقابل بین افراد اشاره شده است. هرچند که فیلیپس خاطرنشان می‌کند، دانستن چگونه رفتار کردن در وضعیت‌های گوناگون بخشی از مهارت اجتماعی است. "مهارت‌های اجتماعی، رفتارهایی است اکتسابی که از طریق مشاهده، مدل‌سازی، تمرین و بازخورد آموخته می‌شود و دارای ویژگی‌های زیر است رفتارهای کلامی و غیر کلامی را در برمی‌گیرد و پاسخ‌های مناسب و موثر را در بردارند، بیشتر جنبه تعاملی داشته، تقویت‌های اجتماعی را به حداکثر می‌رسانند و بر اساس ویژگی‌ها و محیطی که فرد در آن واقع شده است، توسعه می‌یابند و از طریق آموزش رشد می‌کنند" (میچلسون ۱۹۸۳).

در سال‌های اخیر توجه زیادی به بحث تعامل اجتماعی شده است. چراکه بررسی‌های متعدد نشان می‌دهند، کمبود مهارت‌های اجتماعی تأثیر منفی بر کارکرد تحصیلی دانش‌آموزان داشته، در روابط بین فردی و حوزه‌های رفتاری عاطفی مشکل ایجاد می‌کند، مشکلات یادگیری کودک را تشدید می‌کند، مانع پیشرفت او می‌شود و سرانجام به عواقب نامطلوب در دوران تحصیل او می‌انجامد. سازگاری دانش‌آموزان را کاهش می‌دهد و آنها را با ناتوانی در تمامی امور مواجه می‌سازد، در دانش‌آموزانی که قادر به انجام خواسته‌های کلاسی نیستند، احساس دردناکی از بی‌کفایتی، اضطراب، کاهش انگیزش و ناسازگاری‌های رفتاری به وجود می‌آورد. مهارت‌های اجتماعی رفتارهایی هستند که به مردم برای کنش متقابل با دیگران کمک می‌کنند. در مدرسه، کنش متقابل ممکن است. با هم کلاسی‌ها، معلمان و سایر کارکنان مدرسه باشد. در مراحل بعدی زندگی، این کنش متقابل با همکاران، سرپرستان، دوستان و افراد دیگری برقرار می‌شود که شخص ملاقات می‌کند.

تعاریف فراوان و متعددی از مهارت‌های اجتماعی وجود داشته که مهمترین آنها عبارتند از:

* لیبیت ولوین سن (۱۹۷۳): توانایی‌های پیچیده‌ای برای ظاهر ساختن رفتارهایی که به طور مثبت یا منفی تقویت می‌شوند و ظاهر ساختن رفتارهایی که توسط دیگران مورد تنبیه یا خاموش قرار می‌گیرد.

* فیلیپس (۱۹۷۸): کسی دارای مهارت اجتماعی است که بادیگران طوری ارتباط برقرار کند که بتواند به حقوق، رضایت خاطر و یا انجام وظایف خود در حد معقولی دست یابد. بی‌آنکه حقوق، رضایت‌خاطر یا وظایف دیگران را نادیده بگیرند و در عین حال بتواند در این مورد تعاملی با دیگران داشته باشد.

* ویلفورد (۱۹۸۰): مهارت‌های اجتماعی استفاده از راهبردهای کارآمد در انجام کارها به تناسب موقعیت‌ها و استعداد‌های فرد اجرا کننده است.

* کلی (۱۹۸۲): مهارت‌های اجتماعی رفتارهای معین و آموخته شده‌ای هستند که افراد در روابط بین فردی خود برای کسب تقویت‌های محیطی یا حفظ آنها انجام می‌دهند.

* اشالانت و مک فال (۱۹۸۵): مهارت اجتماعی عبارتست از آن دسته از فعالیت‌هایی که فرد به واسطه آنها به گونه‌ای رفتار کند که دیگران او را با کفایت و شایسته تلقی کنند. در واقع مهارت‌های اجتماعی، توانایی‌های لازم فرد، برای انجام رفتارهای هدفمند و موفقیت آمیز زندگی روزمره می‌باشند.

* شنایدر و همکاران (۱۹۸۵): مهارت‌های اجتماعی به عنوان وسیله ارتباط میان فرد و محیط تلقی می‌شود که این وسیله برای شروع ادامه ارتباط سازنده و سالم با همسالان به عنوان بخش مهمی از بهداشت روانی مورد استفاده واقع می‌شود.

*هالینگر (۱۹۸۷): مهارت‌های اجتماعی عبارت است از مهارتهایی که برای داشتن ارتباط مثبت با دیگران و پذیرش توسط آنها ضروری است.

*لیبرمن (۱۹۸۹): مهارت‌های اجتماعی همه رفتارهایی است که به ما کمک می‌کند تا با احساسات و نیازهای مان بنحو واقعی در ارتباط باشیم و به اهداف بین فردیمان برسیم.

*سگرین (۲۰۰۱): مهارت‌های اجتماعی توانایی ایجاد روابط متقابل مناسب و اثربخش با دیگران است.
*اسلی و گوارا (۲۰۰۳): مهارت اجتماعی را مترادف با سازگاری اجتماعی می‌دانند. از نظر آنها مهارت‌های اجتماعی عبارت است از توانایی‌های ایجاد ارتباط متقابل با دیگران در زمینه خاص اجتماعی، به طوری که در عرف جامعه قابل قبول و ارزشمند باشد.
*ماتسون (۲۰۰۳): مهارت‌های اجتماعی به عنوان رفتارهای قابل مشاهده و قابل اندازه‌گیری هستند که استقلال، قابلیت پذیرش و کیفیت مطلوب زندگی را بهبود می‌بخشد.

*سیون ویولداس (۲۰۰۷): مهارت‌های اجتماعی مهارتهایی است که به افراد اجازه می‌دهند تا تعاملات مثبتی را با دیگران شروع کرده و ادامه دهند و شامل مهارتهایی مانند برقراری ارتباط، حل مسئله، تصمیم‌گیری، خودمدیریتی و روابط با همسالان می‌باشد.

*لانیس و فروسنی (۲۰۰۸): مهارت‌های اجتماعی اغلب به عنوان مجموعه‌ای پیچیده‌ای از مهارتها در نظر گرفته شده است که شامل ارتباط، حل مسئله و تصمیم‌گیری، جرات ورزی، تعاملات با همسالان و گروه و خودمدیریتی می‌شود.
"همکاری، مشارکت با دیگران، کمک کردن، آغازگر رابطه بودن، تقاضای کمک کردن (کمک طلبی)، تعریف و تمجید از دیگران، تشکر و قدردانی، جرات ورزی، مسئولیت‌پذیری رفتارهای آموخته شده قابل مشاهده‌ای اند که فرد را قادر به برقراری رابطه موثر با دیگران می‌سازد" (گرشام والیوت، ۱۹۹۰).

"مهارت‌های اجتماعی بر رفتارهای فراگرفته مطلوبی اشاره دارد که فرد را قادر می‌سازد با دیگران رابطه مطلوبی داشته و از واکنش‌های نامعقول اجتماعی خودداری کند. مهارت‌های اجتماعی طیف گسترده‌ای از رفتارها از قبیل توانایی شروع ارتباط موثر و مناسب با دیگران، ارائه پاسخ‌های مفید و شایسته، تمایل به رفتارهای سخاوتمندانه، همدلانه و یاریگرانه، پرهیز از تمسخر، قلدری و زورگویی به دیگران را شامل می‌شود. این مهارتها برای سازش یافتگی و کارکرد به‌هنگار مهم هستند و نارسایی در مهارت‌های اجتماعی به طور نزدیکی با اختلالات روانی و مشکلات رفتاری مرتبط هستند" (ماتسون و همکاران، ۲۰۰۰).

آنچه باعث عملکرد مناسب اجتماعی افراد خواهد شد، مهارت‌های اجتماعی است. مهارت‌های اجتماعی در بسیاری از زمینه‌های عملکردی در زندگی افراد مانند رفتار مناسب، عزت نفس بالا، میزان شاد بودن و رضایت از زندگی نقش دارد. مهارت‌های اجتماعی رفتارهایی هستند که رشد آنها می‌تواند به عملکرد موثر و مفید فرد در جامعه کمک نماید. کمبودها و نقص‌ها در رشد مناسب مهارت‌های اجتماعی نیز به طور مشابه اثرات نامطلوبی بر سطح عملکرد کنونی و آینده افراد به جامی گذارد. مشکلات اجتماعی را می‌توان نتیجه عملکرد ناکافی رفتارهای اجتماعی در نظر گرفت. ضعف مهارت‌های اجتماعی عامل تعیین‌کننده‌ای در افزایش مشکلات روانی اجتماعی کودکان و نوجوانان است. افزایش خشونت، روی آوردن به مواد مخدر و ترک تحصیل از جمله پیامدهای کاستی‌های رشد مهارت‌های اجتماعی برای کودکان و نوجوانان محسوب می‌شود.

ناتوانی در بیان احساسات و روابط رضایت بخش با دیگران به بهای گرانی تمام می‌شود و کمبود مهارت‌های اجتماعی، ظرفیت افراد را برای مراقبت از خودشان و سازگاری با فشارهای روزانه محدود کرده، آنها را آسیب‌پذیر می‌کند. این در حالی است که مهارت‌های اجتماعی به افراد اجازه می‌دهد تا علایق خود را دنبال کنند، در فرصتهای زندگی پیشرفت کنند و با پاداشی که زندگی به آنها می‌دهد، عاطفی‌تر زیست کنند. مهارت‌های اجتماعی برای سازش یافتگی و کارکرد به‌هنگار مهم هستند و نارسایی در مهارت‌های اجتماعی به طور نزدیکی با اختلالات روانی و مشکلات رفتاری مرتبط هستند. مهارت‌های اجتماعی به عنوان مهمترین مصداق اجتماعی شدن و سازگاری اجتماعی بوده و یکی از مهمترین جنبه‌های رشد اجتماعی محسوب می‌شوند که نشان‌دهنده سازش متقابل با محیط اجتماعی است.

اگرچه تعاریف زیادی برای مهارت‌های اجتماعی ارائه شده، اغلب صاحب نظران عقیده دارند که مهارت‌های اجتماعی شش ویژگی دارند:

*ابتدا از طریق یادگیری (برای مثال، مشاهده، الگوسازی، تمرین و بازخورد) کسب می‌شوند.

*شامل رفتارهای غیر کلامی و کلامی مجزا و خاصی هستند.

*عاطفه و رفتار مناسب را نیز در برمی‌گیرند.

*از طریق تقویت اجتماعی ارتقا می‌یابند.

*شامل تعامل با محیط و همراه با واکنش‌های مناسب می‌شوند.

*انجام آنها از ویژگی‌های محیطی تأثیر می‌پذیرد.

بنابراین، مهارت‌های اجتماعی رفتارهایی هستند که آموخته می‌شوند و بر روابط با هم‌سالان و بزرگسالان تأثیر می‌گذارند. معمولاً مهارت‌های اجتماعی رابه عنوان صفات شخصیتی عمومی در نظر نمی‌گیرند و آنها را رفتارهای خاص موقعیتی و مجزایی می‌دانند که سن، جنس، وضعیت اجتماعی و تعامل با دیگران، بر آنها تأثیر می‌گذارند. آموزش مهارت‌های اجتماعی چهارهدف اولیه دارد:

الف: بهبود فراگیری مهارت‌های اجتماعی؛

ب: بهبود عملکرد مهارت‌های اجتماعی؛

ج: کاهش یا برطرف کردن مشکلات رفتاری؛

د: تسهیل تعمیم دهی و نگهداری مهارت‌های اجتماعی.

در مجموع هارجی و همکاران (۱۹۹۴) براین نکات تأکید دارند: (۱) نخست این که رفتارهای اجتماعی هدفمندند. مالزاین رفتارها برای کسب نتایج مطلوب استفاده می‌کنیم و بنابراین برخلاف سایر رفتارها که اتفاقی یا غیرتعمدی هستند. مهارت‌های اجتماعی هدف دارند. (۲) دومین ویژگی رفتارهای اجتماعی ماهرانه، به هم مرتبط بودن این توانایی هاست؛ یعنی آنان رفتارهای متفاوتی هستند که به منظور هدف ویژه مورد استفاده قرار می‌گیرند و مابه طور همزمان از آن ها استفاده می‌کنیم. (۳) سومین ویژگی مهارت‌های اجتماعی متناسب بودن آن با وضعیت است. فردی از لحاظ اجتماعی ماهر است که بتواند رفتارهایش را متناسب با انتظارات دیگران تغییر دهد. به این ترتیب داشتن ارتباط ماهرانه بستگی به استفاده صحیح (از لحاظ بافتی) و تسهیل کننده (از نظر رفتاری) از شیوه‌های برقراری ارتباط مناسب کارآمد با دیگران دارد. (۴) چهارمین ویژگی مهارت‌های اجتماعی این است که این مهارت هادرواقع واحدهای رفتاری مجزا هستند. فردی که از لحاظ اجتماعی مهارت دارئ قادر است رفتارهای مختلف و مناسبی داشته باشد. این توانایی های اجتماعی را در قالب عملکرد، رفتاری پی‌ریزی می‌کنند. این نکته یکی از ویژگی‌های بارز ارتباط اجتماعی ماهرانه است. مهارت‌های اجتماعی، آموختنی است. در حال حاضر تمامی محققان اختلاف نظر دارند که اکثر رفتارهای اجتماعی آموختنی هستند. (۵) آخرین مورد از ویژگی‌های مهارت‌های اجتماعی این است که افراد بر این مهارت‌ها کنترل شناختی دارند؛ بنابراین کسی که از لحاظ اجتماعی کمبود مهارت دارد، ممکن است عناصر اصلی مهارت اجتماعی را فرا گرفته باشد، اما از فرایندهای فکری لازم برای استفاده از این عناصر در تعاملات خود بی بهره باشد.

۲- گونه‌شناسی (انواع و طبقه‌بندی) مهارت‌های اجتماعی

استفنز (۱۹۷۸) مهارت‌های اجتماعی رابه چهار دسته اصلی تحت عنوان رفتارهای مربوط به محیط، رفتارهای مربوط به خود، رفتارهای میان فردی و رفتارهای مربوط به کار تقسیم کرده است. گلدشتاین (۱۹۷۸) نیز مهارت‌های اجتماعی رابه شش دسته کلی تقسیم کرده است: (۱) مهارت‌های اجتماعی آغازین شامل گوش دادن، شروع گفت و شنود، سؤال کردن، تشکر کردن، معرفی خود، معرفی کردن دیگران، احترام گذاشتن. (۲) مهارت‌های اجتماعی پیشرفته شامل تقاضای همکاری کردن، به گروه پیوستن، ارائه دستورالعمل، معذرت خواستن و متقاعد کردن دیگری. (۳) مهارت‌های مربوط به احساس شامل آگاهی از احساس خود و بیان آن، درک احساسات دیگران، تحمل خشم دیگران و تشویق خود. (۴) مهارت‌های جایگزین برای پرخاشگری شامل اجازه گرفتن، شریک شدن، کمک به دیگران، مذاکره کردن، خویشتنداری، پافشاری بر حقوق خود، واکنش در برابر آزار، پرهیز از آزار رساندن به دیگران دوری جستن از نزاع. (۵) مهارت‌های مربوط به مواجهه با فشار شامل ابراز شکایت، تحمل بی توجهی دیگران، حمایت کردن از دوستان، واکنش در برابر شکست، تحمل تهمت، تحمل فشار گروه. (۶) مهارت‌های برنامه ریزی شامل تصمیم گیری برای انجام کار، پیدا کردن عامل ایجاد مشکل، هدف داشتن، اولویت بندی کردن مشکلات و تمرکز داشتن در کار. هارجی و همکاران (۱۹۹۴) انواع مهارت‌های اجتماعی را شامل موارد زیر می‌دانند:

۱- ارتباط غیرکلامی: این نوع ارتباط (که اشاره به استفاده از حرکات بدن دارد) باتوجه به بافت موقعیت اهداف متفاوتی را حاصل می‌کند، ارتباط غیر کلامی می‌تواند به طور کامل جایگزین گفتار شود، مثل شخص کر و لال یا بازیگران پانتومیم که برای برقراری ارتباط فقط از دست‌ها و حرکات بدنی خود کمک می‌گیرند. رفتارهای غیر کلامی بر غنای کلماتی که نشانگر حالات هیجانی هستند، می‌افزایند، مثلاً هنگام خوشحالی لبخند می‌زنیم، یا موقع تعجب ابروها را بالا می‌بریم.

۲- پاداش و تقویت: تقویت یکی از مهارت‌های اجتماعی مهم است که می‌توان از طریق آن عملکرد دیگران، تصمیمات دیگران و نگرش‌های افراد را شکل داد.

۳- پرسش: یکی از رایج‌ترین و در عین حال ساده‌ترین مهارت‌هاست. همچنین مهمترین شکل تعامل انسانی، ارتباطی است که، بر مبنای پرسش و پاسخ پی‌ریزی می‌شود. این دو نه تنها راهی برای شروع گفتگو هستند، بلکه انجام آن را خیلی آسان‌تر می‌سازند و اهداف مختصی را برآورده می‌کنند.

۴- بازگرداندن: بازگردانی شامل دو مهارت اصلی به نام‌های بازگرداندن احساسات و تشریح است. تشریح عبارت است از باز تاباندن یا برگرداندن چکیده اظهارات مصاحبه شونده به خود او یا تأکید بر مفاد خبری (نه عواطف) آنها (مثلاً افکار، ایده‌ها و توضیحات) به زبان خودمان. منظور از بازگرداندن احساس این است که با تأکید بر احساسات به جای جنبه‌های شناختی صحبت‌های مصاحبه شونده، درباره ماهیت گفته‌های او به زبان خودمان بازخورد بدهیم.

۵- آماده‌سازی: چیزی بیش از معارفه‌ای ساده در شروع یک برخورد اجتماعی است. این مهارت به فراخور بافتی که تعامل در آن صورت می‌گیرد، می‌تواند اعمال مختلفی را شامل شود منظور اصلی از این مهارت عبارت است از: ۵-۱- ایجاد حالت آمادگی در شرکت‌کنندگان از طریق برقراری تفاهم، جلب توجه و ایجاد انگیزش. ۵-۲- مشخص کردن انتظارات شرکت‌کنندگان و سطح آگاهی آنان درباره موضوع مورد نظر. ۵-۳- نشان دادن اهداف مقبول به شرکت‌کنندگان. ۵-۴- تشریح کارکردهای طرفین و محدودیت‌های آنان. ۵-۵- ایجاد رابطه با برخوردهای قبلی (یا با ملاقات‌های آتی). ۵-۶- تعیین سطح اطلاعات شرکت‌کنندگان در مورد موضوع مورد بحث.

۶- خاتمه دادن: خاتمه اجتماعی عبارت است از به جای گذاردن احساسی خوب راجع به مبادله اجتماعی در شرکت‌کنندگان و نیز ابراز تمایل جهت انجام ملاقات‌های بعدی

۷- توضیح دادن: توضیح دادن یعنی تفهیم مطلب و مسائل به دیگران. مهارت توضیح دادن یکی از مهمترین و رایج‌ترین مهارت‌های اجتماعی است. وظیفه اصلی توضیح دهنده این است که بیند قطور بین پیچیدگی توضیحات و توانایی مخاطبان خود توازن ایجاد کند و توضیحات وی باید در چه سطحی باشد.

۸- گوش دادن: گوش دادن یکی از مؤلفه‌های اصلی ارتباط میان فردی است، زیرا در صورت عدم وجود آن، ارتباطات سطحی یا مختل خواهند شد. گوش دادن به خودی خود روی نمی‌دهد، بلکه شنونده می‌کوشد احساسات و حقایق را که می‌شنود درک کند. گوش دادن عبارت است از تمرکز بر پیام‌های کلامی و غیر کلامی سخنگو و در عین حال ابراز فعالانه کلامی و غیر کلامی. ۹- افشای خود: اظهار نظر یا افشای طرفین، بخش قابل توجهی از تعامل را تشکیل می‌دهد. افشا ممکن است اظهار نظری در مورد سایرین، مکان‌ها یا رویدادها و یا اظهارات ذهنی ما درباره خودمان باشد. افشای خود فرایندی است که از طریق آن شخص «الف» به طور کلامی و یا غیر کلامی اطلاعاتی را در مورد خودش در اختیار شخص «ب» که پیش از این از آنها بی‌خبر بوده است، می‌گذارد.

۱۰- نفوذ: این مهارت برای متخصصان اهمیت زیادی دارد، زیرا گاهی مجبورند موافقت مراجعان را برای پذیرش دیدگاهی دیگر یا انجام توصیه‌های خود جلب کنند. وقتی نفوذ اجتماعی اتفاق می‌افتد که اعمال یک فرد موجب وقوع رفتارها یا اتفاقاتی در زندگی طرف مقابل می‌گردد. فرد نفوذ کننده می‌تواند، ادراکات، هیجانات یا کنش‌های طرف مقابل خود را تحت نفوذ خویش درآورد.

۱۱- تعامل در گروه‌ها و رهبری: گروه‌ها، مجموعه‌ای از افراد هستند که بر یکدیگر تأثیر می‌گذارند و در خلال تعقیب هدف یا اهداف مشترک خود، به یکدیگر وابسته می‌شوند و سپس نسبت به این واحد اجتماعی تعلق خاطر پیدا می‌کنند. رهبری تقریباً مترادف با عمل تأثیرگذاری بر اعضای گروه و نفوذ در آن‌هاست؛ اما باید این نکته را هم متذکر شد که رهبر و رهبری با هم فرق دارند، اگر چه افرادی خاصی به عنوان رهبر برگزیده می‌شوند اما هر یک از اعضای گروه می‌توانند رهبری را انجام دهند، رهبر می‌تواند از طریق تشویق گروه به شرکت در فرایند تصمیم‌گیری و حل مسائل، کاهش تنش گروه، حمایت و تشویق تمامی اعضا باروری گروه را افزایش داده و بقای آن را تضمین کند.

۱۲- ابراز وجود: ابراز وجود رفتاری است که شخص را قادر می‌سازد به نفع خودش عمل کند، بدون هرگونه اضطرابی روی پاهای خودش بایستد، احساسات واقعی خود را صادقانه ابراز کند و بدون بی‌توجهی به حقوق دیگران، حق خود را بگیرد.

مریل وکاندرلا (۱۹۹۷) ابعاد مهارت‌های اجتماعی رابه شکل زیرتوصیف کرده اند: (۱) روابط با همسالان: شامل مهارت‌های کمک و یاری به همسالان در مواقع نیاز، حمایت از همسالان در زمان بروز مشکلات، شریک کردن دوستان در شادی‌ها، برعهده گرفتن نقش رهبری در فعالیت‌های دوستانه، حساس بودن نسبت به احساس دوستان، مشارکت در بحث‌ها. (۲) خود مدیریت: شامل مهارت‌های حفظ آرامش در زمان بروز مشکل و بحران، کنترل خود در زمان خشم، پذیرش محدودیت‌های مصالحه و سازش در زمان تعارض، پاسخگویی به تمسخر دیگران از طریق بی‌توجهی به آن، همکاری با دیگران در موقعیت‌های مختلف، پذیرش انتقادها. (۳) مهارت‌های تحصیلی: شامل مهارت‌های انجام کارها به صورت مستقل، نشان داده مهارت‌های تحصیلی مستقل، توجه به دستورات معلم و انجام تکالیف، استفاده مناسب از اوقات فراغت، تقاضای کمک در زمان نیاز، عملکرد مناسب در زمان آشفته‌گی. (۴) مهارت پذیرش دستورات: شامل مهارت‌های پیگیری تکالیف و درس‌ها و نقش‌ها، عکس العمل‌های مناسب به انتقادات سازنده، کنار گذاشتن کار یا ترک کردن محل در زمان نامناسب، کنار گذاشتن یک ویژگی یا خصیصه در صورت مقتضی، به انجام رساندن وظایف و مسئولیت‌های واگذار شده. مهارت قاطعیت: شامل مهارت‌های شروع صحبت با دیگران، تصریح و تأیید

تعریف‌ها و تمجیدها، دعوت از همسالان برای بازی، شرکت در فعالیت‌های گروهی، انتقاد از موارد نادرست، معرفی خود به افراد جدید.

بارب بیدکس و ساکاجوان (۲۰۰۲) مهارت‌های اجتماعی را به شرح زیر دسته‌بندی کرده‌اند: (۱) مهارت‌های گوش دادن: توانایی نشستن و گوش دادن به افرادی که پیرامون ما هستند. (۲) مهارت‌های اجتماعی: این مهارت‌ها شامل مؤلفه‌هایی چون احترام، مذاکره، کمک خواستن، تشکر کردن و... می‌باشد. (۳) مهارت‌های مقابله با خشم: در این مهارت فرد باید بداند که خشمگین شدن خوب است اما خشونت آمیز صحبت کردن یا کار کردن درست نیست. همچنین این مهارت به درک نحوه برخورد و تعامل با فردی که خشمگین است رانیزدربری می‌گیرد. (۴) مهارت‌های برخورد با احساسات: این مهارت مهم است که فرد بداند چگونه احساسات خود را بیان نماید که دیگران آنرا درک کنند یا احساسات خود را متناسب با موقعیت ابراز نمایند. برای مثال در موقع بداند که قهقهه زدن مناسب است یا نیست همچنین فرد باید یاد بگیرد که چگونه احساسات دیگران را تشخیص بدهد تا بتواند عکس العمل نشان دهد. (۵) مهارت‌های تفکر قبل از عمل: برخی از افراد بصورت تکانشی صحبت یا عمل می‌کنند؛ بنابراین نیاز دارد یاد بگیرند درباره آنچه که م‌یخواهند حرف بزنند یا عمل کنند، توقف نموده سپس فکر کرده و بعد تصمیم بگیرند که درباره آن اقدام کنند. (۶) مهارت پذیرفتن پیامدها: افراد باید یاد بگیرند زمانی که مرتکب اشتباهی در گفتار یا کردار می‌شوند پیامدهای آنرا بپذیرند. (۷) مهارت‌های برخورد با فشار همسالان: بسیاری از بچه‌ها دوست دارند، آنچه را که دیگران از آنها تقاضا می‌کنند به انجام برسانند، حتی زمانی که می‌دانند آن خواسته اشتباه است. آنها فکر می‌کنند که با انجام این کار دیگران را وادار به دوست داشتن خودشان می‌کنند. این ضروری است که بچه یاد بگیرند که با گفتن پاسخ نه به شیوه‌ای مؤدبانه تسلیم فشار همسالان نشوند. (۸) مهارت‌های رشد خودپنداره: بزرگسالان و والدین باید با تمرکز بر امور مثبت، در رشد خودپنداره به کودکان و نوجوانان کمک کنند. والدین باید به کشف استعدادها و توانایی‌های فرزندان خود نظیر توانایی در یادگیری موسیقی، ورزش‌ها، هنر و غیره یاری رسانده و مشوق آنها باشند. برخی از کودکان اغلب بر کاستی‌های و ناتوانی‌های خویش تمرکز می‌کنند و از شناخت توانایی‌ها و نقاط قوت خویش عاجزند و نیازمند راهنمایی هستند. (۹) مهارت‌های حل مسأله: بچه‌ها باید نحوه برخورد با مسائل و مشکلات را یاد بگیرند. بنابراین باید آنها را در تشخیص مشکل، جمع‌آوری اطلاعات لازم برای بررسی مشکل و... آنها را یاری کرد.

تایر (۲۰۰۷) مهارت‌های اجتماعی را شامل موارد ذیل می‌داند: (۱) توانایی حفظ آرامش یا برخورداری ازسطحی بردباری در برابر اضطراب ناشی از موقعیت‌های اجتماعی اضطراب‌آور، (۲) مهارت‌های گوش دادن مثل بازخورد دادن، (۳) همدلی در موقعیت‌های مختلف با دیگران، (۴) برقراری رابطه‌ی دوستانه با دیگران و ادامه دادن به تعاملات با افراد مختلف، (۵) خود اشنایی، (۶) تماس چشمی مناسب.

۳- اصول تحلیل جامعه‌شناختی مهارت‌های اجتماعی

سوالات شش‌گانه اساسی درتحلیل جامعه‌شناختی مهارت‌های اجتماعی درایران عبارتنداز (نمودار شماره ۱):

- ماهیت و میزان مهارت‌های اجتماعی درایران چیست و چگونه قابل شناسائی، سنجش واندازه‌گیری است؟ ابعاد و مولفه‌های آن کدامند؟
- الگوهای اجتماعی مهارت‌های اجتماعی درایران (برحسب جنس، سن، تحصیلات، وضع تاهل، دین، طبقه اجتماعی، حوزه‌های اجتماعی شهری وروستائی) چگونه است؟
- علل و عوامل موثر بر مهارت‌های اجتماعی درایران کدامند؟ چه عواملی موجب شکل‌گیری مهارت‌های اجتماعی درایران می‌شوند؟ پیشایندهای مهارت‌های اجتماعی درایران کدامند؟ پیشایندهای مهارت‌های اجتماعی رامی‌توان درچندبخش طبقه‌بندی نمود: (۱) ویژگی‌های شخصیتی، (۲) نظام آموزشی، (۳) نظام خانواده؛ (۴) عوامل اجتماعی، (۵) ورزش، (۶) دین، (۷) رسانه‌ها و فناوری‌های نوین و (۸) نظام فرهنگی.
- مهارت‌های اجتماعی دربردارنده چه اثرات و پیامدهائی درحوزه‌های مختلف فردی، خانوادگی، شغلی و اجتماعی درایران هستند؟ کارکردهای (پسایندهای) مهارت‌های اجتماعی درایران کدامند؟ پسایندهای مهارت‌های اجتماعی رامی‌توان درچنددسته طبقه‌بندی نمود: (۱) اثرات فردی، شخصیتی وروانی، (۲) اثرات آموزشی، (۳) اثرات شغلی و سازمانی (محیط کار)، (۴) اثرات خانوادگی، (۵) اثرات اجتماعی.
- کدامین متغیرها با مهارت‌های اجتماعی همبستگی دارند؟ همبسته‌های مهارت‌های اجتماعی درایران کدامند؟
- جنبه‌های مختلف آموزش مهارت‌های اجتماعی و اثربخشی آن کدامند؟ مکانیسم‌های آموزش مهارت‌های اجتماعی چیست؟

پسایندهای مهارت‌های اجتماعی:

- (۱) اثرات فردی، شخصیتی و روانی: نهاد کلامی، احساس بهزیستی، احساس خوشبختی، امیدواری، کیفیت زندگی، رضایت از زندگی، تاب آوری، سلامت روانی (عزت نفس، افسردگی، اضطراب)، سلامت معنوی، کمروزی، سرمایه روانشناختی و احساس تنهایی.
- (۲) اثرات آموزشی: موفقیت تحصیلی
- (۳) اثرات شغلی و سازمانی (محیط کار): رضایت شغلی، بهره‌وری، انگیزش شغلی، عملکرد شغلی، مدیریت و رهبری.
- (۴) اثرات خانوادگی: رضایت زناشویی و ثبات زناشویی
- (۵) اثرات اجتماعی: حل مسئله اجتماعی، کمال (بلوغ) اجتماعی، ورزش اجتماعی، رضایت اجتماعی، پذیرش و مقبولیت (مطابقت) اجتماعی، رفتار فرا اجتماعی (مساعادت اجتماعی و نوع دوستی)، مسئولیت پذیری اجتماعی، سازگاری و انطباق اجتماعی، شایستگی و کفایت اجتماعی، کارایی اجتماعی، عملکرد اجتماعی، سرمایه انسجام اجتماعی، مشارکت اجتماعی، معاشرت پذیری، سلامت اجتماعی، روابط و صمیمت اجتماعی، آسیب‌های اجتماعی، رفتارهای پرخطر و ضد اجتماعی، رفتارهای قلدرم‌شانه، آری‌بخشی اجتماعی و عاطفی.

مهارت‌های

اجتماعی:

- (۱) الگوهای اجتماعی
- مهارت‌های اجتماعی بر اساس سن، جنس، گروه‌های خاص، بیماران روانی و ناتوانان جسمی ذهنی.
- (۲) سنجش مهارت‌های اجتماعی و ابعاد و مولفه‌های آن
- (۳) اثر بخشی آموزش مهارت‌های اجتماعی
- (۴) همبستگی‌های مهارت‌های اجتماعی

پسایندهای مهارت‌های اجتماعی:

- (۱) ویژگی‌های شخصیتی: عزت نفس، خودآرزشمندی، خودکارآمدی، کمال گرایی، هوش هیجانی، احساس تنهایی، اضطراب اجتماعی، کمروزی، خودشناسی، سرسختی روانشناختی، هویت‌یابی، تفکر انتقادی و سبک‌های تفکر.
- (۲) نظام آموزشی: یادگیری مشارکتی، فرایندهای آموزش و تدریس مهارت‌های اجتماعی، جو مدرسه، منابع و مشون درسی، کتاب‌های تعلیمات اجتماعی
- (۳) نظام خانواده: عملکرد خانواده، سبک دلبستگی، سبک فرزندپروری، ارتباطات خانواده
- (۴) عوامل اجتماعی: هویت اجتماعی، حمایت اجتماعی، خودکارآمدی اجتماعی، عزت نفس اجتماعی، هوش اجتماعی، علاقه اجتماعی، پیگانه‌گی اجتماعی، تعهد اجتماعی، پیوند اجتماعی، اعتماد اجتماعی و کیفیت روابط دوستی
- (۵) آموزش، ۶ دین، ۷ رسانه‌ها و فناوری‌های نوین: سواد رسانه‌ای، اینترنت، بازی رایانه‌ای، اعتیاد اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مجازی
- (۶) نظام فرهنگی: ارزش‌های انسانی و فضائل اخلاقی، جامعه‌پذیری، سبک زندگی، سرمایه فرهنگی

نمودار شماره ۱) ابعاد گوناگون تبیین مهارت‌های اجتماعی در ایران به تفکیک حوزه‌های شش‌گانه آن

۴- سابقه اولیه مطالعات و تحقیقات مهارت‌های اجتماعی در ایران

الف) مطالعات نظری مهارت‌های اجتماعی

موج اول درخصوص مهارت‌های اجتماعی در ایران اختصاص به انتشار ترجمه کتاب‌های مرجع و نخستین در این حوزه داشته است. ترجمه کتاب "آموزش مهارت‌های اجتماعی به کودکان" نوشته کارتلج و میلبرن توسط محمدحسین نظری نژاد که توسط موسسه چاپ و انتشارات آستان قدس رضوی در سال ۱۳۶۹ (چاپ اول) منتشر شد. دومین و مهمترین منبع مرجع در این حوزه کتاب "هارجی، ساندروز و دیکسون" تحت عنوان "مهارت‌های اجتماعی در ارتباطات میان فردی" بوده که توسط خشایار بیگی و مهرداد

فیروزبخت ترجمه و در سال ۱۳۷۷ توسط انتشارات رشد (چاپ اول) انتشار یافته که البته چاپ هفتم این ترجمه در سال ۱۳۹۳ بوده است. سومین منبع مرجع کتاب "متسون واولندیک" تحت عنوان "بهبودبخشی مهارت‌های اجتماعی کودکان" است که توسط احمدبه پژوه به فارسی ترجمه و در سال ۱۳۸۴ توسط انتشارات اطلاعات چاپ شده است. چهارمین منبع علمی اختصاص به کتاب "آموزش مهارت‌های اجتماعی به کودکان" نوشته کی متیسن می باشد که توسط ملیحه وفائی و انتشارات مبین اندیشه (سال ۱۳۹۳) ترجمه و چاپ شده است.

ب) تحقیقات تجربی مهارت‌های اجتماعی

اولین تحقیقات مهارت‌های اجتماعی در ایران اختصاص به هشت پژوهش داشته که در طی سالهای ۱۳۷۸ تا ۱۳۸۳ در مجلات علمی پژوهشی منتشر گردیده اند:

- ۱- سیما شهیم (۱۳۷۸) "بررسی مهارت اجتماعی در گروهی از کودکان عقب‌مانده ذهنی آموزش پذیر با استفاده از نظام درجه‌بندی مهارت اجتماعی".
- ۲- سیما شهیم (۱۳۸۱) "بررسی مهارت اجتماعی در گروهی از دانش آموزان نابینا از نظر معلمان".
- ۳- بهناز دوران، پرویز آزاد فلاح و جواد اژه ای (۱۳۸۱) "بررسی رابطه بازی‌های رایانه ای و مهارت‌های اجتماعی نوجوانان".
- ۴- فریده یوسفی و محمد خیر (۱۳۸۱) "بررسی پایایی و روایی مقیاس سنجش مهارت‌های اجتماعی ماتسون و مقایسه عملکرد دختران و پسران دبیرستانی در این مقیاس".
- ۵- سیما شهیم (۱۳۸۲) "مقایسه مهارت‌های اجتماعی و مشکلات رفتاری در دو گروه از کودکان عادی و مبتلا به اختلالات یادگیری در خانه و مدرسه".
- ۶- زهرا ارجمندی و سیداکبریان زاده (۱۳۸۲) "تاثیر آموزش مهارت‌های اجتماعی بر رفتار سازگارانۀ کودکان عقب مانده ذهنی خفیف".
- ۷- سیماشهیم (۱۳۸۳) "تحلیل عوامل مقیاس روش درجه بندی مهارت‌های اجتماعی برای کودکان پیش دبستانی".
- ۸- احمدرضانصرافهانی، مریم فاتحی زاده، فاطمه فتحی. (۱۳۸۳). "جایگاه مهارت‌های اجتماعی مورد نیاز دانش آموزان در کتاب‌های درسی عمومی دوره متوسطه".

۵- معرفی ابزارهای سنجش مهارت‌های اجتماعی و تحقیقات خارجی

الیوت وباس (۱۹۹۱) در مقاله‌ای به ارزیابی ابزارهای مهارت‌های اجتماعی کودکان و نوجوانان پرداخته اند. این مقاله به عنوان راهنمای عمومی و چارچوبی آموزشی برای محققان تلقی می‌شود. مشخصات هنجاریابی و روان‌سنجی سه ابزار معتبر جهانی مورد بررسی واقع شده اند:

- ۱- ارزیابی رفتار اجتماعی استیفنز (۱۹۷۸)
 - ۲- مقیاس شایستگی اجتماعی و سازگاری مدرسه والکرومک کانل (۱۹۸۸)
 - ۳- نظام رتبه‌بندی مهارت‌های اجتماعی گرشام والیوت (۱۹۹۰)
- در این گزارش انواع دوگانه پایایی و هم چنین انواع سه گانه روائی ابزارهای معتبر نیز گزارش شده اند. دماری ورافالو (۱۹۹۵) در مقاله خود به توصیف ۶ ابزار معتبر در حوزه سنجش مهارت‌های اجتماعی پرداخته اند که عبارتند از:
- ۱-مقیاس رفتار اجتماعی مدرسه میرل (۱۹۹۳)
 - ۲- نظام رتبه بندی مهارت‌های اجتماعی گرشام والیوت (۱۹۹۰).
 - ۳-مقیاس رتبه بندی مهارت‌های اجتماعی واکسمن (۱۹۸۵).
 - ۴- مقیاس شایستگی اجتماعی و سازگاری مدرسه والکرومک کانل (۱۹۸۸).
 - ۵- مقیاس رتبه بندی های مقیاس های اجتماعی مدرسه میرل (۱۹۹۳).
 - ۶- سیاهه ارزیابی رفتار اجتماعی استیفنز و آرنولد (۱۹۹۲).
- مقاله میرل (۲۰۰۱) در ارزیابی مهارت‌های اجتماعی کودکان سعی درسطح‌های جاری و جهت‌گیری‌های نوین داشته‌اند. مقاله سه ابزار معتبر را در چندبخش مشخص معرفی کرده اند (منتشرکننده ابزار، هدف ابزار، نمونه هنجار یابی شده و مشخصات گویه‌ها و خرده مقیاس‌ها):

- ۱- مقیاس‌های رفتار اجتماعی مدرسه میرل (۱۹۹۳).
- ۲- مقیاس شایستگی اجتماعی و سازگاری مدرسه والکرومک کانل (۱۹۸۸)
- ۳- نظام رتبه‌بندی مهارت‌های اجتماعی گرشام والیوت (۱۹۹۰)

پژوهش ماتسون و ویلکنز (۲۰۰۹) به معرفی روشهای روانسنجی ابزارهای مهارت‌های اجتماعی کودکان پرداخته‌اند. دونوع کلی آزمونهای "ایفاء نقش" و آزمونهای "مهارت‌های اجتماعی" مبنای طبقه‌بندی در نظر گرفته شده است. در بخش نخست ۸ آزمون و در بخش دوم ۴۰ آزمون بامشخصات طراح و سازنده آزمون فهرست و معرفی شده‌اند. باتوجه به بررسی انجام شده طی ۳۵ سال محققان دریافته‌اند که بیشترین ابزار مورد استفاده در تحقیقات عبارتند از: (۱) فرم ارزیابی مهارت‌های اجتماعی ماتسون (۱۹۸۳) مورد استفاده در ۲۲ تحقیق طی سالهای ۱۹۸۳ تا ۲۰۰۶. (۲) نظام رتبه‌بندی مهارت‌های اجتماعی گرشام والیوت (۱۹۹۰) قابل استفاده در ۱۴ پژوهش طی سالهای ۱۹۸۹ تا ۲۰۰۶. (۳) فهرست مشکلات موقعیت‌های اجتماعی قابل استفاده در پنج تحقیق طی سالهای ۱۹۸۱ تا ۱۹۹۰.

در بخش دیگر پژوهش به ارائه گزارشی کامل و دقیق در خصوص بیشترین ابزارهای مورد استفاده مهارت‌های اجتماعی به تفکیک زبان کشورهای مختلف جهان اقدام شده که عبارتند از:

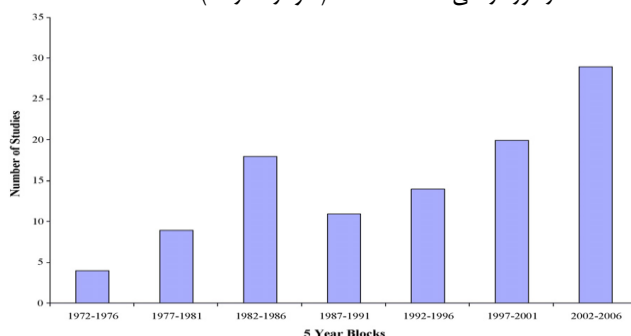
۱- فرم ارزیابی مهارت‌های اجتماعی ماتسون به زبانهای متعدد در کشورهای آمریکا، استرالیا، ژاپن، سوئیس، چین، بریتانیا، هند، فلسطین اشغالی و اسلواکی.

۲- نظام رتبه‌بندی مهارت‌های اجتماعی گرشام والیوت به زبان‌های مختلف در کشورهای آمریکا، ایران، اسلواکی، سوئیس و اسپانیا.

۳- سیاهه مهارت‌های اجتماعی ایندربیتزن (۱۹۹۲) در آمریکا، اسپانیا و آلمان.

۴- سیاهه مهارت‌های اجتماعی ریجیو (۱۹۸۶) در آمریکا، ایتالیا و برزیل.

در بخش سوم مقاله جدول مبسوط به ارائه نتایج در خصوص ویژگی‌های آزمون سنجی مقیاس‌های ۴۸ گانه سنجش مهارت‌های اجتماعی پرداخته که ۴۸ ابزار مورد نظر در چند بخش (تعداد گویه، روای، پایایی، گروه سنی مورد استفاده و انواع فرم‌های موجود) معرفی شده‌اند. در پایان گزارش نموداری از تحقیقات انجام شده مهارت‌های اجتماعی طی ۳۵ سال به تفکیک دوره‌های پنج ساله ارائه شده که نشان‌دهنده روند افزایشی تحقیقات مهارت‌های اجتماعی می‌باشد. کمترین پنج پژوهش در دوره زمانی ۱۹۷۲ تا ۱۹۷۶ تا بیش از ۳۰ مقاله در دوره زمانی ۲۰۰۲ تا ۲۰۰۶ (نمودار شماره ۲).



نمودار ۲) روند تحقیقات مهارت‌های اجتماعی کودکان طی سالهای ۱۹۷۲ تا ۲۰۰۶ (ماتسون و ویلکنز، ۲۰۰۹)

کراوهمکاران (۲۰۱۱) به ارزیابی ابزارهای عملکرد و کارکرد اجتماعی کودکان و نوجوانان براساس مرور سیستماتیک طی سال‌های ۱۹۸۸ تا ۲۰۱۰ نموده‌اند که شامل معرفی ۸۶ ابزار مورد استفاده در مقالات ۷ مجله علمی پژوهشی در بخش‌های مختلف (عنوان ابزار، توصیف ابزار، مدل نظری، گروه سنی مورد استفاده، انواع فرم‌ها، نمونه انجام شده، هنجار آزمون، تحلیل عاملی، روایی، پایایی و تحلیل استنادی ابزارها) بوده‌اند.

کردایروهمکاران (۲۰۱۵) به ارزیابی کیفیت روان سنجی سنجش‌ها و ابزارهای مهارت‌های اجتماعی با تکیه بر مرور سیستماتیک و فراترکیب پرداخته‌اند. مقاله حاضر در تبیین مهارت‌های اجتماعی براساس چارچوب نظری کارکرد (عملکرد) اجتماعی افراد به انواع دو گانه عوامل موثر در شکل‌گیری کارکرد اجتماعی پرداخته‌اند: الف) عوامل درونی شامل رشد مغزی و فکری، مهارت‌های شناختی و شخصیت. ب) عوامل بیرونی شامل چهار دسته عوامل خانواده گروه همالان، طبقه اجتماعی و فرهنگ. کردایرو همکاران ۴۵ مورد (شامل ۹ گزارش و ۳۶ تحقیق) را مورد بررسی قرار داده‌اند که در آنها ۵۳ ابزار استفاده شده‌اند: ۴۰ ابزار عمومی و ۱۳ ابزار اختصاصی مهارت‌های اجتماعی. مقاله در بخش بعدی ۴۵ مطالعه انجام شده برای آزمون و پایایی ابزارهای سنجش مهارت‌های اجتماعی (شامل هدف تحقیق، جمعیت مورد مطالعه و یافته‌های نهایی تحقیق) معرفی شده‌اند. مشخصات ۱۳ ابزار معتبر اختصاصی شامل هدف ابزار، سال نشر، نوع مقیاس، تعدادپاره مقیاس، تعداد گویه و نوع تنظیم گویه‌ها در بخش مستقلی ارائه شده‌اند. جدول نهایی گزارش مربوط به پایایی و روایی ۱۳ ابزار اختصاصی سنجش مهارت‌های اجتماعی بوده است.

۶- چارچوب روش تحقیق

مطالعه حاضر از نوع کیفی بوده که در آن از روش "فرا ترکیب" استفاده شده است. فرا ترکیب مانند: فراتحلیل، برای یکپارچه سازی چندین مطالعه برای ایجاد یافته‌های جدید و تفسیر آنها به کار می‌رود. باین حال برخلاف فراتحلیل که بر داده‌های کمی و رویکردهای آماری تأکید دارد، فرا ترکیب بر مطالعات کیفی و تفسیر و تحلیل عمیق آنها به دلیل فهم عمیق تراست (پاترسون و همکاران، ۲۰۰۱ و بینج و دی، ۲۰۱۰). روش "فرا ترکیب" یکی از روش‌های پژوهشی کارآمد در عصر انفجار دانش شناخته شده است و این امکان را برای پژوهشگر فراهم می‌سازد تا به شیوه ساختارمندی از یافته‌های استخراج شده از مطالعات کیفی مرتبط با موضوع تحقیق استفاده نماید. انواع مطالعات کیفی را می‌توان در فرا ترکیب شرکت داد. این مطالعات می‌توانند فقط منحصر به مقالات چاپ شده در مجلات باشند و یا از انواع دیگر مطالعات نیز مانند کتاب، فصول کتاب، گزارشات و پایان نامه‌ها نیز می‌توان بهره برد. هفت مرحله برای انجام فرا ترکیب ارائه شده که این مراحل عبارتند از: ۱) تنظیم و طرح سؤال پژوهش؛ ۲) بررسی و مرور ادبیات به شکل نظام‌دوسستماتیک؛ ۳) جست و جو و انتخاب مقاله‌های مناسب؛ ۴) استخراج اطلاعات مقاله‌ها و متون؛ ۵) تجزیه و تحلیل و ترکیب یافته‌های کیفی؛ ۶) کنترل کیفیت و ۷) ارائه یافته‌ها (سندلوسکی و باروسو، ۲۰۰۷). اطلاعات تحقیق با استفاده از کلیدواژه "مهارت‌های اجتماعی" و "مهارت‌های اجتماعی" تا بهمن ماه سال ۱۳۹۷ (زمان اجرای تحقیق) با استفاده از سه منبع اینترنتی ذیل گردآوری شده است: الف) پایگاه اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی (sid)، ب) پایگاه اطلاع‌رسانی نشریات علمی ایران (magiran) و ج) پایگاه‌های اختصاصی الکترونیکی مجلات علمی پژوهشی مصوب وزارت علوم.

۷- تحلیل داده‌های تحقیق

۷-۱- روند تحقیقات مهارت‌های اجتماعی در ایران

سال انتشار مقاله پژوهشی یکی از متغیرهای تحقیق حاضر بوده که یافته‌ها نشان داده که در طی سالهای ۱۳۷۸ تا بهمن ماه ۱۳۹۷ (زمان اجرای تحقیق حاضر) انتشار مقالات روندی افزایشی و صعودی داشته است. در سالهای ۱۳۷۹ تا ۱۳۸۳ تعداد ۸ مقاله (۵ درصد) پژوهشی در حوزه مهارت‌های اجتماعی به چاپ رسیده در حالی که در سال ۱۳۸۴ درصد تحقیقات مربوطه به تنهایی ۴ درصد گزارش داده است. از سال ۱۳۸۵ تا ۱۳۹۵ شاهد روند افزایشی در خصوص چاپ مقالات در مجلات علمی پژوهشی بوده‌ایم. ۷۲ درصد تحقیقات مهارت‌های اجتماعی در ایران اختصاص به سالهای ۱۳۹۰ تا کنون داشته و این داده هانشان از روند فزاینده تحقیقات مهارت‌های اجتماعی در ایران طی سال‌های پیش می‌باشد (جدول شماره ۱).

جدول ۱) توزیع فراوانی تحقیقات مهارت‌های اجتماعی در ایران برحسب سال چاپ مقاله

موضوع	تعداد	درصد	موضوع	تعداد	درصد
۱۳۷۸	۱	۱	۱۳۸۹	۹	۴
۱۳۸۱	۳	۲	۱۳۹۰	۲۰	۸
۱۳۸۲	۲	۱	۱۳۹۱	۱۲	۵
۱۳۸۳	۲	۱	۱۳۹۲	۲۳	۹
۱۳۸۴	۹	۴	۱۳۹۳	۲۸	۱۱
۱۳۸۵	۹	۴	۱۳۹۴	۲۳	۹
۱۳۸۶	۱۰	۴	۱۳۹۵	۲۸	۱۱
۱۳۸۷	۱۲	۵	۱۳۹۶	۳۰	۱۲
۱۳۸۸	۱۵	۶	۱۳۹۷	۱۷	۷
جمع کل	۲۵۳	۱۰۰			

۷-۲- ابزارهای سنجش مهارت‌های اجتماعی در ایران

تحقیقات در خصوص سنجش مهارت‌های اجتماعی از ابزارهای استاندارد مختلفی بهره جسته اند. نتایج پژوهش حاضر نشان داده که بیشترین تحقیقات مهارت‌های اجتماعی در ایران در مرتبه اول و دوم، به ترتیب از ابزار مانتسون (۵۹ مقاله) و گرشام والیوت (۴۹ مقاله) استفاده کرده اند (جدول شماره ۲).

جدول شماره ۲) توزیع فراوانی تعداد تحقیقات مهارت‌های اجتماعی در ایران بر حسب ابزار مورد سنجش

ابزار	تعداد	ابزار	تعداد	ابزار	تعداد
گرشام	۴۹	ماتسون	۵۹	ایندریتز	۱۹
ایسلر و میلر	۲	ریچیو	۸	توماس	۱
لاگرکا	۱	استونی	۲	دنیلسون	۳
کرامتی	۹	محقق ساخته	۱۴		

۸- گرایش‌های پژوهشی مهارت‌های اجتماعی در ایران

۸-۱- پساایندهای مهارت‌های اجتماعی در ایران

بررسی کارکردها (اثرات، پیامدها و پساایندها) یکی از اصول جامعه شناختی تحلیل مهارت‌های اجتماعی در ایران مدنظر است. در زمینه اثرات و پساایندهای مهارت‌های اجتماعی در ایران ۱۰۲ مقاله و ۵۶ متغیر (موضوع) شناسائی گردیده است. یافته‌های پژوهش حاضر بیانگر آن بوده که مهارت‌های اجتماعی موجب افزایش سازگاری اجتماعی (۱۳ مقاله)، افزایش عزت نفس و عملکرد تحصیلی، کاهش اختلالات و ناهنجاری‌های رفتاری، هیجانی و مشکلات رفتاری (۷ مقاله)، کاهش گرایش سوء مصرف مواد و افزایش شایستگی اجتماعی (۴ مقاله) و کاهش اضطراب اجتماعی و ارتقاء نظریه ذهن (هر کدام ۳ مقاله) را فراهم نموده است. اثرات مهارت‌های اجتماعی در کاهش کمروئی و افزایش ثبات زناشویی، احساس تنهایی، سرمایه روانشناختی، بهزیستی روانشناختی، بهزیستی و سلامت روانی (هر کدام ۲ مقاله) در مراتب بعدی قرار گرفته اند.

۴۲ متغیر دیگر شامل بی انضباطی، انگیزش پیشرفت، کاهش فرار از خانه، سلامت اجتماعی، حل مسئله اجتماعی، بهبود رفتارهای اجتماعی، پذیرش اجتماعی، رشد اجتماعی، کیفیت روابط بین فردی، مشارکت اجتماعی، خود توانمندسازی اجتماعی، افزایش پذیرش همسالان، کاهش مورد آزار قرار گرفتن، کاهش رفتارهای پرخطر، رشد زبان بیانی، ناامیدی، کاهش علائم اوتیسم، انعطاف پذیری شناختی، ابعاد هویت، بحران هویت، رفتارهای قربانی، پر خاشگری، ابراز وجود، مهارت‌های زندگی، شادی، ترس از ارزشیابی منفی، کاهش اجتناب اجتماعی، کاهش اعتیاد پذیری، کاهش اضطراب، ناگوئی هیجانی، خود پنداره، حساسیت اضطرابی، هوش هیجانی کنش‌وری (عملکرد کارائی) سازشی، اختلال نارسایی توجه، راهبرد تنظیم شناختی هیجان، خود کارآمدی، خود کارآمدی پرهیز از مواد مخدر، بازار گرائی، کار آفرینی سازمانی، رضایت شغلی، کاهش اعتیاد اینترنتی (هر کدام ۱ مقاله) در مراتب نهایی اثرات مهارت‌های اجتماعی در ایران مورد شمارش قرار گرفته اند. اثرات چهارگانه اصلی مهارت‌های اجتماعی به صورت ذیل دسته بندی می شوند:

۱) اثرات آموزشی: بی انضباطی (۱ مقاله)، عملکرد تحصیلی (۷ مقاله)

۲) اثرات اجتماعی: کاهش فرار از خانه، سلامت اجتماعی، حل مسئله اجتماعی، بهبود رفتارهای اجتماعی، پذیرش اجتماعی، رشد اجتماعی، کیفیت روابط بین فردی، مشارکت اجتماعی، خود توانمندسازی اجتماعی، افزایش پذیرش همسالان (هر کدام ۱ مقاله)، ثبات زناشویی (۲ مقاله)، کاهش اضطراب اجتماعی (۳ مقاله)، شایستگی اجتماعی (۴ مقاله) و سازگاری اجتماعی (۱۳ مقاله). ۳) اثرات رفتاری: کاهش مورد آزار قرار گرفتن، کاهش رفتارهای پرخطر، رشد زبان بیانی، ناامیدی، کاهش علائم اوتیسم، ابعاد هویت، بحران هویت، سازگاری عاطفی، رفتارهای قربانی، پر خاشگری، ابراز وجود، مهارت‌های زندگی، شادی، ترس از ارزشیابی منفی، کاهش اجتناب اجتماعی، کاهش اعتیاد پذیری، کاهش اضطراب، ناگوئی هیجانی، خود پنداره، حساسیت اضطرابی، هوش هیجانی، کنش وری (عملکرد کارائی) سازشی، اختلال نارسایی توجه، راهبرد تنظیم شناختی هیجان، خود کارآمدی، خود کارآمدی پرهیز از مواد مخدر (هر کدام ۱ مقاله)، کمروئی، احساس تنهایی، سلامت روانی، سرمایه روانشناختی، بهزیستی روانشناختی (هر کدام ۲ مقاله)، ارتقاء نظریه ذهن (۳ مقاله)، کاهش گرایش سوء مصرف مواد (۴ مقاله)، کاهش اختلالات هیجانی و مشکلات رفتاری و عزت نفس (۷ مقاله)

۴) اثرات شغلی و سازمانی: بازار گرائی، کار آفرینی سازمانی، رضایت شغلی (هر کدام ۱ مقاله)

۵) اثرات فناورانه: کاهش اعتیاد اینترنتی (۱ مقاله).

۸-۲- پیشایندهای مهارت‌های اجتماعی در ایران

بررسی عوامل موثر (شرایط و پیشایندها) یکی دیگر از اصول جامعه شناختی تحلیل مهارت‌های اجتماعی در ایران مدنظر بوده است. در زمینه پیشایندهای مهارت‌های اجتماعی در ایران ۱۱۶ مقاله و ۷۹ متغیر (موضوع) شناسائی گردیده است. یافته‌های پژوهش حاضر بیانگر آن بوده که یادگیری مشارکتی (۷ مقاله)، حل مسئله و مهارت آن، آموزش چند رسانه‌ای (۵ مقاله) و اعتیاد اینترنت (۴ مقاله) و بازی گروهی، سبک دلبستگی، هوش هیجانی، جرات ورزی، بازی های رایانه ای، تلفن همراه، استفاده اینترنت (هر کدام ۳ مقاله) بیشترین عوامل موثر در شکل گیری مهارت‌های اجتماعی در ایران شناسایی شده اند. شرایط مربوط به مهارت‌های اجتماعی و هیجانی، مهارت مثبت اندیشی، سبک فرزند پروری، شخصیت، بازی درمانی عروسکی، جو

اجتماعی مدرسه، برنامه علاقه اجتماعی درمانی، آموزش گروهی ابراز وجود، بازی درمانی، روان‌نمایشگری، آموزش مهارت‌های زندگی، بازی درمانی گروهی و عزت نفس (هر کدام ۲ مقاله) درماتب بعدی قرار گرفته‌اند.

۵۵ متغیر دیگر شامل دینداری، تحصیلات والدین، جو عاطفی خانواده، فرهنگ پذیری خانواده، کارکرد خانواده، عوامل موثر اجتماعی، کفایت اجتماعی خانواده محور، درمان مبتنی بر دبستگی مادران، عملکرد کیفی مدرسه، دموکراسی آموزشی، برنامه پویش، خانه اسباب بازی، فعالیت‌های فوق برنامه مدرسه، بازی‌های آموزشی رایانه‌ای، بازی، تفریح درمانی، کتاب درمانی، هنر درمانی، برنامه درمانی، بازی‌های ویدئویی، تئاتر درسی، رویکردهای آموزشی، روش تدریس تفحص گروهی، تفکر انتقادی، آموزش الکترونیکی، بازآموزی اسنادی، لگو درمانی، خودآموزی کلامی، آموزش والدین، بازی ریتمیک، برنامه پیشگیری از زور گوئی، داستانهای اجتماعی، روش‌های تدریس، مهارت‌های موثر والکر، برنامه شایستگی اجتماعی، کارکردهای اجرایی، گروه درمانی رابطه والد-کودک، هم شاگردی، بازداري پاسخ و حافظه فعال، قصه گوئی، قصه‌های قرآنی، قصه درمانی، آموزش روابط اجتماعی، آموزش مهارت‌های شناختی اجتماعی، مهارت‌های حرکتی، برنامه سالیهای باور نکردنی والدین و برنامه بازگشت به اجتماع، شادکامی، خودکارآمدی، کمال گرایی، مهارت‌های قبل از ازدواج، مهارت‌های ارتباطی موثر والد محور، دونیمکره مغز، فنون کنترل خود، سواد رسانه‌ای دیجیتال و فعالیت بدنی (هر کدام ۱ مقاله) در مراتب نهایی عوامل و شرائط موثر بر مهارت‌های اجتماعی در ایران مورد شمارش قرار گرفته‌اند. عوامل شش گانه اصلی موثر بر مهارت‌های اجتماعی به صورت ذیل طبقه بندی می‌شوند:

(۱) عوامل اجتماعی: دینداری، تحصیلات والدین، جو عاطفی خانواده، فرهنگ پذیری خانواده، کارکرد خانواده، عوامل موثر اجتماعی، کفایت اجتماعی خانواده محور (هر کدام ۱ مقاله)

(۲) عوامل آموزشی: درمان مبتنی بر دبستگی مادران، عملکرد کیفی مدرسه، دموکراسی آموزشی، برنامه پویش، خانه اسباب بازی، فعالیت‌های فوق برنامه مدرسه، بازی‌های آموزشی رایانه‌ای، بازی، تفریح درمانی، کتاب درمانی، هنر درمانی، رویکردهای آموزشی، روش تدریس تفحص گروهی، تفکر انتقادی، آموزش الکترونیکی، بازآموزی اسنادی، لگو درمانی، خودآموزی کلامی، آموزش والدین، بازی ریتمیک، برنامه پیشگیری از زورگوئی، برنامه درمانی، قصه درمانی، آموزش روابط اجتماعی، آموزش مهارت‌های شناختی اجتماعی، بازی‌های ویدئویی، تئاتر درسی، داستانهای اجتماعی، روش‌های تدریس، مهارت‌های موثر والکر، برنامه شایستگی اجتماعی، کارکردهای اجرایی، گروه درمانی رابطه والد-کودک، هم شاگردی، بازداري پاسخ و حافظه فعال، قصه گوئی، قصه‌های قرآنی، مهارت‌های حرکتی، برنامه سالیهای باور نکردنی والدین و برنامه بازگشت به اجتماع (هر کدام ۱ مقاله)، برنامه علاقه اجتماعی درمانی، آموزش گروهی ابراز وجود، آموزش مهارت‌های زندگی، روان‌نمایشگری، بازی درمانی، بازی درمانی عروسکی و جو اجتماعی مدرسه (۲ مقاله)، بازی گروهی، بازی‌های رایانه‌ای (هر کدام ۳ مقاله)، حل مسئله و مهارت آن و آموزش چندرسانه‌ای (هر کدام ۵ مقاله) و یادگیری مشارکتی (۷ مقاله)

(۳) عوامل رفتاری: شادکامی، خودکارآمدی، کمال گرایی، مهارت‌های قبل از ازدواج، مهارت‌های ارتباطی موثر والد محور، دو نیمکره مغز، مهارت‌های زندگی، فنون کنترل خود، روان‌نمایشگری (هر کدام ۱ مقاله)، مهارت‌های اجتماعی و هیجانی، مهارت مثبت اندیشی، سبک فرزندپروری، شخصیت، عزت نفس (هر کدام ۲ مقاله)، سبک دبستگی، هوش هیجانی، جرات ورزی (هر کدام ۳ مقاله).

(۴) عوامل فن‌آوری اطلاعات: سواد رسانه‌ای دیجیتال (۱ مقاله)، تلفن همراه، استفاده اینترنت (هر کدام ۳ مقاله) اعتیاد اینترنت (۴ مقاله).

(۵) عوامل فیزیکی و مادی: فعالیت بدنی (۱ مقاله).

(۶) عوامل شغلی و سازمانی: اعتیاد به کار، مشاوره شغلی (هر کدام ۱ مقاله).

۸-۳- همبسته‌های مهارت‌های اجتماعی در ایران

بررسی همبسته‌ها یکی دیگر از اهداف تحقیق در بررسی مدل جامع مهارت‌های اجتماعی در ایران بوده است. ۵ تحقیق (۵ موضوع) در زمینه همبسته‌های مهارت‌های اجتماعی در ایران شناسائی گردیده‌اند که عبارتند از: سواد اطلاعاتی، سلامت معنوی، تحول ذهن، نیازهای دبیران و هوش هیجانی (هر کدام ۱ مقاله).

۸-۴- سایر گرایش‌های پژوهشی مهارت‌های اجتماعی در ایران

جهت بررسی تحقیقات مهارت‌های اجتماعی در ایران، ۴ گرایش پژوهشی دیگر از تحقیقات استخراج شده که عبارتند از:

(۱) کلیات، وضعیت و مقایسه مهارت‌های اجتماعی (۳۸ تحقیق)،

(۲) روایی و پایایی ابزارهای سنجش مهارت‌های اجتماعی (۵ تحقیق)،

(۳) تحلیل محتوای مهارت‌های اجتماعی در کتابهای درسی (۷ تحقیق)

۴) اثربخشی آموزش مهارت‌های اجتماعی (۱۳۶ مقاله).

لازم به ذکر است که تحقیقات در زمینه آموزشی مهارت‌های اجتماعی قابل تفکیک به سه بخش فرعی بوده اند:

الف) مقالاتی که به کلیات آموزش مهارت‌های اجتماعی پرداخته اند (۲ مقاله)

ب) پیشایندهای آموزشی: مقالاتی که نقش آموزش موضوعات و متغیرهای مختلف بر افزایش مهارت‌های اجتماعی را مورد بررسی قرار داده اند (۴۹ موضوع و ۶۸ مقاله).

ج) پسایندهای آموزشی: تحقیقاتی که به بررسی اثرات آموزش مهارت‌های اجتماعی بر متغیرها و موضوعات مختلف انسانی پرداخته اند (۴۳ موضوع و ۵۶ مقاله).

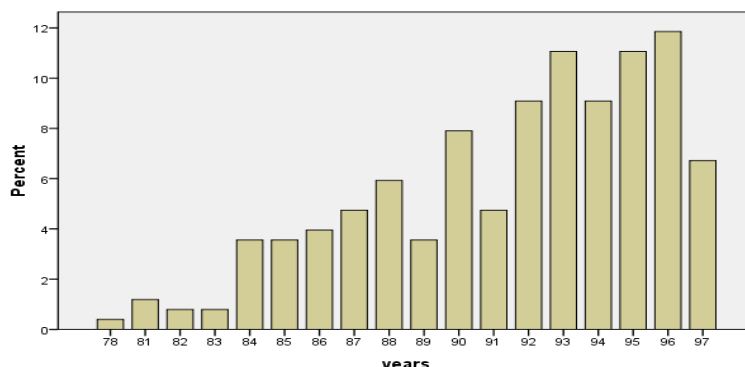
پیشایندها و پسایندهای آموزش مهارت‌های اجتماعی در دو بخش مربوط به پسایندها و پیشایندهای مهارت‌های اجتماعی گزارش شده اند.

بحث و نتیجه‌گیری

مهارت‌های اجتماعی یکی از موضوعات مهم و اساسی در جامعه شناسی ایران معاصر تلقی می شود که بررسی ابعاد گوناگون آن در بردارنده منافع علمی و کاربردی در تحلیل مسائل اجتماعی ایران معاصر خواهد بود. مهارت‌های اجتماعی به افراد کمک می کند تا به کمیت و کیفیت زندگی اجتماعی خود و دیگران غنای بیشتری ببخشد. اهمیت مهارت‌های اجتماعی به عنوان مهم‌ترین عامل اجتماعی شدن، رشد اجتماعی، شایستگی اجتماعی و هم چنین سازگاری اجتماعی را هیچ‌گاه نمی‌توان از نظر دور داشت. مهارت‌های اجتماعی نقش بسیار مهمی در شکل گیری زندگی اجتماعی فرد ایفاء می کنند. مهارت‌های اجتماعی نه تنها امکان شروع و تداوم روابط متقابل و مثبت را با دیگران فراهم می آورد، بلکه توانایی نیل به اهداف ارتباط را نیز در شخص ایجاد می کند. مهارت‌های اجتماعی شامل رفتارهای هستند که در تعامل موفق و مناسب با دیگران به کار می رود. آنچه باعث عملکرد مناسب اجتماعی افراد خواهد شد، مهارت‌های اجتماعی است. یکی از خصایص مهم، افرادی که از رشد اجتماعی کافی برخوردارند، این است که آنها واجد مهارت‌های اجتماعی هستند. فیلیس (۱۹۷۸) به نقل از (هارجی و همکاران، ۱۹۹۴) با مرور تحلیل‌های ارائه شده در مورد مهارت‌های اجتماعی نتیجه می گیرد که کسی دارای مهارت اجتماعی است که با دیگران طوری ارتباط برقرار کند که بتواند به حقوق، رضایت خاطر و یا انجام وظایف خود در حدمعقولی دست یابد. بی آنکه حقوق، رضایت خاطر یا وظایف دیگران را نادیده بگیرند و در عین حال بتواند در این مورد تعاملی با دیگران داشته باشد. مهارت اجتماعی عبارتست از فرآیندهای مرکبی که فرد را قادر می‌سازد بگونه‌ای رفتار کند که دیگران او را با کفایت تلقی کنند. در واقع مهارت‌های اجتماعی، توانایی‌های لازم فرد، برای انجام رفتارهای هدفمند و موفقیت آمیز می باشند.

در سال‌های اخیر توجه زیادی به مبحث تعامل اجتماعی شده است. چرا که بررسی‌های متعدد نشان می‌دهند، کمبود مهارت‌های اجتماعی تأثیر منفی بر کارکرد تحصیلی دانش آموزان داشته، در روابط بین فردی و حوزه‌های رفتاری عاطفی مشکل ایجاد می کند، مشکلات یادگیری کودک را تشدید می کند، مانع پیشرفت او می شود و سرانجام به عواقب نامطلوب در دوران تحصیل اومی انجامد. سازگاری دانش آموزان را کاهش می دهد و آنها را ناتوانی در تمامی امور مواجه می سازد، در دانش آموزانی که قادر به انجام خواسته‌های کلاسی نیستند، احساس دردناکی از بی کفایتی، اضطراب، کاهش انگیزش و ناسازگاری‌های رفتاری به وجود می‌آورد. آنچه باعث عملکرد مناسب اجتماعی افراد خواهد شد، مهارت‌های اجتماعی است. مهارت‌های اجتماعی در بسیاری از زمینه‌های عملکردی در زندگی افراد مانند رفتار مناسب، عزت نفس بالا، میزان شاد بودن و رضایت از زندگی نقش دارد. مهارت‌های اجتماعی رفتارهایی هستند که رشد آنها می‌تواند به عملکرد موثر و مفید فرد در جامعه کمک نماید. کمبودها و نقص‌ها در رشد مناسب مهارت‌های اجتماعی نیز به طور مشابه اثرات نامطلوبی بر سطح عملکرد کنونی و آینده افراد به جامی گذارد. مشکلات اجتماعی را می‌توان نتیجه عملکرد ناکافی رفتارهای اجتماعی در نظر گرفت. ضعف مهارت‌های اجتماعی عامل تعیین کننده‌ای در افزایش مشکلات روانی اجتماعی کودکان و نوجوانان است. افزایش خشونت، روی آوردن به مواد مخدر و ترک تحصیل از جمله پیامدهای کاستی‌های رشد مهارت‌های اجتماعی برای کودکان و نوجوانان محسوب می شود. ناتوانی در بیان احساسات و روابط رضایت بخش با دیگران به بهای گرانی تمام می‌شود و کمبود مهارت‌های اجتماعی، ظرفیت افراد را برای مراقبت از خودشان و سازگاری با فشارهای روزانه محدود کرده، آنها را آسیب‌پذیر می‌کند. این در حالی است که مهارت‌های اجتماعی به افراد اجازه می‌دهد تا علائق خود را دنبال کنند، در فرصتهای زندگی پیشرفت کنند و با پاداشی که زندگی به آنها می‌دهد، عاطفی‌تر زیست کنند. مهارت‌های اجتماعی برای سازش یافتگی و کارکرد به هنجار مهم هستند و نارسائی در مهارت‌های اجتماعی به طور نزدیکی با اختلالات روانی و مشکلات رفتاری مرتبط هستند. مهارت‌های اجتماعی به عنوان مهمترین مصداق اجتماعی شدن و سازگاری اجتماعی بوده و یکی از مهمترین جنبه‌های رشد اجتماعی محسوب می شوند که نشان دهنده سازش متقابل با محیط اجتماعی است. مهارت‌های اجتماعی نشانه‌های کارکرد (عملکرد) اجتماعی افراد تلقی می شود (کراو و همکاران، ۲۰۱۱ و کرو و پرو همکاران، ۲۰۱۵).

سابقه اولیه مطالعات و تحقیقات مهارت‌های اجتماعی در ایران معرف آن بوده که موج اول در خصوص مطالعات نظری مهارت‌های اجتماعی در ایران اختصاص به انتشار ترجمه چهار کتاب مرجع "آموزش مهارت‌های اجتماعی به کودکان" نوشته کارتلج و میلیرن (۱۳۶۹)، کتاب "هارجی، ساندرز و دیکسون" تحت عنوان "مهارت‌های اجتماعی در ارتباطات میان فردی" (۱۳۷۷)، کتاب "متسون و اولندیک" تحت عنوان "بهبود بخشی مهارت‌های اجتماعی کودکان" (۱۳۸۴) و کتاب "آموزش مهارت‌های اجتماعی به کودکان" نوشته کی متیس (۱۳۹۳) داشته است. علاوه بر آن اولین تحقیقات مهارت‌های اجتماعی در ایران اختصاص به هفت پژوهش داشته که در طی سالهای ۱۳۷۸ تا ۱۳۸۳ در مجلات علمی پژوهشی منتشر گردیده اند. نتایج پژوهش حاضر در خصوص روند تحقیقات، نتایج نهائی پژوهش حاضر نشان داده که تحقیقات مهارت‌های اجتماعی طی سالهای ۱۳۷۸ تا بهمن ماه ۱۳۹۷ روندی صعودی و افزایشی برخوردار بوده است (نمودار شماره ۳).

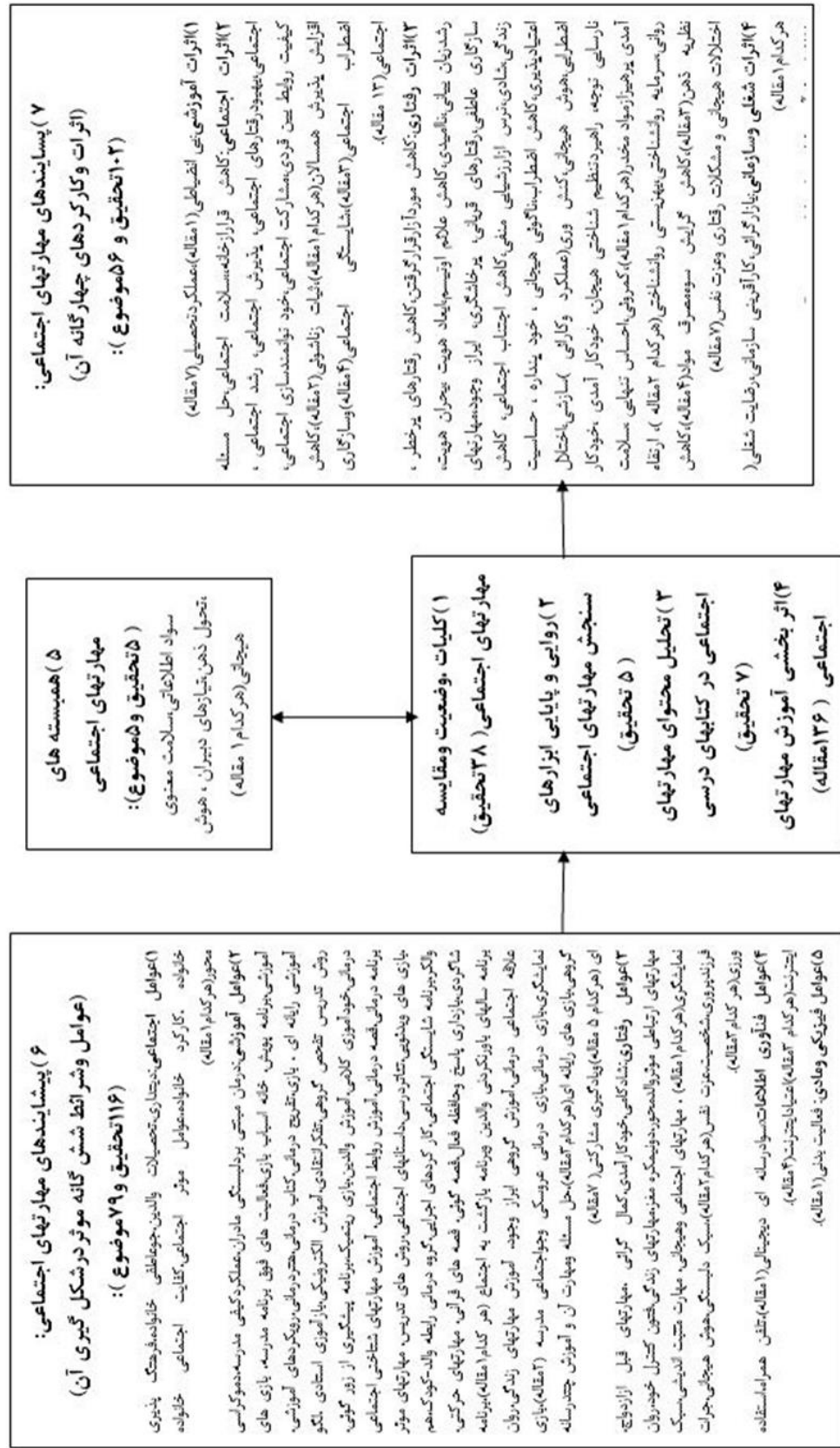


نمودار شماره ۳) روند تحقیقات مهارت‌های اجتماعی در ایران طی سالهای ۱۳۷۸ تا بهمن ماه ۱۳۹۷

انواع گرایشهای پژوهشی در مهارت‌های اجتماعی در ایران در هفت بخش اصلی قابل تقسیم و تفکیک می باشند. نتایج نهائی معرف آن بوده که گرایشهای پژوهشی تحقیقات مهارت‌های اجتماعی در ایران به ترتیب اختصاص به هفت گرایش پژوهشی اثربخشی آموزشهای مهارت‌های اجتماعی (۱۳۶ پژوهش)، پیشایندهای مهارت‌های اجتماعی (۱۱۶ پژوهش و ۷۶ موضوع)، پسایندهای مهارت‌های اجتماعی (۱۰۲ مقاله و ۵۶ موضوع)، کلیات، وضعیت و مقایسه مهارت‌های اجتماعی (۳۸ مقاله)، بررسی و تحلیل محتوای مهارت‌های اجتماعی در کتاب های درسی ایران (۷ پژوهش)، همبسته های مهارت‌های اجتماعی (۵ مقاله و ۵ موضوع) و بررسی روایی و پایایی ابزارهای سنجش مهارت‌های اجتماعی در ایران (۵ تحقیق) داشته است (جدول شماره ۳). نتیجه گیری نهائی و جمع بندی پژوهش در خصوص تحقیقات مهارت‌های اجتماعی در ایران که نمایشگر مدل جامع مهارت‌های اجتماعی در ایران می باشد، به تفکیک موضوعات اصلی و مباحث فرعی به تعداد در نمودار شماره ۴ نمایش داده شده است.

جدول شماره ۳) انواع هفت گانه تحقیقات مهارت‌های اجتماعی در ایران بر اساس گرایشهای پژوهشی

تعداد	گرایشهای پژوهشی
۳۸ تحقیق	بررسی کلیات، وضعیت و مقایسه مهارت‌های اجتماعی در ایران
۱۱۶ تحقیق و ۷۹ موضوع	عوامل موثر در شکل گیری مهارت‌های اجتماعی در ایران (پیشایندها)
۱۰۲ تحقیق و ۵۶ موضوع	اثرات، پیامدها و کارکردهای مهارت‌های اجتماعی در ایران (پسایندها)
۵ تحقیق	عوامل همبسته بامهارت‌های اجتماعی در ایران (همبسته ها)
۵ تحقیق	بررسی روایی و پایایی ابزارهای سنجش مهارت‌های اجتماعی در ایران
۷ تحقیق	بررسی و تحلیل محتوای مهارت‌های اجتماعی در کتاب های درسی ایران
۱۳۶ تحقیق	اثربخشی آموزش مهارت‌های اجتماعی در ایران



نمودار شماره ۴) انواع تحقیقات مهارت‌های اجتماعی در ایران طی سالهای ۱۳۷۸ تا بهمن ۱۳۹۷ به تفکیک هفت گرایش پژوهشی اصلی و موضوعات اصلی و فرعی

فهرست منابع

منابع فارسی

- شهیم، سیما (۱۳۷۸) بررسی مهارت اجتماعی در گروهی از کودکان عقب مانده ذهنی آموزش پذیر با استفاده از نظام درجه‌بندی مهارت اجتماعی، روانشناسی و علوم تربیتی دانشگاه تهران، شماره ۵۸، صفحات ۱۸-۳۷.
- شهیم سیما (۱۳۸۳) تحلیل عوامل مقیاس روش درجه بندی مهارت‌های اجتماعی برای کودکان پیش دبستانی. مجله علوم تربیتی و روانشناسی دانشگاه شهید چمران اهواز، پاییز و زمستان؛ ۱۱(۳-۴): ۴۵-۵۸.
- کارتلج، جی و جی اف میلبرن. (۱۳۶۹). آموزش مهارت‌های اجتماعی به کودکان، ترجمه محمدحسین نظری نژاد، چاپ اول، مشهد، انتشارات آستان قدس رضوی.
- کمالی، یحیی. (۱۳۹۶). روش شناسی فراترکیب و کاربرد آن در سیاستگذاری عمومی، فصلنامه سیاست، شماره ۴۳، پائیز، صفحات ۷۲۱-۷۳۶.
- نصرافهانی، احمدرضا، مریم فاتحی زاده، فاطمه فتحی. (۱۳۸۳). جایگاه مهارت‌های اجتماعی مورد نیاز دانش آموزان در کتاب‌های درسی عمومی دوره متوسطه، علمی پژوهشی، دانشور-دانشگاه شاهد-علوم انسانی، سال ۱۱، دوره جدید، شماره ۹، اسفند، صفحات ۴۹-۶۴.
- ودادهیر، ابوعلی. (۱۳۸۹). فراترکیب نتایج واکاوی‌های کیفی و مطالعات فرهنگی: واقعیت یا توهم، فصلنامه برگ فرهنگ، پائیز و زمستان، دوره جدید، شماره ۲۲، صفحات ۲۴-۴۵.
- هارجی، اون، کریستین ساندرزو دیویددیکسون. (۱۳۷۳). مهارت‌های اجتماعی در ارتباطات میان فردی، ترجمه خشایار بیگی و مهرداد فیروز بخت، چاپ اول، تهران، انتشارت مدرسه.

منابع انگلیسی

- Crowe LM, Beauchamp MH, Catroppa C, Anderson V. (2011). Social function assessment tools for children and adolescents: A systematic review from 1988 to 2010. *Clinical Psychology Review*. 31(5):767-85.
- Cordier R, Speyer R, Chen Y-W, Wilkes-Gillan S, Brown T, Bourke-Taylor H, et al. (2015). Evaluating the Psychometric Quality of Social Skills Measures: A Systematic Review. *PLoS One*. 10(7): 1-33.
- Bench, S. ; Day, T. (2010), "The user experience of critical care discharges: a metasynthesis of qualitative research", *International journal of nursing studies*, 47(4): 487-499.
- Demaray MK, Ruffalo SL, Carlson J, Busse R. (1995). Social skills assessment: A comparative evaluation of six published rating scales. *School Psychology Review*. 24:648-71
- Elliot. S. N, R. T. Busse. (1991). Social Skills Assessment and Intervention with Children and Adolescents Guidelines for Assessment and Training Procedures . *School Psychology International*, Vol. 12: 63-83.
- Matson JL, Wilkins J. (2009). Psychometric testing methods for children's social skills. *Research in Developmental Disabilities*. 30:249-74.
- Merrell KW. (2001). Assessment of children's social skills: Recent developments, best practices, and new directions. *A Special Education Journal*. 9(1-2):3-18.
- Paterson, B; Thorne, Calnan, C; Jillings. C. (2001), meta-study of qualitative health research: a practical guide to meta-analysis and meta-synthesis California Sage.
- Sandelowski M and Barroso J (2007) *Handbook for Synthesizing Qualitative Research*. New York: Springer.

فصلنامه مطالعات کاربردی در علوم اجتماعی و جامعه‌شناسی

نشانی: کرج، بلوار امام خمینی (باغستان)، بین
خیابان پنجم و ششم، روبروی مجموعه ورزشی
انقلاب، پلاک ۷۳۵، ساختمان پرند، واحد ۱

۰۲۱ ۳۳ ۲۰ ۲۴ ۸۷
۰۲۶ ۳۴ ۴۳ ۶۹ ۵۹
۰۲۱ ۴۳ ۸۵ ۷۱ ۲۴

ISSN: 2645-4475

